



Ricardo Bacellar,  
coordenador Pesquisa  
Caminhões SAE Brasil

# AUTODATA

## ANIVERSÁRIOS

Hyundai 10 anos em Piracicaba, Toyota 10 anos em Sorocaba, Honda Automóveis 25 anos de produção

Fiat sobe de nível com o Fastback



## NOVAS APOSTAS DA STELLANTIS

Citroën quer ser popular com o novo C3



## EVENTOS

Congresso AutoData Latino-Americano, Simea 2022, Lat.Bus



# Surpreenda-se com os novos extrapesados Volkswagen.



# NOVOS GIGANTES

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



Volkswagen Caminhões e Ônibus



Volkswagen Caminhões e Ônibus



@vwcaminhoes



100%  
Conectado



ANTES VW



Caminhões  
Ônibus

**HYUNDAI**  
**10 ANOS EM PIRACICABA**

**22**

Fabricante comemora uma década de produção brasileira com novo investimento em fábrica de motores

**CONGRESSO LATINO-AMERICANO**  
**APOSTAS DA REGIÃO**

**38**

Evento promovido por AutoData reuniu líderes da indústria automotiva na América Latina em debates sobre o futuro do setor

**PRÊMIO AUTODATA 2022**  
**EMPRESAS CONCORRENTES**

**51**

Segunda parte do perfil das 50 empresas que concorrem a premiação deste ano, para ajudar você a votar

**CHEVROLET BOLT**  
**OFENSIVA ELÉTRICA**

**90**

GM retoma lançamentos de carros elétricos no mercado brasileiro com promessa de quatro modelos até 2024

**AUTOPEÇAS ELETRÔNICAS**  
**LOCALIZAÇÃO NA PRÁTICA**

**98**

TE Connectivity investe na fábrica brasileira para localizar sensores e conectores e já exporta 50% da produção

**HONDA AUTOMÓVEIS**  
**25 ANOS DE PRODUÇÃO**

**28**

Montadora foi a primeira das newcomers dos anos 1990 a abrir fábrica no Brasil e soma R\$ 7 bilhões em investimentos

**LAT.BUS**  
**ÔNIBUS EM ALTA**

**44**

Setor de transporte de passageiros realiza primeiro evento pós-pandemia e apresenta suas novidades

**NOVO CITROËN C3**  
**APOSTA POPULAR**

**78**

Marca francesa abandona imagem de sofisticação para lançar modelo mais barato projetado para emergentes

**VOLKSWAGEN**  
**NOVO PRESIDENTE**

**94**

Alexander Seitz vai substituir Pablo Di Si na presidência da empresa na América Latina. O alemão já trabalhou no Brasil.

**TOYOTA**  
**1 MILHÃO EM SOROCABA**

**34**

Terceira e maior fábrica da japonesa no País completa de 10 anos com investimentos de R\$ 3,1 bilhões

**SIMEA 2022**  
**DESCARBONIZAÇÃO**

**48**

Evento de engenharia automotiva aponta os caminhos que o Brasil pode tomar para descarbonizar emissões

**FIAT FASTBACK**  
**SUBIDA DE GAMA**

**84**

Marca italiana abandona imagem popular para lançar seu segundo SUV, com design cupê, o mais caro e sofisticado de sua gama

**FORNECEDORES**  
**PRÊMIO GM**

**96**

Montadora premiou qualidade de 121 fábricas de componentes que fornecem para suas linhas em quatro países na América do Sul

**MEMÓRIA**  
**AUTODATA EM DOSE DUPLA**

**104**

Nos primeiros anos de publicação a revista era uma newsletter com duas edições quinzenais por mês

**8**

**LENTE**

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

**10**

**FROM THE TOP**

Ricardo Bacellar, conselheiro da SAE Brasil, comenta os resultados da Pesquisa Caminhões 2022.

**108**

**GENTE & NEGÓCIOS**

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

**114**

**FIM DE PAPO**

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

# Tempo de escolhas

Por Pedro Kutney, editor

**E**sta edição de AutoData antecede momento crucial na história do País: as eleições de outubro, em um ou dois turnos, que seguramente serão as mais importantes já vividas nos últimos trinta anos – o mesmo tempo de existência desta publicação, nascida em 1992, quando o Brasil estava recém-redemocratizado e tinha acabado de corrigir os rumos de uma desastrada escolha feita três anos antes, abrindo espaço para a reconstrução da nação, destruída por duas décadas de ditadura militar e governos ineptos que a sucederam.

O setor automotivo, motivo da existência desta AutoData, após anos de penúria começou a renascer há trinta anos, triplicou de tamanho e importância, graças a escolhas políticas acertadas. Às vésperas de fazer novas escolhas, portanto, é preciso lembrar que o setor não está imune aos que serão eleitos em 2 de outubro – e talvez no dia 30 também.

Muito ao contrário é notória a influência dos governantes no desempenho do mais importante setor da indústria de transformação nacional, que sempre foi afetado, para o bem e para o mal, por escolhas políticas, por mais que sempre se tente passar a imagem de isenção. É preciso lembrar que não existe país desenvolvido sem indústria desenvolvida e que não existe desenvolvimento industrial sem apoio político.

Neste tempo de escolhas que se avizinha são claras somente duas opções: a continuação da destruição nacional ou a retomada da rota da reconstrução – e do desenvolvimento industrial incluído. Para não cair no proselitismo político esta é uma opção pragmática, guarda distância de ideologias à direita ou à esquerda.

No momento de decidir sobre o futuro, então, convém lembrar do passado para evitar a repetição de erros. Existem históricos recentes de ambos os lados opostos desta eleição que, se analisados sob ótica pragmática, deixam poucas dúvidas sobre qual é a melhor escolha a fazer logo mais. Os representantes desta indústria, que leem esta publicação, até mesmo os mais conservadores que flertam com o fascismo pensando em garantir interesses, sabem enxergar números e comparar, também devem saber quais foram os anos mais prósperos do setor – e sabem que não foram os quatro últimos. Bom voto.



**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, Lúcia Camargo Nunes, Soraia Abreu Pedrozo **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação **Capa** Fotos Divulgação/Stellantis **Comercial e publicidade** tel. PABX 11 3202 2727: André Martins, Luiz Giadas e Luiz Martins **Assinaturas/atendimento ao cliente** tel. PABX 11 3202 2727 **Departamento administrativo e financeiro** Isidore Nahoum, conselheiro, Thelma Melkunas, Hidelbrando C de Oliveira, Vanessa Vianna **ISBN** 1415-7756 **AutoData** é publicação da AutoData Editora e Eventos Ltda., Av. Guido Caloi, 1000, 4º andar, sala 434, bloco 5, 05802-140, Jardim São Luís, São Paulo, SP, Brasil. É proibida a reprodução sem prévia autorização mas permitida a citação desde que identificada a fonte. **Jornalista responsável** Leandro Alves, MTB 30 411/SP

# NOVO CHEVROLET BOLT EV. O FUTURO CHEGOU.

**3 ANOS**  
DE GARANTIA

Mais que um carro 100% elétrico, o Novo Bolt EV surpreende em tudo. A maior autonomia da categoria com 459 km\*, a segurança dos 10 airbags, a praticidade da câmera 360° e a potência dos 203 cv que atingem 100 km/h em 7,3 segundos. Isso sem falar no Controle de Cruzeiro Adaptativo e na exclusiva tecnologia OnStar.

## ENCONTRE NOVOS CAMINHOS

<https://www.chevrolet.com.br/eletroicobolt-ev>



Juntos salvamos vidas.

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

\*Autonomia estimada de 459 km no ciclo WLTP. A autonomia real poderá variar de acordo com vários fatores, como modo de condução do veículo, temperatura externa, tipo de terreno e idade da bateria.



CHEVROLET

## OBSCURIDADE, AUSÊNCIA: SEGUNDA EDIÇÃO.

A propósito das notas Obscuridade, ausência, publicadas neste Lentes na edição 391 de AutoData e que provocou reações desastradas no mundo da Anfavea, é verdade que Fenabrade e Sindipeças também fugiram da raia da defesa da democracia. Mas ninguém deveria esperar algo muito diferente, imagino, pois as três entidades mostram ligações históricas com o poder. Mas a Anfavea é a entidade supostamente líder do setor de veículos no País e é exatamente sobre ela que recai a primeira e a maior parte da vergonha por, publicamente, desdenhar da defesa da democracia, da liberdade de expressão e dos direitos humanos. Exatamente a entidade que, historicamente, liderou a modernidade do País, e não apenas do que diz respeito a veículos: a introdução do conceito dos recursos humanos em substituição à ideia do departamento de pessoal é apenas umas dessas evoluções. Imagino a qualidade dos informes que seus diretores enviam a seus correspondentes, nas matrizes, a respeito do momento político que o País vive.

### UM PLANO PRA FUGIR DA CADEIA

E aquele ex-campeão mundial de Fórmula 1 ataca novamente e agora como candidato a senador ao Parlamento italiano, como representante dos italianos all'estero. Deu entrevistas exaltando sua tardia vocação política, falando do incentivo à cultura, da qual nada sabe, e sobre esporte, que lhe rendeu prêmios e processos. Pois me dizem que esta candidatura faz parte de plano estabelecido para fugir da cadeia caso seja condenado num dos vários processos que enfrenta no Brasil. Ou seja: neste caso não há vocação política tardia mas, sim, atitude ardilosa para tentar escapar da lei e da Justiça.



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

### UM PLANO PRA FUGIR DA CADEIA 2

O candidato, que garante não ser fascista, disse: "Meu partido, o Fratelli d'Italia, é de centro direita. É um partido cristão. Eu jamais entraria num partido de ideologia fascista", declarou a O Estado de S. Paulo em sua edição de 19 de agosto. Não é o que consta. Ele teria sido convidado à candidatura pela cheona do Fratelli d'Italia, Giorgia Meloni, admiradora descarada de Benito Mussolini, que vem a ser o criador do... fascismo. Também tem o apoio do atual presidente da República brasileira, ao qual apoiou publicamente em 2018. Nem eu, nem toda minha família, portadores de cidadania italiana e eleitores em setembro, votaremos neste tipo de candidato. Nem a família de minha Chefe, os Zioni de Cecília. Tenho dito.

### **UM PLANO PRA FUGIR DA CADEIA 3**

E isto serve, também, para outro campeão de Fórmula 1 brasileiro, hoje motorista de Rolls Royce no Eixo Monumental.

### **UM PLANO PRA FUGIR DA CADEIA 4**

A propósito disto tudo: dias depois de críticas àquele ex-campeão por apoiar publicamente um candidato à Presidência, em 2018 (veja Lentes na edição 349 de AutoData), telefona José Luiz Gandini, o capo da Kia aqui, para jurar que não sabia da disposição do ex-campeão de fazer proselitismo político em evento que ele, Gandini, pagara do bolso – sinal que a história não tinha pego bem. E agora Gandini volta à notoriedade duvidosa: é seu, e registrado em seu nome, o carro com que ex-ministro do Meio Ambiente, adepto de porteiras abertas e candidato a deputado, atropelou uma moto na sexta-feira, 2 de setembro, em São Paulo, de acordo com informação do portal UOL. Trata-se de coincidência atroz e revela o de sempre.

### **DESINDÚSTRIA**

"As entidades perderam a capacidade de influir decisivamente em políticas públicas de interesse geral", escreve Rubens Barbosa, ex-embaixador do Brasil nos Estados Unidos e na Inglaterra e presidente do IRICE, Instituto de Relações Internacionais e Comércio Exterior, em artigo publicado pelo O Estado de S. Paulo na sua edição de 23 de agosto. No plural do início da frase ele arrola, também, confederações, federações e associações de representação industrial. Acredita que esta situação é resultado do esgotamento "do modelo que beneficiou o setor nos últimos sessenta anos, baseado no protecionismo, representado por barreiras tarifárias e não tarifárias, reserva de mercado, subsídios e incentivos fiscais, política cambial (...). Além das questões estruturais [custo Brasil] e do atraso tecnológico, (...), surgiram problemas com a falta de insumos e a alta de energia (...), com os impactos negativos gerados pela pandemia e pela guerra na Ucrânia". Diz o embaixador que as entidades representativas da indústria e dos trabalhadores não tiveram, nos últimos anos, "a capacidade de formular propostas para a modernização do parque industrial brasileiro que pudessem sensibilizar os governos de turno".

### **DESINDÚSTRIA 2**

O embaixador atrela a ideia de uma "estratégia para promover a recuperação do setor em consonância com os interesses mais gerais do País", a partir do tripé reindustrialização, agenda de competitividade e abertura da economia, via negociação de acordos comerciais. Ele enfatiza os interesses mais gerais do País. Ao fim do artigo o embaixador reconhece que "a relação das entidades do setor produtivo e sindical com o Estado envelheceu. Criadas em momento diferente do capitalismo brasileiro elas não acompanharam as mudanças ocorridas na sociedade. A ação política dessas entidades exigirá a revisão da forma de defender seus interesses". O embaixador não arrolou números mas segundo dados do IEDI, Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial, de junho do ano passado, de 1980 a 2020 a responsabilidade das empresas especializadas em manufatura sobre o PIB brasileiro "recuou constantemente", e aumentou o grau de industrialização de outros países, da economia mundial. A indústria brasileira, afinal, viu baixar sua participação no PIB de 21,1% em 1980 para 11,9% em 2020 – no mundo o crescimento, no mesmo período, foi de 15,6% para 16,5%.

# O peso dos caminhões

**A**o trabalhar por vinte anos como consultor chefe da área automotiva da KPMG Ricardo Bacellar coordenou diversos estudos e pesquisas sobre o setor mas, segundo ele, "faltava abordar segmento extremamente importante desta indústria: os caminhões". Bacellar conseguiu emplacar a ideia mais recentemente, a partir de 2020, quando tomou assento como conselheiro da SAE Brasil, entidade que reúne engenheiros dedicados à mobilidade.

A pandemia atrasou os planos mas este ano a ideia saiu do papel: está publicada a inédita Pesquisa Caminhões SAE Brasil 2022, realizada sob a coordenação da SAE, KPMG e AutoData, que pela primeira vez traz um atual e abrangente levantamento sobre o mercado brasileiro de caminhões e seus rumos diante da transição energética e das mudanças que estão acontecendo no modelo de negócio.

O estudo, que aborda em três capítulos Aspectos Estratégicos, Matriz Energética e Relacionamen-

to com Clientes, ouviu profissionais de todas as regiões do País da indústria, incluindo fabricantes de caminhões, seus fornecedores e distribuidores, e também os clientes, como transportadores, gestores e caminhoneiros autônomos.

Ricardo Bacellar, coordenador geral do levantamento, apresenta na entrevista a seguir os principais achados da inédita pesquisa, que originou o documento de 71 páginas que pode ser lido e baixado acessando o QR code desta página.



Acesse aqui a  
Pesquisa Caminhões  
SAE Brasil 2022

## Como consultor que, por muitos anos, coordenou estudos sobre o setor automotivo, qual é o valor da recém-publicada Pesquisa Caminhões SAE Brasil 2022?

O ouro em pó deste tipo de documento é a visão que ele traz do cliente. O pessoal da indústria sempre se vê e se fala com frequência em eventos e entidades setoriais. Para este público o valor da pesquisa é consolidar as diferentes opiniões em um só lugar, mas nada comparado ao que é trazido à tona pelos consumidores, porque a indústria tem dificuldade de acessar essas cabeças, principalmente em um País tão grande e diversificado como o nosso, com enormes diferenças econômicas e socioculturais nas várias regiões. Estes fatores tornam muito valiosas as opiniões dos clientes que a pesquisa traz. Por isso em vários momentos este estudo separa as respostas dos diversos públicos, para conhecer a diversidade de visões, é dali que vêm as surpresas, o

que não conhecíamos. Isso tem grande valor para o setor, porque pode mostrar que a indústria pode estar olhando para um lado diferente do consumidor, que não necessariamente pensa do mesmo modo.

## Como a indústria pode se aproveitar dos resultados dessas pesquisas? Elas têm o poder de orientar os rumos a tomar?

Cito o exemplo da primeira pesquisa automotiva nacional que realizamos pela KPMG, em 2019, focada no mercado veículos leves: o estudo apontou a oportunidade de lançar planos de carros por assinatura. Não existia esta oferta no Brasil, mas quando apresentamos este resultado na Anfavea [associação dos fabricantes de veículos], mostrando que 80% dos consumidores tinham interesse por algo que nunca existiu, a indústria se mexeu. Não por coincidência, cerca de dois anos depois disto quase todas as montadoras oferecem automóveis por assinatura.



Foto: Joyce Cury

**“O ouro em pó deste documento é a visão que ele traz do cliente, porque a indústria tem dificuldade de acessar essas cabeças, principalmente em um País tão grande e diversificado como o nosso.”**

A pesquisa tem esse papel de colocar em cima da mesa coisas que às vezes nem quem é do setor estava pensando.

**No capítulo da pesquisa Aspectos Estratégicos as perguntas foram direcionadas exclusivamente a profissionais da indústria, incluindo fabricantes de caminhões, seus fornecedores e distribuidores concessionários. Quais foram os principais achados desta parte do estudo?**

Conseguimos consolidar ali uma síntese dos pensamentos do setor, das suas prioridades. Confirmamos que a indústria está empenhada em desenvolver soluções para reduzir os custos dos clientes, porque este é o grande diferencial de um caminhão, que é um instrumento de trabalho. Por isso aperfeiçoar a eficiência energética dos motores e oferecer opções de propulsão limpa estão no topo das prioridades. Embora em escala um pouco abaixo vimos que além destes outros pontos também são relevantes para esta indústria, como oferta de serviços de gestão de frota e manutenção, conexão por telefonia 5G, transformação digital... A conclusão é que tudo é importante porque os executivos são cobrados por todas essas questões, então precisam girar muitos pratos ao mesmo tempo, o que é o maior desafio do setor no momento. Outro achado é que este público sabe e reconhece que o modelo

de negócio da indústria vai mudar nos próximos dez anos, com mais foco na prestação de serviços e no crescimento da oferta de locação de caminhões. Isso não surpreende, mas a pesquisa formaliza, confirma.

**Qual a visão demonstrada pela indústria sobre o desenvolvimento de novas tecnologias e powertrain no Brasil?**

A pesquisa mostra que a maioria dos representantes desta indústria, mais de 60% dos entrevistados, avalia que o setor vai investir em desenvolvimento local. Eu pondero que se esta pergunta fosse feita em 2019 esse porcentual poderia ser muito menor: todo mundo estava feliz e acomodado com a situação, mas aí veio a pandemia e provocou falta de chips, na sequência a guerra na Ucrânia aprofundou ainda mais o problema de abastecimento de componentes. Este novo cenário global está levando a indústria a buscar mais projetos e fornecedores locais.

**O segundo capítulo do estudo trata da matriz energética e tem perguntas sobre a intenção de compra de caminhões e se eles terão propulsão alternativa ao diesel. Quais foram as conclusões?**

A primeira e melhor conclusão é que dois terços dos clientes ouvidos pretendem comprar caminhões novos, 27% deles ainda este ano, 22% em dois anos, 13% em quatro anos e 4% em três. Esta é uma notícia bem interessante, significa que o mercado é comprador independentemente da matriz energética utilizada. Mas quando perguntamos se estes caminhões que serão comprados terão propulsão limpa, diferente do diesel, pouco mais de dois terços dos ouvidos dizem que não. Significa que o mercado ainda não enxerga alternativas de curto prazo ao diesel em menos de cinco anos. O cliente até acha que as novas tecnologias limpas de propulsão são boas mas ainda não é hora de comprá-las. Ainda há muitas definições para acontecer nesse campo.

# NEW

# HR-V

*Grandioso em cada detalhe.*



Magic Seat - Exclusivo sistema de configuração dos bancos

Conjunto óptico de LED

Ar-condicionado Dual Zone com efeito brisa

Carregador por indução - Base de carregamento sem fio para smartphones

Honda Sensing® - Exclusiva tecnologia de segurança e assistência ao condutor

Power Tailgate - Porta-malas com abertura automática e função Hands-free



Juntos salvamos vidas.

Consulte valores e itens disponíveis por versão. Imagens meramente ilustrativas.



**HONDA**

**A pesquisa também revela quem são os principais compradores de caminhões novos?**

Sim e por isso as estratificações que fizemos são importantes, porque dão nome aos bois. Vimos que, dos que não pretendem comprar caminhões, a maioria é porque não tem poder financeiro para isso, caso dos caminhoneiros autônomos, enquanto transportadores frotistas e gestores são minoria neste grupo de não compradores.

**Quais são os principais entraves identificados pela pesquisa para a compra de caminhões com tecnologias de propulsão mais limpas? Custos? Segurança de abastecimento?**

Como estamos falando de matriz energética o transportador precisa ter confiança de que haverá infraestrutura de distribuição e de que não custará muito mais caro. Mas a pesquisa também mostra que os consumidores já entendem que existem opções, eles querem isso, mas não querem ser obrigados a optar por uma solução específica que pode não ser a mais vantajosa para o negócio.

**Parte da indústria vem apostando no gás e biometano para abastecer caminhões com combustível neutro em emissões. Mas a pesquisa revela que esta não seria a opção mais desejada pelos clientes...**

Isso tem muito a ver com o custo da operação. A maioria dos clientes ouvidos na pesquisa vê maior viabilidade no diesel verde [biodiesel ou HVO, óleo vegetal hidrogenadol porque ele funciona igual ao combustível fóssil, sua adoção não exige grandes adaptações no caminhão, não é necessário mudar nada no motor nem investir em novo sistema de abastecimento ou de recarga para elétricos. É uma opção que tem pouco impacto no caixa do fabricante ou do transportador e que, por isto, é a preferida tanto por representantes da indústria como pelos clientes.

**Os compradores de caminhões no País são resistentes a novas tecnologias de propulsão?**

Não. Vejo que a visão do consumidor deste tipo de produto é muito pragmática, olhando para a segurança da operação. Ele aceita testar novas tecnologias desde que isso não traga riscos ao negócio, quer saber se os avanços tecnológicos de fato funcionam. Creio que esta discussão vem até antes do preço do produto, que é importante, mas o primeiro olhar do transportador é para não gerar algum tipo de barreira à operação, porque ele sabe o quanto custa cada minuto do veículo parado. O diesel pode não ser uma opção limpa, mas é o que temos em todas as partes, ninguém vai parar por falta de combustível em nenhum lugar do Brasil, lembrando que no País existem lugares com pouca ou nenhuma infraestrutura, onde certamente não haverá postos de recarga elétrica ou biometano. Por este mesmo raciocínio vemos que caminhões elétricos têm alcançado certo nível de adoção nos centros urbanos, para entregas em curtas distâncias, porque isso dá segurança ao operador de fazer suas rotas, voltar para a garagem e deixar o veículo recarregando à noite. Já para longas distâncias esta solução não funciona.

**Pelas conclusões da pesquisa, o caminhão a diesel ainda será dominante**

**“A maioria dos clientes ouvidos vê maior viabilidade no diesel verde [biodiesel ou HVO] porque a adoção não exige grandes adaptações no caminhão, não é necessário mudar o motor nem investir em novo sistema de abastecimento.”**

# NOVO RENAULT Kwid E-TECH

100% elétrico



DPZ



a revolução elétrica está nas ruas

dirija até 298 km\* com uma carga  
recarregue em mais de 2 mil pontos  
ou em qualquer tomada doméstica  
o menor custo por km rodado

\*autonomia de 298 km urbano (oferecido pelo ciclo ASE J1634)



**para o setor de transportes no Brasil por muitos anos à frente?**

Ao menos no curto prazo, em uma janela de cinco anos, a pesquisa deixa claro que ninguém acredita em uma solução que ameace a dominância do diesel. Mas pondero que este resultado também está ligado ao fato de a pesquisa ter ouvido maior número de transportadores de longa distância, operações que não têm muita alternativa ao diesel. Se fossem clientes de caminhões urbanos, por exemplo, eles são mais propensos aos veículos elétricos e talvez o peso desta opção fosse maior nas respostas.

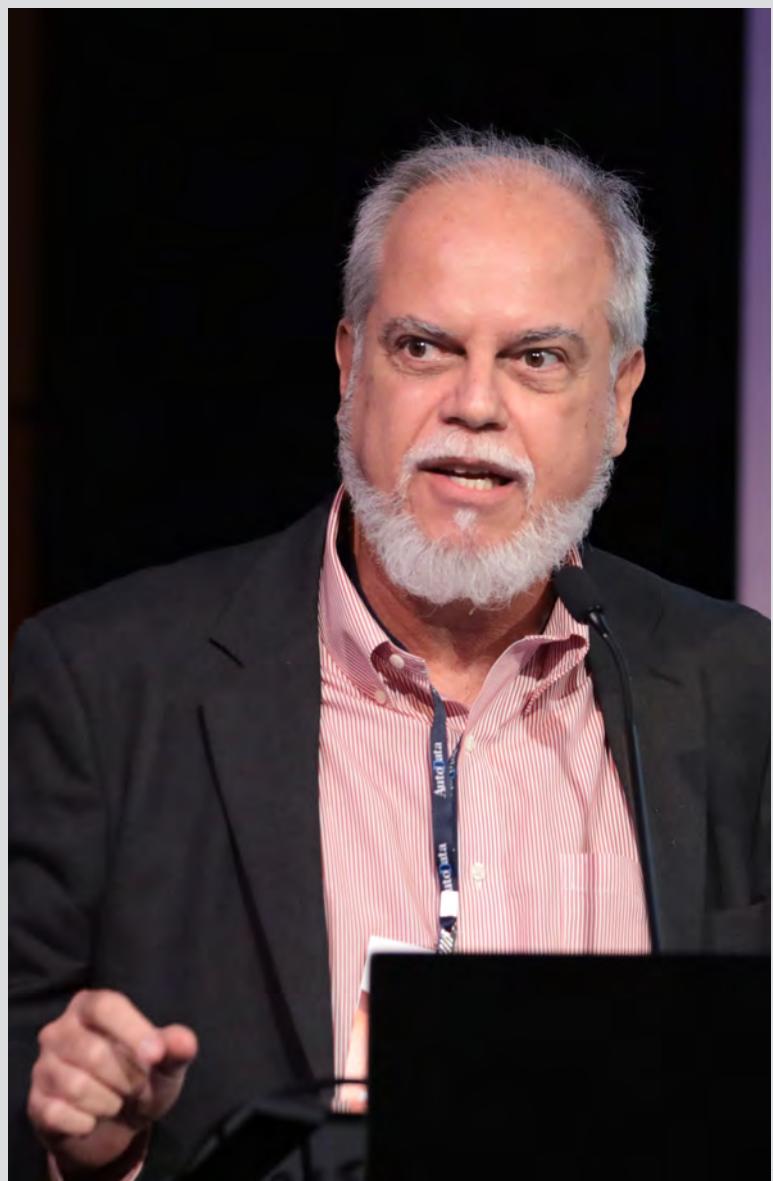
**Os clientes deste mercado demonstram que conhecem as novas tecnologias de propulsão mesmo que elas ainda não estejam amplamente disponíveis?**

Sim, até porque são compradores de produtos para o trabalho e eles precisam conhecer todas as alternativas disponíveis. Também são representantes de grandes empresas, não são pequenos consumidores. Eles têm de saber onde pisam, porque o nível de responsabilidade por qualquer decisão é muito elevado: então sabem o que estão comprando e os riscos envolvidos.

**A pesquisa aferiu o quanto os clientes estão dispostos a assimilar custos extras para adotar tecnologias limpas de propulsão?**

Esta é uma das mais preciosas informações que o estudo traz, porque mostra para a indústria o quanto os clientes têm disposição de pagar mais para diminuir as emissões de carbono de seus caminhões. A pesquisa descobriu que a maioria, quase 60% dos ouvidos, aceita conversar sobre aumentos de até 5% nos custos. É um dado novo muito importante porque surpreende a indústria, que na mesma pesquisa tem posição até mais cética sobre isso, avalia que o cliente tem pouca ou nenhuma propensão a pagar mais por tecnologias limpas. Neste sentido o estudo também

“A pesquisa indica que dois terços dos clientes ouvidos pretendem comprar caminhões novos em quatro anos. Mas quando perguntamos se estes caminhões terão propulsão limpa, diferente do diesel, pouco mais de dois terços dizem que não.”



Rafael Cusato

aponta que os clientes podem colocar esses gastos extras na conta de ações de ESG (governança socioambiental) e veem benefícios para os negócios em adotar essas políticas.

### **Nas respostas do capítulo Relacionamento com Clientes o custo completo da operação é fator ainda mais relevante do que o preço de aquisição na hora de comprar um caminhão...**

Isso ocorre porque estamos falando com um consumidor que é gestor de um negócio. Tudo que ele pode fazer para reduzir custos é importante, isso está na veia dele. A pesquisa mostra que a indústria comprehende esta questão e tem a mesma preocupação, porque sabe que vai vender mais veículos se eles oferecerem custos menores.

### **A pesquisa aponta aumento da propensão dos clientes em alugar caminhões?**

Sim, o estudo mostra que esta é uma opção que entrou no radar. A maioria dos clientes que diz avaliar a possibilidade de locar um caminhão e quer fazer isso para aumentar o fluxo de caixa para outros investimentos. Com o aluguel ele não precisa dar o dinheiro todo para comprar o veículo e também não precisa mobilizar recursos para manutenção, documentação ou venda do ativo, está tudo incluído no contrato.

### **As estratégias da indústria são consonantes com as necessidades dos clientes de caminhões?**

**“Ao menos no curto prazo, em uma janela de cinco anos, a pesquisa deixa claro que ninguém acredita em uma solução que ameace a dominância do diesel no transporte rodoviário.”**

Vemos nesta pesquisa um alinhamento muito maior da indústria com os clientes do que vimos no estudo de veículos leves, que tinha enormes diferenças. Na questão que fizemos sobre o quanto o cliente se sente compreendido pela indústria as respostas indicam que montadoras e concessionárias sabem o que o consumidor precisa, consegue entendê-lo e mantém um bom nível de interação. Isso é um tremendo mérito da indústria, que tem feito um belo papel na ponta do mercado de caminhões.

### **Qual é a aderência dos clientes a novas tecnologias como direção autônoma e conectividade 5G?**

A questão de conectividade é vista com bons olhos porque ajudará a aumentar a eficiência da operação. Já direção autônoma é uma tecnologia que não está madura ainda, é um desejo que fica na prateleira: chegará um dia mas ninguém fica angustiado porque ainda não tem. Até porque não se sabe quanto isso custará a mais, e o custo para este público é fundamental para decidir adotar ou não adotar qualquer avanço.

### **Como indústria e clientes avaliam a importância da agenda ESG, de governança socioambiental?**

Vemos um nível bastante elevado de entendimento de que as ações de ESG resultarão em vantagens competitivas para o negócio dessas empresas, até porque muitos investidores estão exigindo aderência a esses conceitos para investir ou manter investimentos em corporações. A pesquisa também aponta que mais de 70% dos ouvidos concordam plenamente ou parcialmente que vale a pena assimilar custos adicionais para atender a princípios de ESG porque isso irá melhorar o desempenho no mercado. A maioria dos ouvidos respondeu que as empresas onde trabalham têm conduzido ações de ESG, distribuídas quase que por igual em programas ambientais, sociais e de governança corporativa. É um resultado bastante positivo.



# RECICLAGEM COM PEGADA SOCIOAMBIENTAL

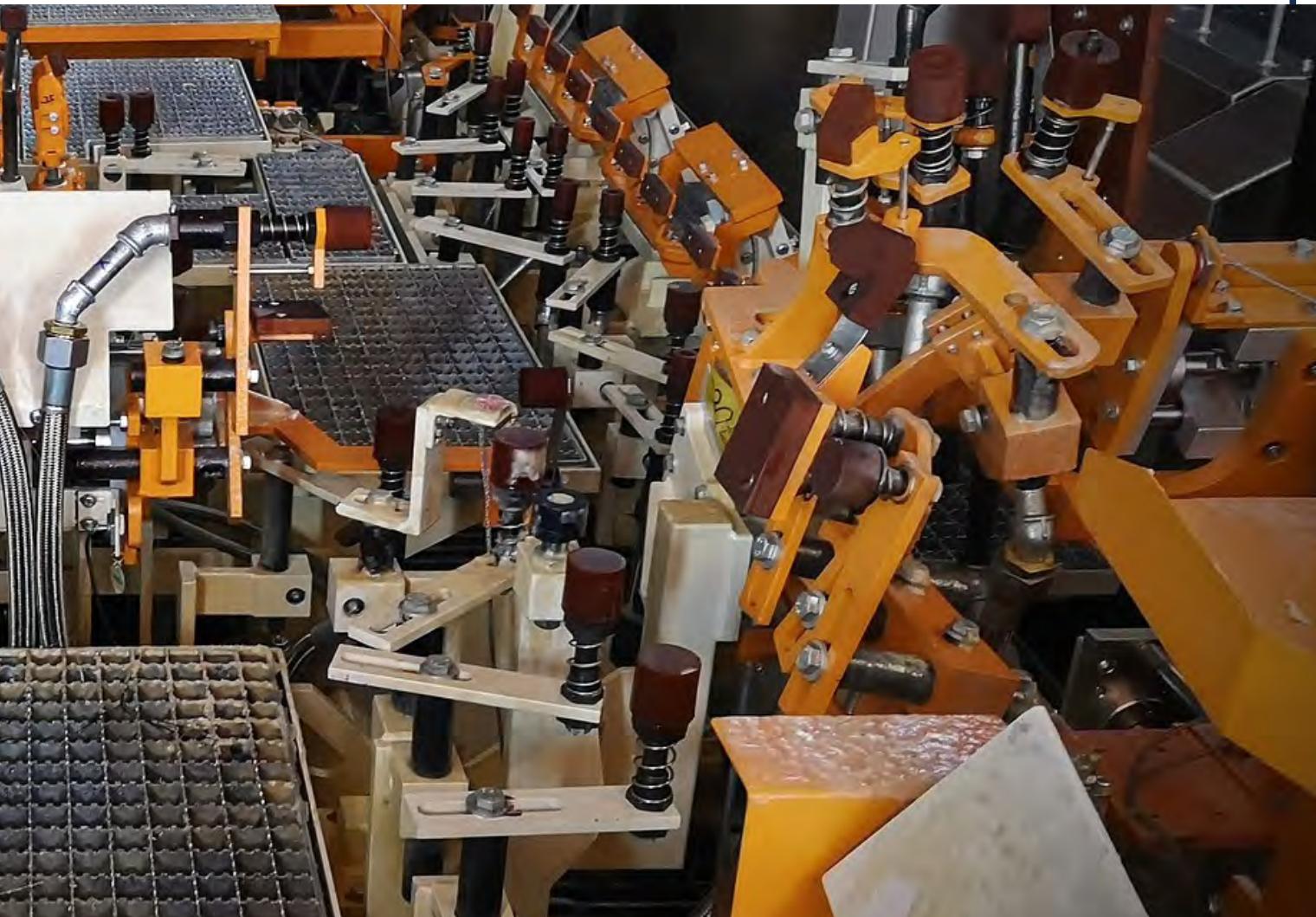


Mais do que retirar materiais ferrosos que podem prejudicar o meio ambiente, é preciso cooperar com elos mais fracos da cadeia automotiva com o objetivo de torná-los mais fortes e competitivos

A sucata metálica é o material que mais traz benefícios ambientais quando reciclada. Uma das razões é que o material ferroso permite amplo ciclo de transformação de matéria em matéria-prima e vice-versa. O descarte, contudo, deve ser feito de maneira profissional e especializado para evitar contaminação do solo que pode ocorrer, especialmente quando há corrosão.

Por isso é sempre recomendável que toda empresa que lida com metais conheça bem o que diz a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS – Lei 12.305/2012) – que incentiva o descarte correto e determina como o processo deve ser feito para não ocorrer danos ambientais.

Para estar alinhada com as normas ambientais, a indústria



automotiva trabalha com grandes empresas especializadas nesse processo de retirada segura e ambientalmente correta de sucata. A Trufer, com mais de 60 anos de atividade, é uma das mais tradicionais e, também, inovadoras deste setor de reciclagem de metais. A empresa presta serviços para grande parte da cadeia automotiva nacional que lida com materiais ferrosos em seus processos fabris.

Com serviços completos em reciclagem de metais, desde a retirada segura, passando pelo transporte adequado e, por fim, processando o material para ser reutilizado, a Trufer também oferece ajuda a empresas metalúrgicas de menor porte, muitas das quais fazem parte da cadeia automotiva, fazendo adiantamento de capital para aquisição de máquinas usadas com o pagamento sendo feito, a prestações, por meio

de sucata ferrosa e não em espécie.

Recentemente duas grandes montadoras no Brasil fizeram leilões de equipamentos obsoletos, especificamente máquinas de conformação de componentes metálicos tais como estampados e fundidos. Metalúrgicas de médio e pequeno porte normalmente se interessam por esses ativos. Esse procedimento de colaboração mútua, gera empregos, capitaliza pequenas empresas, as torna mais eficientes e, sobretudo, competitivas.

Máquinas que seguem sempre rigorosos protocolos de manutenção e segurança, frequentemente são substituídas por semelhantes mais modernizadas nas grandes montadoras e sistêmicas. Por isso mesmo, se estiverem de acordo com as normas de segurança vigentes, podem ser utilizadas



**Metalúrgicas de pequena e grande  
porte têm grande interesse por  
máquinas usadas**

em empresas menores. É um procedimento muito comum em todo o mundo, inclusive em países europeus e asiáticos.

Naturalmente que um equipamento, para ser leiloado, deve estar sempre dentro dos protocolos estabelecidos pelas normas NR12, Normas Regulamentadoras de Saúde e Segurança do Trabalho que especificam condições de proteção para máquinas e equipamentos instalados no Brasil. A última alteração neste texto, feita em 2019, facilitou a viabilidade técnica e financeira para adequação de equipamentos mais antigos mas em perfeito estado.

Os ajustes no texto basicamente retiraram a cláusula que jogava à ilegalidade todas as máquinas fabricadas anterior a 2010, ainda que atendessem todos os padrões de segurança exigíveis quando saíram da linha de produção na época que foram fabricadas, permitindo assim agora adequações viáveis para atendimento das novas exigências.

Para a indústria de fabricação de componentes, tais como tiers 2 ou 3 na cadeia de autopeças, há grande interesse neste tipo de equipamento, como os recém leiloados pelas montadoras no Brasil. Segundo Marcio Trujillo, presidente da Trufer, a empresa possui clientes fiéis que viabilizam seus investimentos através de adiantamento de venda futura da geração de sucata. “Até mesmo matéria prima a Trufer chegou a viabilizar a compra tendo a geração de sucata futura como moeda de troca”, comenta Trujillo.

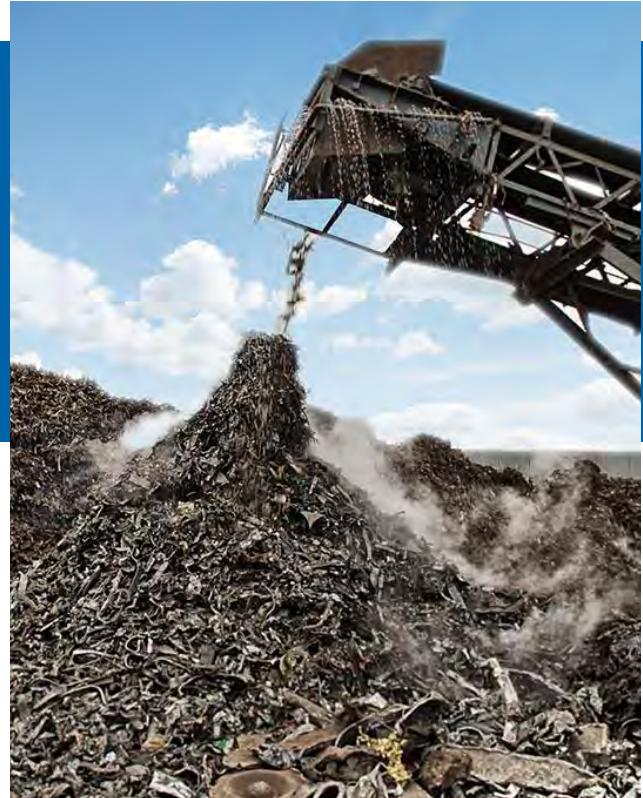
Para assegurar total eficiência operacional às máquinas usadas que são adquiridas por seus clientes, a Trufer possui parceiros para a desmobilização e adequação destas máquinas, como a Lousung, importante empresa do setor de automação de linhas e esteiras transportadoras de apara no setor de estamparias.

Alguns outros tipos de obsolescência na indústria como

**“Até mesmo matéria prima a Trufer chegou a viabilizar a compra tendo a geração de sucata futura como moeda de troca”, diz Márcio Trujillo, presidente da empresa**

embalagens ou estruturas metálicas, galpões ou infra estruturas podem ser vendidos, mas como escolha, sendo descaracterizados em pedaços e comercializados em pedaços de perfis como vigas e tubos para o setor de serralheria e caldeiraria.

Já com relação a dispositivos e ferramentais, a Trufer não realiza venda parcial ou total desta obsolescência, por risco de trazer produtos descontinuados ao mercado, neste caso, o empresário argumenta que são 100% destruídos e na maioria das vezes até auditados por uma empresa terceira, testemunhando que o destino final da sucata foi realmente concluído. A Trufer também tira de circulação máquinas que não atendem as normas NR12. “Atuamos com o objetivo de cooperar com toda cadeia automotiva para torná-la mais eficiente e competitiva mas sem abrir mão, jamais, de protocolos rígidos de segurança”, comenta Trujillo.





# Hyundai celebra 10 anos de bons resultados em Piracicaba

Fábrica já produziu quase 2 milhões de veículos e colocou marca coreana na lista das mais vendidas no País

Por Pedro Kutney

No embalo do mercado que crescia ao ritmo de dois dígitos porcentuais por ano na virada de 2010, era o quarto maior do mundo, já passava de 3 milhões de veículos por ano e apontava para mais de 4 milhões em pouco tempo, a Hyundai embarcou na terceira grande onda de investimentos da indústria automotiva no Brasil, que de 2011 a 2015 motivou a abertura de cinco novas fábricas e a expansão de dezoito já

existentes no País. Uma destas plantas era da companhia coreana, que investiu US\$ 700 milhões em sua primeira unidade industrial na América Latina, inaugurada em Piracicaba, SP, no fim de 2012.

A Hyundai decidiu investir em uma fábrica própria no País já lastreada pelo sucesso de seu importador, o Grupo Caoa, que representa a marca no País desde 1998 e que, em 2007, já tinha começado a montar seus modelos em Anápolis, GO.

Em 2011 o concessionário chegou a vender 100 mil carros da coreana, a maioria importada.

O caso brasileiro é algo sui generis, raro no mundo, pois o Grupo Caoa não cedeu a entregar a representação da Hyundai, ganhou a causa na Justiça internacional e continua até hoje a ser o seu importador oficial aqui. À Hyundai Motor Brasil cabe exclusivamente a venda dos produtos fabricados em Piracicaba, em rede separada de cerca de duzentas concessionárias – na qual, curiosamente, o maior grupo concessionário é o próprio Caoa, com mais de trinta casas.

Apesar do exotismo o arranjo deu certo, pois a Hyundai acertou a mão na

eficiência da fábrica e nos produtos que escolheu para produzir no Brasil, a Caoa interfere pouco ou nada nos resultados. Os três modelos feitos em Piracicaba, o hatch HB20, o sedã HB20S e o SUV Creta, são responsáveis por 97,5% das vendas da marca no mercado brasileiro, e os outros 2,2% são carros montados pela Caoa em Anápolis: o SUV New Tucson e o minicâminho HR – e as importações praticamente desapareceram.

### SUCESSO INSTANTÂNEO

A Hyundai, sua fábrica brasileira e os modelos desenvolvidos para o mercado local integram uma história de sucesso instantâneo. Tanto que apenas um ano após a inauguração a montadora abriu o terceiro turno de produção em Piracicaba, onde além do HB20 entraram em produção suas duas variantes: o sedã HB20S e o aventureiro HB20X.

O hatch HB20, projetado exclusivamente para o Brasil sobre a plataforma do europeu i20, inaugurou a linha de Piracicaba e de imediato protagonizou o maior boom de vendas da época, que persistiu pelos anos seguintes até hoje: o modelo sempre figurou na lista dos mais vendidos desde o lançamento, em 2011 foi o automóvel mais emplacado do País e continua sendo nas vendas acumuladas de janeiro a agosto deste ano.

Com o reforço dos irmãos de plataforma, a linha HB20 fez a Hyundai subir à quarta posição do mercado brasileiro já em 2016, apenas quatro anos após inaugurar a fábrica no Brasil, desbancando pela primeira vez em décadas a Ford, que integrava as chamadas Big 4.

O SUV Creta, este um projeto para mercados emergentes construído sobre a base do Elantra e lançado inicialmente na Índia, entrou em produção na fábrica paulista no fim de 2016 e logo formou filas de espera. Desde então o modelo sempre figura dentre os SUVs mais vendidos e há anos, junto com o HB20, ajuda a garantir a produção em três turnos e no topo da capacidade de Piracicaba, hoje de 210 mil veículos/ano.

## Raio-X Hyundai Piracicaba



Divulgação/Hyundai

CAPACIDADE INICIAL/ATUAL	150 mil/210 mil veículos/ano
PRODUÇÃO ACUMULADA	1 milhão 773 mil veículos
INVESTIMENTO INICIAL/ACUMULADO 2011-2022	US\$ 700 milhões/ US\$ 1,3 bilhão
MODELOS EM PRODUÇÃO	HB20, HB20S, Creta
PROCESSOS FÁBRICA	estamparia, soldagem, pintura, montagem final, motores
NÚMERO DE EMPREGADOS INICIAL/ATUAL	1,8 mil/3 mil 160
ÍNDICE MÉDIO DE NACIONALIZAÇÃO	70%
ÁREA TOTAL/CONSTRUIDA	1,4 milhão m <sup>2</sup> /161 mil 680 m <sup>2</sup>

Com a alta demanda pelos seus produtos nacionais, combinada com a desistência da Ford de produzir no Brasil, a Hyundai reassumiu, nos últimos dois anos, a quarta posição no ranking das marcas mais vendidas.

"Este sucesso começou a ser desenhado desde o início da operação brasileira em Piracicaba com o lançamento de carros pensados para acertar em cheio o gosto do consumidor brasileiro", afirma o vice-presidente de vendas Angel Martinez. "tanto pelo design como pela oferta de equipamentos de série desde as versões de entrada."

Martinez destaca que os planos da Hyundai no Brasil estão baseados na diferenciação da concorrência: "Nós tínhamos de ser diferentes. Se fôssemos fazer da mesma forma que os outros seríamos apenas mais uma marca. Apostamos em oferecer produtos desejados, qualidade, garantia e processos de venda que têm como missão conquistar o cliente pelo resto da vida dele".

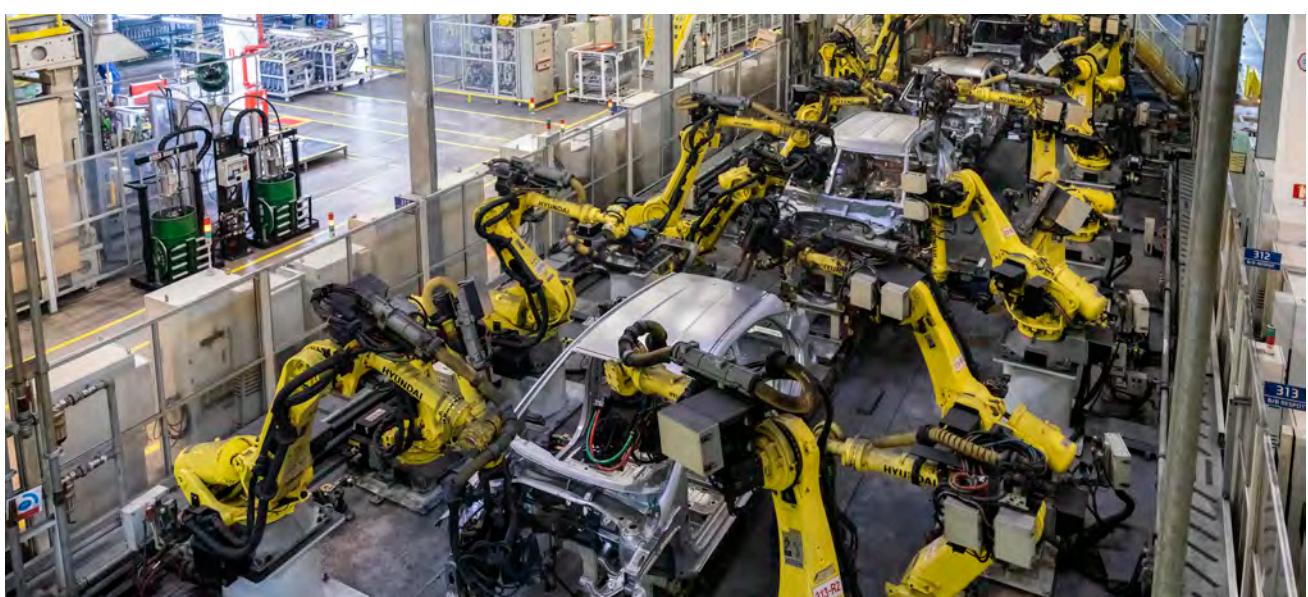
Para acertar tanto no produto antes mesmo de assentar o primeiro tijolo da fábrica a Hyundai enviou ao Brasil alguns de seus mais talentosos designers, que aqui conversaram com representantes de alguns setores, como designers de moda, para compreender do que gostavam os

futuros clientes. Um dos achados daquela época, por exemplo, foi que é muito importante para os brasileiros a aparência esportiva de um carro, o design tem de ser expressivo, forte e dinâmico. Por isso no exterior do HB20 foram adotados vincos mais marcantes do que no irmão europeu i20. Como revela a história recente a fórmula funcionou bem.

Contudo não continuou tão bem em 2019, quando a Hyundai lançou a segunda geração da família HB20 com design que já não agradou tanto, mas o modelo compensou a aparência pouco atraente com sua modernização interior, em versões que incorporaram motor 1.0 turbo de 120 cavalos e tecnologias de assistência ao motorista, como frenagem automática de emergência. Algo parecido aconteceu com a renovação do Creta, relançado em 2021 com visual bastante diferente do comum.

O que foi considerado um tropeço da Hyundai não foi muito sentido pois seus carros nacionais continuaram vendendo muito bem, o HB20 liderou as vendas de automóveis em 2021 e, na primeira metade de 2022, o Creta continua dentre os SUVs mais vendidos, ainda que em mercado distorcido pela falta de carros.

No caso da linha HB20 o que poderia ser um problema mais adiante foi rapidamente



## 10 anos de produção no Brasil



**2012** Em 20 de setembro, a Hyundai inicia a operação, em dois turnos e com 1,8 mil empregados, de sua sétima unidade industrial própria fora da Coreia do Sul e a primeira no Brasil e na América Latina, em Piracicaba, SP, onde começa a ser produzido o hatch HB20, projeto desenvolvido sobre a plataforma do europeu i20 especialmente para o mercado brasileiro.

**2013** São lançados os modelos complementares da família HB20, o sedã HB20S e o aventureiro HB20X. Em setembro, um ano após o início da operação em Piracicaba, são contratados mais setecentos empregados para abrir o terceiro turno de produção, a fábrica passa a contar com 2,5 mil funcionários.

**2015** Anunciado investimento de R\$ 100 milhões para criar em Piracicaba o primeiro centro de desenvolvimento da Hyundai no Hemisfério Sul, que entra em operação em 2016, dedicado a desenvolver tecnologias exclusivas para o Brasil, como motores flex.

**2016** Em março, fábrica faz sua primeira exportação, de seiscentas unidades do HB20 para o Paraguai. Hyundai fecha o ano como quarta marca de veículos mais vendida, com 10% de participação e quase 200 mil emplacamentos, 167,6 mil deles produzidos em Piracicaba.

**2017** Em janeiro, começam as vendas do quarto modelo Hyundai produzido em Piracicaba, o SUV compacto Creta, desenvolvido para mercado emergentes sobre a plataforma do sedã Elantra.



**2018** Em agosto, a fábrica de Piracicaba alcança seu primeiro 1 milhão de carros produzidos.

**2019** Marca lança segunda geração da família HB20 hatch e sedã com novo design, além de versões com motor turbo 1.0 de 120 cv e frenagem automática de emergência.

**2021** É lançada a segunda geração do SUV Creta produzido em Piracicaba. HB20 fecha o ano como automóvel mais vendido do Brasil.

**2022** Marca executa nova remodelação no design da linha HB20 e introduz novas tecnologias de assistência à direção no hatch e sedã, lançados em agosto. Junto com a nova linha HB20, o complexo de Piracicaba nacionaliza a produção de motores, começando pelo modelo 1.0 aspirado.



corrigido apenas dois anos depois do lançamento da segunda geração do hatch e do sedã: em agosto passado ambos foram relançados com visual completamente redesenhado e bem melhor recebido pela crítica.

### FORÇA DO GRUPO

Para levantar sua primeira fábrica na América Latina a Hyundai contou com a força vertical do grupo empresarial ao qual pertence, um dos maiores do mundo, com ramificações em vários setores, incluindo siderurgia, estaleiros, robótica, engenharia industrial, maquinário pesado e, claro, autopeças.

Junto com a fábrica de carros vieram nove fornecedores estratégicos que se instalaram dentro da área do complexo industrial em Piracicaba. São todas empresas coreanas, nas quais a Hyundai tem participação societária em diferentes níveis, que juntas fornecem mais de 70% dos componentes e sistemas usados na linha de Piracicaba. Além destes a planta inaugurou operações com outros 21 fornecedores no País.

Boa parte do maquinário instalado na fábrica foi fornecido por empresas do próprio Grupo Hyundai, incluindo robôs, prensas de grande porte, equipamentos industriais e muitos dos sistemas de infor-

mática utilizados para controlar tudo. Até mesmo a terraplanagem e as fundações do terreno foram feitas com máquinas de construção Hyundai. Quase tudo que se vê nas linhas, assim, é feito ou tem participação da corporação coreana.

A fábrica nasceu com alto grau de automação, com quase 100% das operações executadas por robôs nas prensas de estamparia, na solda de carrocerias e na pintura. Na montagem final a unidade inaugurou no Brasil o sistema em que 60% de todas as peças são levadas à linha de forma sequenciada por carrinhos automatizados, os AGVs, que rodam ao lado dos carros em montagem abastecidos com as peças especificadas para cada veículo.

Este ano, junto com o lançamento dos novos HB20 e HB20S em agosto, a planta de Piracicaba concluiu investimento estimado de R\$ 350 milhões para iniciar a produção de motores no complexo, começando pelo modelo 1.0 aspirado que equipa versões do hatch. No futuro próximo também deve ser nacionalizado o 1.0 turbo com injeção direta.

Assim, em ritmo acelerado desde o início, a Hyundai vem escrevendo sua bem-sucedida história industrial no Brasil, ao lado de uma também eficiente estratégia comercial de produto, com o carro certo no momento certo. ■





SER RECONHECIDO  
POR UMA DAS MAIORES  
MONTADORAS DO MUNDO  
PELA QUALIDADE  
DE NOSSOS PRODUTOS.  
ESTE É O NOSSO  
MAIOR PRÊMIO.

MOURA. A MARCA DE BATERIAS PREMIADA  
NO SUPPLIER QUALITY EXCELLENCE AWARD 2022.

Acreditamos que investir em inovação,  
tecnologia e sustentabilidade é vital  
para estarmos sempre à frente, trabalhando  
para entregar produtos com alto grau  
de confiança e durabilidade.



ENERGIA  
PARA MOVER  
O FUTURO



# Honda Automóveis completa 25 anos de produção no Brasil

**Estimulada pelo regime automotivo empresa inaugurou primeira fábrica, em Sumaré, em 1997**

Por Soraia Abreu Pedrozo

**A** Honda Automóveis celebra em outubro 25 anos de produção no Brasil. Com R\$ 7 bilhões investidos ao longo deste período na nacionalização de meia dúzia de produtos e duas fábricas no Interior paulista, a empresa foi a primeira das newcomers a abrir unidade industrial no País, em Sumaré, SP, no fim de 1997, após aporte inicial de US\$ 150 milhões.

A empresa, que já produzia motos em Manaus, AM, desde 1976, e havia começado a importar automóveis em 1992, foi estimulada a produzir carros pelos incentivos do regime automotivo criado pelo governo em 1995 para atrair novos fabricantes de veículos e ampliar os já existentes, o que atraiu uma dezena de montadoras.

A história da Honda no País, no entanto, teve início duas décadas antes, quando, nos anos 1970, adquiriu o terreno de 1,7 milhão de m<sup>2</sup> em Sumaré. O objetivo, à época, era produzir motocicletas mas, diante dos atrativos tributários da Zona Franca de Manaus, a Moto Honda Amazônia se estabeleceu por lá, onde está há 45 anos.

Em 1992, logo após a abertura do mercado brasileiro às importações de veículos, a Honda começou a trazer seus carros, começando com o sedã Accord e, depois, o Civic – que viria a ser o primeiro Honda nacional. Quando o governo federal impôs barreiras tarifárias aos modelos importados e lançou o regime automotivo, que permitia importar sem tarifas em troca da



Divulgação/Honda

promessa de abrir fábrica no País, a Honda foi das primeiras a se enquadrar – junto com Renault, PSA Peugeot Citroën e Mercedes-Benz Cars.

Mesmo tendo adquirido o terreno no Interior de São Paulo vinte anos antes a Honda pleiteou incentivos e obteve benefícios estaduais e municipal, incluindo doação de área adicional em Sumaré, que viria a ser o futuro campo de provas.

### INÍCIO TÍMIDO E EXPANSÃO

A vinda da Honda Automóveis quebrou um hiato de 21 anos sem inaugurações de novas fábricas de veículos no País: a última havia sido a Fiat, que se instalou em Betim, MG, em 1976. Mas o início foi bastante tímido. Após a inauguração da planta de Sumaré, em 6 de outubro de 1997, apenas vinte unidades do sedã Civic,

em sua sexta geração, saíam diariamente da linha de montagem.

A capacidade inicial da fábrica, com quatrocentos funcionários, era de 15 mil veículos por ano. Mas o plano era bem mais ambicioso: atingir 200 mil/ano a partir de 2005. Quando a data chegou, no entanto, o volume foi de 70 mil veículos, incluindo na conta o Civic e também o compacto Fit, que entrou em produção em 2003.

Os negócios só melhoraram no fim daquela década, depois do lançamento de nova geração do New Civic, em 2006, que formou filas de espera e levou a fábrica a trabalhar perto da capacidade máxima. Hoje, com 2,2 mil empregados, a capacidade de produção da Honda no Brasil, toda ela transferida para Itirapina, SP, é de 120 mil unidades/ano. O total acumulado em 25 anos ultrapassa 2 milhões de veículos produzidos.

A Honda ampliou pouco a pouco a localização de componentes para seus produtos no País. Houve um processo para estruturar a rede de fornecedores para Sumaré, que começou com 33 empresas. O Civic tinha índice nacionalização inicial 47% em 1997, um ano depois passou a 58% e, em 2004, subiu a 70%.

Os motores com bloco e cabeçote de alumínio, que eram importados, começaram a ser produzidos na planta paulista a partir de 2008, após investimento de R\$ 130 milhões em uma nova área fabril que ocupou 13,5 mil m<sup>2</sup>. Após o Civic, em 1997, e o Fit, em 2003, só em 2009 entrou em produção o terceiro Honda nacional, o sedã compacto City.

Em 2014, para se enquadrar ao Inovar-Auto, com o objetivo de ampliar a nacionalização para 80% e a fim de aprimorar o trabalho feito pelos laboratórios para testes de motor, foram investidos R\$ 100 milhões para inaugurar o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento de Automóveis em Sumaré. Foi construído novo laboratório, equipado com dois dinamômetros de chassis e sistema de medições de emissões, que contribuíram para o desenvolvimento local de componentes e sistemas de motor e transmissão.

## Raio-X Honda Automóveis do Brasil



<b>INVESTIMENTOS 1997-2022</b>	R\$ 7 bilhões
<b>FÁBRICAS</b>	Sumaré e Itirapina, SP
<b>FUNCIONÁRIOS</b>	2,2 mil
<b>CAPACIDADE</b>	120 mil automóveis/ano + 2 milhões de veículos
<b>PRODUÇÃO ACUMULADA ATÉ 2021</b>	New City sedã, New City hatchback, HR-V e WR-V (exclusivo para exportação)
<b>PRODUÇÃO LOCAL</b>	Estamparia, solda de carrocerias, pintura, montagem final, motores e injeção de peças plásticas.
<b>PROCESSOS PRODUTIVOS</b>	



O novo centro liderou o primeiro projeto nacional da Honda, o WR-V, com estilo SUV, produzido sobre a plataforma do Fit a partir de 2017.

No mesmo ano foi inaugurado parque eólico em Xangri-La, RS, ao custo inicial de R\$ 100 milhões e com a missão de suprir toda a demanda de energia elétrica da fábrica de Sumaré e, consequentemente, reduzir 2,2 mil toneladas de CO<sub>2</sub> emitidas por ano. Para operar a estrutura foi criada a Honda Energy do Brasil.

Desde então o empreendimento já gerou mais de 591 mil MWh e evitou a emissão de mais de 42 mil toneladas de CO<sub>2</sub> no meio ambiente. Até o momento a Honda contabiliza que 859 mil automóveis foram produzidos com energia limpa.

#### A REESTRUTURAÇÃO NO PAÍS

Com o boom do mercado brasileiro no início dos anos 2010 a Honda decidiu dar um passo no Brasil que provou ser maior do que era sustentável. Em 2013 foi anunciado novo investimento, de R\$ 1 bilhão, para construir sua segunda fábrica brasileira, em Itirapina, SP, que faria dobrar a capacidade de produção no País para 240 mil unidades/ano e desafogar a apertada linha de Sumaré, que operava no limite da capacidade, em três turnos.

A novela da planta de Itirapina se arrastou por seis anos. O plano era iniciar a produção do Fit na nova fábrica a partir

de 2016 – mesmo ano em que foi lançando o quarto Honda nacional, o HR-V, que obteve sucesso instantâneo de vendas na ascendente categoria de SUVs compactos. A planta ficou pronta, mas diante da recessão econômica que se avizinhava a Honda preferiu manter a unidade fechada, sem produção.

Em 2016, em entrevista a AutoData, Roberto Akiyama, hoje vice-presidente comercial da Honda South America, declarou: “A unidade de Itirapina seria responsável por desafogar a produção de Sumaré e ampliar a capacidade de produção de modelos como o HR-V. No entanto a inauguração, que estava prevista para o primeiro semestre deste ano, já não tem mais data para ser realizada. Só faremos isso quando o mercado sinalizar uma recuperação. Já está tudo pronto, mas não contratamos funcionários, que devem somar 2 mil, para não termos de lidar com questões de ajustes de mão de obra, como lay-off e férias coletivas”.

Cortando para fevereiro de 2019, quase três anos e meio depois da data esperada para a inauguração, a fábrica de Itirapina finalmente começou a operar com a produção do Fit. Pouco depois a Honda divulgou seu plano de transferir toda a produção de veículos de Sumaré para a nova planta até 2021, o que efetivamente foi feito. Mas a primeira unidade industrial no País foi mantida e, hoje, segue produzindo motores, peças plásticas injetadas e também sedia o centro de pesquisa e desenvolvimento.

O fim desse processo culminou com a reformulação de todo o portfólio de carros nacionais da Honda no País. No ano passado saíram de linha o Fit e o Civic – o sedã passa a ser importado. O WR-V continuou em produção só para exportação. No início de 2022 entrou em produção em Itirapina a nova geração do City, desta vez em versões sedã e hatch. No meio do ano foi a vez de iniciar a fabricação dos novos HR-V, desta vez com motorização aspirada e turbo.

Assim a Honda concluiu o primeiro quarto de século de sua história de produção de automóveis no Brasil, sempre com cautela, mas com produtos que ganharam reputação e a confiança do brasileiro.

## 25 anos de produção no Brasil

**1997** Inauguração da fábrica de automóveis em Sumaré, SP, e início da produção do Honda Civic nacional (sexta geração do modelo), com volume diário de produção de vinte unidades.



**2000** Lançamento da sétima geração do Honda Civic no Brasil, produzido em Sumaré.

**2003** Lançado o Honda Fit, segundo carro produzido pela Honda em Sumaré, e primeiro carro nacional a oferecer transmissão automática CVT.

**2005** Honda Fit nacional passa ter motor 1.5 e começa a ser exportado para o México.

**2006** New Civic, oitava geração do modelo, começa a ser produzido em Sumaré e forma filas de espera. Honda adota tecnologia flex no Fit e New Civic.

**2008** Honda inicia a produção de motores e inaugura unidade de powertrain em Sumaré.

**2009** Lançamento do sedã Honda City, o terceiro modelo produzido no Brasil.



**2012** Lançamentos da nona geração do Honda Civic que entra em produção em Sumaré, que celebra a marca de 1 milhão de veículos produzidos na planta. Início da construção do Centro de Pesquisa e Desenvolvimento da Honda em Sumaré, inaugurado em 2014.

**2013** Honda anuncia investimento de R\$ 1 bilhão para construir sua segunda fábrica de automóveis no País, em Itirapina, SP. A planta ficou pronta no fim de 2015 mas devido à situação econômica desfavorável permaneceu fechada até 2019.

**2015** Honda lança o HR-V, seu primeiro SUV nacional e quarto modelo produzido em Sumaré, que passa a ser sede administrativa da Honda América do Sul e Honda Automóveis do Brasil.



**2016** Lançamento da Geração 10 do Civic. Honda Automóveis atinge 1,5 milhão de unidades produzidas no País.

**2017** Lançamento do WR-V, primeiro modelo desenvolvido pelo Centro de Pesquisa e Desenvolvimento da Honda no Brasil.



**2019** Inauguração da fábrica de Itirapina, SP, para onde a Honda decide transferir toda sua produção nacional de veículos da marca, começando pelo Fit.

**2021** Fit e Civic nacionais saem de linha. WR-V segue em produção só para exportação. Honda lança o New City em versões sedã e hatch e termina a transferência da produção de Sumaré para Itirapina.

**2022** Lançamento do New HR-V no Brasil com duas opções de motorização, 1.5 DI i-VTEC e o inédito 1.5 DI VTEC turboflex. O modelo também é produzido em Itirapina.



Baixe a  
programação  
completa

CONGRESSO

# PERSPECTIVAS 2023

Evento On-line de 24 a 28 de Outubro

## PROGRAMAÇÃO\*

\* programa sujeito a confirmação

24  
out

13h45/14h00

Abertura Oficial/Boas-Vindas  
**Marcio Stéfani**, diretor de AutoData

14h00/14h40

Palestra **Márcio de Lima Leite**, presidente da Anfavea  
Tema: As perspectivas para 2023, os desafios e a possível recuperação da produção

14h40/15h20

Palestra presidente de montadora

15h20/15h50

Palestra presidente de montadora

15h50/16h10

Intervalo para café e votação **Prêmio AutoData 2022**

16h10/16h50

Palestra **Pablo Di Si**, presidente da Volkswagen América do Norte  
Tema: O futuro do setor automotivo na América Latina

16h50/17h30

Painel perspectivas máquinas agrícolas e de construção  
Convidados

**Pedro Estevão Bastos De Oliveira**, presidente da Câmara Setorial de Máquinas e Implementos Agrícolas da Abimaq - Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos e  
**Alexandre Bernardes**, presidente da Câmara Setorial de Máquinas Rodoviárias da Abimaq - Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos



25  
out

13h45/14h20

Abertura e palestra de boas-vindas patrocinada

14h20/15h00

Palestra **Cláudio Sahad**, presidente do Sindipeças  
Tema: As perspectivas para 2023 e o desafio da transição para a eletrificação na cadeia de autopartes

15h00/15h30

Palestra presidente de montadora

15h30/15h50

Intervalo para café e votação **Prêmio AutoData 2022**

15h50/16h20

Palestra presidente de montadora

16h20/17h00

Painel perspectivas varejo automotivo - automóveis  
Convidados

**César Fernando Álvares de Moura**, presidente da Associação Brasileira dos Distribuidores Volkswagen  
**Hertzl Badra Bennesby**, presidente da Associação Brasileira dos Concessionários Chevrolet  
**José Carlos Dourado**, presidente da Associação Brasileira dos Concessionários Fiat e Jeep



17h00/17h40



2023 tem tudo para ser um ano especial: A recuperação do mercado interno, a programação da produção para atender essa demanda, a necessidade de crescimento das exportações serão temas abordados pelos líderes setoriais, pelos presidentes dos fabricantes de veículos e da cadeia de suprimentos durante este Congresso, que tem como objetivo mostrar de forma detalhada as estratégias e as projeções das empresas para 2023.

---

#### PATROCINADORES

---



---

#### APOIADORES

---



---

#### APOIADORES INSTITUCIONAIS

---



# AUTODATA

• SEMINÁRIOS •

Informações/inscrições:

(11) 93372 1801

[vanvianna@autodata.com.br](mailto:vanvianna@autodata.com.br) | [seminarios@autodata.com.br](mailto:seminarios@autodata.com.br)

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



Divulgação/Toyota

# Toyota soma 10 anos e 1 milhão em Sorocaba

Fábrica já recebeu investimento de R\$ 3,1 bilhões e prepara novo ciclo com mais um veículo híbrido flex

Por Pedro Kutney

**H**á dez anos, em 8 de agosto de 2012, a Toyota completou o que até então foi o seu maior investimento no Brasil, da ordem de R\$ 1 bilhão, com a inauguração de sua terceira e maior fábrica no País, em Sorocaba, SP. Uma década depois a unidade soma 1 milhão de veículos produzidos e mais do que dobrou sua capacidade, de iniciais 74 mil para atuais

154 mil carros/ano: é a sua maior fábrica no Hemisfério Sul.

No total a Toyota já investiu R\$ 3,1 bilhões em Sorocaba, pouco mais da metade de todos os recursos investidos no País ao longo dos dez últimos anos, e em breve um novo ciclo de investimento deve ser anunciado, para produzir um quarto modelo na unidade – além do SUV Co-

rolla Cross, Yaris hatch e sedã e do Etios hatch e sedã, este último somente para exportações a mercados sul-americanos fora o Brasil.

A expectativa é que seja fabricado em Sorocaba um SUV compacto, possivelmente o Yaris Cross usando a plataforma TNGA, a mesma sobre a qual já são produzidos aqui o Corolla Cross e o sedã Corolla, este feito em Indaiatuba, SP. Já está confirmado que, assim como as duas versões de Corolla produzidos no Brasil, o novo modelo terá versão eletrificada híbrida flex, com motor a combustão bi-combustível etanol-gasolina.

### TERCEIRA ONDA

A terceira fábrica de veículos da Toyota no Brasil acompanha a história do setor automotivo no País e coincidiu com a terceira grande onda de investimentos da indústria. Na primeira, no fim dos anos 1950, a Toyota iniciou sua internacionalização com a primeira unidade industrial fora do Japão, inaugurada em São Bernardo do Campo, SP, em 1959. A segunda ocorreu com o boom provocado pelos incentivos do regime automotivo, de 1995, quando decidiu investir em mais uma planta, em Indaiatuba, SP, que começou a produzir o Corolla em 1998.

A decisão de investir em mais uma fábrica foi ancorada pelo robusto e acelerado crescimento do mercado brasileiro no início dos anos 2010, quando as vendas domésticas já superavam os 3 milhões de veículos/ano. Para aproveitar esta expansão a Toyota precisava de mais capacidade e de um modelo popular compacto, na época a categoria dos carros mais vendidos no País. Adaptou, então, um projeto indiano, o rústico Etios, em carrocerias hatch e sedã, que inaugurou a produção de Sorocaba, em 2012.

A fábrica já tinha sido projetada para dobrar de tamanho quando isso fosse necessário para atender à demanda e as ampliações foram sendo feitas gradualmente.

O Etios nunca esteve na lista dos carros mais vendidos do mercado brasileiro, mas obteve volume suficiente para fazer

## Raio-X Toyota Sorocaba



CAPACIDADE INICIAL/ATUAL 74 mil/158 mil veículos/ano

PRODUÇÃO ACUMULADA 1 milhão de veículos

INVESTIMENTOS ACUMULADOS R\$ 3,1 bilhões

- CICLOS DE INVESTIMENTOS
- Inicial de R\$ 1 bilhão para construção da fábrica, concluída em 2012
  - 2015, R\$ 100 milhões para aumento de capacidade de 74 mil para 108 mil unidades/ano (2015)
  - 2016-2017, R\$ 1 bilhão para produção do Yaris
  - 2019-2021, R\$ 1 bilhão para a produção do Corolla Cross

MODELOS EM PRODUÇÃO Etios hatch, Yaris hatch/sedã, Corolla Cross

PROCESSOS FABRIS Estamparia, soldagem, pintura, montagem final

NÚMERO DE EMPREGADOS 3 mil 236

FORNECEDORES NACIONAIS PRODUTIVOS 97 (onze ao lado da planta)

ÍNDICE MÉDIO DE NACIONALIZAÇÃO 70%

ÁREA TOTAL/CONSTRUÍDA 3,7 milhões m<sup>2</sup>/130 mil 269 m<sup>2</sup>

## Os 10 anos da Toyota em Sorocaba

### 2012

Em 9 de agosto inauguração em Sorocaba da terceira fábrica da Toyota no Brasil, com inicio da produção do Etios hatch e sedã.

### 2015

Primeira ampliação de capacidade, de 74 mil unidades/ano para 108 mil unidades/ano.

### 2018

Lançamento do terceiro veículo produzido no Brasil e o segundo na planta de Sorocaba, o Yaris hatch e sedã.

### 2021

Início da produção do segundo modelo híbrido flex do mundo, o SUV Corolla Cross.

### 2022

Celebração de 10 anos da planta somando 1 milhão de veículos produzidos.

a produção crescer, o que pavimentou o segundo ciclo de investimento na planta de Sorocaba, de R\$ 1 bilhão, para começar a produzir, a partir de 2018, a família Yaris, modelo posicionado em categoria de compacto superior em carrocerias hatch e sedã.

O maior impulso veio no mais recente programa de investimento de R\$ 1 bilhão, que trouxe para o Brasil a produção do primeiro SUV nacional da marca em Sorocaba, o Corolla Cross, que ampliou significativamente as linhas de produção e também multiplicou o número de países para exportações.

Além do sucesso no mercado interno os modelos made in Sorocaba são vendidos em diversos países da América Latina, como Argentina, Paraguai, Uruguai, Chile, Colômbia, Peru. Segundo a Toyota a vocação exportadora da planta garantiu, somente nos primeiros sete meses deste ano, a produção de mais de 95 mil veículos. Perto de metade deles, pouco mais de 47 mil, foram exportados a mercados latino-americanos.

### PROJETO ECOLÓGICO

A fábrica da Toyota em Sorocaba foi a primeira da empresa no País a adotar o conceito de Ecofactory. Todo o projeto incorpora conceitos de ecoeficiência, com o objetivo primário de não afetar a qualidade de vida dos habitantes do município e das cidades vizinhas nem gerar contaminação ambiental.

Utilizando este conceito o consumo de água e a emissão de efluentes foram reduzidos com uma estação de tratamento própria, 99% dos resíduos gerados na operação são reciclados, a fábrica usa energia renovável certificada e concentra seus principais fornecedores a apenas 1 quilômetro de distância, reduzindo a circulação de caminhões e o consumo de diesel.

Outra ação destacada pela Toyota são os dez anos do Morizukuri, que idealizou uma floresta ao redor da fábrica de Sorocaba. A floresta já chegou à fase adulta, com 134 mil árvores, de 143 espécies nativas diferentes, em um espaço de 4 hectares, o que equivale a uma área aproximada de quatro campos de futebol. A área é campo de trabalho para universidades locais, que executam estudos ambientais e pesquisas científicas, o que já ajudou na formação de mais de 110 estudantes e foi tema de cinco dissertações de mestrado.

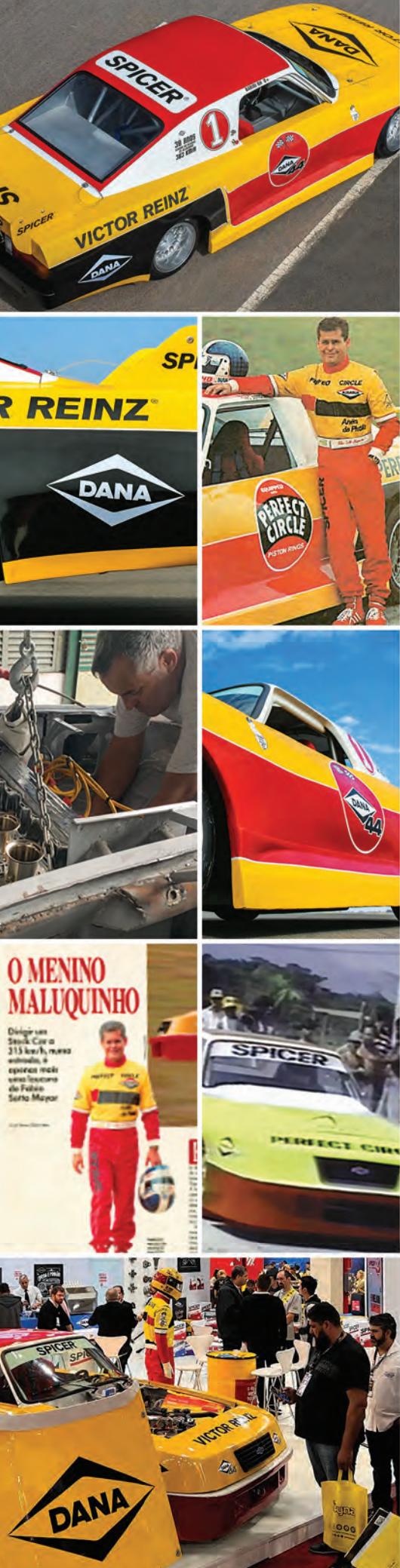
A planta da Toyota se prepara para dar início nos próximos meses a um novo programa para receber visitantes na unidade. O Centro de Visitas – que até 2020 ficava na fábrica de São Bernardo do Campo, que está sendo desativada – foi remodelado e transferido para lá, onde as pessoas poderão aprender sobre a história da fabricante, desde seu surgimento no Japão, sua chegada ao Brasil e os grandes marcos da empresa nos mais de sessenta anos no País até os dias atuais.



# Dana. Movendo o que importa para reconstruir a história do automobilismo brasileiro.



Há pouco mais de 30 anos, o recorde brasileiro de velocidade foi quebrado por Fábio Sotto Mayor, pilotando um Opala customizado. Tão épica quanto a quebra do recorde foi a recuperação deste ícone do automobilismo brasileiro pela Dana. Recriar esse carro após três anos de pesquisas e fabricação de componentes e peças especiais só vem reforçar a capacidade criativa, energia e paixão de nossos profissionais pelo mundo sobre rodas. Nada mais apropriado para celebrar os 75 anos da Dana no Brasil.



# Região em desarmonia

**4º Congresso Latino-Americano de Negócios do Setor Automotivo expõe contrastes, muitas oportunidades e desunião**

Redação AutoData



**N**o sentido figurado pode-se dizer que a América Latina é uma região, do ponto de vista do setor automotivo, onde se falam muitas línguas, apesar de oficialmente português e espanhol serem os idiomas da maioria dos falantes que se entendem, até que bem, em portunhol. E essa desarmonia não ocorre apenas do Brasil com os demais países, mas em quase todas as confusas relações bilaterais.

O Mercosul, em tese o mais organizado bloco regional, tem suas diferenças: apesar da visão das montadoras de complementação de produção do Brasil e da Argentina, onde há mais presença industrial, não há convergência de regulamentações, fazendo com que produtos de um país não sejam aceitos em outros. A Colômbia, que também produz veículos,

não consegue fazer parte de um setor industrial complementar porque existem cotas de exportação e importação de lá para os integrantes do Mercosul.

A região, onde a população tem menor poder aquisitivo, terá mercado de 4,1 milhões de unidades em 2025, sem contar o México, segundo a Bright Consulting. Boa parte do volume será de veículos asiáticos, especialmente no Chile, onde os chineses já respondem por um terço das vendas – não há barreiras para importação pois o país não tem fábricas de automóveis.

Como fazer, então, para que a região seja mais integrada? Este foi o tema de parte das discussões da quarta edição do Congresso Latino-Americano de Negócios do Setor Automotivo, organizado por AutoData de 15 a 19 de agosto.



Presidente da Aladda, associação das concessionárias da América Latina que congrega dezenove entidades representantes de revendedoras da região, Alessandro Saubidet acredita que o mercado latino-americano poderá chegar a 6 milhões de veículos/ano, embora, atualmente, gire em torno de 3,5 milhões de unidades.

### POTENCIAL ELÉTRICO

A eletrificação é ponto divergente. Dentro os fabricantes, especialmente no Brasil e na Argentina, é enxergada oportunidade para tornar a região polo exportador de veículos a combustão, que, acreditam, continuarão desempenhando protagonismo nos países subdesenvolvidos por causa do alto custo dos híbridos e elétricos.

Mas na Colômbia, por exemplo, a política é de incentivo à eletrificação: segundo a Andemos, Associação Nacional de Mobilidade Sustentável, no primeiro semestre foram emplacados no país 1,8 mil modelos 100% elétricos, crescimento de 256% sobre 2021, fazendo do mercado colombiano o maior de toda a América Latina para BEVs, battery electric vehicles. A estes se somam 1,3 mil híbridos plug-in e 5,7 mil híbridos fechados, também com expressivo crescimento de 89% e 87%, respectivamente, em comparação com 2021, colocando a

Colômbia como terceiro maior mercado de eletrificados na América Latina.

Oliveiro Enrique Garcia Basurto, presidente da Andemos, contou que a Colômbia adotou diversos incentivos aos elétricos nos últimos anos. A carga tributária de um BEV chega a ser 14 pontos porcentuais mais baixa comparada à cobrada por um modelo com motor a combustão. A alíquota de importação foi zerada para veículos 100% elétricos, sem limitação de volumes, e para híbridos foi reduzida a 5%, limitada a uma cota máxima de 2,3 mil unidades este ano e 3 mil em 2023 – este número seguirá subindo até 2027.

No Chile os ônibus elétricos são regra: na capital, Santiago, serão inseridos mais de 1 mil veículos elétricos até dezembro, fazendo com que a frota chilena nesse segmento seja a segunda maior do mundo, atrás apenas da China. Há participação do governo na compra dos ônibus elétricos, importados da China, segundo Diego Mendoza Benavente, secretário geral da Anac, Associação Nacional Automotiva do Chile.

Dados da entidade apontam que de janeiro a julho a venda de veículos leves eletrificados chegou a 3,7 mil unidades, avanço de 156% na comparação com igual período do ano passado.



Em uma visão surpreendente a vice-presidente da General Motors na América do Sul, Marina Willisch, enxerga na região polo exportador de veículos elétricos. A executiva disparou que o Brasil e o sub-continentes têm papel fundamental na disruptão do setor automotivo e da transformação da mobilidade rumo à eletrificação.

"A GM acredita que o Brasil e a América do Sul têm potencial enorme de tornarem-se atores importantes no futuro da mobilidade elétrica. Apostamos que o País pode ser polo de produção, exportação e desenvolvimento tanto de produtos como de tecnologias da eletrificação."

Willisch citou como motivos que reforçam essa visão da GM o mercado consumidor desenvolvido e ávido por tecnologia e inovação, além das maiores reservas de minerais próprios para a produção de baterias estarem localizadas na América do Sul, incluindo lítio, manganês, níquel, nióbio e grafite.

"Sabemos que mais de 50% do custo dos veículos elétricos se deve às baterias. A mobilidade elétrica do mundo dependerá dos nossos minerais. Por que, então, não transformar essa exportação de commodity em um grande negócio? Gerar e agregar valor. Deixar de ser o Brasil colônia e se transformar em um grande exportador de veículos elétricos."

### OLHO NA COMBUSTÃO

Anfavea e Adefa, que representam as montadoras no Brasil e na Argentina, pensam diferente da executiva da GM. O presidente da Anfavea, Márcio de Lima Leite, projetou que, em um mercado global de cerca de 80 milhões de unidades, serão pelo menos 20 milhões de veículos não eletrificados. Eles precisarão ser produzidos em alguma região, o que, na sua visão, abre grande oportunidade para Brasil e Argentina se tornarem uma base exportadora para atender boa parte dessa demanda:

"Muitos países da Europa não poderão nem produzir veículos a combustão. Isso abre espaço para os que têm indústria com alta capacidade e tecnologia, caso das fábricas no Mercosul. Podemos atender a essa demanda por dez, quinze ou vinte anos, mas ainda temos de avançar na questão de preços e custos".

Gustavo Salinas, vice-presidente da Adefa, lembra que muito trabalho precisa ser feito para que a região seja mais competitiva. O executivo, assim como seu colega da Anfavea, propõe a maior integração das indústrias para que a região seja protagonista das exportações no futuro:

"Temos de seguir trabalhando junto com os setores público e privado em busca de mais harmonia da indústria dos dois

países, com normas de segurança e meio ambiente iguais. Também precisamos trabalhar para que políticas de promoção industrial aconteçam".

### INTEGRAÇÃO DE AUTOPEÇAS

A cadeia de autopeças também pede mais integração para que o processo já visto de desindustrialização seja interrompido. Números apresentados no Congresso por Raúl Amil, presidente da Afac, Associação de Fábricas Argentinas de Componentes, mostram que enquanto um terço das importações de componentes da Argentina provém do Brasil apenas 5% das compras brasileiras são argentinas.

"Muitas vezes precisamos que a autopeça esteja na Argentina. Mas se não houver escala, como o mercado local é pequeno, causa desânimo ao investidor, que começa a se questionar se vale a pena seguir no país. Temos também a questão de produzir peças com tecnologia embarcada, adicionalmente ao problema de competitividade, que se agrava com a volatilidade da economia argentina, que passa por momento desafiador."

Cláudio Sahad, presidente do Sindipeças, disse que muito da diferença na questão das importações diz respeito ao tamanho dos mercados locais e ao volume de produção. Ele assinalou que nas duas últimas décadas os países latino-america-

nos vêm perdendo relevância na produção de autopeças. O valor adicionado gerado pela indústria de transformação no PIB do continente, que era de 24,9% nos anos 1990, no ano passado recuou para 18,3%, de acordo com dados da Unido ONU, Organização das Nações Unidas para o Desenvolvimento Industrial.

Para efeito de comparação em 2020 esse porcentual era 31,3% na China sozinha e de 15,9% nos Estados Unidos. Na Índia era 3%, no México, 1,4% e, no Brasil, 1,3%.

"Quando falamos em políticas industriais é no sentido de conseguir melhorar nossa competitividade. Hoje vivemos momento especial para a América Latina, nessa mudança do pensamento pró-localização. Temos oportunidade enorme de localizar produtos e aumentar nosso volume e, consequentemente, ter integração maior no fornecimento mundial."

No ranking mundial elaborado pela Unido ONU, composto por 154 países, o país mais bem colocado do continente é o México, em vigésimo lugar, o Brasil em 42º e a Argentina em 57º. Sahad resumiu: "Competitividade é a palavra-chave para mudar isto".

**[Com reportagens de André Barros, Caio Bednarski, Pedro Kutney e Soraia Abreu Pedroso]**



# Nosso principal destino é o seu.

10 anos de Hyundai Motor Brasil.



Quando olhamos a nossa história nesses 10 anos, podemos realmente dizer: a união faz a força. Nós somos feitos da junção entre o melhor da Coreia e o melhor do Brasil.

E essa junção só poderia resultar em uma jornada surpreendente que está apenas começando. Ver todos os dias a dedicação e o talento de dois povos, duas culturas, dois mundos para inovar e fazer a coisa certa para a humanidade nos enche de orgulho.

Orgulho de ser coreano. Orgulho de ser brasileiro. Orgulho de ser Hyundai.



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



Juntos salvamos vidas.



 HYUNDAI

Imagens meramente ilustrativas. Garantia Hyundai de 5 anos: o período de 5 anos já contempla a garantia legal de 90 dias. Início da garantia de 5 anos na data de entrega do veículo ao primeiro proprietário. Uso particular: garantia de 5 anos sem limite de quilometragem. Uso comercial: garantia de 5 anos ou 100.000 km, o que ocorrer primeiro. A garantia Hyundai de 5 anos está condicionada à observação pelo proprietário do plano de manutenções periódicas e demais condições determinadas no manual de garantia do veículo, disponíveis no site: [www.hyundai.com.br](http://www.hyundai.com.br) assim como no manual do proprietário. A linha Hyundai HB20 está em conformidade com o Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores – PROCONVE. Para mais informações, acesse o site [www.hyundai.com.br](http://www.hyundai.com.br) ou ligue para o Call Center Hyundai Motor Brasil: 0800-770-3355.



# Lat.Bus aplaude alta nas vendas com novos chassis elétricos e Euro 6

No reencontro pós-pandemia setor expõe novidades para o transporte de passageiros

Redação AutoData

**A**pós mais de dois anos de medidas de restrições para a movimentação e a aglomeração de pessoas por causa da covid-19, que afetaram severamente o setor de transporte de passageiros em todo o mundo, no começo de agosto o setor no Brasil voltou a se reunir em um evento, a Lat.Bus Transpúblico, Feira Latino-Americana do Transporte, que para além de celebrar o reencontro do presente também abriu uma janela para vislumbrar o futuro eletrificado dos ônibus no País.



Divulgação/Lat.Bus

O evento preencheu parte do pavilhão do São Paulo Expo, na Capital paulista, com chassis, carrocerias, peças, componentes e serviços ligados à indústria de ônibus, a que mais sofreu, dentro do setor automotivo, durante a pandemia, vez que sua vocação depende justamente do passageiro, aquele que precisou ficar em casa para tentar conter o avanço do coronavírus, o que causou uma das mais profundas retrações já vividas pelo segmento.

Depois de tamanha crise o otimismo tomou conta dos corredores da feira porque a tendência enxergada pelos executivos do setor é a de recuperação dos negócios, ainda que parte seja represada pelo contexto de falta de componentes ocasionado pelo descompasso logístico, mais uma herança da pandemia.

Todas as fabricantes expositoras trouxeram novidades: grande parte de novos modelos elétricos e quase todas apresentaram suas novas linhas de chassis com motorização diesel ou gás Euro 6, que atende à nova fase da legislação brasileira de emissões para veículos pesados, o Proconve P7, que entra em vigor em janeiro de 2023, quando as vendas dos novos ônibus devem começar – ou até mesmo antes, a depender da demanda dos operadores nos últimos meses de 2022 que pode ser maior do que a capacidade de produzir das empresas.

"A demanda está fora da média, está cerca de 50% maior", disse Walter Barbosa, diretor de vendas de ônibus da Mercedes-Benz, a líder do mercado brasileiro de ônibus. "Estamos tendo de correr para entregar o que está fechado e as consultas não param."

Ricardo Alouche, vice-presidente de vendas e marketing da Volkswagen Caminhões e Ônibus, elaborou cenário semelhante na fábrica de Resende, RJ: "O pátio está lotado de ônibus e caminhões incompletos. Quando chegam as peças eles retornam às linhas e finalizamos a produção".

O gargalo principal, relatam os executivos, são os semicondutores: chips de

toda espécie que equipam componentes eletrônicos, rádios, painéis, motores e transmissão, dentre outros itens. Também continua na lista de problemas a falta de pneus, mas segundo Alouche o cenário já foi pior neste segmento.

## ELÉTRICOS

Encravadas de mercado à parte os modelos elétricos foram os destaques nos estandes. Além da chinesa BYD, que desde 2015 monta chassis eletrificados em Campinas, SP, encarroçados por Marcopolo e Caio, muitas outras fabricantes apresentaram opções elétricas na Lat. Bus deste ano.

A Mercedes-Benz confirmou que até dezembro começa a produzir seu urbano eO500U em São Bernardo do Campo, SP, e espera entregar as primeiras unidades aos clientes ainda em 2022.

No caso da Marcopolo com o seu Attivi – do qual poderá também produzir o próprio chassi elétrico caso os fabricantes tradicionais não tenham capacidade de entrega – as primeiras unidades começam a sair das linhas de Caxias do Sul, RS, nas próximas semanas. Com 13m25 de comprimento e capacidade total para 89 passageiros sentados e em pé, o ônibus elétrico da Marcopolo tem autonomia de 250 quilômetros e recarrega baterias em até quatro horas. O modelo é de uso urbano mas a empresa estuda opções de fretamento a partir da mesma plataforma.

Com passos mais cuidadosos a Volvo prometeu trazer o BZL, chassi elétrico já vendido na Europa. Ele ainda está em fase de homologação e suas primeiras unidades serão importadas da Suécia, devendo desembarcar por aqui em algum momento de 2023, segundo o diretor de vendas Paulo Arabian. A ideia é inicialmente importar o chassi para ser encarroçado no Brasil e atender às demandas locais e de exportação para a América Latina. O segundo passo será a nacionalização, mas para isto as vendas precisam ganhar volume.

O elétrico da Volvo pode ser equipado com três, quatro e cinco módulos de

baterias, dependendo da demanda do operador. Com três sua autonomia é de 300 quilômetros, que aumenta 100 quilômetros, em média, com cada módulo adicional.

O ônibus elétrico E-Way, produzido na Europa, foi a novidade mostrada pela Iveco na Lat.Bus. Ainda sem data definida para chegar ao Brasil também será inicialmente importado. O modelo tem 20 toneladas de PBT, 12 m de comprimento e oito packs de bateria que rendem até 300 quilômetros de autonomia, distância que pode aumentar ou diminuir dependendo da quantidade de módulos que o cliente escolher.

Scania e Volkswagen Caminhões e Ônibus ficaram devendo soluções elétricas em seus estandes. A primeira preferiu mostrar na Lat.Bus as opções de motorização a gás, sua grande novidade na linha de ônibus, mas entrará no mapa da eletrificação brasileira por meio da Eletra, que encomendou quinhentos chassis sem motor para agregar powertrain elétricos aos veículos.



A Eletra investe R\$ 22 milhões em uma fábrica no bairro da Paulicéia, em São Bernardo do Campo, vizinha à Scania e à Mercedes-Benz, para a eletrificação de chassis, de olho nas licitações da Prefeitura de São Paulo, que tem planos de incluir veículos elétricos na frota da cidade. A expectativa é chegar até o fim do ano que vem com a produção de pelo menos 2,5 mil ônibus.

A diretora executiva da Eletra, Iêda de Oliveira, garantiu que para este ano já está instalada a capacidade para 1,8 mil



ônibus elétricos, que poderá ser ampliada em 50% em 2023, ou seja, para mais novecentas unidades.

Por enquanto a Eletra contabiliza oito vendas para Salvador, BA, que serão entregues em setembro, além de quatro para Vitória, ES. Mas há expectativas com relação a Curitiba, PR, São José dos Campos, SP, e Goiânia, GO: "Imaginamos que para o segundo trimestre de 2023 o mercado dará uma grande acelerada".

## EURO 6

Obrigatória a partir do ano que vem a fase P8 do Proconve, equivalente à Euro 6, começou a despontar na Lat.Bus. A Scania havia apresentado semanas antes sua nova geração de chassis, já adaptada à nova tecnologia, e a Mercedes-Benz aproveitou a feira para mostrar nada menos do que 21 modelos de chassis, com mais de setenta configurações de 9 a 37 toneladas.

"Conseguimos acrescentar mais torque e mais potência e atender às normas sem acrescentar outra turbina: os motores usam o sistema SCR [de pós-tratamento de gases] com um turbo", disse Barbosa. "São dois modelos de 12,8 litros, um de 380 e outro de 480 cavalos."

Segundo o executivo existe grande intercâmbio de peças dos atuais motores Euro 5 para o Euro 6, o que não afeta muito os estoques e o custo de manutenção. Os preços de aquisição, porém, deverão crescer em torno de 15%, calcula.

A linha Euro 6 de chassis Mercedes-Benz ganha, também, amplo portfólio de tecnologias de assistência à direção e segurança. Um dos destaques é a frenagem automática de emergência, cujo sistema, a partir da nova geração, passa a identificar também pedestres.

A Volkswagen Caminhões e Ônibus apresentou na Lat.Bus o micro-ônibus Volksbus 11.180 e o modelo 17.230, destinado à aplicação urbana e fretamento. Representam, segundo Ricardo Alouche, metade das vendas de chassis Volksbus no Brasil: "Estamos aqui apresentando o presente, aqueles ônibus que são a realidade do mercado. O cliente já conhece



a linha Euro 5, então estamos trazendo os modelos Euro 6, e começamos pelos nossos mais vendidos. Em breve apresentaremos as demais versões".

A grande mudança foi no motor MAN D08, que agora passa a ter uma mescla das tecnologias EGR de recirculação de gases e SCR de pós-tratamento, que requer injeção no catalisador de solução de ureia Arla 32 para funcionar. Ele equipa os chassis de 15 a 17 toneladas, que agora passam a contar com opção de transmissão automática, novo volante e painel e algumas tecnologias de assistência à direção ADAS.

O 11.180 mantém o motor Cummins ISF de 4,8 litros com sistema SCR, agora adaptado às normas Euro 6. Assim como o chassi urbano tem novo volante, painel e mais segurança com as tecnologias ADAS.

A Volvo apresentou em seu estande o chassi rodoviário B510R Euro 6, prometendo economia de consumo de 9% comparado com seu antecessor Euro 5. Será oferecido em quatro versões em configurações 4x2, 6x2 e 8x2. Na Iveco a novidade Euro 6 foi o chassi 17-280, que chega ao mercado em janeiro.

**[Reportagens de André Barros, Caio Bednarski e Soraia Abreu Pedrozo]** ■



# Descarbonização à brasileira

Simea 2022 discute como a cadeia automotiva no Brasil pode contribuir para reduzir as emissões e o aquecimento global

Por Caio Bednarski e Pedro Kutney

**D**escarbonizar é preciso, assim como também é necessário encontrar soluções nacionais para isto. Este foi o foco dos debates do Simea 2022, 29º Simpósio Internacional de Engenharia Automotiva, realizado em agosto pela AEA, Associação Brasileira de Engenharia Automotiva, com a participação dos principais atores da cadeia automotiva no Brasil.

Após dois dias de palestras e painéis a conclusão dos debates convergiu para

conclusão já bastante conhecida: para continuar sendo protagonista global a indústria automotiva nacional precisa investir e fazer parte do desenvolvimento das tecnologias do futuro, aproveitando tanto o que vem das matrizes no Exterior como as soluções elaboradas pela engenharia brasileira, que pode aproveitar recursos brasileiros como o etanol e outros bio-combustíveis neutros em carbono, coisa que outros países não têm.



Blue Planet Studio/Shutterstock

Nessa combinação de conhecimentos entram os veículos híbridos flex que combinam a eletrificação com motor a combustão bicompostível etanol-gasolina, elétricos puros, produção local de baterias de lítio, além da localização de muitos componentes que hoje não são produzidos aqui. Na abertura do Simea 2022 Márcio de Lima Leite, presidente Anfavea, que reúne os fabricantes de veículos, já assinalava que a indústria automotiva local vive o momento mais desafiador de sua história de mais de 65 anos, porque precisa definir seu rumo.

"Precisamos definir se abandonaremos tudo que foi feito até agora ou se investiremos. As novas rotas da mobilidade demandam investimentos no País, nas fábricas, teremos muitas oportunidades no futuro se definirmos a previsibilidade para esses desenvolvimentos. Se isso não for feito o Brasil perderá o tempo dos investimentos futuros."

#### OPÇÃO DO ETANOL

O alerta de Leite foi de certa forma respondido no dia seguinte, no fechamento do Simea, pelo presidente da AEA, Besaliel Botelho: "Temos um futuro rico em desafios e uma engenharia brasileira preparada para enfrentá-los". Dentre as soluções em desenvolvimento no País Botelho deu destaque à importância dos veículos híbridos flex, com etanol, que montadoras como Toyota e Caoa Chery já produzem no País e que outras estão prestes a lançar, incluindo as duas maiores, Stellantis e Volkswagen.

"O Brasil é um país privilegiado, com uma das matrizes energéticas mais limpas do planeta", deu ênfase Botelho, apontando que, aqui, tanto veículos a combustão alimentados por etanol como os elétricos puros emitem menos CO<sub>2</sub> do que em qualquer outro lugar do mundo porque biocombustíveis têm emissões neutras de carbono e cerca de 80% da geração de energia elétrica vêm de fontes renováveis e limpas, como hidrelétricas, solar e eólica.

Por outro lado Leite, da Anfavea, lembrou que no cenário atual em que países industrializados, onde estão as matrizes,

estão voltando todas as atenções e investimentos na eletrificação dos veículos, o Brasil pode se aproveitar não só das novas tecnologias, mas também das velhas que domina muito bem: "O mundo não migrará direto para o veículo elétrico e nós temos tecnologias fantásticas a oferecer como o etanol e outros biocombustíveis. Poderemos ser uma base exportadora de motores e veículos a combustão de baixa emissão para muitos países que não têm vocação de eletrificação".

Em sua palestra no Simea o diretor da Única, União da Indústria da Cana, Luciano Rodrigues informou que no segmento de veículos leves o etanol tem participação de 44% no Brasil, índice que no resto do mundo limita-se a 6%. Ele garantiu que o setor sucroalcooleiro nacional tem capacidade de aumentar em 20% a produção do etanol usando apenas a área de cultivo atual, sem a criação de novas empresas: "A produção de etanol ocupa apenas 6,9% da área agricultável no Brasil, sendo 5,7% a partir do açúcar e 1,2% do milho".

Outra rota tecnológica que tem potencial para prosperar no Brasil é o desenvolvimento de veículos elétricos alimentados por células de hidrogênio, gás. A solução foi tema da palestra no Simea de Clayton Zabeu, pesquisador do IMT, Instituto Mauá de Tecnologia: "Não podemos ficar alijados do mundo. O importante é casarmos soluções locais com tendências mundiais", disse, citando os projetos em curso do IMT, como o sistema gerador baseado em SOFC, célula de combustível de óxido sólido, já validado, que utiliza hidrogênio extraído do etanol.

#### AVANÇOS NA REGULAÇÃO

Considerada a principal interlocutora do setor automotivo com o governo federal Margarete Gandini, que foi presidente de honra do Simea 2022 e é coordenadora geral de implementação e fiscalização de regimes automotivos da Secretaria de Desenvolvimento da Indústria, Comércio, Serviços e Inovação, do Ministério da Economia, também participou da abertura do evento e lembrou de avanços recentes na regulação do setor.



Divulgação/Simea

O primeiro deles foi o Inovar-Auto, de 2012 a 2017, que trouxe pela primeira vez metas de eficiência energética para veículos leves, todas cumpridas com enormes benefícios de redução de emissões de CO<sub>2</sub> nos carros produzidos a partir de 2016, assim como a criação do programa sucessor, o Rota 2030, em três ciclos até 2032, mirando reduções ainda maiores nas emissões para cada período.

"Temos um longo caminho ainda pela frente e admito, inclusive, que temos muito mais pontos de interrogação do que respostas", disse Margarete Gandini. "Mas é importante lembrar que o governo não faz carros. A política industrial tem de ser definida com os atores. A decisão será de cada um de nós, não só do governo."

Nesse sentido a diretora de conservação florestal e serviços ambientais do Ministério do Meio Ambiente, Marta Listi Giannichi lembrou que o Brasil pretende ter, até 2050, uma economia neutra em carbono e o governo quer aplicar uma espécie de auto-regulamentação para atingir este objetivo. Caberá a cada setor definir seus planos de descarbonização e prazos para apresentá-los ao governo.

Em maio foi publicado decreto que instituiu o Sinare, Sistema Nacional de Redução de Emissões de Gases de Efeito Estufa. A plataforma on-line funcionará como uma central que unificará os registros de emissões, remoções, reduções e compensações de gases de efeito estufa.

"É um momento de transição, durante o qual é fundamental que o País não abra mão do que tem, como é o caso do etanol. O carro híbrido flex pode ser o caminho para o Brasil", foi a ênfase de Marta Giannichi. "O mundo aponta para os veículos elétricos, mas aqui vemos várias rotas. As novas soluções também deverão ser lucrativas para toda a cadeia envolvida, além de preservar o meio ambiente."

Os veículos elétricos também farão sua parte no ecossistema descarbonizado brasileiro, mas com aplicações limitadas a alguns nichos de mercado, de acordo com a diretora. Isso já acontece no Brasil, com caminhões e furgões elétricos sendo usados para distribuição urbana de mercadorias, assim como os ônibus elétricos para o transporte urbano de passageiros e veículos leves para aplicativos.



## Conheça mais sobre as empresas concorrentes

Redação AutoData

Nesta edição publicamos a segunda parte do perfil de empresas que concorrem ao Prêmio AutoData 2022, com mais 25 das cinquenta corporações representadas nos 94 cases finalistas de 24 categorias da premiação deste ano. Assim como fizemos na edição de agosto, a de número 391, falamos sobre o desempenho ao longo do último ano e também listamos outras ações relevantes que estão sendo encaminhadas por esses grupos empresariais.

Nas páginas a seguir, em ordem alfabética divididas em duas partes, montadoras e sistemistas/fornecedores, estão os 25 perfis que faltavam do total de cinquenta empresas que têm cases concorrendo ao Prêmio AutoData 2022.

Assim como na edição passada o conteúdo a seguir deverá ajudar a orientar melhor sua escolha dos melhores do setor automotivo deste ano, a mais tradicional e aguardada premiação dedicada à indústria automotiva no Brasil, que este ano chega à sua vigésima-terceira edição.

Desde julho a votação on-line está aberta ao público no site de AutoData: basta entrar no endereço indicado no QR-code desta página, ao lado. Também poderão votar os participantes do Congresso AutoData Perspectivas 2023, em outubro. A eleição será encerrada na última sexta-feira de outubro, 28, quando os vencedores serão conhecidos. O evento de premiação ocorre em novembro, em local a ser divulgado. ■



Vote aqui no  
Prêmio AutoData 2022



KIA



Divulgação/Kia

# Marca sul-coreana se transforma para tornar a eletrificação mais acessível



Desde o ano passado a importadora da Kia no Brasil promove mudanças corporativas que se refletem principalmente no portfólio de veículos oferecidos no Brasil. Alinhada ao planejamento global da marca passou a ser chamada apenas de Kia, adotou novo logotipo e determinou uma nova era rumo à eletrificação.

A mudança de chave é uma necessidade dos veículos da fabricante sul-coreana em atender às metas de eficiência energética estabelecidas pelo Rota 2030. Nesta frente a Kia busca promover a popularização dos veículos eletrificados e introduzir uma gama de serviços de mobilidade.

Finalista na categoria Marketing, Comunicação e Propaganda ao Prêmio AutoData 2022 a Kia está renovando suas linhas de veículos, movimento que começou com o Stonic, no fim de 2021, e mais recentemente com a nova geração do Sportage, ambos equipados com sistema híbrido-leve que combina motor a combustão com um pequeno impulsor elétrico que auxilia nas partidas, evitando acelerações para reduzir emissões.

O lançamento do SUV ocorreu em paralelo a uma das maiores exibições de veículos clássicos do Brasil, o Encontro Nacional de Carros Antigos em Araxá, MG, que este ano ganhou o título de Brazil Classics Kia Show 2022, evento realizado em julho com o patrocínio principal da... Kia.

Em quatro dias de extensa programação o evento contou com leilão de automóveis, desfile de carros antigos com premiação por categorias, feira de peças e atividades culturais.

A nova imagem da marca também se estende a uma reformulação visual de sua rede de concessionárias, atualmente com 35 lojas, de forma que se adequem à nova identidade, intitulada Movimento que Inspira.

## LIBRELATO



Divulgação/Librelato

# Fabricante de implementos cresce com o agronegócio e avança em sustentabilidade



A Librelato, que produz implementos rodoviários em Santa Catarina, apresentou crescimentos sucessivos ao longo dos últimos anos no mercado interno, para onde destina 90% de sua produção de carretas. A empresa concorre ao Prêmio AutoData 2022 em duas categorias: Fabricante de Carroçarias e Implementos e Sustentabilidade.

O agronegócio é o grande impulsionador do setor de implementos, responsável por 70% das vendas da Librelato, que tem diversos produtos em seu portfólio especialmente desenvolvidos para o segmento, como as linhas de carretas graneleiras e basculantes, que incluem semirreboques, bitrens, rodotrens e tritrens.

Em 2022 a Librelato segue como a segunda maior exportadora de implementos rodoviários do Brasil. No primeiro semestre cerca de quinhentas carretas foram exportadas – 50% da linha graneleira/carga seca, 20% da linha tanque aço carbono, 20% da linha basculante e 10% de outros. Os países que mais importaram foram Paraguai, 38%, Chile, 38%, Uruguai, 13%, e Bolívia, Holanda e Colômbia, 11%.

No âmbito da responsabilidade socioambiental a Librelato alcançou avanços importantes. Cerca de 80% dos resíduos gerados na empresa são destinados à reciclagem. De janeiro de 2022 até o momento foram enviadas 3 mil 558 toneladas de materiais para reaproveitamento, como papel, plástico, sucatas de aço, solvente, latas de tinta, cobre e alumínio. Até o fim do ano a expectativa é que cerca de 10 mil toneladas de resíduos sejam direcionadas à reciclagem.

Para tratamento de efluentes foram destinadas 505 toneladas de resíduos líquidos, além de 327 toneladas para coprocessamento e blindagem, processo de Trituração de resíduos de alto poder calorífico para uso como combustível alternativo para os fornos de produção de cimento.





## MARCOPOLLO



Divulgação/Marcopolo

# Encarroçadora aumenta volumes nos mercados interno e externo



Líder na fabricação de carrocerias de ônibus no Brasil e uma das maiores do mundo a Marcopolo apresentou resultados positivos no segundo trimestre de 2022, com avanço de 14% sobre o mesmo período de 2021, impulsionada pelo programa Caminho da Escola.

A Marcopolo é finalista ao Prêmio AutoData 2022 por seu desempenho como Fabricante de Carroçarias e Implementos e como empresa exportadora.

A ampliação da produção fez com que a sua participação de mercado interno chegassem aos 53,5% no trimestre. Os resultados refletem o incremento de volumes e repasses de custos realizados nas vendas direcionadas ao mercado interno e às operações internacionais ao longo de 2021 e do primeiro semestre de 2022.

A receita líquida cresceu 39,8% sobre o segundo trimestre de 2021, somando R\$ 1,1 bilhão. Deste valor 44,4% referem-se a vendas no mercado externo.

Enquanto Chile e Argentina passam por dificuldades econômicas e a retomada é menos consistente a Marcopolo espera que a Colômbia evolua os resultados neste segundo semestre de 2022. O México, com a recuperação do turismo, tem boa demanda por ônibus rodoviários pesados e na Austrália a Marcopolo está com vendas garantidas até o início de 2023.

No segmento de ônibus rodoviários modelos pesados ganham força, com a recuperação das viagens de longa distância e do turismo, além do lançamento da Geração 8 de carrocerias, modelo rodoviário que se destaca por inovações tecnológicas em segurança, conectividade e conforto, além de economia no consumo de combustível.

A empresa iniciou em agosto a produção do Attivi, seu primeiro ônibus com chassi próprio e 100% elétrico, em configurações para atender a diferentes demandas. O projeto de eletromobilidade da Marcopolo prevê soluções completas, incluindo serviços, peças de reposição, sistemas de recarga e manutenção de baterias.

A companhia já encarrou mais de 350 ônibus elétricos e híbridos que estão rodando no Brasil e outros países, como Argentina, Colômbia, Austrália e Índia, com chassis de parceiros.



## MERCEDES-BENZ



Divulgação/Mercedes-Benz

# Fim de ciclo de investimento com novos produtos e liderança



Às vésperas de lançar o primeiro chassis de ônibus elétrico produzido na fábrica de São Bernardo do Campo, SP, e de se preparar para a chegada da nova legislação de emissões, na virada do ano, com desenvolvimento de motores Euro 6 para seus caminhões e ônibus, a Mercedes-Benz colhe os resultados de seu mais recente ciclo de investimentos no Brasil, da ordem de R\$ 2,4 bilhões, que se encerra neste 2022.

A Mercedes-Benz é finalista ao Prêmio AutoData 2022 em quatro categorias: Montadora de Veículos Comerciais, Exportadora, em Veículo Caminhão com o fora-de-estrada Arocs e em Liderança Empresarial com seu diretor Luiz Carlos Moraes.

A empresa tem perspectiva de crescer 9% sobre 2021, ainda sob impacto da escassez de semicondutores, o que dificulta atender à forte demanda interna de segmentos do agronegócio, construção e mineração, e aos mercados externos.

O mais recente lançamento, o caminhão extrapesado fora-de-estrada Arocs, já teve mais de 180 unidades comercializadas. O 8x4 é voltado para aplicações em mineração e construção civil pesada e grandes obras de infraestrutura, três segmentos que estão aquecidos. Baseado em plataforma global da Daimler, o Arocs foi adaptado pela engenharia nacional para atender a demandas latino-americanas: 47 mercados da região são potenciais importadores do modelo, que consumiu investimentos de R\$ 300 milhões para sua produção na fábrica no ABC paulista.

Líder na fabricação de ônibus no Brasil, com quase 54% de market share, a Mercedes-Benz se prepara para consolidar a marca também no segmento de elétricos. A previsão é iniciar em novembro a produção do eO500U, primeiro chassis elétrico da empresa a ser fabricado no Brasil. A empresa investiu R\$ 100 milhões no seu desenvolvimento e também quer exportar o eO500U para mercados latino-americanos e para Europa e Oceania.

O atual diretor de Comunicações e Relações Institucionais, Luiz Carlos Moraes, é um dos finalistas de Lideranças Empresariais do Prêmio AutoData 2022. Moraes foi o presidente da Anfavea de 2019 a 2022, enfrentando os desafios da indústria no momento crítico durante a pandemia, foi um hábil articulador e até sondado para integrar a equipe do Ministério da Economia.





**NISSAN**



Divulgação/Nissan

## Novos produtos e tecnologias dão impulso à marca no País

Com investimento de US\$ 250 milhões para modernização de sua fábrica em Resende, RJ, onde hoje é produzido o Kicks, a Nissan tem planos de lançar novos modelos no País e vem realizando uma série de ações com a meta de crescer em volume e estar junto às marcas de destaque no Brasil.

Finalista ao Prêmio AutoData 2022 na categoria Marketing, Comunicação e Propaganda a Nissan se destacou pelas boas práticas no pós-vendas, reconhecida pela plataforma Reclame Aqui. A empresa também reforçou seu compromisso no incentivo à inclusão, com a leitura em libras de seu site institucional, utilizando a tecnologia da Hand Talk Plugin. Há ainda a opção de ativar o leitor de textos para pessoas com baixa visão e outras deficiências visuais.

A picape Frontier, produzida na Argentina, foi atualizada para a linha 2023 com aperfeiçoamentos em design, tecnologia e robustez, reforços no chassis para melhorar a dirigibilidade e novos itens de segurança. Ajustes na suspensão deixaram a picape mais confortável e para quem roda no off-road a Nissan incluiu modos de condução que otimizam o desempenho conforme o terreno. Estas qualidades levaram a Frontier a figurar como uma das finalistas ao Prêmio AutoData 2022 na categoria Veículo Comercial Leve.

Em outras frentes a Nissan se destaca pela expansão de seu plano de eletrificação ao aumentar o número de concessionárias homologadas para a comercialização e pós-venda do elétrico Leaf, chegando a 44 lojas no País.

Mais recentemente a empresa lançou seu programa de assinatura de veículos, o Nissan Move, com toda sua gama disponível para nove cidades.

Também anunciou a introdução, na América do Sul, de seu sistema híbrido de eletrificação e-Power, tecnologia desenvolvida internamente que inova por oferecer tração 100% elétrica e motor a combustão que funciona como gerador para abastecer as baterias, que não precisam ser recarregadas na tomada. A expectativa é que o modelo e-Power da Nissan chegue ao Brasil em meados de 2023.



**TIM**

**TRUFER**

## RANDON



Divulgação/Randon

# Crescimento acima da média junto com investimentos socioambientais



Após um 2021 bastante produtivo, o Grupo Empresas Randon contabilizou crescimento de 30% nas vendas do primeiro semestre de 2022 na comparação com o mesmo período do ano passado, somando receita líquida de R\$ 5,2 bilhões.

A Randon concorre ao Prêmio AutoData 2022 como Fabricante de Carroçarias e Implementos.

O aumento de demanda por implementos rodoviários e vagões ferroviários por países da América do Sul foi responsável pelo aumento de 36% no volume de vendas e de 22% no faturamento da Divisão Montadora, que fabrica carretas.

Essa mesma divisão da Randon assinou recentemente contrato de intenção de compra da fabricante de semirreboques estadunidense Hercules, com investimento inicial de US\$ 40 milhões, o que ajudará a expandir sua presença nos Estados Unidos. O processo deverá ser concluído até novembro.

O último trimestre também foi marcado por investimentos em tecnologia e ampliação da capacidade industrial, que superaram R\$ 600 milhões.

Outra frente é o investimento em energias renováveis: a Empresas Randon estabeleceu a meta de reduzir 40% das suas emissões de gases de efeito estufa até 2030. Um dos meios para atingir o objetivo entra em operação no início de 2023: uma usina solar no Centro Tecnológico Randon, em Caixas do Sul, RS, que gerará toda a energia utilizada na unidade, com sobra de 30% que será direcionada à área de expedição da Randon Implementos.

Outros desafios ambientais da Randon são zerar o descarte de resíduos para aterros até 2025, transformando o resto de materiais em matéria-prima, reciclar a areia descartada do processo de fundição, reutilizar 100% dos efluentes após o tratamento que já é realizado e avançar na captação de água de chuva para utilizá-la onde não é preciso o uso de água potável.





## RENAULT



Divulgação/Renault

# Investimento fortalece presença no Brasil com mais produtos



Com 6,2% de participação no Brasil e mais de 53 mil veículos vendidos no primeiro semestre o Brasil foi o segundo maior mercado da Renault, atrás apenas da França. Essa importância é refletida no interesse em continuar investimento na fábrica de São José dos Pinhais, PR.

Na virada do semestre a Renault confirmou investimento de R\$ 2 bilhões para a introdução da nova arquitetura veicular sobre a plataforma CMF-B, o desenvolvimento de um novo SUV e de um motor turbo de 1 litro.

A plataforma CMF-B e o novo motor turbo 1.0 de três cilindros e injeção direta de combustível equiparão o novo SUV e futuros lançamentos da marca, em sintonia com as expectativas de eficiência energética. Todo este investimento está alinhado com o plano global que vai até 2025, intitulado Renaultution.

A empresa, finalista ao Prêmio AutoData 2022, se destacou pelas suas ações nas categorias Gestão e Sustentabilidade e também pela picape Oroch e pelo elétrico Kwid E-Tech.

A Renault já comercializou mais de quinhentos veículos 100% elétricos no Brasil. Em Fernando de Noronha, PE, contribuiu com 46 unidades elétricas que rodam pela ilha principal em um projeto da montadora com o governo de Pernambuco, o programa Noronha Carbono Zero. Recentemente forneceu dez unidades do Renault Zoe E-Tech para serem utilizados em pesquisa e desenvolvimento da Neoenergia, companhia energética do Estado.

Dois modelos lançados em 2022 se destacam no Prêmio AutoData 2022. Na categoria de Comercial Leve a Oroch se desvinculou do SUV Duster. Reestilizada em maio a picape teve seu interior modernizado e ganhou uma opção de motor 1.3 turbo de 170 cv. Conforme a configuração a Oroch pode concorrer com versões da Fiat Strada ou da Toro.

Outro destaque é o Renault Kwid E-Tech, também finalista ao prêmio deste ano na categoria de Veículos Importados. O carro fabricado na China chegou ao Brasil como o carro elétrico mais barato à venda e também está disponível pelo programa de assinaturas Renault On Demand. Equipado com motor de 65 cv e bateria de 27 kWh tem autonomia de até 298 quilômetros se rodar apenas em ciclo urbano. De acordo com a Renault um Kwid elétrico tem um custo de R\$ 0,06 por quilômetro rodado contra R\$ 0,48 do Kwid flex.



## SCANIA



Divulgação/Scania

# Caminhões e ônibus a gás reforçam busca por descarbonização



Ao completar 65 anos no Brasil a Scania reforça seu compromisso com a descarbonização por meio de aposta em caminhões e ônibus a gás, ao mesmo tempo em que prepara motores Euro 6 que devem equipar todos os seus veículos a partir de 2023, para atender à nova fase da legislação brasileira de emissões.

Os caminhões Scania de nova geração já contribuem para a redução de consumo de combustível e de emissões de CO<sub>2</sub>: nos últimos três anos a empresa vendeu 36 mil unidades dos novos modelos, que deixaram de emitir 780 mil toneladas de CO<sub>2</sub>.

A Scania concorre ao Prêmio AutoData 2022 por cases em Gestão, Inovação Tecnológica além de um modelo de caminhão, o R410, e outro de ônibus, o K320, ambos movidos a gás.

Do ciclo de investimentos iniciado em 2021, que vai até 2024, de R\$ 1,4 bilhão, a fabricante utilizou parte dos recursos para ampliar a área de motores, dentro da fábrica de São Bernardo do Campo, SP.

Outra parte do investimento foi utilizada na construção de um centro de pesquisa e desenvolvimento, o único fora da Suécia, para testar e validar tecnologias globais, fazendo do Brasil uma extensão da matriz.

Um dos resultados dessa sintonia é a menor defasagem de tempo dos lançamentos europeus e latino-americanos, atualmente com intervalo de seis a nove meses.

De seu portfólio dois veículos são finalistas ao Prêmio AutoData 2022: o pesado R410, pioneiro no mercado brasileiro pela opção de abastecido com gás natural fóssil ou biometano, ambos em estado comprimido ou liquefeito.

Também abastecido a gás o chassis K320 integra a nova linha de ônibus Scania para aplicações rodoviárias e urbanas, que atende às novas regras de emissões do Proconve P8, equivalentes às Euro 6, com motores ainda mais econômicos.





## STELLANTIS



Divulgação/Stellantis

# Conglomerado cresce e amplia portfólio no País

Criado em janeiro em 2021 o Grupo Stellantis consolida-se como um dos maiores conglomerados automotivos da América do Sul. Formado no Brasil pelas marcas Fiat, Jeep, Peugeot e Citroën, todas com fábricas aqui, e pelas picapes importadas Ram também com planos de produção nacional, o grupo é finalista em cinco categorias do Prêmio AutoData 2022.

A Stellantis concorre nas categorias Montadora de Automóveis e Comerciais Leves, Gestão e Liderança e tem dois modelos Fiat incluídos na lista de finalistas ao prêmio.

Líder em participação de mercado no País, com 33,8% em agosto de 2022 somando todas as cinco marcas vendidas aqui, registra o emplacamento de mais de 402 mil unidades de janeiro a agosto, com veículos em destaque em todos os segmentos.

A picape Fiat Strada, finalista do Prêmio AutoData 2022, é o veículo mais vendido do Brasil pelo segundo ano seguido e a Fiat Toro é a mais vendida do segmento de picapes.

O SUV compacto Fiat Pulse, também finalista ao Prêmio AutoData 2022, é um modelo inédito para a região, com mais de 35 mil unidades vendidas em seu primeiro ano de comercialização.

Modelos Jeep são os SUVs mais vendidos no Brasil, enquanto a Peugeot quase dobrou sua participação de 1,32% para 2,43% na soma de janeiro a agosto, e a Citroën escalou de 1,04% para 1,29% antes mesmo de lançar seu renovado compacto C3. A Ram, sucesso de vendas, lançará seu terceiro modelo no Brasil e atiça a concorrência a planejar oposição à altura.

Tamanho sucesso comercial é ancorado por uma gestão vitoriosa liderada pelo italiano Antonio Filosa, presidente da Stellantis na América do Sul. Sob sua direção o conglomerado cresceu e, mesmo em meio à pandemia, registrou o maior lucro operacional de sua história na região.

A líder de vendas também busca se consolidar em outras modalidades. Seu programa de assinaturas Flua! propõe uma nova forma de consumir veículos, com o uso ao invés da posse, proporcionando ao usuário uma série de vantagens a preços acessíveis. O programa cresce com maior participação de concessionárias e de veículos, incluindo o elétrico Fiat 500e e o novíssimo Jeep Gladiator.



## TOYOTA



Divulgação/Toyota

# Fabricante cresce no mercado interno e exporta para mais países



Apostando na tecnologia híbrida flex, da qual a montadora foi pioneira mundial com os modelos Corolla e Corolla Cross produzidos no Brasil, a Toyota anunciou a produção de um terceiro modelo com a mesma solução tecnológica, de menor porte e de preço mais acessível. O anúncio oficial será feito até o fim deste ano.

A Toyota concorre ao Prêmio AutoData 2022 por seu bom desempenho em Exportações, pela elevação das vendas do Corolla Cross e pela liderança de seu presidente Rafael Chang.

Em sua fábrica de Sorocaba, SP, que acaba de marcar uma década de operação, a empresa produz o Corolla Cross, a linha Yaris e o Etios – este agora só produzido para exportação.

Com investimento de R\$ 3,1 bilhões em Sorocaba nestes dez anos a Toyota mais do que duplicou a capacidade produtiva da unidade, que tornou-se a primeira da Toyota no País a adotar o conceito de Ecofactory, uma série de ações que visam a reduzir as emissões de gases que causam o efeito estufa, economizar energia e água e diminuir a quantidade de resíduos produzidos.

De sua outra fábrica, em Porto Feliz, SP, onde produz motores, a Toyota inicia em setembro a exportação de 45,6 mil motores de 2 litros ao mercado estadunidense. Trata-se de uma importante operação que reforça melhores condições de negócios para a montadora no Brasil. A produção mensal desta fábrica foi elevada de 13 mil para quase 17 mil unidades/ano.

Alinhada com metas globais de descarbonização a Toyota pretende adaptar seu portfólio com a proposta de eletrificar pelo menos uma versão de cada modelo à venda no Brasil, o que incluiria também sua picape média Hilux.

O SUV Corolla Cross, que já nasceu com essa proposta, consolida suas boas vendas no concorrido mercado de SUVs e se destaca pela versão híbrida flex.

A Toyota, liderada por Rafael Chang, elevou sua participação de mercado tornando-se a quarta maior montadora do País no acumulado de janeiro a agosto deste ano. Junto com outros executivos da empresa Chang articula com autoridades e técnicos do governo federal para planejar a rota ideal de eletrificação para o País.





## VOLKSWAGEN



Divulgação/Volkswagen

# Foco na descarbonização com um novo ciclo de investimento



Em um novo ciclo de investimento na América do Sul, de R\$ 7 bilhões até 2026, a Volkswagen se prepara para renovar seu portfólio com a chegada do seu novo modelo de entrada, em projeto denominado Polo Track, a ser produzido em Taubaté, SP.

Mesmo diante das dificuldades enfrentadas com a escassez de semicondutores e afetada por sucessivas paralisações na produção a empresa conseguiu manter o T-Cross como um dos líderes de vendas de SUVs no País, segmento mais badalado do mercado brasileiro atualmente.

A Volkswagen também aposta firmemente em um plano de descarbonização com o uso de etanol, incluindo o investimento em um centro global de pesquisa e desenvolvimento de biocombustíveis que montou em São Bernardo do Campo, SP. O objetivo é liderar o desenvolvimento de motores mais eficientes com tecnologia híbrida flex.

Por iniciativas como estas a Volkswagen concorre ao Prêmio AutoData 2022 nas categorias Montadora de Automóveis e Comerciais Leves, Sustentabilidade e Liderança.

Enquanto desenvolve novas tecnologias a Volkswagen propaga outras iniciativas em eletrificação, como a apresentação dos modelos elétricos ID.3 e iD.4 no Brasil e trabalha para ampliar a infraestrutura de eletropostos.

Os esforços em sustentabilidade vão além dos motores. Uma parceria firmada com a Unesp envolve o desenvolvimento e a transferência de tecnologia para incluir fibras, com peças mais leves e recicláveis, no acabamento interno dos veículos. A substituição dos componentes minerais por naturais apoiam os planos da montadora em neutralizar as emissões até 2050.

Pablo Di Si, que recentemente foi nomeado CEO da Volkswagen na América do Norte e se transferiu para os Estados Unidos, liderou boa parte das iniciativas e deixa legado positivo dos cinco anos em que dirigiu a empresa na América do Sul. É dele a ideia em apostar no etanol e incluir o biocombustível no plano global de descarbonização do grupo, para tornar o Brasil um centro de pesquisas na área. Di Si também ajudou a Volkswagen a avançar na digitalização com o desenvolvimento nacional do VW Play, um dos melhores sistemas de infoentretenimento do mercado e já exportado para outros países.



## VOLKSWAGEN TRUCK & BUS



Divulgação/Volkswagen Truck &amp; Bus

**Eletromobilidade  
e mais presença  
internacional  
ampliam os  
negócios**



A, nova razão social internacional da Volkswagen Caminhões e Ônibus, coincide com o novo momento em que a líder brasileira em vendas de caminhões expande seus negócios para novos mercados no Exterior.

A empresa é finalista em três categorias no Prêmio AutoData 2022, sendo por duas indicações como montadora e exportadora, e também pelo pioneirismo de seu caminhão elétrico, o e-Delivery.

A empresa, com fábrica em Resende, RJ, e posição consolidada na América Latina quer aumentar as vendas nos mais de trinta países onde tem representantes de vendas, com mercados na África, Ásia e Oriente Médio.

Com o seu primeiro modelo 100% elétrico e-Delivery, totalmente desenvolvido e produzido no Brasil, registrou até agosto a venda de 124 unidades no mercado interno. Para acelerar o processo de eletromobilidade a VWCO ampliou a oferta de carregadores sob medida para o cliente, homologados com mais de dez modelos disponíveis.

As quase 150 lojas da rede VWCO tornaram-se, recentemente, 100% preparadas para o atendimento do VW e-Delivery, com estoque de peças, equipes treinadas e linha direta com a fábrica, mesmo em cidades onde não há o veículo em operação.

No segmento de ônibus a VWCO estreou a nova geração da família Volksbus de micro-ônibus destinados à aplicação urbana e ao fretamento com motorização diesel Euro 6, que atende às exigências da próxima fase da legislação brasileira de emissões, que entra em vigor em janeiro. As vendas de chassis seguem aquecidas com o programa Caminho da Escola, junto com as exportações: a VWCO dobrou suas exportações de ônibus no primeiro semestre.

Em serviços a VWCO, junto com a VWFS, Volkswagen Financial Services, lançou um programa inédito de assinaturas para locação de caminhões, o VW Truck Rental. O objetivo é reduzir os custos operacionais dos transportadores e facilitar a gestão da frota e a contratação do serviço, ofertado pela rede de concessionárias.





## VOLVO CARS



Alexandre Lefebvre

# Pioneirismo em eletrificação e apoio na infraestrutura para elétricos



A Volvo Cars comemorou este ano o melhor primeiro semestre de sua história no Brasil. Consolidada na vice-liderança do segmento registrou a venda de 3 mil 874 veículos de janeiro a junho, e 18% de participação no mercado premium.

A Volvo Cars é finalista ao Prêmio AutoData 2022 pelas suas iniciativas na categoria de Inovação e em Veículo Importado pela comercialização de seu primeiro veículo 100% elétrico, o XC40 Recharge, com autonomia de 400 quilômetros.

O Brasil é considerado, pela Volvo, como um polo de inovação para testes de conceitos e formas diferentes de trabalhar. O faturamento direto com concessionários é tratado como tão inovador que será testado em outros países.

No segmento de híbridos plug-in a Volvo detém 70% do mercado no Brasil. Em setembro de 2021 lançou seu primeiro carro 100% elétrico, o XC40 Recharge, e depois ampliou o portfólio com o C40 Recharge, lançado no primeiro trimestre. Os dois figuram como modelos elétricos mais vendidos do País. Ainda no primeiro semestre a Volvo Car Brasil tornou-se a primeira marca a vender, aqui, mais de quinhentos veículos 100% elétricos, com o XC40 e o C40.

Toda a linha da Volvo no Brasil é eletrificada, todos os modelos à venda são híbridos plug-in ou elétricos. Até 2030 a meta da Volvo é tornar-se 100% elétrica.

A Volvo também tem um papel importante na promoção da infraestrutura de veículos elétricos. Numa primeira fase já investiu R\$ 10 milhões. A empresa é responsável pela instalação de mais de 1 mil eletropostos em grandes cidades e treze pontos de carga rápida instalados em rodovias, gratuitos, e que podem ser usados por clientes de todas as marcas. Os carregadores rápidos de 150 kWh abastecem um veículo como o Volvo XC40 Recharge Pure Electric em menos de 40 minutos.



VOLVO



Divulgação/Volvo

## Novos ônibus de tecnologia avançada e boas vendas de caminhões



O Grupo Volvo mantém no segundo semestre de 2022 seu plano de expansão no Brasil. A companhia renovou seu ciclo de investimentos no País, anunciando no primeiro semestre aportes de R\$ 1,5 bilhão em suas operações no período de 2022-2025.

Boa parte dos recursos, 85%, será aplicada em pesquisa e desenvolvimento de produtos e serviços, incluindo veículos elétricos. O restante será destinado para promover avanços em digitalização, conectividade e ampliação da rede de concessionárias. O novo aporte também contempla a finalização do desenvolvimento de veículos com motorização Euro 6 para atender à nova fase da legislação brasileira de emissões, a partir de 2023.

Na Lat.Bus, maior feira do setor de transporte de passageiros da América Latina, realizada recentemente em São Paulo, a Volvo apresentou o BZL, chassi de ônibus urbano 100% elétrico. Lançou também o B510R, ônibus rodoviário mais potente do Brasil, com novo motor de 13 litros e com emissões nível Euro 6, além da nova geração da transmissão automática I-Shift e consumo de combustível até 9% menor do que a geração anterior.

Outra novidade da Volvo foi a venda de 440 caminhões para a Amaggi, uma das maiores produtoras mundiais de grãos. Os veículos, dos modelos FH 540 cv 6x4 e VM, serão utilizados no transporte de produtos agrícolas para a exportação. São 400 FH 540 cv 6x4, que levarão a produção das lavouras do Centro-Oeste até os terminais de transbordo da Região Norte, e quarenta caminhões VM para operações de apoio.

A Volvo concorre ao Prêmio AutoData 2022 nas categorias Montadora de Veículos Comerciais, Marketing, Comunicação e Propaganda, além do caminhão FH540, líder do segmento de pesados em 2021 e 2022, e o chassi de ônibus B450R+, que recebeu um pacote de novidades tecnológicas que trazem economia de combustível, maior segurança, conforto e conectividade.

Em comunicação a Volvo expandiu sua carteira de comércio eletrônico com a venda de peças para caminhões e ônibus no Instagram, rede social na qual os clientes selecionam os componentes desejados e finalizam a compra no site de peças.





## MERITOR



Divulgação/Meritor

# Modernização da fábrica de Osasco e foco na eletrificação



Incorporada recentemente à Cummins, envolvendo uma transação de US\$ 3,7 bilhões, a Meritor concorre a case de Inovação Tecnológica no Prêmio AutoData 2022.

Ao completar 65 ano no Brasil a fabricante de eixos trativos para veículos comerciais acaba de inaugurar uma nova etapa do processo de modernização da fábrica de Osasco, SP, integrando manufatura, engenharia de produtos e produção.

A nova linha de montagem de diferenciais em células consumiu investimentos de US\$ 1 milhão. Ao renovar equipamentos e automatizar processos de manufatura, buscando o melhor dentro do conceito Indústria 4.0, a Meritor ganha em eficiência e qualidade.

A fabricante também está instalando na fábrica de Osasco o armazém vertical, que demandou investimento de US\$ 80 mil e é o primeiro em uma unidade do grupo no Brasil: o equipamento proporciona ganhos de espaço e flexibilidade no manuseio das peças.

Junto com a Cummins a Meritor acelerará o fornecimento de soluções descarbonizadas para clientes globais, intensificando o investimento em eletrificação e integrando o desenvolvimento com a divisão New Power.

A Meritor também avança no processo de eletrificação. Produz o 14Xe, trem-de-força com motor elétrico acoplado ao eixo, desenvolvido pela unidade de negócio Blue Horizon, localizada nos Estados Unidos. Outras opções de eixos elétricos, como o 17Xe, para veículos mais pesados, estão em fase final de testes.

A empresa também desenvolveu no Brasil o eixo que equipa o Volkswagen e-Delivery, o primeiro caminhão 100% elétrico fabricado no Brasil, em Resende, RJ.



## MOURA



Divulgação/Moura

# Fabricante de baterias reforça investimento em sustentabilidade



A sustentabilidade, categoria em que a Moura concorre ao Prêmio AutoData 2022, é um de seus principais compromissos, pois a fabricante de baterias de Belo Jardim, PE, tornou-se referência na reciclagem e na logística reversa.

Uma de suas ações recentes é parceria com a Mapfre Seguros: a Moura reaproveita partes das baterias retiradas pela seguradora destinadas à sucata. Em 2021 mais de 8 toneladas de baterias foram encaminhadas à reciclagem.

Com seu Programa de Logística Reversa a Moura tem capacidade para reciclar 100% das baterias produzidas e vendidas no mercado e tornou-se o maior reciclagem de chumbo da América do Sul.

A fabricante está investindo cerca de R\$ 600 milhões em uma nova recicladora para melhorar o processo de logística reversa.

Parceira da Volkswagen Caminhões e Ônibus e-Consórcio, para o qual fornece e faz a montagem dos módulos de baterias do e-Delivery, a Moura acaba de adquirir para sua sede em Pernambuco uma unidade do caminhão elétrico nacional, que está operando nas suas rotas de logística.

Um VW e-Delivery tem potencial para deixar de emitir quase 20 toneladas de CO<sub>2</sub>, o que equivale ao impacto positivo de plantar mais de sessenta árvores em um ano.

A Moura também investe em inovação com o desenvolvimento de baterias mais eficientes que atendem à maior demanda por tecnologias embarcadas tanto para montadoras como para o mercado de reposição.

Em suas sete fábricas, seis no Brasil e uma na Argentina, a Moura conta com cerca de 6 mil empregados e se prepara para ser a empresa brasileira com as tecnologias mais avançadas para eletrificação veicular.





MWM



Divulgação/MWM

## Empresa amplia portfólio de soluções sustentáveis e eleva potencial exportador



Recentemente comprada pela Tupy a MWM inicia uma nova fase como fabricante independente de motores, com forte aposta no biogás, solução que a companhia considera mais viável e eficiente na sua jornada de descarbonização.

O Brasil tem grande potencial de produção de biogás e de biometano, levando a companhia ao encontro de três objetivos em seus princípios de sustentabilidade: preservação ambiental, ganhos econômicos e benefícios sociais. Com domínio da tecnologia e da produção de motores a gás para veículos e geradores o Brasil poderá ser polo exportador da MWM.

Em 69 anos de história no Brasil a MWM já produziu mais de 4,6 milhões de motores, exportando para mais de 45 países e tem extensa rede de serviços com mais de 1,2 mil pontos instalados.

A MWM é finalista ao Prêmio AutoData 2022 como fornecedor de Powertrain e, junto com a Tupy, divide participação na categoria Exportador/Fornecedores.

Hoje, os negócios da companhia são divididos em motores, cerca de 70% das receitas, peças de reposição com 18% e geradores com 12%.

Em agosto a MWM anunciou a expansão a um novo negócio, o de torres de iluminação móveis abastecidas com energia solar ou a geradores a diesel. A diversificação de portfólio mira empresas que alugam os equipamentos para clientes nas áreas de construção civil, indústria e mineração.

A empresa também se destacou no desenvolvimento de tecnologias que contribuem para a melhoria contínua de seus processos e o avanço da indústria. Uma nova solução de inteligência artificial aplicada a processos de manutenção industrial gerou economia sobre custos de manutenção e melhorias na gestão de manutenção e processos a partir da redução de riscos de acidentes e maior produtividade.

## NEO STEEL



Divulgação/Neo Steel

# Empresa oferece processos completos para peças de aço



Empresa do Grupo ABG Brasil a Neo Steel produz peças estampadas de aço, bem como conjuntos soldados e montados, que são fornecidos a fabricantes de veículos leves e pesados, máquinas agrícolas e de construção, linha branca, elétrica, eletrônicos e construção civil.

A Neo Steel concorre ao Prêmio AutoData 2022 como Fornecedor de Peças, Partes e Componentes. A companhia tem em sua carteira de clientes Stellantis, Volkswagen, General Motors, Iveco e Maxion.

Nos últimos doze meses as suas duas operações, em Araçiguama, SP, e em São Joaquim das Bicas, MG, já colocaram em produção mais de 250 modelos diferentes de peças de estamparia, conjuntos soldados, trilhos, subconjuntos e estruturas completas para bancos automotivos.

Os complexos industriais da Neo Steel realizam processos completos desde estamparia até solda e pintura. A companhia destaca sua especialidade em produzir conjuntos completos, como estruturas de assentos e linha própria de trilhos.

Com cerca de 570 empregados a Neo Steel tem atualmente capacidade para produzir mais de 400 mil kits de assentos de carros por ano, além de transformar mais de 50 mil toneladas de matéria-prima por meio de processos de estampagem e soldagem.

A engenharia da Neo Steel é responsável por 100% dos projetos de seus ferramentais, com domínio para o desenvolvimento de produtos dentro das diferentes tecnologias que a empresa oferece ao mercado: estamparia, solda ponto, MIG-MAG, dobra de tubos e arames, montagem de conjuntos e pintura. Conta com ferramentarias internas próprias para manutenção e fabricação de ferramentas e dispositivos para solda e montagem.

A Neo Steel integra o Grupo ABG Brasil ao lado de empresas como a Neo Rodas, também fornecedora do setor automotivo, além de unidades de fundição, usinagem e outros serviços e produtos.





## PROMETEON



Divulgação/Prometeon

# Crescimento com avanço do agronegócio e pneus para pesados



A Prometeon é finalista em duas categorias do Prêmio AutoData 2022: Fornecedora de Peças, Partes e Componentes e Gestão/Fornecedores. A fabricante de pneus de caminhões, ônibus, máquinas agrícolas e OTR, com fábricas em Santo André, SP, e Gravataí, RS, vive um bom momento com a expansão de suas operações no País, que hoje representam 45% do volume de toda sua produção global.

No primeiro semestre a Prometeon anunciou investimentos de R\$ 60 milhões na operação de Santo André para ampliar a produção de pneus para veículos dedicados ao segmento do agronegócio. É nesta unidade que a empresa tem um de seus principais centros de desenvolvimento no mundo – os outros dois ficam na Itália e na Turquia.

O Test Center Latam, que já havia recebido R\$ 5,2 milhões no ano passado, agora terá injeção de mais R\$ 6,5 milhões para a compra de equipamentos e maquinários. Os outros R\$ 55 milhões serão aplicados na linha de pneus Agro Radial, com a ampliação de 20% da capacidade de produção.

A Prometeon também investe no segmento de veículos pesados, como o recente lançamento de uma nova linha de pneus para caminhões e ônibus sob a marca Sestante, para aplicações rodoviárias e de uso misto.

Desenvolvida no centro de pesquisa e desenvolvimento de Santo André a linha recebeu investimento de € 2 milhões e será responsável por 20% das vendas com produção nas duas fábricas brasileiras. A proposta é oferecer um pneu de melhor custo-benefício a profissionais autônomos, com desgaste mais uniforme e maior resistência ao rolamento.



## SCHAEFFLER



Divulgação/Schaeffler

### Vem aí o SPS (Sistema de Produção Schaeffler)

Sozinho a gente vai mais rápido, mas juntos a gente vai mais longe! Descubra nesse episódio o Sistema de Produção Schaeffler - SPS. Trabalhando em conjunto trabalhamos melhor.

# Fabricante inova na comunicação interna com websérie

A Schaeffler decidiu criar uma nova forma de comunicação mais efetiva com seus funcionários e chamar a atenção para conscientizá-los sobre desperdícios. Por esta ação a empresa é finalista ao Prêmio AutoData 2022 na categoria Marketing, Comunicação e Propaganda.

A websérie Moveflix, concebida em 2021, aborda temas de produção enxuta e utiliza os próprios colaboradores como protagonistas. Com ela a Schaeffler encontrou uma forma mais criativa de comunicar internamente assuntos de melhoria continua em um momento de distanciamento na pandemia de covid-19.

Aproveitando o momento de comunicação digital, quando não seria possível abordar os colaboradores pessoalmente, a websérie contou com cinco episódios na primeira temporada e fez tanto sucesso que se estendeu para mais seis capítulos numa segunda temporada. Os episódios ficam disponíveis na intranet corporativa, nas TVs dos restaurantes e no aplicativo da empresa.

Prestes a completar 76 anos de operações globais a Schaeffler anunciou recentemente o lançamento do eixo elétrico 4 em 1, que integra o sistema de gerenciamento térmico no eixo. O componente contribui para reduzir consumo de baterias, otimizar o tempo de carregamento e aumentar o conforto nos veículos elétricos.

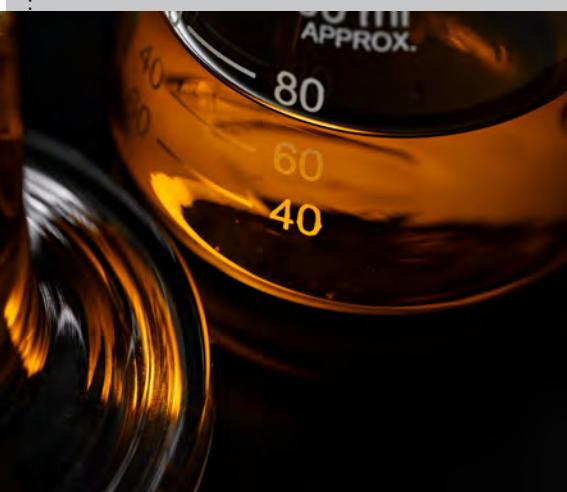
O novo eixo equipará, no futuro, picapes e comerciais leves, começando pelos mercados da América do Norte.

Em agosto a Schaeffler anunciou a aquisição da fabricante de componentes e de sistemas de tecnologia linear Grupo Ewellix. Seus produtos são complementares ao portfólio da divisão industrial da Schaeffler.





SKF



Divulgação/SKF

## Sustentabilidade gera economia e aumenta produtividade



A fabricante de rolamentos SKF, que concorre ao Prêmio AutoData 2022 na categoria Gestão/Fornecedores, destaca-se pelas ações de responsabilidade socioambiental e preocupação em reduzir as emissões de CO<sub>2</sub>. Dentre as soluções adotadas pela empresa está o processo de recondicionamento do óleo lubrificante utilizado em seu maquinário de produção, o RecondOil, ação desenvolvida pela companhia de engenharia sueca Sandvik e adotada em sua fábrica de Cajamar, SP, desde abril de 2020.

Com esta medida a empresa aumentou a sua produtividade e reduziu custos. Antes era preciso trocar periodicamente o óleo em altos volumes. Com o aumento da vida útil do lubrificante a SKF colheu ganhos de economia no processo.

O benefício em descarbonização também é considerável: a cada 1 litro de óleo recondicionado, 3 quilos de CO<sub>2</sub> deixam de ser emitidos.

A unidade de Cajamar é a quinta planta da SKF no mundo a adotar a solução para o tratamento de óleo de retífica. Aqui o sistema é aplicado no óleo de polimento final do rolamento, o que gera maior estabilidade no processo produtivo, reduz o consumo de combustível e a necessidade de paradas para limpeza mais profunda.

Em números um rolamento produzido com óleo reutilizado deixa de emitir 2 toneladas de CO<sub>2</sub>, economiza 22 mil litros de água de toda a cadeia de produção e promove redução de 90% no consumo de energia elétrica.

Após o sucesso deste processo a SKF iniciou o projeto de reutilização do óleo de empresas parceiras, como a unidade da Basf em Guaratinguetá, SP, e já iniciou negociações com clientes do porte de General Motors, Stellantis, Scania e Mercedes-Benz para fornecer o recondicionamento.



## SUMITOMO/DUNLOP



Divulgação/Sumitomo

# Fabricante de pneus faz investimento para dobrar produção



A Sumitomo, fabricante de pneus para veículos de passeio, vans, SUVs e caminhões das marcas Dunlop e Falken no Brasil, ampliará sua produção no País com novo ciclo de investimentos, até 2025, de R\$ 1 bilhão, maior valor aplicado desde a inauguração, em 2013, da fábrica do grupo em Fazenda Rio Grande, PR. O objetivo é aumentar em quase 30% o fornecimento de pneus para automóveis e dobrar a produção para caminhões e ônibus.

Finalista do Prêmio AutoData 2022 a Sumitomo se destaca como Fornecedor de Peças, Partes e Componentes.

O aporte na fábrica inclui o desenvolvimento de novas tecnologias de produção e de produtos, como a elaboração de compostos de pneus que reduzem a resistência ao rolamento, o que contribui para a redução do consumo de combustível.

Cerca de 80% de suas vendas são dedicados ao segmento de reposição e o restante é fornecimento OEM. No segmento de veículos leves Fiat, Toyota e Volkswagen são os principais clientes. Os de pesados são Iveco, Marcopolo e VWCO.

A companhia também investe na expansão da rede de contêineres que vende pneus de carga em pontos estratégicos das rodovias brasileiras. Desde 2020 mais de trinta contêineres entraram em operação, em doze estados.

Com este modelo de negócio a Sumitomo estabelece parceria com seus distribuidores locais ao aproximar os motoristas de caminhão aos contêineres da Dunlop próximos das principais rodovias, evitando desvios de rota para a troca de pneus.





## THYSSENKRUPP



Divulgação/Thyssenkrupp

# Centro tecnológico no Brasil desenvolve componentes para o mundo



Nove em cada dez veículos fabricados no Brasil são equipados com componentes produzidos pela thyssenkrupp. Em seu portfólio de produtos automotivos estão componentes para motor, como eixos de comando de válvulas montados, módulos de cabeçote do cilindro e virabrequins, componentes de suspensão e chassis para sistemas de direção, amortecedores, molas e barras estabilizadoras, e serviços de montagem de módulos de eixo.

A thyssenkrupp concorre ao Prêmio AutoData 2022 pelas suas ações em Gestão e também em Sustentabilidade.

Com fábricas em Poços de Caldas e Santa Luzia, MG, São José dos Pinhais, PR, e Campo Limpo Paulista, SP, a empresa investiu para ampliar sua referência no mercado com a inauguração de um centro tecnológico em São Paulo.

O novo centro, instalado na divisão Springs & Stabilizers é responsável pelo desenvolvimento de produtos para suspensão de veículos pesados em nível global. Ao estar mais próxima do cliente a companhia está apta a realizar testes mais rápidos e assertivos.

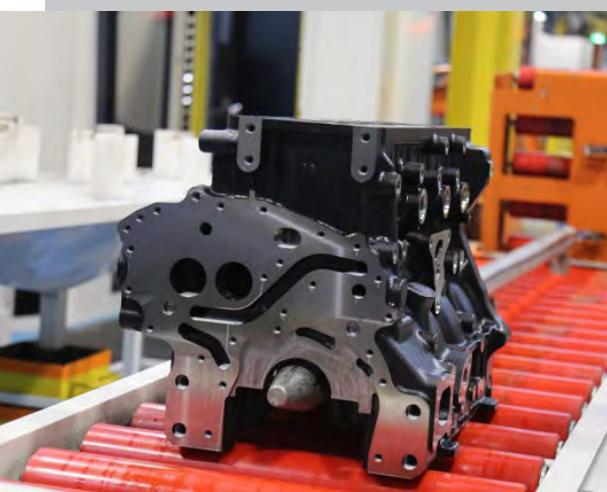
A thyssenkrupp também está intensificando os negócios na área com desenvolvimento e produção de componentes para powertrains elétricos. Desde o fim do ano passado a unidade de negócios Camshafts, em Minas Gerais, passou a ser chamada de Dynamic Components. A ideia é atender às tendências tecnológicas com foco em direção autônoma e mobilidade sustentável.

Determinada a tornar suas operações mais sustentáveis a thyssenkrupp conquistou o título de Zero Aterro para sua fábrica de Campo Limpo Paulista. O certificado é uma garantia de que a unidade recicla ou reaproveita 100% de seus resíduos sólidos.

Além de contribuir com a economia circular ações em favor do meio ambiente ajudam a reduzir significativamente as emissões de gases de efeito estufa. Até 2030 a meta global da thyssenkrupp é reduzir em 30% a geração direta de CO<sub>2</sub> relacionada aos processos produtivos e à energia utilizada.



## TUPY



# Multinacional brasileira amplia negócios e diversifica oportunidades



A multinacional brasileira de fundição com produção em Betim, MG, Joinville, SC, Mauá, SP, e também em Portugal e no México, investe no futuro da mobilidade e na jornada da descarbonização com aportes em pesquisa e desenvolvimento para encontrar soluções eficientes e competitivas.

A Tupy concorre ao Prêmio AutoData 2022 por Inovação Tecnológica/Fornecedores e por mais outras duas indicações, uma delas na categoria Exportador/Fornecedores junto com a MWM, empresa que está comprando, e também pela liderança do presidente Fernando Cestari de Rizzo.

Um dos resultados recentes deste esforço por inovação tecnológica é o UltraLight Iron, novo conceito de bloco para aplicações em motores menores e movidos a gasolina, etanol ou híbridos. A nova solução desenvolvida pela Tupy em parceria com a Ricardo, empresa de engenharia, é 5% mais leve que o produzido com alumínio.

A Tupy anunciou ainda outros projetos recentes relacionados à inovação. Em parceria com o Senai Paraná e a BMW desenvolveu processo de reciclagem de células de baterias de íons-lítio de veículos BMW, com aporte de R\$ 3 milhões. Com a USP firmou parceria no desenvolvimento de pesquisa em reciclagem de baterias de lítio com investimento inicial de R\$ 4 milhões.

Um projeto colaborativo da Tupy com a Westport Fuel Systems e a AVL List prevê o desenvolvimento de um motor de combustão interna de alta eficiência, movido a hidrogênio e destinado ao transporte de cargas.

A aquisição da MWM, por R\$ 865 milhões, confere à Tupy, maior fabricante de blocos e cabeçotes fundidos do mundo, a oportunidade de se tornar um fornecedor vertical de serviços de fundição, usinagem, montagem de motores, validação técnica e serviços de engenharia associados.

O modelo de gestão da Tupy ganhou força sob a liderança do CEO Fernando Cestari de Rizzo, também finalista do Prêmio AutoData 2022 na categoria de Liderança Empresarial/Fornecedores. Em mais de quatro anos na direção e em três décadas de sua trajetória na Tupy, Rizzo intensifica a expansão da companhia, diversifica os produtos e serviços oferecidos e a coloca no rumo da geração de energia e da jornada da descarbonização.





ZF



Divulgação/ZF

## Carlos Delich lídera bons resultados

Carlos Delich, presidente do Grupo ZF América do Sul, vem se destacando pelos bons resultados da empresa que lidera em um dos momentos mais desafiadores do setor automotivo mundial. Na comparação com 2020 em 2021 a ZF aumentou as vendas em 40% na região, resultado mais de 50% acima da média mundial da companhia.

Delich é um dos quatro executivos que concorrem ao Prêmio AutoData 2022 na categoria Liderança Empresarial/Fornecedor.

A ele também é atribuído o fortalecimento da atuação da ZF no mercado latino-americano por meio de plano de nacionalização de componentes e sistemas. Uma dessas iniciativas será a ZF PowerLine, transmissão automática de oito velocidades para veículos comerciais, homologada para ser produzida em larga escala no Brasil a partir deste segundo semestre.

Com o objetivo de eliminar emissões de CO<sub>2</sub> das operações no Brasil Delich coordenou várias iniciativas. Uma delas foi junto aos seus fornecedores no Brasil, de forma a que estejam alinhados ao desenvolvimento de seus processos. A sustentabilidade é um critério obrigatório para a ZF e as emissões de CO<sub>2</sub> em suas unidades devem ser reduzidas em 80% até 2030, bem como em 40% na cadeia de suprimentos e uso de produtos, em comparação a 2019.

Carlos Delich também impulsionou um projeto recente chamado Circularidade entre Plantas. Com isso focou em reduzir a geração de resíduos como caixas de madeira e pallets na ZF e manter os recursos em uso, promovendo práticas de economia circular nas unidades do grupo.

Em Sorocaba, SP, investiu em processo de reuso, redução e reciclagem de fluidos lubrificantes para os processos industriais, alcançando a purificação e a reutilização de 70% dos óleos de produção. Na mesma planta garantiu a segurança e inclusão de colaboradores com deficiência auditiva por meio de dispositivos para otimizar evacuação em possíveis situações de emergência.



**TIM**

**TRUFER**



## POWERING PROGRESS TOGETHER

### Marelli Sistemas Eletrônicos

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

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

MARELLI.COM



# Novo C3 retoma carro popular para emergentes

Marca francesa abandona imagem de sofisticação para lançar hatch B compacto mais barato do mercado

Por Pedro Kutney

**E**squeça aquela imagem de certa sofisticação, ainda que exagerada, que a Citroën sustentou por mais de duas décadas no Brasil. Com o novo C3 lançado no fim de agosto – um hatch com jeito de SUV que envolveu investimento de R\$ 1 bilhão em seu desenvolvimento local – a marca francesa desceu alguns degraus em acabamento e em tecnologia para ser mais popular e ganhar clientes.

Mas o novo C3 não é um popular global, é um projeto desenhado para mercados emergentes, eufemismo comumente utilizado para identificar países subdesenvolvidos onde a maioria da população tem baixa renda e não pode comprar bens de alto valor, como carros, que precisam ser depenados em alguns itens de tecnologia, conforto e segurança para caber no bolso de consumidores de menor poder aquisitivo.

Seguindo esse roteiro, a Citroën calibrou os preços do novo C3 para ficarem abaixo da concorrência no segmento de hatches B compactos, que hoje representam 20% das vendas no Brasil e que estão pouco acima de subcompactos como Renault Kwid e Fiat Mobi, os carros o KM mais baratos do mercado brasileiro.

As três versões 1.0 do C3 têm preços iniciais divulgados de R\$ 68 mil 990, R\$ 74 mil 990 e R\$ 78 mil 990. Na entrada o carro da Citroën é de R\$ 6,8 mil a R\$ 11,6 mil mais barato do que as opções equiva-





lentes dos três concorrentes eleitos pela marca: Chevrolet Onix, Hyundai HB20 e Volkswagen Gol – o Fiat Argo também está neste grupo, é o quarto hatch B mais vendido este ano e tem versões que usam o mesmo motor 1.0 Firefly de 75 cv produzido em Betim, MG, mas ficou de fora para evitar comparações com modelo de marca do mesmo Grupo Stellantis.

As duas versões equipadas com motor EC5 1.6 de 120 cavalos, este produzido bem ao lado da linha do C3 em Porto Real, RJ, custam R\$ 86 mil 990 e R\$ 93 mil 990 e a mais cara tem câmbio automático de seis marchas. O valor mais alto fica R\$ 20,4 mil abaixo do HB20 topo de linha e R\$ 13,7 mil inferior ao Onix mais caro, ambos equipados com motores 1.0 turbo um pouco menos potentes.

#### PLANO DE CRESCIMENTO

"O novo C3 marca uma nova era para a marca na região, com espaço, robustez, atitude SUV e Citroën Connect Touchscreen de 10 polegadas com preços acessíveis para o segmento", endossa Vanessa Castanho, vice-presidente da Citroën para a América do Sul. "O modelo é parte crucial da estratégia da Citroën de alcançar 4% de participação do mercado brasileiro até 2024."

A ampliação da gama de produtos da Citroën no Brasil será fundamental para as ambições da marca, que nos próximos dois anos pretende multiplicar por quatro sua participação no mercado brasileiro, hoje de 1,3%, e por dois na Argentina e nos demais países da América do Sul.

Desde 2020 até agora a linha nacional da Citroën estava restrita a apenas um modelo, o SUV compacto C4 Cactus, lançado em 2018 e vendido por preços acima de R\$ 100 mil – e mesmo só com ele a Citroën conseguiu bom desempenho com incremento de 13,5% nas vendas de janeiro a julho deste ano em comparação com 2021, enquanto a média do mercado de veículos leves foi de queda de 12,7%.

O primeiro passo do plano de crescimento começa por atacar a parte de baixo do mercado com o novo C3 e continua em

Divulgação/Citroën



2023 e 2024 com o lançamento de mais dois produtos, um a cada ano, também a serem produzidos em Porto Real sobre variante simplificada da plataforma CMP. O próximo modelo da nova safra deverá ser a reedição da carroceria Aircross do C3, já flagrada sob camuflagem em testes de rua.

Para acompanhar o crescimento das vendas da marca a rede também está sendo ampliada, vai chegar a 180 concessionárias até o fim de 2022 e cobrir 80% do território nacional.

#### NOVO PROJETO POPULAR

Primeiro carro da Citroën produzido no Brasil, em Porto Real, após a fusão dos grupos PSA e FCA que criou o Grupo Stellantis, em janeiro de 2021, o novo C3 é fruto do projeto denominado C-Cubed, que pode ser entendido como C ao cubo, por estar lastreado em três conceitos: cool, comfort e clever, palavras em inglês que identificam as principais qualidades de um novo padrão, mais elevado, de carro popular.

Segundo a Citroën estes três conceitos se referem, pela ordem, ao design externo moderno e descontraído com altura do solo de um SUV e posição de dirigir mais alta, ao conforto do espaço interno maior do que hatchs compactos normalmente têm e, por fim, ao preço mais acessível de compra e uso com inclusão de um bom pacote básico que inclui desde a versão de entrada ar-condicionado e direção elétrica, além de dispositivo multimídia com tela wide de 10 polegadas disponível a partir da segunda opção mais barata da gama, bem como câmbio automático para o topo de linha. Muitos modelos populares

## Versões e preços do novo Citroën C3

### Citroën C3 Live 1.0 MT5 – R\$ 68 mil 990

#### ITENS DE SÉRIE

- Airbags duplos • Controle de estabilidade e tração
- Assistente de partida em rampa • Monitor de pressão dos pneus • Ar-condicionado
- Direção elétrica • Vidros dianteiros elétricos • Travas elétricas
- Indicador de trocas de marcha • Rodas de 15" com calotas
- Luzes de condução diurna

#### OPCIONAIS

- Pintura Metálica – R\$ 1,3 mil
- Protection Pack (frisos laterais e protetor de cárter) – R\$ 900

### Citroën C3 Live Pack 1.0 MT5 – R\$ 74 mil 990

#### ITENS DE SÉRIE

- Todos os equipamentos da Live
- Citroën Connect 10" com Android Auto e Apple Carplay sem fio
- Conector USB dianteiro • Volante com comandos do sistema de som e bluetooth
- Chave com telecomando • Banco dianteiro com ajuste de altura
- Limpador e desembaçador elétrico traseiro

#### OPCIONAIS

- Os mesmos da versão Live

### Citroën C3 Feel 1.0 MT5 – R\$ 78 mil 990

#### ITENS DE SÉRIE

- Todos os equipamentos da Live Pack • Vidros traseiros elétricos
- Alarme perimetérico • 2 Conectores USB traseiros • Luzes diurnas de LED
- Rodas de liga-leve de 15" • Painel interno com faixa azul metálica
- Barras longitudinais no teto • Volante com ajuste de altura
- Maçanetas na cor da carroceria

#### OPCIONAIS

- Pintura Metálica – R\$ 1,3 mil
- Teto bitom preto ou branco – R\$ 1,3 mil
- Comfort Pack com sensor e câmera de ré – R\$ 1,4 mil
- Protection Pack (frisos laterais e protetor de cárter) – R\$ 900

### Citroën C3 Feel 1.6 MT5 – R\$ 86 mil 990

#### ITENS DE SÉRIE

- Todos os equipamentos da Feel 1.0 + motor 1.6 16V de até 120 cv

#### OPCIONAIS

- Iguais à Feel 1.0

### Citroën C3 Feel Pack 1.6 16V Automático – R\$ 93 mil 990

#### ITENS DE SÉRIE

- Todos os equipamentos da Feel 1.6
- Câmbio automático de seis marchas com opção de trocas sequenciais
- Modo Eco de condução • Rodas de liga-leve de 15" diamantadas
- Câmera de ré • Volante revestido com couro.

#### OPCIONAIS

- Iguais à Feel 1.0.

do passado não tinham nada disso nem como item opcional.

O projeto C-Cubed foi planejado pela PSA antes da fusão com a FCA. A ideia foi produzir um modelo compacto mais barato do que o padrão europeu sobre a plataforma CMP, da PSA, o que levou o desenvolvimento para as subsidiárias no Brasil e na Índia, dois mercados de baixa renda.

Inicialmente a PSA destinou R\$ 220 milhões para introduzir a variante de baixo custo da plataforma CMP em Porto Real, não só para produzir o novo C3, mas outros dois modelos. Depois da fusão o projeto foi revisto pela Stellantis e o investimento aumentou para R\$ 1 bilhão, já prevendo o aumento da produção na fábrica, que em setembro iniciou a contratação de mais 340 trabalhadores que vão se juntar aos 1,5 mil já em atividade na unidade para, em outubro, reabrir o segundo turno de trabalho – que foi suspenso em fevereiro de 2020 devido aos baixos volumes dos modelos em produção, o Citroën C4 Cactus e o Peugeot 2008.

Segundo Antonio Filosa, presidente da Stellantis América do Sul, antes da fusão o projeto do novo C3 previa o desenvolvimento de fornecedores divididos meio a meio com Brasil e Índia: "Mudamos totalmente a equação. Estamos trazendo muitos desses componentes para produção local, o que é bom para o produto, que ganha em competitividade logística e fiscal, e é bom para os fornecedores, que produzem em maior escala", afirmou o executivo durante o 4º Congresso Latino-Americano de Negócios da Indústria Automotiva, realizado em agosto por AutoData.



Com esta mudança de estratégia o índice de nacionalização do C3 aumentou significativamente, passa dos 70% e chega a 90% na versão 1.0 mais barata, segundo o gerente de produto César Rosolen: "Desse forma conseguimos reduzir bastante a dependência de componentes importados que estão em falta". Mas não totalmente pois a produção do C3 em Porto Real deveria ter sido iniciada em março passado mas foi atrasada em cinco meses devido aos problemas de fornecimento que a indústria vem enfrentando.

Já sob o guarda-chuva da Stellantis América do Sul o desenvolvimento do novo C3 para ser produzido no Brasil somou 1 milhão de quilômetros rodados com o carro em testes de campo no Brasil, na Argentina, na Suécia e outros países, envolvendo cem engenheiros do grupo em 1 milhão de horas dispensadas a trabalhos de engenharia, com mais de seiscentos ensaios de laboratório e 15 mil horas de testes de durabilidade no South America Tech Center de Betim e no Circuito dos Cristais em Curvelo, MG.





### QUALIDADES

O novo C3 é um carrinho bem desenhado, mantém o visual diferenciado da marca francesa que conferiu a ele algo que chama de "atitude SUV", que identifica um hatch compacto mais alto e com maior altura do solo na comparação com qualquer competidor de sua categoria, ao mesmo tempo em que serve para pegar carona no sucesso do segmento de SUVs, o que mais atrai consumidores atualmente no mundo todo.

O modelo também é bem ajeitado, com boas proporções e bom espaço para um modelo compacto. Com comprimento de 3m98 e entre-eixos de 2m54, o C3 é um pouco menor do que o Onix mas bate todos os concorrentes na largura de 1m73, na altura de 1m60, no maior porta-malas da categoria, com 315 litros de espaço para bagagens e na altura do solo de 18 cm – suficientes para homologar o carro no Brasil como um SUV, mas a Citroën preferiu classificá-lo como hatch B para evitar a competição com veículos de outra categoria.

Com estas dimensões o espaço interno foi melhor privilegiado em relação à con-

corrência na largura e na altura, garantindo maior conforto para quatro ocupantes, e os dois de trás, mesmo se tiverem até 1m90, não roçam a cabeça no teto nem os joelhos no banco da frente. O acabamento interior, porém, é muito simples, com revestimentos plásticos rústicos.

Outro exemplo dessa rusticidade está no pequeno quadro de instrumentos digital com tela monocromática e sem contagiros para nenhuma versão. Nas opções mais caras com acionamento elétrico dos vidros traseiros os botões foram colocados em posição exótica: na ponta de trás do console central, em vez de estarem nas portas como é usual.

Mas o C3 tem construção sólida, sua carroceria é produzida com 86% de aços de ultra e alta resistência, o que garante maior resistência às torções, menos trepidações e silêncio a bordo. A bem ajustada suspensão e a avantajada altura do solo proporcionam rodagem suave e segura para enfrentar as muitas ondulações e buracos das ruas brasileiras – assim como as indianas. A direção elétrica, muito macia, torna a condução fácil.

A atração mais tecnológica do novo C3 é a tela tátil de 10 polegadas horizontal – a mesma já utilizada no Peugeot 208 –, disponível só a partir da versão Live Pack, R\$ 6 mil mais cara que a opção de entrada Live. O dispositivo integra os comandos do sistema de infoentretenimento multimídia Citroën Connect Touchscreen, com espelhamento sem fio de smartphones via Android Auto ou Apple Car Play.

O pacote de equipamentos do novo C3 é bastante completo desde a versão mais barata, incluindo direção elétrica, ar-condicionado, monitor de pressão dos pneus e luzes de condução diurna. Contudo, como não há almoço de graça, para ser mais barato que os rivais a opção de entrada do C3 não tem o sistema multimídia, nem chave com comando remoto ou um trivial limpador e desembacador do vidro traseiro. E nenhuma opção tem airbags laterais, como muitos modelos da mesma categoria já oferecem. É o preço da moderna simplicidade.

# É SEMPRE UMA HONRA ESTAR ENTRE OS MELHORES.



Mais uma vez a Marcopolo está entre os Melhores do Setor Automotivo do Prêmio AutoData. Para nós, esse é o resultado dos programas e das ações de inovação, tecnologia, qualidade e relacionamento com os clientes. São eles que têm garantido o fortalecimento da companhia, o crescimento de mercado e o reconhecimento dos nossos parceiros, além da conquista de diferentes prêmios no Brasil e no exterior.

**Marcopolo. Líder nacional e uma das maiores fabricantes de ônibus do mundo.**

Indicada nas categorias:

**Produtor de Carroçarias e Implementos**

**Exportador/ Fornecedores**



**VOTE AQUI**

Desde já agradecemos pelo seu voto.

 **Marcopolo**

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




# Fastback sobe nível do fabricante

SUV-cupê é o carro mais sofisticado e caro da Fiat no País

Por Pedro Kutney, de São Bento do Sapucaí, SP

**O** Fastback fecha o ciclo de despopularização da Fiat no Brasil, com ofensiva de lançamentos em sequência iniciada há cerca de três anos, que desconectam a empresa da pecha de produzir apenas carros mais baratos. Neste sentido o inédito SUV-cupê coloca a marca no alto do mercado, é o mais caro dentre os oito modelos Fiat produzidos no País, com design refinado, acabamento caprichado, tecnologias modernas, motores potentes e preços em três versões, todas turbo, duas 1.0 de R\$ 129 mil 990 e R\$ 139 mil 990, e uma 1.3 por R\$ 149 mil 990.

O novo carro puxará ainda mais para cima o preço médio de compra de veículos Fiat, que já está em R\$ 110 mil, valor que subiu 60% desde 2019. Herlander Zola, vice-presidente sênior da Fiat na América





do Sul, observa que o portfólio atual de produtos reflete o plano que começou a ser traçado em 2017, quando ele chegou à empresa, vindo da Audi: "A primeira percepção era de que a Fiat precisava ganhar valor e para isso era necessário se distanciar dos populares".

Zola endossa que o Fastback está no topo do planejamento de aumentar o valor agregado dos carros da maior divisão do Grupo Stellantis no Brasil e na América do Sul. Com este plano a Fiat ganhou mais de 8 pontos porcentuais de mercado de 2019 a 2021 e este ano lidera com folga as vendas no País com quase 22% de participação.

O resultado veio na esteira do lançamento da nova Strada, em 2020, da renovação da Toro como motor turboflex, em 2021, e no fim do mesmo ano com a chegada do primeiro SUV da Fiat, o Pulse, culminando agora com o modelo mais sofisticado do portfólio, que começou a ser vendido no meio de setembro na rede de quinhentas concessionárias.

"A marca surfou por muitos anos na onda dos carros populares zero-quilômetro, mas o mercado mudou e isso quase destruiu a Fiat, que em 2017 desceu para seu pior porcentual de participação, ape-

nas 13%. Hoje cerca de 30% das vendas da Fiat são de modelos mais baratos, continua sendo uma marca para todos, mas não só para quem tem baixa renda, e isso fez nosso market share quase dobrar."

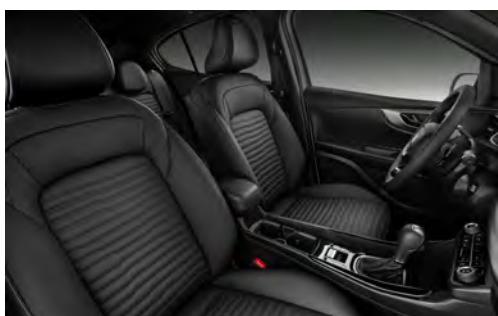
#### AMBIÇÕES COMERCIAIS

As primeiras projeções da Fiat apontam para a venda de 2,5 mil a 3 mil unidades do Fastback por mês. Se isto de fato acontecer ele será o Fiat nacional menos vendido, ainda que por certo o mais rentável. O volume esperado é de cerca de metade do desempenho atual do SUV compacto Pulse, que custa de R\$ 97,9 mil a R\$ 130,8 mil e vende 4,5 mil a 5 mil/mês. Zola avalia que o SUV-cupê poderá roubar algo como 10% das vendas da versão de topo do Pulse, que tem preço R\$ 1 mil acima da entrada do Fastback.

Concorrendo no segmento de SUVs, que já é o maior do mercado brasileiro com 36% dos emplacamentos este ano, os principais competidores do Fastback, na visão da diretoria da Fiat, serão Chevrolet Tracker, Hyundai Creta e os Volkswagen T-Cross e Nivus – este último muito mais pela similaridade da carroceria SUV-cupê do que pela tabela de preços.



Divulgação/Fiat



Adotando o mesmo nome que identifica o seu desenho de carroceria, com inclinação acentuada na coluna C traseira, o Fastback é um SUV-cupê compacto mais espaçoso, tem dimensões e estilo que concorrem com modelos de categoria superior, de marcas premium. Por isto Zola antevê bom potencial de roubar clientes desses carros mais caros, atraindo clientes que eventualmente querem economizar um pouco para comprar um automóvel que oferece conforto, design e tecnologia similares aos de alta gama.

Outro diferencial do Fastback, conforme destaca a Fiat, é o imenso porta-malas de 600 litros, o maior da categoria, que poderá atrair clientes de outros segmentos, principalmente de sedãs.

Somando tudo Zola diz que torce para estar enganado, para menos, sobre as projeções de vendas do Fastback, assim como aconteceu no passado recente com a nova Strada, hoje o veículo mais vendido do País, que com novas configurações para passageiros roubou clientes de outros

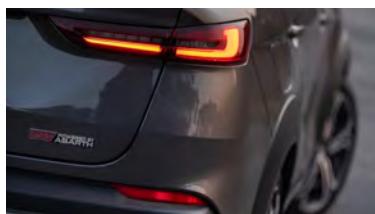
automóveis: "Tínhamos previsto vender 20% a mais do que o modelo anterior, coisa de 8 mil/mês, mas logo no primeiro mês recebemos 15 mil pedidos e 14 mil no segundo".

Se o mesmo erro de cálculo acontecer com o Fastback é provável que alguns clientes tenham de esperar alguns meses para receber o carro, mas Zola diz que o problema de falta de componentes eletrônicos está mais bem controlado no momento e há maior potencial para aumentar a produção em Betim, MG, onde o modelo entrou em linha em agosto para começar a abastecer as concessionárias.

#### **PROJETO NACIONAL**

O Fastback é um projeto 100% brasileiro que começou a ser desenvolvido há cerca de cinco anos na então FCA, antes

## Preços e versões do Fiat Fastback



### Audace Turbo 1.0 200 CVT – R\$ 129 mil 990

#### PRINCIPAIS ITENS E SISTEMAS DE SÉRIE:

- Controle de estabilidade e tração
- Frenagem automática de emergência
- Assistente de mudança de faixa
- Comutação automática de farol alto/baixo
- Fardos e lanternas de LED
- Freio de estacionamento eletrônico com autohold
- Ar-condicionado automático e digital
- Rodas de liga leve 17"
- Central multimídia com tela tátil de 8,4" e pareamento sem fio
- Carregamento sem fio do celular
- Sensor e câmera de estacionamento traseiros
- Borboletas no volante para mudanças manuais de marchas
- Air bags frontais e laterais de tórax e cabeça

### Impetus Turbo 1.0 200 CVT – R\$ 139 mil 990

#### PRINCIPAIS ITENS E SISTEMAS DE SÉRIE:

- Iguais ao Audace
- Central Multimídia com tela tátil de 10,1" e pareamento sem fio
- Quadro de instrumentos digital 7 polegadas
- Teto com pintura preta
- Roda esportiva com acabamento diamantado de 18"
- Banco em couro e acabamento interno escurecido
- Sensor de estacionamento dianteiro

### Limited Edition Turbo 1.3 270 AT6 – R\$ 149 mil 990

Todos os equipamentos e sistemas de série da versão Impetus

da fusão com a PSA que criou o Grupo Stellantis, no início de 2021. A primeira aparição pública foi a exposição como carro-conceito no Salão do Automóvel de São Paulo de 2018, onde já era chamado Fastback. O nome e muito daquele desenho inspiraram decisivamente o carro que está sendo lançado agora, mas a principal diferença é a plataforma.

O Fastback apresentado em 2018 foi projetado usando a mesma base da picape Toro, produzida em Goiana, PE, sobre a plataforma Small-Wide aplicada a modelos Jeep. Mas o desenrolar do projeto mostrou ser mais barato e eficiente fazer o SUV-cupê em cima da plataforma do Pulse, para produzir o carro em Betim, onde há mais capacidade de produção.

Outra mudança de planos no novo SUV da Fiat é que ele deveria ser equipado unicamente com o motor 1.0 turbo: "Mas vimos que o carro tinha estilo esportivo para ter uma versão superior mais potente, aí decidimos lançar a Limited Edition turbo 1.3 de 185 cavalos com estilização Abarth, a marca esportiva da Fiat".

Assim o Fastback está sendo lançado em apenas três versões, todas elas equipadas com motores turboflex 1.0 ou 1.3 com injeção direta de combustível, gasolina ou etanol, ambos produzidos em Betim desde o ano passado e já usados em outros modelos Fiat e Jeep no País.

Duas das versões, Audace e Impetus T200, são equipadas com o motor turboflex 1.0 de 130 cv e torque máximo de 200 Nm, com câmbio automático CVT, o mesmo powertrain já usado nas versões mais caras do Pulse. A opção topo de linha é a Limited Edition T270, Powered by Abarth, com o motor 1.3 turboflex de 185 cv e torque de 270 Nm, acoplado à transmissão automática de seis marchas. Ambas as motorizações são as mais potentes do mercado brasileiro em suas respectivas categorias.

#### QUALIDADES

Somente a versão 1.3 mais potente, com estilização esportiva Abarth, estava disponível para dirigir na pré-apresentação do Fastback à imprensa. Pode-se dizer

que conduzir o SUV-cupê de 185 cavalos é uma experiência bastante esportiva: o carro tem torque muito forte, quase todo disponível já na primeira pisada do acelerador, fazendo o motorista colar as costas no confortável encosto do assento.

Segundo medições da Fiat o Fastback é o SUV mais potente e rápido de sua categoria. Abastecido com etanol a aceleração do modelo 1.3 turboflex de 0 a 100 km/h acontece em 8,1 segundos e a velocidade máxima é de 210 km/h. Para o Fastback 1.0 o 0 a 100 km/h se passa em 9,4 segundos.

Apesar da carroceria mais alta típica dos SUVs, 19 centímetros de altura do solo, o Fastback cola no chão, é estável, tem suspensão bem acertada, firme sem ser dura, e tem baixo rolamento lateral.

O Fastback é possivelmente o Fiat mais sofisticado já produzido no Brasil. O acabamento interno é caprichado, com bancos que podem ser revestidos em couro. O visual da cabine é agradável, apesar de painel e revestimentos serem todos de plástico rígido – o lado popular da marca persiste aqui. O lado mais tecnológico fica por conta do quadro de instrumentos 100% digital e personalizável, de 7 polegadas nas duas versões mais caras.

O centro do painel abriga a tela tátil da central multimídia, de 8,4 polegadas na versão Audace e de 10,1 polegadas nas Impetus e Limited Edition. O sistema conta com emparelhamento sem fio do smartphone, que pode espelhar aplicativos na tela via Android Auto ou Apple Car Play. O Fastback conta ainda com o Fiat Connect Me, que conecta o veículo com o celular para monitorar informações de consumo e autonomia, por exemplo, e também pode travar, destravar e ligar o carro à distância para acionar a climatização.

O novo SUV da Fiat traz bom pacote de equipamentos e sistemas de série desde a versão mais barata, incluindo lanternas e faróis de LED com uma marcante assinatura luminosa, com luzes de seta dianteira que quando acionadas mudam a cor da lanterna de branca para alaranjada. Também estão incluídos sistemas de as-

sistência ao motorista, como controle de estabilidade e tração, freios ABS offroad, frenagem automática de emergência e assistência de volante, que corrige a direção quando o carro desgarra da faixa de rodagem.

Quatro airbags, dois frontais e dois laterais, completam os dispositivos de segurança. Não foram instaladas as bolsas tipo cortina, como em carros do mesmo nível de preço. A Fiat alega que as laterais já foram projetadas para proteger tórax e cabeça, mas só para os passageiros da frente.

Também faz falta o controle adaptativo de velocidade, ACC, sistema que já está presente em carros brasileiros na mesma faixa de preços. Com o Fastback a Fiat subiu de nível, mas continua econômica nos custos. ■



# Finalista na Categoria Liderança!

Pelo segundo ano consecutivo a gestão com ampla visão de negócios de Carlos Delich, nosso presidente para a América do Sul, foi reconhecido e é finalista do Prêmio AutoData!

Contamos com seu voto!



**Carlos Delich**  
Presidente da ZF  
América do Sul



VOTE  
**ZF**  
NO PRÊMIO  
**AUTO  
DATA**

# GM retoma ofensiva elétrica no Brasil com o novo Bolt

Empresa lançará um modelo a bateria por ano até 2024

Por Leandro Alves, de Indaiatuba, SP

**A**General Motors retomou em setembro sua ofensiva de lançamentos de carros elétricos no Brasil com o novo Chevrolet Bolt EV depois de ter lançado por aqui, no fim de 2019, a primeira geração do modelo. Durante 2020 e 2021 emplacou 240 unidades mas paralisou as importações dos Estados Unidos no ano passado até resolver o risco de incêndio detectado nas baterias LG. Agora começam as vendas do Bolt que foi reestilizado por fora e por dentro.

O hatch elétrico não será o líder de vendas dos modelos eletrificados no Brasil, tampouco o esperado baixo volume de emplacamentos dará alguma contribuição relevante para acabar com as emissões automotivas de CO<sub>2</sub>, o propósito principal deste tipo de veículo. O Bolt é, por enquanto, a parte que cabe ao mercado brasileiro do plano global da GM, de lançar trinta BEVs, battery electric vehicles, até 2025.

No cenário de transição energética dos veículos ao longo desta década a GM aposta todas as suas fichas em modelos 100% elétricos, rechaça qualquer projeto de lançar híbridos, o que inclui o Brasil, onde diz não pretender aproveitar o etanol neutro em carbono para desenvolver modelos híbridos flex, como fazem quase todas suas concorrentes.



Desta nova safra de Chevrolet elétricos quatro deles serão importados para cá. O novo Bolt EV é o primeiro, em 2023 chega a sua versão SUV, o Bolt EUV, e depois será a vez de mais dois SUVs médios, o novo Blazer EV deve chegar nos primeiros meses de 2024 e o Equinox EV, provavelmente, até o fim do ano.

"Queremos induzir e liderar as experiências positivas com os veículos elétricos. Neste momento o Bolt tem essa missão, pois sabemos que existem muitos consumidores interessados. O volume que importarmos venderemos rapidamente", diz Marina Willisch, vice-presidente da General Motors América do Sul, que está bastante confiante no plano de eletrificação da companhia.

"O silêncio e o fim das vibrações a bordo, o torque instantâneo e a autonomia para fazer boa parte das viagens para a praia ou interior, além de rodar praticamente a semana inteira na cidade sem precisar abastecer, são atributos imbatíveis dos veículos elétricos."

### PRIMEIRAS IMPRESSÕES

O novo Bolt que já está por aqui tem algumas qualidades bem interessantes, a começar pela autonomia de até 459 quilômetros antes de precisar recarregar a bateria, o que poderá ser feito em casa plugando o veículo em um wallbox, recarregador residencial, que poderá ser comprado junto com o carro. Segundo a GM, cada hora de recarga no wallbox de menor potência disponível, de 7,4 kVA, adiciona autonomia de 40 km.

O primeiro lote de noventa unidades do Bolt já está disponível para encomendas com preço fixado em R\$ 329 mil. Os primeiros quarenta pedidos levam de graça o recarregador residencial Home Charge Pulsar Plus com potência de 7,4kVA a 22kVA, que depois da promoção de lançamento poderá ser comprado por R\$ 7 mil a R\$ 8 mil, dependendo da tributação específica para o wallbox em cada Estado. A instalação fica à cargo do cliente e tem custo estimado de R\$ 3 mil a R\$ 4,5 mil.



Divulgação/GM

A versão 2022 do Bolt tem atributos que são importantes para o cliente aqui, como o visual atraente, interessante sobretudo na dianteira com os faróis de LED e a ausência de uma grade. O interior é bem-acabado e oferece ótima ergonomia, com espaço aberto pela ausência da alavanca de acionamento das marchas no console central. O motorista encontra facilidade para manusear todos os controles. No porta-malas cabem 380 litros, tamanho suficiente para acomodar as bagagens de uma pequena família.

Ao contrário de outros elétricos de alta gama que têm sido lançados nos últimos anos o ambiente a bordo do Bolt não é muito futurista, mas o quadro digital de instrumentos já promoveu a extinção de itens bem tradicionais nos carros a combustão, como a informação da rotação do motor no conta-giros. Ali, agora, só se apresenta o básico para um BEV, como a quantidade de energia utilizada ou regenerada, dependendo da força no acelerador, a autonomia ainda disponível nas baterias e informações da viagem, além da velocidade, é claro.

A tela tátil de 10,2 polegadas incorpora o sistema MyLink da GM atualizado e a conectividade que os usuários de smar-

tphones adoram: wi-fi a bordo, Spotify e Alexa instalados, além de espelhamento do celular na tela via Android Auto ou Apple Car Play.

### NA PISTA

Acelerar o Bolt pela primeira vez no Campo de Provas da GM em Indaiatuba, SP, foi uma experiência interessante: as pistas escolhidas para provar o carro foram as que têm o pior pavimento do complexo, reproduzindo as condições encontradas nas ruas e estradas brasileiras. Realmente a ausência de ruído é algo curioso em um primeiro momento, mas que agrada ao longo da jornada.

O torque instantâneo é um ótimo diferencial dos carros elétricos, pois torna mais ágil e segura as manobras de ultrapassagem no trânsito urbano ou na estrada. As baterias instaladas no assoalho contribuem para garantir maior estabilidade em piso irregular, manobras mais radicais e em curvas, porque deixam o centro de gravidade mais baixo, passando a sensação de que o veículo está sempre grudado ao chão.

O Bolt tem 203 cv de potência e torque instantâneo de 36,7 kgm, suficientes para garantir desempenho esportivo, com ace-

leração de 0 a 100 km/h em 7,3 segundos. O veículo tem duas configurações interessantes e exclusivas dos modelos eletrificados: sistema regenerativo das frenagens pode ter sua intensidade aumentada ao se acionar um botão atrás do volante e no modo de condução One Pedal, toda a vez que o motorista tira o pé do acelerador, o carro já começa a recarregar a bateria.

Como a proposta é de um veículo premium o Bolt traz todos os equipamentos dessa categoria, como o controle de cruzeiro adaptativo, ACC, dez airbags, assistente de estacionamento com visão do alto 360 graus e câmeras de alta definição, assistente de permanência na faixa, LKA, alerta de ponto cego, alerta de colisão frontal com detecção de pedestres e frenagem automática de emergência.

Quem comprou os primeiros veículos elétricos vendidos no Brasil foram entusiastas da tecnologia e, por óbvio, os que podem pagar os altos preços destes modelos. Isto continua sendo verdade, mas a GM pondera que design e desempenho sempre serão atributos importantes para o cliente, independente da tecnologia de propulsão. A nova geração do Bolt EV, desta vez, proporciona tudo isso. ■





# Mercedes-Benz. Finalista em 4 categorias no prêmio AutoData 2022.

O brilho dessas indicações é o reconhecimento da importância de percorrer os caminhos para um novo mundo com sustentabilidade, segurança, respeito e qualidade de vida.

## CATEGORIAS INDICADAS:

- Montadora Veículos Comerciais
- Exportador/Montadora
- Veículo Caminhão - Arocs
- Liderança Empresarial - Luiz Carlos Moraes

Conheça nossos cases.  
Acesse [www.autodata.com.br](http://www.autodata.com.br) e vote até 26/10.

Mercedes-Benz



# Volkswagen envia Seitz de volta ao Brasil



Divulgação/VW

**Executivo alemão sucede a Pablo Di Si em outubro**

Redação AutoData

**F**oi definido o substituto de Pablo Di Si, que está de partida para os Estados Unidos, onde será o novo CEO da Volkswagen América do Norte. A Volkswagen confirmou que, a partir de 1º de outubro, Alexander Seitz assume o posto de seu presidente executivo na América do Sul.

O executivo alemão, de 60 anos, já é um velho conhecido dos brasileiros, principalmente dos fornecedores, com os quais negociou em bom português, que fala fluentemente, em suas duas passagens anteriores pelo Brasil na direção de compras da Mercedes-Benz, de 1995 a 2000, e na própria Volkswagen, de 2008 a 2013.

Com longa carreira internacional especializada nas áreas de finanças, tecnologia da informação e compras Seitz ocupava

importante cargo na sede mundial da Volkswagen na Alemanha, onde desde 1º de março de 2020 tinha assento no Conselho de Administração, responsável pelas finanças, equivalente ao posto de CFO global. Agora, em seu retorno ao Brasil, de onde dirigirá as operações na América do Sul, o executivo deixou vaga sua cadeira no conselho, que até o meio de setembro ainda não tinha substituto anunciado.

"Como responsável pela área de finanças Alexander Seitz conduziu com sucesso a Volkswagen em cenários turbulentos nos últimos dois anos e meio e ajudou a posicionar a empresa em uma base sólida", afirmou em nota Thomas Schaefer, CEO global da Volkswagen Passenger Cars. "Com seus muitos anos

de experiência na região Seitz é a pessoa certa para liderar este importante mercado e, juntamente, com Ciro Possobom, no Brasil, e Marcellus Puig, na Argentina, seguirá a trajetória vitoriosa nestes países."

### ANTEVISÃO

Embora ainda não sejam conhecidas as missões de Seitz no Brasil e na América do Sul ele próprio antecipou os objetivos da companhia na região em apresentação de resultados globais da Volkswagen, mais de um ano atrás, em março, destacando o bem-sucedido processo de reestruturação pelo qual passou a subsidiária.

"Reservamos € 100 milhões para reestruturar os negócios no Brasil e trabalhamos muito para melhorar os custos no mercado brasileiro, o que inclui ajustes de capacidade nas plantas, redução de turnos de trabalho, maior localização de componentes para a plataforma MQB, o novo Polo Track como um carro de entrada para a região, e aumento do potencial de exportações para fora da América do Sul."

A reestruturação trouxe de volta o lucro para a operação da Volkswagen no Brasil, o que não acontecia desde o início da década passada. Com isso foi possível aprovar novo ciclo de investimentos no Brasil e na Argentina, que soma R\$ 7 bilhões até 2026 e inclui o projeto Polo Track, com o lançamento, a partir de 2023, de nova família de carros de entrada que deverá ter de três a quatro modelos construídos sobre uma versão simplificada da plataforma global do Grupo VW, a MQB. O plano foi costurado por Pablo Di Si com a supervisão financeira de Seitz na matriz, que agora assumirá sua continuidade pessoalmente.

Seitz é lembrado por fornecedores brasileiros por sua rigidez nas exigências de qualidade e competitividade da cadeia de suprimentos. Não se espera nada muito diferente. Pouco antes de deixar o País, em 2012, fez duras críticas aos preços das matérias-primas no Brasil e não escondeu sua insatisfação com o recém-aprovado Inovar-Auto: "Teria sido melhor deixar as empresas correrem atrás de competitividade e buscarem melhor qualidade".

### LONGA CARREIRA NA INDÚSTRIA

Alexander Seitz tem muitos anos de experiência internacional em cargos de gestão na indústria automotiva. Ele tem formação em administração de empresas com foco em auditoria e em direito comercial. Após concluir um MBA iniciou a carreira no setor na então Daimler-Benz AG, na Alemanha.

Em 1995 foi expatriado pela primeira vez ao Brasil, onde assumiu vários cargos nos departamentos de contabilidade, controladoria e compras na fábrica de caminhões e ônibus da Mercedes-Benz. A partir de 2000 foi transferido para Detroit, MI, nos Estados Unidos, para dirigir as compras da DaimlerChrysler.

Seitz ingressou na Volkswagen AG em 2005 e, baseado na sede, em Wolfsburg, chefiou a área de compras do grupo para motores e transmissões. Em 2008 o executivo retornou ao Brasil e ingressou no board da Volkswagen no País como vice-presidente de compras para a América do Sul.

Em 2013 mudou-se para a China, onde foi nomeado primeiro vice-presidente e vice-presidente comercial da SAIC Volkswagen Automotive, em Xangai. Como co-gerente geral da joint venture Seitz exerceu sua função especializada em finanças, TI, compras e recursos humanos para expatriados.

Em 1º de setembro de 2017 Seitz juntou-se ao Conselho de Administração da Audi na Alemanha e assumiu o assento com responsabilidade pelas finanças da divisão, TI e integridade. Em 2019 integrou-se ao conselho responsável por finanças, China e assuntos jurídicos. Cerca de um ano depois, em 1º de março de 2020, voltou à divisão Volkswagen Passenger Cars para integrar o seu Conselho de Administração com responsabilidade pela área de finanças.

Agora, como o novo chairman executivo da Volkswagen na região da América do Sul, Seitz terá sob sua supervisão operações em 29 países, incluindo Brasil, Argentina e outros mercados sul-americanos e da América Central.

# GM reconhece fornecedores

Montadora premiou 121 fábricas de componentes em quatro países onde produz veículos na América do Sul

Redação AutoData

**A**General Motors realizou em agosto a décima edição do Supplier Quality Excellence Award, premiação oficial aos fornecedores na América do Sul que apresentaram os melhores desempenhos de qualidade e logística ao longo de 2021. O reconhecimento foi feito a 121 fábricas que fornecem às unidades de produção da montadora em quatro países da região: 96 delas instaladas no Brasil e 25 na Argentina, Colômbia e no Equador.

As fábricas premiadas dos fornecedores foram divididas em cinco categorias, de acordo com os tipos de componentes fornecidos para partes dos veículos: chassis, carroceria e exterior, interior, elétrica e sistemas de propulsão.

Este ano a fábrica de velas de ignição da NGK em Mogi das Cruzes, SP, comemorou ser a única a receber o prêmio da GM por dez anos consecutivos, desde que o reconhecimento foi criado, em 2012. ■

## GM Supplier Quality Excellence Award 2021

### >>BRASIL

#### Chassis

Aludyne Componentes Automotivos Guarulhos  
BASF Guaratinguetá  
BASF Guarulhos  
BASF Indaiatuba  
Benteler Componentes Automotivos  
Bridgestone do Brasil  
Continental do Brasil  
Driv do Brasil  
Eagle do Brasil  
GKN do Brasil  
Iochpe-Maxion  
IPA Indústria de Produtos Automotivos  
Johnson Electric Automotivo Brasil  
Marelli Sistemas Automotivos  
Michelin

#### Mubea do Brasil

Paranoá Indústria de Borracha  
Pirelli Pneus  
S Riko Automotive  
Sanoah do Brasil  
SKF do Brasil  
Sogefi Suspension Brasil  
Tenneco Indústria de Autopeças  
TI Brasil Indústria e Comércio  
Valeo Sistemas Automotivos Thermal  
ZF Automotive Brasil Engenheiro Coelho  
ZF Automotive Brasil Limeira  
ZF do Brasil Sorocaba

#### Sistemas de Propulsão

Acument Brasil Sistemas de Fixação  
Aludyne Componentes Automotivos Vespasiano  
Bleistahl Brasil Metalurgia

# GM Supplier Quality Excellence Award 2021

Bollhof Service Center  
 Bontaz do Brasil  
 Cerâmica e Velas de Ignação NGK do Brasil  
 Cestari Indústria e Comércio  
 Continental Parafusos  
 Eldor do Brasil  
 Federal Mogul Componentes de Motores  
 Hengst Indústria de Filtros  
 Indústria Metalúrgica Lipos  
 Irmãos Parasmo Indústria Mecânica  
 KSPG Automotive Brasil Divisão Kolbenshmidt  
 Litens Automotive do Brasil  
 Mahle Metal Leve  
 Marelli Cofap do Brasil  
 Martinrea Honsel  
 Miba Sinter Brasil  
 Musashi do Brasil  
 Nidec GPM do Brasil Automotiva  
 RCN Indústrias Metalúrgicas  
 Rudolph Usinados  
 SHW do Brasil  
 Sofape Fabricantes de Filtros  
 StampTec Indústria e Comércio de Peças  
 Estampadas  
 Tenneco Powertrain Araras

## Interior

Autoneum Brasil Têxteis Acústicos  
 Denso do Brasil  
 Freudenberg Não-tecidos  
 ITW Delfast do Brasil  
 Plásticos Mauá  
 Revestcar Indústria e Comércio de Confecções  
 Samvardhana Motherson Reydel Companies  
 Gravataí  
 SDS Indústria e Comércio  
 Toyota Boshoku do Brasil  
 Trimtec  
 Valeo Sistemas Automotivos HVAC

## Carroceria & Exterior

3M  
 Aisin Automotive  
 Cobra Metais  
 Copam  
 Ilpea  
 JSP  
 Mitsuba Autopart  
 Nitto Denko  
 Pisani Plásticos  
 Produflex  
 Progeral  
 Scórpios Indústria Metalúrgica  
 SL  
 SMR

Stabilus  
 Sulbras Moldes e Plásticos  
 TTB Indústria e Comércio de Produtos Metálicos  
 Wapmetal Indústria e Comércio de Molas e  
 Estampados  
 Zanettini Barossi Indústria e Comércio

## Elétrica

Aptiv Manufatura e Serviços de Distribuição  
 Casco do Brasil  
 Clarios Energy Solutions do Brasil  
 Continental Advanced Antenna Automotiva  
 Denso Máquinas Rotantes do Brasil  
 Fiamm Latin America Componentes  
 Automobilísticos  
 Ikro Componentes Automotivos  
 Moura Baterias  
 Nidec Mobilidade Brasil  
 TE Connectivity Brasil Indústria  
 Thomas KL Indústria de Alto Falante

## >>ARGENTINA, COLÔMBIA, EQUADOR

### Interior

Espumatex  
 Felsim  
 Irauto  
 L'Equipe Mounteur Benevidez  
 L'Equipe Monteur Córdoba  
 Adient Automotive Systems  
 PSTC Productos y Sellantes Tecnicos  
 Suesfa  
 Thermoform  
 Mirgor  
 Treves Argentina  
 Trimco

### Chassis

Bundy Colombia  
 Industria de Materiales de Friction  
 Industrias Metalicas Associadas IMAL  
 Mastropor  
 Transejes Ecuador  
 Transejes Transmissiones Homocinetic

### Carroceria & Exterior

Ferrosider Parts  
 Gestamp Córdoba  
 Plastic Omnim  
 Tiberina Automotive Argentina  
 Metaltronic

## Elétrica

Clarios Andina  
 Tecnova



Divulgação/TE Connectivity

# TE Connectivity mostra o lado prático da localização

Fabricante de conectores e sensores sai na frente na produção de componentes no Brasil e já exporta 50% da produção

Por Márcio Stéfani

**U**m dos principais reflexos que a pandemia trouxe para o setor automotivo refere-se ao fato de que a globalização da produção não mais acontecerá da forma como nos acostumamos a vê-la ao longo dos últimos dez anos, com as compras da maioria das empresas fabricantes privilegiando quase que sempre o menor custo, comprando

em qualquer parte do mundo onde fosse mais barato.

A produção local de autopeças, principalmente sua planificação, está voltando forte ao foco central dos negócios. A indústria já vive um novo momento de elevação acentuada dos índices de nacionalização e, além disso, o aumento da produção de veículos elétricos na Europa, Estados e

China também poderá abrir caminho para um aumento de exportação de componentes fabricados no Brasil.

Vários fabricantes de autopeças já se preparam para esta nova realidade e alguns, inclusive, já estão preparados. É o caso da TE Connectivity, que produz conectores e sensores, principalmente para o setor automotivo, com origem nos Estados Unidos e cuja sede de negócios automotivos está localizada na Suíça.

### **VIRADA INTERNACIONAL**

A TE chegou ao Brasil há 51 anos e desde 1976 tem sede industrial própria em Bragança Paulista, SP, onde desenvolve e produz componentes pequenos de alta tecnologia e precisão. É a única unidade industrial da empresa na América Latina, emprega perto de 1,5 mil pessoas e produz mais de 30 mil itens que abastecem as linhas de sistemistas e montadoras localizadas não só no Mercosul mas, também,

nos Estados Unidos e na Europa.

A história da grande virada internacional desta base brasileira da TE começou em 2017, quando a empresa decidiu globalmente descentralizar a produção da maioria dos seus componentes, criando três áreas de mercado que são Europa, Ásia e América.

O Brasil foi o país escolhido para produzir e fornecer para toda a América, incluindo o mercado dos Estados Unidos, para onde os componentes são exportados na forma de negócios intercompany, ou seja, seguem antes para a base estadunidense da TE para depois serem enviados para as montadoras locais, como a BMW, por exemplo.

A partir da decisão de transformar a subsidiária brasileira em base exportadora foram dois anos de intenso trabalho para preparação e ampliação da fábrica, instalação de novos e modernos equipamentos como, por exemplo, uma prensa alemã

## **DESIGN E TECNOLOGIA PARA SISTEMAS DE ALTA PERFORMANCE**

A Acument Global Technologies, uma empresa do Fontana Gruppo, é o fornecedor escolhido por muitas das marcas líderes do mundo automotivo. O foco está na engenharia personalizada que incorpora valor agregado único nas soluções de design dos fixadores.

### **UNIDADE ATIBAIA**

Rod. Dom Pedro I, Km 87  
Ponte Alta Atibaia (SP)  
+55 11 3402.4200

### **UNIDADE CONTAGEM**

R. Trajano de Araújo Vianna, nº1177  
Cinco/Contagem (MG)  
+55 31 3399.9300



[sales.sa@acument.com](mailto:sales.sa@acument.com) - [www.acument.ind.br](http://www.acument.ind.br)



de alta velocidade e precisão, que produz cerca de oitocentos conectores por minuto e trabalha 24 horas por dia.

A empresa não revela qual foi o valor investido para colocar em operação esta nova fase que, ao fim do processo, teve de ser aprovada não só por profissionais vindos da própria matriz da TE mas, também, de diversos clientes, dentre os quais várias montadoras.

Foi necessária, inclusive, a criação, em 2018, de moderno e completo laboratório de alta complexidade, um dos 24 da empresa no mundo, equipado para fazer validações de componentes onde hoje trabalham quinze engenheiros especializados em diversas áreas, como mecatrônica, eletrônica e mecânica.

#### PRODUTIVIDADE ELEVADA

A TE Connectivity não divulgada dados de vendas ou de faturamento. Mas o resultado prático de todo o esforço já pode ser mensurado pelo aumento da quantidade de horas de produção efetivas na fábrica que, neste 2022, no período janeiro-setembro, somou 73 mil 324 horas, quantidade 62% maior do que as 45 mil 402 horas de produção somadas em 2016 inteiro. O resultado é ligado diretamente ao avanço das exportações que cresceram

mais de 50% desde o início do processo de internacionalização.

Como toda a base produtiva e, também, de engenharia e de desenvolvimento, já está desenvolvida e instalada a TE pretende, agora, aumentar seus negócios com base nas novas característica do mercado local e na necessidade de ampliação da nacionalização de componentes.

Na avaliação de **Alexandra Motta**, executiva com larga experiência no segmento de autopeças, que desde o início do ano passado ocupa o cargo de diretora geral automotiva América do Sul da TE Connectivity, "como ainda estamos convivendo, no Brasil, com problemas de logística e de fornecimento de alguns componentes o mercado brasileiro e, consequentemente, também a produção nacional de veículos crescerá somente cerca de 5% no ano que vem".

A executiva acredita, no entanto, que ainda existe uma boa perspectiva de crescimento na região: "Ainda temos uma proporção muito pequena de veículos por habitante no Brasil e nos demais países da América Latina e tenho a certeza de que poderemos voltar a volumes tanto de produção como de vendas próximos aos que tivemos em meados da década passada. Estaremos preparados para isto". ■





Lançamento TM



# FIAT PULSE



SEGURANÇA  
COM O ALERTA  
DE SAÍDA DE PISTA.



PERFORMANCE  
COM O MOTOR  
TURBO 200 FLEX.



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

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



JUNTOS SALVAMOS VIDAS.



MONTE O SEU.

# Senhores, façam suas apostas 2022

Perguntamos a entidades quais as suas expectativas para o mercado de locação e de venda de carros seminovos no Brasil

Redação AutoData

**R**esponsáveis por volumes significativos de veículos negociados em 2022 os representantes das locadoras e dos revendedores de carros usados enfrentaram altos e baixos durante os piores momentos da pandemia. Depois da acomodação da crise a falta de semicondutores estancou a produção de carros e provocou distorções, elevando substancialmente os preços de usados, enquanto para as locadoras a escassez de modelos zero-quilômetro aumentou a idade da frota.

Em 2022 os reflexos desse período pandêmico ainda se fazem presentes nos dois segmentos. Mesmo assim há mais otimismo do que pessimismo para os negócios este ano e em 2023.

Os preços dos usados tendem agora a uma depreciação dos valores inflacionados há doze meses, ajustando a oferta dos modelos à demanda do mercado. Enquanto isso no segmento de locação a retomada das entregas de carros novos tem efeito imediato no crescimento da frota disponível, essencial para atender ao aumento da demanda para lazer ou negócios.

Nesta seção, criada em homenagem às origens de AutoData, convidamos a Abla, Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis, e a Fenaauto, Federação Nacional das Associações dos Revendedores de Veículos Automotores, para apresentarem as suas apostas sobre esses dois segmentos.



## AUTOPDATA

INFORMATIVO RESERVADO QUINZENAL SOBRE O SETOR AUTOMOTIVO

**LEIA NESTA EDIÇÃO**

**PÁGINA 2**

O ACORDO DE BRASília NÃO PODE SER VISTO, NEM ENTENDIDO, DE FORMA IMEDIATA NEM COMO MERO "QUERER GANHOS", OPINA O ECONOMISTA FRANCISCO LUIZ SALES GONÇALVES

**PÁGINA 7**

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

**PÁGINA 11**

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

**PÁGINA 14**

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

**ON & OFF**

A CRENÇA DE WOLFGANG SAUER FRANCO DE MATOS ANDRAÉ É LIDER. O VICE-PREFEITURAVEL DE CURITIBA, SUCESSORES.

O DÓLAR DE 90 CENTAVOS. NOVO COMANDO NA MMW.

### SENHORES, FAÇAM OS SEUS JOGOS

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

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

No Brasil, em particular, os efeitos desta situação são potencializados ao extremo, com riscos ao processo simultâneo de modernização da economia que o País atravessa, com a gratidão, porém íntime, quedas de barreiras de proteção, indústrias que formam o setor.

**SUCESSÃO NA FENABRAVE**

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

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

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

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

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

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

Além disso, segundo Waldemar Verdi, presidente da Abrad, a eventualidade das empresas de consórcio ligadas aos concessionários, "pelo menos 200 das atuais 350 administradoras de consórcios não terão como atender à nova legislação para o setor e fecharão suas portas".

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



Divulgação/Abla

**Marco Aurélio Nazaré,  
presidente da Abla,  
Associação Brasileira das  
Locadoras de Automóveis**

**Até agora 2022 ficou marcado pela falta de veículos novos para atender à demanda por locações. Qual a projeção para este ano? É possível repetir 2021 em faturamento e frota no segmento?**

Os prazos de entrega para os pedidos das locadoras já melhoraram na comparação com o ano passado, quando chegamos a 180 dias ou mais de espera. Os números em 2022 estão positivos, inclusive porque as compras de veículos feitas pelas locadoras cresceram 85,4% na comparação com o primeiro e o segundo trimestres. Nos primeiros três meses foram empalacados 78 mil 578 veículos, enquanto no segundo trimestre foram 145 mil 720. O nosso setor comprou 223 mil 967 mil novos carros no primeiro semestre de 2022 e essas compras representaram 49,3% do total adquirido no ano todo de 2021. Resultado: nossa frota total cresceu 6,3% nos primeiros seis meses de 2022. E, com relação ao faturamento, trabalhamos com a perspectiva de crescimento de no mínimo 10% em relação a 2021.



Divulgação/Fenauto

**Enílson Sales, presidente  
da Fenauto, Federação  
Nacional das Associações  
dos Revendedores de  
Veículos Automotores**

**O mercado veículos usados teve grande valorização nos últimos anos. Alguns modelos superaram bastante os preços de referência. Agora, com a tendência de normalização dos estoques de novos, haverá uma acomodação dos preços? Qual o cenário para este final de 2022?**

A valorização dos veículos seminovos e usados, em 2021, e nos primeiros três meses de 2022, foi basicamente provocada pela ausência de veículos o KM, fazendo a demanda se concentrar em nosso segmento. Não só pela melhora na entrega do carro zero, mas também porque a curva de preços sempre se ajusta à demanda, os preços se acomodaram, hoje já bem equilibrados, num patamar bem menor do registrado em 2021 e nos primeiros meses de 2022. A tendência é que até o fim deste ano os preços fechem em nível mais baixo do que em 2021, ressaltando que isso depende do modelo e do estado geral dele, com fatores como baixa quilometragem, pneus, funilaria etc.

**A expectativa é que em 2023 o mercado de locação recupere os estoques comprando mais carros novos? Qual seria o volume dessa frota necessária para a atividade deste mercado?**

Sim, temos a expectativa de que o mercado de veículos esteja ainda mais próximo da normalidade no ano que vem. Historicamente nosso setor tem sido responsável pela compra de aproximadamente 20% de todos os automóveis e comerciais leves vendidos por ano no Brasil – e isso ocorreu, inclusive, durante os últimos dois anos, apesar da pandemia. Mesmo assim, os volumes entregues para o nosso setor, nestes anos, ficaram abaixo da necessidade de renovação da frota das locadoras. Em função das dificuldades enfrentadas para a produção de veículos novos, tivemos acesso somente a 360 mil unidades em 2020 e a 440 mil em 2021. Isso gerou uma demanda reprimida que, ainda hoje, gira em torno de 500 mil a 600 mil veículos.

**Qual a projeção de vendas de modelos usados este ano? Há estoque disponível para atender à demanda? Ou haverá uma redução no crescimento dos negócios neste segmento?**

Difícilmente falta estoque no mercado de seminovos, diferentemente do mercado de zero-quilômetro que pode parar de produzir e, portanto, pode descontinuar alguns modelos. Um modelo zero tem a sua disponibilidade na proporção da sua fabricação. Já o seminovo, exceto se for um modelo e ano específico, terá sempre estoque disponível. Isso é fato. Até o fim do ano nosso setor deve chegar próximo aos 14 milhões de transferências, contra 15 milhões em 2021. Embora menor o resultado é muito bom olhando para o histórico do mercado brasileiro. Sofremos demais pela falta do zero, com a crise mundial pós-covid, a guerra da Ucrânia, o aumento dos combustíveis e a polarização da política brasileira. Com essa desaceleração comemoraremos os 14 milhões que esperamos comercializar.■

# AutoData dois em um

No início a revista era fracionada por pretender ser uma newsletter: dois cadernos quinzenais traziam reportagens e análises exclusivas para um público do setor automotivo carente de notícias.

**E**m setembro de 1993, prestes a completar seu primeiro ano de publicação, o formato e a periodicidade desta AutoData eram diferentes, com informativos quinzenais em preto e branco: suas únicas páginas coloridas eram as de alguns anúncios. A linha editorial, no entanto, pouco mudou em trinta anos: reportagens e análises sobre a economia, os negócios e a política oferecem aos leitores um panorama completo do setor automotivo no Brasil e no mundo.

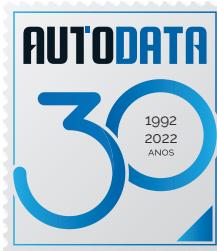
Numa época em que apenas AutoData dava grande espaço para este importante setor industrial sua edição número 18 estamparia, pela primeira vez, três anúncios coloridos: Scania, nosso primeiro patrocinador, Mercedes-Benz e Cummins.

Na capa da edição número 17, da primeira quinzena de setembro, AutoData apresentava uma análise sobre as exportações de carros fabricados no Brasil. Havia uma crise no setor que derrubou as vendas nos maiores mercados globais e apenas a América do Sul registrava resultados positivos: "Sorte: as vendas externas

de veículos brasileiros estão, hoje, diretamente apoiadas nos únicos mercados que apresentam crescimento de vendas em todo o mundo", foi a análise.

Na segunda edição de setembro, a de número 18, uma reportagem importantíssima e exclusiva apresentava os planos adotados pelos fabricantes para reduzir os impactos da inflação elevada que corroía os preços dos carros em estoque. Pela primeira vez o fluxo de produção de veículos foi programado a cada dez dias. Esta foi a forma encontrada, primeiramente pela General Motors, para garantir previsibilidade aos fornecedores e na formação de preços.

"Com tudo isto, num verdadeiro passe de mágica – ou, mais exatamente, numa real obra de engenharia financeira –, a montadora pode conseguir, ao menos em termos teóricos, que toda sua cadeia produtiva e de comercialização passe a viver num país em que o mês tem apenas dez dias e no qual a inflação não beira os 40% mas, sim, nem chega aos 12%", contava a reportagem.



# AUTODATA 17

UMA PUBLICAÇÃO COLIGADA AO AUTORESEARCH

INFORMATIVO RESERVADO QUINZENAL SOBRE O SETOR AUTOMOTIVO

ANO I  
SET/93

LEIA NESTA EDIÇÃO

PÁGINA  
2

A AMÉRICA LATINA É UM EIXO DE  
BONS NEGÓCIOS. POR MAURO  
MARCONDES MACHADO, DIRETOR DA

SCANIA E DA ANFAVEA.

PÁGINA  
4

SINOPSE TRAZ A SÍNTESE DAS MAIS  
IMPORTANTES NOTÍCIAS DO SETOR.

PÁGINA  
6

A ARGENTINA REGISTRA RECORDES  
HISTÓRICOS E O SEU MERCADO  
SE MANTÉM EM FRANCA EXPANSÃO.

PÁGINA  
8

OS BONS NEGÓCIOS DOS  
FABRICANTES BRASILEIROS NO  
MERCADO URUGUAIO.

PÁGINA  
10

POTENCIAL DE CRESCIMENTO É  
O QUE ATRAÍ AS MONTADORAS NO  
ESTÁVEL MERCADO CHILENO.

ON & OFF

A RENAULT VAI FAZER CRESCER  
OS SEUS NEGÓCIOS, E A SUA  
PARTICIPAÇÃO, NO MERCADO  
ARGENTINO, E OPTOU POR  
DIVERSIFICAR O SEU  
PORTFÓLIO DE PRODUTOS,  
GARANTE O GERENTE DE  
EXPORTAÇÃO RICARDO ARVAS: A  
OPERAÇÃO CAMINHÕES ESTÁ  
PRONTA PARA CHEGAR ÀS RUAS.

VOCAÇÕES · MAIS LOUCURA CÂMBIAL · AS  
CADEIRAS · SEM ESTANDE · ACULTURAÇÃO ·  
NÍVEL CINCO · SUCESSÃO · ARMAÇÃO · A  
TODO PANO

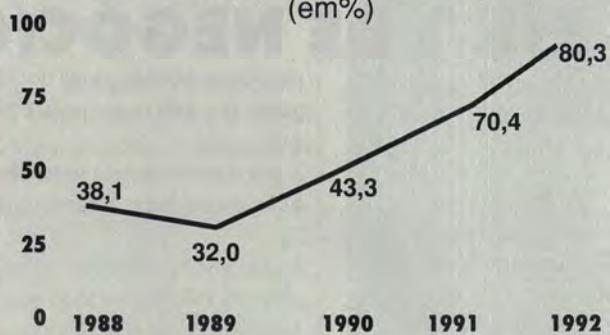
## MUDA O PERFIL DAS EXPORTAÇÕES

Cresceu mais de 100%, nos últimos cinco anos, a participação dos mercados da América do Sul nas exportações brasileiras de veículos. Passou de 38,1% em 1988, para 80,3% no ano passado. Sorte: as vendas externas de veículos brasileiros estão, hoje, diretamente apoiadas nos únicos mercados que apresentam crescimento de vendas em todo o mundo.

Calcula-se que, neste primeiro semestre, a expansão das vendas na região foi de pelo menos 30% com relação a igual período de 1992. Isso acontece numa época em que a crise do setor é mundial e não respeita os mercados do primeiro mundo. São cerca de 8 milhões as unidades à espera de dono, encalhadas nos pátios dos Estados Unidos, Europa e Japão.

Uma das missões do Vectra, o novo automóvel que a General Motors lança neste

**BRASIL EXPORTA**  
Participação da América do Sul  
(em%)



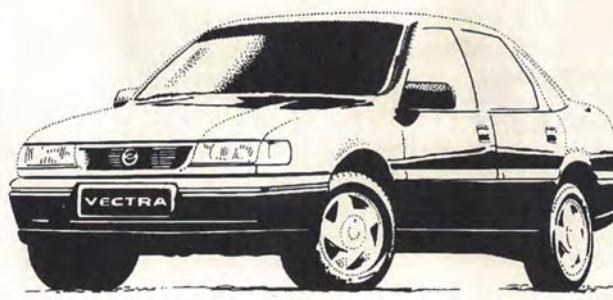
Fonte: AutoResearch/Anfavea

dia 11, é substituir o alemão Opel Vectra exatamente nos mercados latino-americanos. Este não é um negócio de oportunidade, mas uma rápida reação à fortíssima alteração no perfil geográfico das exportações brasileiras neste início de década.

Mas a realidade global dessas exportações não é propriamente confortável, pois implica dependência

forte demais dos mercados sul-americanos, particularmente o argentino. Como decorrência do Protocolo 21 e do Mercosul, a Argentina importou, em 1992, 204,6 mil unidades brasileiras, o equivalente a 74,5% do total referente à América do Sul.

É verdade que a região, de forma geral, atravessa uma fase de relativa prosperidade econômica e razoável equilíbrio institucional. Mas pode sofrer alterações fundamentais, no que diz respeito à abertura para as importações, como decorrência das eleições presidenciais que serão realizadas na Argentina e no Chile. (veja na pág. 3)



ESPECIAL  
AMÉRICA DO  
SUL

# AUTODATA 18

UMA PUBLICAÇÃO COLIGADA AO AUTORESEARCH

INFORMATIVO RESERVADO QUINZENAL SOBRE O SETOR AUTOMOTIVO

ANO I  
SET/93

LEIA NESTA EDIÇÃO

PÁGINA  
**2**AS EXPERIÊNCIAS DE UM  
DISTRIBUIDOR BRASILEIRO NOS  
ESTADOS UNIDOS, POR JOSÉ EDGARD  
PEREIRA BARRETO FILHO.PÁGINA  
**4**SINOPSE TRAZ A SÍNTESIS DAS MAIS  
IMPORTANTES NOTÍCIAS DO SETOR.PÁGINA  
**10**VEM O TWINGO? OS REFLEXOS DA  
FUSÃO RENAULT E VOLVO.PÁGINA  
**12**A FÁBRICA DA SCANIA NO MÉXICO  
E O SUCESSO DO VOLKSBUS.PÁGINA  
**14**A MERCEDES-BENZ INTEGRA SUAS  
OPERAÇÕES NA ARGENTINA E NO  
BRASIL: ENTREVISTA COM  
GERHARD HOFFMANN-BECKING.**ON & OFF**A FAMÍLIA PAPA PREPARA-SE  
PARA VOLTAR À DISTRIBUIÇÃO  
DE VEÍCULOS. DE NOVO COM  
A BANDEIRA FIAT.BASE EXPORTADORA • MANDATO ATÉ O FIM •  
PRÊMIO • FENABRAVE CRESCE • PLANTA EM  
MANAUS • MAIS CAMINHÕES • COCA-  
COLA • 100 ANOS • NOVA ENTIDADE • CARROS  
FORTE • MÉXICO

## MÊS DE DEZ DIAS, INFLAÇÃO DE 11%

**A** adoção dos reajustes de preços a cada dez dias certamente terá a virtude de reduzir os efeitos da expectativa de inflação sobre os preços dos veículos. A GM saiu na frente, mas é compreensível que Fiat e Autolatina tomem o mesmo caminho, já exercido pelo segmento de veículos comerciais.

A idéia é dividir por três, ao longo de cada mês, os efeitos negativos causados pela inflação sobre preços e custos:

- ganham os consumidores, que pagarão menos pela

### HONDA TRAZ 80% DE MADE IN USA

**A** direção da Honda brasileira decidiu não reajustar seus preços até dezembro, apesar dos prejuízos sofridos com a valorização do iene. E que em 1994 80% dos veículos que importa serão produzidos nos Estados Unidos, em função de um câmbio mais favorável.

A manutenção dos preços se explica pela avaliação que a Honda faz do mercado brasileiro de importados: a direção da empresa acredita que ele se manterá aquecido por muito tempo. E prevê a venda de 7 mil unidades Honda no ano que vem. (veja na pág. 3)



José Carlos da Silveira Pinheiro Neto

expectativa de inflação embutida nos preços. Como consequência, um maior contingente de pessoas deverá ser integrado ao mercado;

- ganham os distribuidores, que terão menores custos financeiros sobre os estoques, que passarão a girar de maneira mais uniforme e, ainda,

- ganham as montadoras e os seus fornecedores, por todas as razões já citadas. A consequência natural é que poderão programar a sua produção de maneira ainda mais racional.

"Cansamos de viver num mundo de ficção de preços", garante José Carlos da Silveira Pinheiro Neto, diretor de assuntos corporativos da GM. "E o sistema decendial tem a vantagem de beneficiar todos os elos da cadeia." O único risco é a adoção, pelo governo, de um eventual congelamento, ele reconhece: "Mas a nossa aposta é de que a fase de planos econômicos traumáticos já acabou no Brasil". (veja na pág. 8)

## DANÇA DAS MOEDAS MUDA PERSPECTIVAS

**O**s importadores da Europa estão satisfeitos, e os exportadores brasileiros de autopeças levaram sustos e mantêm-se em estado de preocupação com a forte desvalorização das moedas europeias.

Os Peugeot e Citroën comercializados no Brasil já tiveram os preços reduzidos, e seus importadores oficiais refizeram as estimativas: deve aumentar a sua participação de mercado.

No caso das exportações brasileiras a situação é inversa. Empresas que têm contratos em libras esterlinas não devem ser

muito afetadas, mas as que fizeram contratos nas outras moedas européias devem sentir os efeitos da situação. E mais ainda as que assinaram contratos políticos, só para garantir o fornecimento.

Dante das circunstâncias, o melhor é procurar fornecer para os Estados Unidos, aconselha o consultor Laerte Setúbal. Os efeitos da desvalorização também afetam as possibilidades dos exportadores brasileiros diante do global sourcing, agora levado para a matriz Volkswagen: o câmbio passa a ser decisivo. (veja na pág. 6)

# Mercedes-Benz 712.

## Aumenta a rotatividade do seu estoque.

ZIG GREY

A qualidade do meio ambiente é respeitada pela tecnologia Mercedes-Benz. Este veículo está em conformidade com o PROCONVE.



Uma das soluções mais eficientes para fazer girar o seu estoque é contar com um caminhão leve Mercedes-Benz 712 na hora de realizar suas entregas.

Em áreas urbanas ou em curtas distâncias, o motor turboalimentado garante agilidade, com maior velocidade média e menor consumo específico de combustível.

O câmbio com 5 marchas tem perfeito escalonamento com a curva de torque do motor, permitindo o uso de qualquer marcha a plena carga, a partir de 1.600 rpm.

Com capacidade para 6.700 kg de peso bruto total, o caminhão leve Mercedes-Benz 712 oferece amplo espaço volumétrico para o transporte do seu produto ou mercadoria. A baixa altura da plataforma de carga facilita o carregar e o descarregar, evitando longos períodos de paradas. Carregando mais, o número de viagens é menor, assegurando baixo custo operacional e maior rentabilidade global.

A cabina semi-avançada, com reduzido círculo de viragem, facilita manobras

em pequenos espaços. O acesso ao seu interior é prático, devido à pequena altura dos degraus, permitindo a entrada e saída do motorista em pé. A área envidraçada é ampla, com excelente visibilidade em vários ângulos. Além de tudo isto, a cabina garante maior conforto e melhor dirigibilidade.

Uma extensa rede de concessionários Mercedes-Benz, com mais de 340 pontos de atendimento, oferece peças genuínas e serviço especializado, em qualquer parte do País.

O caminhão leve Mercedes-Benz 712 aumenta a rotatividade do seu estoque e faz o seu investimento retornar mais rápido.

Vá conferir no seu concessionário Mercedes-Benz.

**O caminhão que dá resultado.**



## GM confirma picape Silverado no Brasil em 2023

A General Motors confirmou o lançamento da Silverado no Brasil em 2023. A picape de grande porte será importada como parte da ofensiva da fabricante no segmento, onde já participa com a média S10 produzida em São José dos Campos, SP, e no ano que vem também terá a nova Montana, compacta a entrar na linha de produção de São Caetano do Sul, SP. Segundo Santiago Chamorro, presidente da GM para América do Sul, "a Silverado vem aí para atender ao consumidor que busca uma picape premium de grande porte, com o mais alto nível tecnológico e um desempenho espetacular".



Divulgação/GM

## Jeep soma 400 mil Renegade vendidos no País e já produziu 500 mil em Goiana



Divulgação/Jeep

Nascido há sete anos em Goiana, PE, o Jeep Renegade, primogênito da marca no polo automotivo pernambucano, alcançou em agosto o total de 400 mil unidades vendidas no País e 500 mil já foram produzidos na planta. Segundo a Stellantis cerca de 20% dos Renegade fabricados em Pernambuco foram exportadas para diversos países da América Latina, como, incluindo México, Argentina, Peru, Uruguai, Colômbia, Costa Rica, Panamá, República Dominicana, Guatemala, El Salvador e Paraguai. Em fevereiro passado o Renegade ganhou visual renovado e passou a ser vendido unicamente com o novo motor flex T270 de 185 cv, em versões 4x2 e 4x4.

## Picape Jeep Gladiator chega ao consumidor brasileiro por R\$ 500 mil

A Jeep começa a competir no segmento de picapes do mercado brasileiro com a Gladiator, modelo com proposta fora-de-estrada que começou a ser vendido em agosto na versão única Rubicon, por R\$ 500 mil. Ela é equipada com motor V6 3.6 a gasolina de 284 cv e câmbio automático de oito marchas, tem sistema multimídia com tela de 8,4 polegadas e espelhamento para smartphones, quadro de instrumento digital de 7 polegadas, caixa de som removível com bluetooth, sistema de som premium da Alpine, faróis e lanternas full LED, airbags frontais e laterais. A Gladiator tem portas e teto removíveis. De acordo



Divulgação/Jeep

com a empresa é um produto diferente que não tem concorrentes diretos no Brasil. Já foi integralmente vendido o primeiro lote de 322 unidades, importadas dos Estados Unidos, que deverão chegar até dezembro. A marca informou que

tentará trazer mais veículos para atender a demanda. Algumas Gladiator foram distribuídas para exibição nas maiores concessionárias Jeep do País, mas outras cem lojas poderão vender a picape por meio de realidade aumentada.

## Schaeffler adquire Grupo Ewellix

A Schaeffler anunciou a aquisição do Grupo Ewellix, que já pertenceu à SKF e era controlado pela Triton. A empresa produz acionadores eletromecânicos industriais, colunas de suspensão e parafusos de rolo, itens usados em setores como robótica, tecnologia medicinal e maquinário móvel, complementares ao portfólio da divisão industrial da Schaeffler. Segundo a empresa compradora, seu robusto balanço patrimonial e posição de liquidez permitem a busca por fusões e aquisições estratégicas. A Ewellix, com sede em Gotemburgo, Suécia, tem seis fábricas de produção e de customização que, juntas, empregam 1,2 mil profissionais.

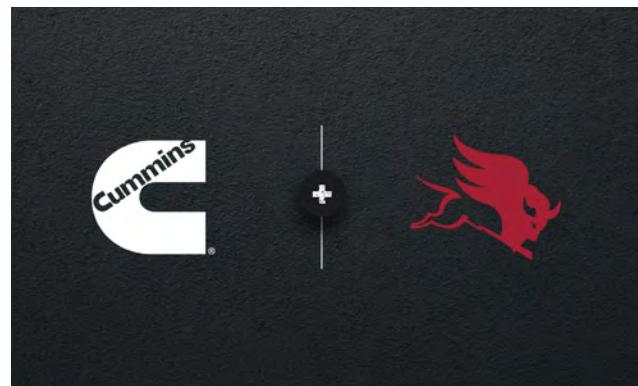
## Plascar inaugura fábrica em Caçapava



Divulgação/Plascar

A Plascar inaugurou fábrica de Caçapava, SP, para inicialmente produzir para-choques para a Volkswagen. Com a unidade a fornecedora espera atender outras empresas localizadas na região do Vale do Paraíba. Paulo Silvestri, diretor-presidente da Plascar, não revelou o valor exato do investimento, mas disse que foram algumas dezenas de milhões de reais. A planta tem 22 mil m<sup>2</sup> e começou a operar com 65 funcionários, número que deverá chegar a 150 em um ano, a depender de novos contratos fechados com outras montadoras.

## Cummins conclui aquisição da Meritor



Divulgação/Cummins

A Cummins anunciou a conclusão da aquisição da Meritor, movimento que uniu a fabricante de motores com a fornecedora eixos trativos e sistemas de frenagem, criando uma empresa de soluções integradas de powertrain, com aplicações tanto em propulsão a combustão como elétrica. A Cummins desembolsou cerca de US\$ 3,7 bilhões no negócio, incluindo dívida assumida e líquido de caixa adquirido. Espera-se sinergias anuais em torno de US\$ 130 milhões no terceiro ano da fusão. Juntas, Cummins e Meritor avançarão mais e mais rápido no desenvolvimento de powertrain descarbonizado economicamente viável.

## Garrett celebra 45 anos de Brasil

A fabricante de turbocompressores Garrett celebrou 45 anos de produção no Brasil, que já ultrapassou a marca de 5 milhões de turbos fornecidos para automóveis, caminhões, ônibus e máquinas agrícolas. A empresa tem fábrica em Guarulhos, SP, que foi modernizada recentemente para atender às novas demandas por turbos para motores flex.



Divulgação/Garrett

## Eaton pode nacionalizar transmissão para elétricos



Divulgação/Eaton

A Eaton apresentou na Lat.Bus 2022 sua nova caixa de câmbio de quatro marchas para veículos elétricos e híbridos, com capacidade para aumentar a autonomia em até 30% com desempenho mais eficiente nas diversas faixas de operação do veículo, tanto no para-e-anda do trânsito das cidades como em altas velocidades. Segundo a empresa, os primeiros projetos de elétricos não demandavam transmissão, mas após alguns anos as montadoras notaram a necessidade. No Brasil a Eaton ainda está em fase de prospecção de mercado e apresentando a transmissão para as montadoras, com expectativa de ganhar volume no futuro.

## WEG fornecerá estações de recarga para ônibus elétrico Mercedes-Benz

A WEG reforçou sua parceria com a Mercedes-Benz, que em breve começa a produzir no Brasil o chassi de ônibus elétrico eO500U. A empresa de Jaraguá, SC, foi homologada para ser a fornecedora oficial das estações de recarga do novo modelo de ônibus. Com capacidade de recarregar completamente as baterias de um ônibus elétrico em até três horas, as estações WEG têm controle de acesso seguro via RFID ou aplicativo, medidores de energia e todos os dispositivos de proteção incorporados.



Divulgação/WEG

## Eletra dobra investimento em sua fábrica

De olho nas homologações para a licitação de transporte público da Prefeitura de São Paulo e empenhada em inaugurar sua nova fábrica na via Anchieta, em São Bernardo do Campo, SP, a Eletra informa que até o primeiro trimestre de 2023 investirá mais R\$ 12



milhões na unidade, além dos R\$ 10 milhões que já injetou na nova casa, para até novembro produzir cinco ônibus elétricos. A perspectiva era a de que o galpão de 27 mil m<sup>2</sup> no bairro Paulicéia, vizinho às clientes Mercedes-Benz e Scania, tivesse iniciado a operação em julho, mas foi necessário tomar mais tempo para finalizar os equipamentos de fábrica, adiando a abertura para setembro. A fabricante de veículos híbridos e elétricos, conhecida pela produção de trólebus, está avançando na homologação de seus modelos para a SPTTrans. Já estão em testes o modelo de 12,5 metros para setenta passageiros, com chassi Mercedes-Benz, e o de 15 metros para 101 passageiros, com chassi Scania. Ainda em setembro serão lançados ônibus de 21,5 metros, para 150 passageiros, junto com o de 12,8 metros, ambos com chassis Mercedes-Benz, que também serão a base para outro modelo de 10 metros, para 54 passageiros. A expectativa é chegar até o fim do ano que vem com a produção de pelo menos 2,5 mil ônibus.

## Tecnologia e-Power da Nissan chega em 2023

Sem divulgar modelos nem países, a Nissan anunciou que a partir de 2023 irá vender versões híbridas de seus carros na América do Sul com tecnologia e-Power. São veículos com tração 100% elétrica que têm suas baterias recarregadas por um motor a combustão, que funciona como uma espécie de gerador de energia. Este motor, que pode ser flex, não traciona as rodas como em um híbrido convencional, apenas fornece energia à bateria, que dispensa o uso da tomada e da rede. É uma solução que, aliada ao etanol brasileiro, garante emissão zero, pois o CO<sub>2</sub> liberado do escapamento é absorvido pelas próprias plantações da cana-de-açúcar.



Divulgação/Nissan

## Randon supera receita líquida de R\$ 5 bilhões no semestre



Divulgação/Randon

O grupo Empresas Randon somou no primeiro semestre de 2022 receita líquida consolidada de R\$ 5,2 bilhões, crescimento de 30% na comparação com o mesmo período do ano passado. O avanço foi impulsionado pelo desempenho do mercado externo e por recordes de faturamento em algumas de suas divisões, como Fras-le, por exemplo. As exportações a partir do Brasil e receitas das controladas fora do País geraram US\$ 212,3 milhões, incremento de 53% no semestre. Já o lucro líquido dos seis meses teve recuo de 8,4%, para R\$ 234,6 milhões, com margem de 4,5%, em queda de 1,9 ponto porcentual.

## JAC lança o E-JT 12,5 para competir com o VW e-Delivery

A JAC lançou mais um caminhão elétrico no Brasil, E-JT 12,5, modelo médio que se enquadra na categoria de veículo de carga de 10 a 15 toneladas, segmento em que disputará mercado diretamente com o nacional Volkswagen e-Delivery. Seu diferencial será o preço: R\$ 699 mil, R\$ 250 mil abaixo do concorrente. Ao comparar com um caminhão semelhante a diesel o preço fica, em média, R\$ 250 mil mais caro, que pode ser compensado pela economia ao rodar. O E-JT 12,5 tem autonomia de 150 km carregado com capacidade máxima de 8,5 toneladas, distância que aumenta conforme a distribuição de produtos é realizada, pois o peso vai diminuindo e o consumo da bateria também. O motor elétrico tem 235 cv, acoplado a um câmbio de duas marchas, que melhora o consumo na saída. A garantia é de três anos para o caminhão e de cinco



Divulgação/JAC

anos para bateria e toda a parte eletrônica, com um diferencial: se a bateria perder 25% da sua autonomia durante o período da garantia a Jac realiza a troca sem custo para o cliente.



Divulgação/Stellantis

### STELLANTIS: ZARLENGA

O argentino Carlos Zarlenga começou em setembro nova fase de sua carreira, assumindo a presidência do Grupo Stellantis no México. Ele sucede a Bruno Cattori, que se aposentou após 22 anos na empresa. Zarlenga teve momentos intensos nos últimos doze meses: em outubro de 2021 ele deixou subitamente a General Motors após cinco anos como CEO das operações no Brasil e na América do Sul. Quarenta dias depois o executivo anunciou que estava abrindo um escritório de consultoria para investimentos na indústria automotiva na América Latina, a Qell Latam Partners.



Divulgação/Caterpillar

### CATERPILLAR: OLIVEIRA

A Caterpillar nomeou um novo presidente no Brasil: Carlos Alexandre Medeiros de Oliveira, em sucessão a Odair Renosto, que se aposentou depois de 42 anos na empresa que presidia desde junho de 2014. Engenheiro metalúrgico, Oliveira está há 23 anos na companhia e agora tem a missão de liderar as operações no País da fabricante de máquinas rodoviárias de construção, com fábricas em Piracicaba, SP, e Campo Largo, PR. Antes de ser nomeado presidente o executivo era o diretor de operações da fábrica de Piracicaba. Ele passou também por cargos no Brasil, Bélgica e Estados Unidos.



Divulgação/ABVE

### ABVE: CALCAGNOTTO

Antônio Calcagnotto, diretor de relações governamentais e sustentabilidade da Audi, assumiu em agosto interinamente a presidência da ABVE, Associação Brasileira do Veículo Elétrico, inicialmente até outubro, durante a licença do atual presidente Adalberto Maluf, que se candidatou a deputado federal nas eleições deste ano. Caso não seja eleito o executivo deverá retornar à entidade, do contrário deixará o cargo e uma nova eleição será convocada. Maluf também se licenciou de suas funções de diretor de marketing da chinesa BYD no Brasil.



Divulgação/Scania

### SCANIA: MUNHOZ

No início de agosto Silvio Munhoz foi nomeado novo diretor geral de operações comerciais no Brasil da Scania. Ele era o diretor de vendas de soluções sucederá a Fábio Souza, que tornou-se vice-presidente executivo de soluções de serviços da Navistar nos Estados Unidos. Munhoz acumulará o seu cargo antigo e o novo enquanto a Scania escolhe quem será o seu sucessor. O executivo se reportará a Mats Gunnarsson, vice-presidente executivo das operações comerciais globais, com base na Suécia.



Divulgação/GWM



### GREAT WALL MOTOR: POTENZA + TAVEIRA

A Great Wall Motor anunciou mais dois executivos de sua nova estrutura no Brasil: Thiago Potenza e Marcelo Taveira. Ambos vão responder ao CCO Oswaldo Ramos. Potenza será o chefe de planejamento de vendas e logística da GWM. O executivo é formado em comércio exterior e tem experiência no setor adquirida em passagens pela BMW, Hyundai e Toyota. Já Taveira foi escolhido para assumir o comando da área de financiamentos e assinatura de veículos. Engenheiro com quase vinte anos de experiência em passagens por Localiza, Unidas, LM Frotas e Leven, ele chega com a missão de criar formatos inovadores para vender os carros GWM no País.

### STELLANTIS: JORGE



Divulgação/Stellantis

O Polo Automotivo Stellantis de Porto Real, RJ, onde são produzidos carros das marcas Citroën e Peugeot, em setembro passou a ser comandado pelo diretor Francis Ribeiro Jorge. Especialista em gestão de projetos, engenharia de processos, manutenção e qualidade, Jorge começou a trabalhar em 2013 no antigo Grupo Fiat, depois FCA e hoje Stellantis. Ele participou do Projeto Pernambuco, que deu origem ao Polo Automotivo de Goiana, inaugurado em 2014, que produz os modelos da linha Jeep. Jorge é formado em engenharia de produção e iniciou sua carreira, em 2004, no setor de produção de eletrodomésticos. Em 2009 ingressou no segmento de autopartes.

### SADA: SANTAMARIA



Divulgação/Sada

O Grupo Sada nomeou Luis Santamaria para ser seu diretor executivo de transportes e logística. Ele vai acumular as novas funções com as de diretor comercial da transportadora de veículos, onde está há um ano. À frente dos planos de expansão da companhia em toda a América Latina, ele assumirá a responsabilidade por todos os negócios referentes ao segmento e também atuará na ampliação dos processos com foco em governança socioambiental. Formado em engenharia civil e com especializações em finanças e administração, Santamaria tem mais de 25 anos de experiência em posições de liderança em empresas como Fiat Chrysler, Philip Morris, Samsung, Lojas Renner, Siemens, Whirlpool.

### IVECO: ANA PAULA GUEDES



Divulgação/Iveco

A Iveco nomeou Ana Paula Guedes para dirigir o desenvolvimento da rede de distribuidores da fabricante de caminhões e ônibus na América Latina, sucedendo a Marcelo Assis, agora responsável pelo treinamento das equipes das concessionárias e da montadora, dentro da área de Serviços ao Cliente, respondendo a Carlos Tavares. Ana Paula tem formação em administração, marketing, gestão de contratos e licitações, com passagens profissionais por Volkswagen, Mitsubishi Fuso e Mercedes-Benz. Ela está na Iveco desde setembro de 2020 e passou por cargos nas áreas de exportação e licitações públicas.

### VOLVO CARS: KRONEMBERGER + BASSETTO + OCHIAI



Divulgação/Volvo Cars

Após a saída de João Oliveira para a Jaguar Land Rover, a Volvo Cars promoveu mudanças em sua diretoria da operação local. O economista Marcelo Kronemberger (foto) assumiu a direção comercial da marca sueca de automóveis para o Brasil. André Bassetto foi nomeado diretor de planejamento, logística, inteligência de mercado e produto para a América Latina e Brasil. E Ricardo Ochiai assumiu a diretoria de pós-venda. Todos respondem a Luis Rezende, chefe do Latam Hub da Volvo Cars.



Divulgação/BMW



### GRUPO BMW: MARINHO + SEVERO

Em agosto o Grupo BMW Brasil preencheu dois cargos que estavam em aberto após a transferência de seus ocupantes para o México. O engenheiro Jaime Marinho, que já estava na empresa desde 2014, substitui a partir de outubro a Vivaldo Chaves como gerente sênior de infraestrutura e instalações. Já o jornalista Fabiano Severo, que estava na Volkswagen, foi contratado para ser o novo chefe de comunicação corporativa do grupo no Brasil, sucedendo a João Veloso, que foi promovido a responsável pela comunicação corporativa do Grupo BMW na América Latina, baseado no México.

**“Em relação ao segundo semestre nós esperamos que a atividade econômica azede assim que os efeitos da política monetária mais apertada fazer efeito.”**

Trecho do relatório do Santander assinado por Lucas Maynard, que analisa a expansão mais forte que a esperada do PIB no primeiro semestre, prevendo retração da economia no resto do ano por causa dos juros elevados para conter a inflação.

**“Do quarto trimestre em diante deve começar uma desaceleração um pouco intensa na economia brasileira. Os vetores que ajudaram no início do ano começam a sair de cena no segundo semestre.”**

Werther Vervloet, economista da ACE Capital, que prevê retração da economia sem os estímulos que ajudaram o PIB a crescer acima das expectativas no primeiro semestre.

**“Todos querem dirigir carros elétricos, mas não querem ter uma mina no seu quintal. Isso tem de mudar.”**

Roberto Garcia Martinez, CEO da Eurobattery Minerals, companhia que quer desenvolver na União Europeia mineração sustentável de materiais para produção de baterias para carros elétricos, que esbarra na resistência de países europeus de permitir a abertura de novas minas em seus territórios.

**“É irrealista imaginar que no futuro toda a população do mundo poderá dirigir um Tesla. Os recursos da Terra não são suficientes para isso.”**

Jonas Rudberg, porta-voz da Sociedade Sueca de Conservação Ambiental, grupo que se opõe à abertura de minas de grafite e outros minérios na Suécia para a produção de baterias para carros elétricos.

**1,2%**

Foi o crescimento do PIB brasileiro no segundo trimestre de 2022 sobre o trimestre anterior, divulgado em setembro pelo IBGE.

**2,2%**

Foi a alta do PIB industrial brasileiro no segundo trimestre em relação ao primeiro, também segundo divulgou o IBGE.

**208,6 mil**

Volume de veículos vendidos no Brasil em agosto, segundo a Anfavea o melhor resultado em dezenove meses.

# HOSPITAL PEQUENO PRÍNCIPE



## ESPECIALISTA EM SER COMPLETO

O Pequeno Príncipe – maior hospital exclusivamente pediátrico do Brasil – é um reconhecido centro de diagnóstico e tratamento, que oferece desde atendimentos ambulatoriais e exames até cirurgias e transplantes, em 35 especialidades médicas, a crianças e adolescentes de todo o país.

Com o trabalho sinérgico e integrado de equipes de saúde especializadas e multidisciplinares aliado a serviços complementares e de apoio, garante atendimento integral aos pacientes e suas famílias.

Temos muitos diferenciais.  
Mas se fosse para resumir em um só,  
seria: somos vários hospitais  
pediátricos em um.



O Hospital Pequeno Príncipe é uma instituição filantrópica e precisa do seu apoio para continuar salvando vidas.

Faça a sua doação:

[DOEPEQUENOPRINCIPE.ORG.BR](http://DOEPEQUENOPRINCIPE.ORG.BR)



# AUTODATA

## Os patrocinadores desta edição

