

AUTODATA



**CONGRESSO
AUTODATA**
As perspectivas
para 2024

**RENAULT AOS 25
ANOS DE BRASIL**
Com investimento
de R\$ 2 bilhões

**ELÉTRICOS E
HÍBRIDOS**
A volta do imposto
de importação

Prêmio AutoData 2023

ANTONIO FILOSA
PERSONALIDADE DO ANO
O italiano-mineiro que fez a
Stellantis crescer na América
do Sul - e foi para Detroit





No trânsito, escolha a vida!



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



Volkswagen Caminhões e Ônibus



Volkswagen Caminhões e Ônibus



@vwcaminhoes

Ofertas não cumulativas entre si e válidas para dezembro/23. Consulte condições das ofertas no site.

Família VW Meteor

Entrega +Valor

para o seu negócio.

+

Porque tem
parcelamento
em até

72x

Na Volkswagen Caminhões e Ônibus, você ainda conta com os melhores planos de manutenção e monitoramento de frota do mercado.

**Visite uma concessionária
e aproveite.**



Caminhões
Ônibus

PRÊMIO AUTODATA 2023
VOLKSWAGEN É A EMPRESA DO ANO

18

A eleita pelos participantes do Congresso AutoData venceu dentre nove concorrentes. Além dela foram premiados 16 cases descritos nesta edição.

**CONGRESSO AUTODATA
AS PERSPECTIVAS PARA 2024**

34

O resumo das principais projeções e tendências para o próximo ano debatidas nos dois dias do mais tradicional evento do setor automotivo.

**INDÚSTRIA
RENAULT INVESTE MAIS R\$ 2 BILHÕES**

46

Ao completar 25 anos de operação da fábrica de São José dos Pinhais, PR, a empresa anuncia novos aportes e a produção de mais um SUV inédito.

**AUTOPEÇAS
70 ANOS DE SINDIPEÇAS**

60

Entidade que representa fabricantes de componentes completa sete décadas de atuação com história de rupturas e reconstruções.

**LANÇAMENTO 2
IVECO DAILY AUTOMÁTICA**

72

Utilitário com transmissão automática é aposta da fabricante no crescimento da demanda por veículos comerciais leves mais confortáveis.



**IMPOSTO DA DISCÓRDIA
ELÉTRICOS VOLTAM A SER TAXADOS**

Governo anuncia retomada gradual e rápida da tarifa de importação para veículos eletrificados mas não traça nenhum plano de nacionalização.

**LANÇAMENTO
CITROËN C3 AIRCROSS**

Depois do novo hatch C3 marca lança o segundo carro do projeto C-Cubed, um SUV com apelo popular e versão com até sete assentos.

**PRÊMIOS
MWM E BMW**

Fabricante de motores reconhece o desempenho dos fornecedores e marca alemã premia inovação e governança socioambiental dos parceiros.

44 VOLKSWAGEN

52 FORD

6

LENTE

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

10

FROM THE TOP

Antonio Filosa conta sua trajetória na Stellantis no Brasil e os novos rumos como CEO global da Jeep.

76

GENTE & NEGÓCIOS

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

80

FIM DE PAPO

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

O ano que não foi

Por Pedro Kutney, editor

Ao menos para esta AutoData o ano acabou. Noticiamos e analisamos os principais fatos e acontecimentos do setor automotivo nas onze edições de 2023. No balanço de mais um calendário gregoriano completado este foi o primeiro de novo normal pós-pandêmico, no qual a indústria voltou a ter os problemas de sempre e deixou para trás a extraordinária falta de semicondutores que distorceu o mercado em 2021 e em 2023, depois da paralisação causada pela covid em 2020.

Pois neste novo normal o que falta é demanda, pressionada por preços altos – um legado da pandemia – combinados com inadimplência alta e juros abusivos que tornaram os financiamentos inviáveis. Neste cenário claro que o ano não foi bom, mas também não foi tão ruim.

O resultado teria sido bem pior sem o programa emergencial do governo que irrigou o mercado com R\$ 800 milhões para patrocinar descontos de R\$ 2 mil a R\$ 8 mil na compra de carros até R\$ 120 mil. Com todas as suas distorções – gastou subsídios com quem não precisava deles – no fim as vendas de automóveis e comerciais leves termina 2023 com crescimento na casa dos 10% segundo projeta a Anfavea: no começo do ano a expectativa da entidade era bem mais baixa, 4%, que mudou para 7% em outubro.

Já no mercado de caminhões a coisa foi pior do que se previa: o tombo esperado, provocado pela mudança na legislação de emissões e encarecimento dos produtos, era de redução de 12% mas será acima de 15%. Já as vendas de ônibus foram muito melhores do que a projeção de queda de 8%, que foi revertida para crescimento de 19%.

Se foi tão bom também não foi um ano tão ruim e para 2024 a apasmaceira continua, com projeção de novo baixo crescimento de 7%.

Este foi o ano no qual AutoData superou as quatro centenas de edições publicadas em seus 31 anos. Na edição 400, em junho, foi abordada a possível agenda para a indústria, com análises sobre como reaquecer o mercado, caminhos para a reindustrialização do País, os novos rumos do programa Rota 2030, a evolução da eletrificação no Brasil e o uso da potência bioenergética. Desta agenda pouco ou nada se avançou, o setor continua a carecer de políticas mais afirmativas para tirá-lo da inércia e indicar seu futuro, ou no fim do próximo calendário gregoriano voltaremos, aqui, a escrever sobre o que não aconteceu.

Que 2024 seja mais feliz após o primeiro ano de reconstrução da civilização brasileira.



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, Fernando Pedroso, Lúcia Camargo Nunes, Soraia Abreu Pedrozo **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR/divulgação, Bruna Nishihata **Capa** Foto

Divulgação Stellantis **Comercial e publicidade** tel. PABX 11 3202 2727: André Martins, Luiz Giadas **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, bloco 5, 4º andar, sala 434, 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



Divulgação

VOLTA DA VELHA SENHORA QUE PRETENDE REAVER AS JOIAS DA COROA

A Metal Leve foi uma das joias da coroa no mundo brasileiro de autopeças. A Varga também, assim como a Cofap. Faziam parte de pequena constelação de empresas de capital eminentemente nacional reconhecidas por seu pioneirismo, por sua solidez e pela qualidade de seus produtos. Nenhuma destas manteve-se nesta condição, de empresa de capital eminentemente nacional. Sabó, que também integrava este grupo seletivo, segue discretamente em atividade repleta de êxitos. E a Arteb, outra empresa pertencente ao grupo, nos dá talvez a última boa notícia de 2023: acaba de vencer de cabo a rabo o processo de recuperação judicial a que foi submetida, está de volta ao jogo de gente grande. Nos últimos sete anos sua força de trabalho chegou a declinar 60% e, agora, aproxima-se novamente da contratação número 1 mil.

VOLTA DA VELHA SENHORA QUE PRETENDE REAVER AS JOIAS DA COROA 2

Pretendo me referir, em dias futuros, a empresas brasileiras que são as atuais joias da coroa, como o Grupo Randoncorp e o Grupo lochpe-Maxion. Mas a coluna deste dezembro é dedicada às potências que redesenharam o quadro industrial automotivo a partir dos anos 1970. Para quem se interessar em conhecer mais este processo de revival da Arteb recomendo a leitura de reportagem de Soraia Abreu Pedrozo postada no Portal AutoData em 11 de dezembro. O aftermarket tornou-se atividade de muita importância na recuperação da empresa assim como o processo de lançamentos constantes da indústria de veículos: os produtos Arteb ganharam em valor agregado à medida que iluminação e luzes ocuparam mais espaço com o design contemporâneo. Sua capacidade de produção retornou a 3.5 milhões de peças/ano e a perspectiva de crescimento de receita, para 2024, é de 15% a 20%. Também no ano que vem completará seus primeiros 90 anos.



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

VOLTA DA VELHA SENHORA QUE PRETENDE REAVER AS JOIAS DA COROA 3

São, estas, novidades muito boas para o sorriso de pioneiros da indústria de veículos e de observadores mais antigos do setor automotivo neste

dezembro. Pois a Arteb, e seu presidente, depois também presidente do Sindipeças, Pedro Eberhardt, fazia parte daquilo que chamávamos nosso Circuito Elizabeth Arden, que incluía os donos e principais diretores daquelas empresas já nomeadas como Da Coroa. Era obrigatório consultá-los para repercutir de maneira conveniente notícias do setor. Tornaram-se fontes inestimáveis: a partir das minúcias de suas observações, de uma palavra quase soletrada aqui e outra ali, era muito mais simples entender as circunstâncias econômicas em jogo.

QUE FALTA FAZEM AS FONTES CONFIÁVEIS

Acredito e comprehendo quando jovens repórteres reclamam, hoje em dia e desde há muito tempo, da dificuldade de acesso que têm às fontes do setor automotivo, barrados que são pelos parapeitos corporativos que se tornaram as assessorias de imprensa. Às vezes a iniciativa é dos próprios executivos, que preferem escuridão que lhes garanta resultados e bônus. Nem sempre foi assim – e nunca os leitores ganharam tanto em informação e fonte e repórteres puderam festejar amizade e até bem-querer construídos pedra por pedra em uma edificação conhecida na praça de Santos como confiança mútua. Esta construção sem dúvida era demorada mas valia a pena. Muitos de nós investimos neste tipo de construção e jamais nos arrependemos. Mas é claro que falar com empresários é mais fácil do que tirar informações de executivos: José e Sérgio Mindlin e seu dileto braço direito Celso Lafer, Celso Varga e Miguel Guazelli de Araújo, Abraham Kasinski, Newton Chiaparini e os Sabó, Pedro Eberhardt, Carlos Fannucchi de Oliveira e depois Cláudio Vaz e Paulinho Butori. Estes todos não estavam domados debaixo do laço corporativo e iam além nas análises e seus pontos de vista. Enriqueciam qualquer reportagem, até aquelas sobre o preço do quiabo na feira.

QUE FALTA FAZEM AS FONTES CONFIÁVEIS 2

É o caso, também, dos mais conhecidos representantes da comercialização de veículos, também empresários e normalmente donos do próprio nariz e da própria língua. A lista pode não ser muito extensa mas é representativa: José Edgard Pereira Barreto Filho, Alencar Burti, Mauri Missaglia, Assis Augusto Pires, João Zarif, Sérgio Reze. Também é representativa a relação de fontes respeitáveis na indústria de veículos: André Beer, Wolfgang Sauer, Luiz Adelar Scheuer, Joseph O'Neil, JJ Sánchez, Alcides Bracher S Ribas, Célio Batalha, Mark Hogan, Volker Barth, Jacy Mendonça – melhor não mencionar aqueles que ainda estão na ativa para não lhes causar problemas. São todos lembrados com respeito e muita vénia, alguns de nós ainda bebem à sua saúde!

QUE FALTA FAZEM OS JORNALISTAS PROFISSIONAIS

A única profissão que tem como missão levar massivamente a seus leitores a melhor informação possível é a das e dos jornalistas profissionais: estes caras são treinados para isto, vivem disto. Enganam-se entidades e empresas que pensam o contrário pois se esquecem, ou ignoram, o que representou a imprensa para seus negócios até outro dia. Não gostaria de ser tomado de sentimento do mais puro Schadenfreude ao ver desabar castelos sem substância.

Dá os PARABÉNS às empresas,
suas ações, produtos e
serviços eleitos no
Prêmio AutoData 2023



Por isto o Prêmio AutoData é considerado o mais relevante concurso empresarial do Brasil.

Este RECONHECIMENTO
demonstra o
COMPROMETIMENTO
do SETOR AUTOMOTIVO
com o desenvolvimento
dos negócios
e com o **FUTURO** da
INDÚSTRIA NO PAÍS.



NOS VEMOS NOVAMENTE EM 2024!

O napolitano que virou mineiro - e foi para Detroit

Eleito Personalidade do Ano do Prêmio AutoData 2023 pelo trabalho bem-sucedido na direção da Stellantis América do Sul, Antonio Filosa não esconde suas duas maiores predileções: andar pelo chão das fábricas e ter recebido o título de cidadão honorário de Minas Gerais, onde se casou com uma mineira, com quem teve dois filhos. Pois Filosa já fez muito das duas coisas.

Ainda no Grupo Fiat, em 2005, ele veio trabalhar na subsidiária brasileira em Betim, MG, para ficar seis meses e ficou dezoito anos: "O

Brasil é minha casa, foi onde me formei como homem e profissional, por isso sempre vou voltar até poder ficar para sempre".

Depois de liderar um programa de investimentos de R\$ 16 bilhões no Brasil – desde 2018 como presidente da FCA Latam e depois, desde 2021, ocupando a mesma posição na Stellantis – Filosa foi chamado a ser o CEO global da Jeep, com sede perto de Detroit, nos Estados Unidos, cargo que assumiu em novembro. Um dos benefícios da nova posição, sublinha o executivo, é que o Brasil

é o segundo maior mercado da Jeep no mundo, onde veículos da marca são produzidos em fábrica que ele próprio ajudou a construir: "Voltarei no mínimo a cada dois meses e a Jeep receberá muitos investimentos no País".

Quanto a estar perto do chão de fábrica também na Jeep Filosa já impõe seu estilo: "Já visitei vários complexos industriais aqui e vou continuar visitando. Para mim é fundamental minha presença nas fábricas, faz meu dia melhor, gosto muito, mais do que de escritórios".



Clique aqui para assistir à versão em videocast desta entrevista

O senhor foi eleito Personalidade do Ano do Prêmio AutoData 2023 justamente quando está deixando o Brasil e a direção da Stellantis América do Sul. Agora trabalha perto de Detroit, no berço da indústria automotiva dos Estados Unidos, onde assumiu a direção global da marca Jeep. É um reconhecimento do seu trabalho na presidência da FCA e da Stellantis na América do Sul nos últimos cinco anos, com uma pandemia no meio. Como esta experiência pode ajudá-lo nesta nova fase?

Aprende-se muito no Brasil, é um mercado cheio de desafios mas muito qualificado, pois tem muitos construtores de automóveis localizados. Ao mesmo tempo a região tem altíssima volatilidade no câmbio e inflação bem diferente dos patamares de outros mercados. Então quem consegue fazer bons negócios no Brasil e na América do Sul geralmente traz uma série de aprendizagens para o resto da carreira. Tudo que aprendi será de enorme valor para o que vou fazer como CEO global da Jeep.

CONTINENTAL PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas



“Queremos fazer do Brasil um polo de sucesso para a globalização crescente da Jeep, não só por ser minha segunda casa, ou a primeira, mas também porque é a segunda casa da Jeep no mundo, e como tal receberá investimentos em novos produtos, tecnologias e ampliação da capacidade.”

Dos quase 25 anos de carreira no Grupo Fiat, depois FCA e agora Stellantis, foram dezoito anos passados na operação sul-americana, principalmente no Brasil e em Minas Gerais, por isto diz que se considera um brasileiro-mineiro. O que pensou quando foi indicado a assumir a direção global da Jeep e deixar o que chama de sua casa?

Não nasci duas vezes mas sem dúvida o Brasil é meu país de adoção e acabou sendo minha verdadeira casa: tenho uma esposa mineira e dois filhos que nasceram no Estado. Então o único não-mineiro da família sou eu, mas tentei corrigir isso quando fui agraciado com o título de cidadão honorário de Minas Gerais, talvez o título que mais me enche de orgulho. O Brasil tornou-se minha casa, não é mais a Itália, onde tenho minha mãe e parte da família, tenho um monte de memórias de criança, mas foi no Brasil que me formei como homem e profissional, e por isto sempre voltarei até poder ficar para sempre. Quando recebi o convite para liderar a Jeep e me mudar para os Estados Unidos aceitei com enorme prazer, porque é uma oportunidade ímpar para minha carreira

e para minha família, mas isto abriu uma pequena e já grande saudade. Por isto fico muito feliz de ter no Brasil um mercado extremamente estratégico para a Jeep, porque assim posso visitar com muita frequência.

Quais foram os grandes marcos de sua carreira até agora?

O primeiro foi em 2005 quando aceitei ir para o Brasil, para um projeto de no máximo seis meses que se multiplicaram muitas vezes. Naquela época estava voltando de Chicago, nos Estados Unidos, para a Itália e estava me organizando para ficar lá. Aí veio o convite, aceitei, foi uma decisão acertada. O segundo marco foi antes de ser presidente, o que mais marcou minha carreira, a construção da fábrica de Pernambuco. Fui responsável pelo projeto de montar o parque de fornecedores com as primeiras dezessete empresas. Aquilo foi incrível para a indústria automotiva brasileira e para minha vida profissional, pois é algo histórico, espetacular o que fizemos lá e continuamos fazendo. O terceiro grande marco foi ter sido o primeiro presidente da Stellantis na América do

CONTINENTAL PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas

A advertisement for Continental Parafusos S.A. features a collection of various automotive fasteners, including bolts, nuts, and washers, arranged in a row. The company logo, which consists of a stylized 'C' inside a circle, is positioned to the left of the brand name. To the right of the name is a slogan in Portuguese. A QR code is located in the bottom right corner of the advertisement area.

Sul: tive a sorte de liderar o processo de fusão da FCA com a PSA na região, com uma equipe que foi responsável pelo sucesso da companhia, aproveitando as muitas oportunidades de melhorias desta união. Mas uma coisa não posso deixar de enfatizar: o que fiz foi liderar uma equipe, então todos estes marcos na minha carreira eu devo a um time espetacular que tive oportunidade de estar à frente.

Depois de passar por vários cargos executivos nas áreas de compras e manufatura no Brasil e na Argentina estava no seu horizonte ser escolhido presidente da FCA Latam, em 2018?

Era uma ambição poder ter uma honra tão grande, trabalhava por aquilo, mas havia muitos candidatos qualificados concorrendo, sabia que a corrida era cheia de corredores muito bons. O dia em que o antigo CEO da FCA Sergio Marchionne comunicou [a promoção] não era algo claramente esperado mas foi uma grande alegria. Imediatamente pensei na enorme responsabilidade que

“O investimento no Brasil foi forte, R\$ 16 bilhões, mas o retorno foi bem adequado, o que nos coloca em excelente posição para confirmar um novo plano de investimento ainda mais ambicioso.”

o cargo impõe. Eu estava trabalhando para aquilo mas no momento que chegou foi inesperado. Ainda bem que deu certo e sou muito feliz por isto.

Em 2021, com a fusão dos grupos PSA e FCA que criou a Stellantis, o senhor seguiu na direção da companhia na América do Sul. Foi uma grande mudança ou apenas continuou a fazer o que fazia desde 2018?

Foi uma grande mudança. Carlos Tavares [atual CEO global do Grupo Stellantis] algumas semanas antes [da conclusão da fusão FCA-PSA] me chamou e disse que eu me preparasse, porque ele tinha decidido me manter na presidência [América do Sul]. Logo descobri que a responsabilidade da minha missão seria ainda maior. Passamos de duas fábricas de veículos [da FCA] no Brasil [Betim, MG, e Goiana, PE] e uma na Argentina [Córdoba] para o dobro disso, com mais uma planta brasileira [Porto Real, RJ], outra argentina [El Palomar] e uma parceria no Uruguai [montagem de utilitários Peugeot e Citroën na Nordex]. Além disso foram agregadas pessoas ao grupo com a necessidade de integrar rapidamente as equipes para formar na Stellantis uma cultura regional única, identificar de imediato as sinergias possíveis, e algumas ainda estão acontecendo como, por exemplo, o uso dos motores da Fiat nos carros Peugeot e Citroën que eram da PSA. Também promovemos a integração das redes de concessionários e de fornecedores. Então tudo mudou muito, dobrou a responsabilidade assim como dobraram as oportunidades de melhorias e sinergias.

CONTINENTAL PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas

Do programa de investimento de R\$ 16 bilhões da Stellantis no Brasil de 2019 a 2025, que o senhor gastou tudo ou quase tudo antes de partir, após dezenas de lançamentos de novos produtos, na sua opinião, o que foi feito de melhor e o que foi mais desafiador?

Acho que gastamos até um pouco mais. Agora Emanuele [Cappellano, novo CEO da Stellantis América do Sul] traçará os investimentos e aprovará um novo ciclo. Investimos em muitos lançamentos de produtos, serviços e até em marcas novas, como o relançamento da Abarth e da Ram na região, mas o feito mais interessante foi com a Fiat. Quando assumi la presidência da FCA Latam, em 2018, a marca tinha o menor market share de sua história, baixou a menos de 13% no Brasil e na América do Sul estava em torno de 9%. Trabalhamos de forma muito consistente com o lançamento de tecnologias e produtos, assim fizemos um turnaround histórico para a Fiat, que estava muito depreciada e preocupava a todos com a ociosidade na fábrica. Hoje a capacidade de Betim está toda ocupada e a marca tem um reconhecimento incrível do mercado: por três anos seguidos a Strada é o modelo mais vendido do Brasil, a participação da Fiat no mercado brasileiro passou de 13% para 23% e de 9% para 15% no conjunto dos mercados sul-americanos. Também renovamos os modelos Jeep, lançamos o Commander e queremos fazer muito mais com a marca em 2024. Localizamos a Rampage [em Pernambuco], a primeira picape a Ram desenvolvida e industrializada fora dos Estados Unidos. Fizemos a nova fábrica de motores turbo em



Divulgação/Stellantis



**CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.**

Fornecendo excelência para aplicações automotivas



“Quem consegue fazer bons negócios no Brasil e na América do Sul geralmente traz uma série de aprendizagens para o resto da carreira. Tudo que aprendi será de enorme valor para o que vou fazer como CEO global da Jeep.”

Betim que hoje estão em quase todas as marcas da Stellantis na América do Sul, e também são exportados para a Europa. O investimento foi forte, R\$ 16 bilhões, mas o retorno foi bem adequado, o que nos coloca em excelente posição para confirmar um novo plano de investimento ainda mais ambicioso.

Sob sua gestão a divisão sul-americana da Stellantis cresceu em volume de vendas, tornou-se líder na região e do mercado brasileiro. Também vem entregando resultados financeiros com margens robustas, mesmo diante da estagnação dos mais mercados da região. Qual é o segredo? Repassou isto a Emanuele Cappellano?

Passei tudo ao Emanuele porque o segredo é o trabalho diário, determinado e competente da melhor equipe da indústria na América do Sul, com folga, até um dos melhores do mundo. Creio que fez diferença o plano de localizar ao máximo a produção exatamente porque repudiamos importar de outros países em vez de investir no Brasil e gerar PIB

e emprego no País e na região. Fortalecemos todos os polos industriais em Betim, Goiana e também Porto Real, que recentemente começou a produzir um novo produto Citroën (o C3 Aircross). Nosso plano de negócios nos últimos seis anos de localização de fornecedores e descentralização da produção gerou múltiplos impactos positivos onde a Stellantis está localizada. O caminho foi bastante assertivo e, mais do que tudo, contou com a dedicação da equipe, que agora está todo na mão de uma pessoa que respeito muito profissionalmente, que é Emanuele.

Qual é, agora, sua principal missão à frente da Jeep?

Acho que temos muitas coisas a fazer aqui. A marca é espetacular, tem produtos espetaculares, mas temos de melhorar nossa penetração nos principais mercados e trabalharemos para globalizar ainda mais a Jeep. O Brasil nos últimos cinco anos é um perfeito exemplo de localização da marca fora da América do Norte. Recentemente levamos adiante a localização da Jeep na Europa com o Avenger, que está indo muito bem. A marca é tão forte que quando ela se associa a excelentes produtos, como temos e teremos no futuro, e a planos assertivos de localização, o céu é o limite como bem demonstraram o Brasil e a América do Sul com o Renegade, Compass e Commander em Pernambuco, e assim como na Europa está sendo demonstrado com o Avenger feito na Polônia para todos os mercados europeus. É o que temos de fazer, além de lançar novos produtos que estamos desenvolvendo.

CONTINENTAL PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas

“O Brasil tornou-se minha casa, não é mais a Itália. Foi no Brasil me formei como homem e profissional, por isso sempre voltarei até poder ficar para sempre.”

Como o Brasil está inserido nos novos planos globais da Jeep? Podemos esperar por eletrificação e novos modelos?

O Brasil é com folga o segundo maior mercado global da Jeep, conta com três produtos de incrível sucesso e a marca tem forte presença industrial em Goiânia, com fornecedores que continuam crescendo em número. Então o ponto de partida já é espetacular: um mercado relevante, presença industrial relevante e produtos relevantes. A partir daqui temos de evoluir. Então, sim, teremos novas tecnologias, novos produtos e importantes ações a fazer sobre os produtos existentes. Queremos fazer do Brasil um polo de sucesso ainda maior para a globalização crescente da Jeep. Por isto o País sempre será um ponto forte na minha agenda, não só por ser minha segunda casa, ou verdadeiramente a primeira, pois acabo de receber também o título de cidadão honorário de Pernambuco e, então, agora sou o único não-brasileiro que tem duas cidadanias honorárias no País. Desta forma também é a segunda casa da Jeep no mundo, e como tal receberá investimentos importantes em

novos produtos e tecnologias, além de ampliação da capacidade produtiva com novos empregos qualificados, porque queremos fazer de Pernambuco um case como poucos já vistos na indústria automotiva global.

Não à toa o senhor recebeu cidadania mineira e pernambucana, pois deixa aqui um legado de resiliência e pró-atividade para as mudanças, com um inegável gosto pelo chão-de-fábrica. Conseguirá adotar o mesmo estilo aí nos Estados Unidos?

Sim. Já tive o privilégio de passar algumas horas em complexos industriais aqui perto de Detroit. Para mim é fundamental minha presença nas fábricas, primeiro porque faz meu dia melhor, gosto muito, mais do que escritórios, por mais que sejam bonitos e confortáveis. Segundo porque é nas fábricas que acontecem os projetos de ganhos de competitividade, engajamento de fornecedores. Não adianta melhorar o custo de um produto em uma planilha Excel ou AutoCad. Claro que essas análises são fundamentais, mas no fim tudo se materializa nas fábricas. Então, sim, já estou fazendo visitas às plantas aqui nos Estados Unidos, também farei na Europa e continuarei fazendo no Brasil. Somos uma empresa industrial, então fábricas são muito do que somos, não somente as nossas, mas também as dos fornecedores.

Pretende voltar a morar no Brasil?

Sim, não sei quando, mas minha casa onde vou aumentar a família e ficar mais velho seguramente será no Brasil, com imenso prazer, porque gosto mesmo dos brasileiros e das brasileiras. ■

CONTINENTAL PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas

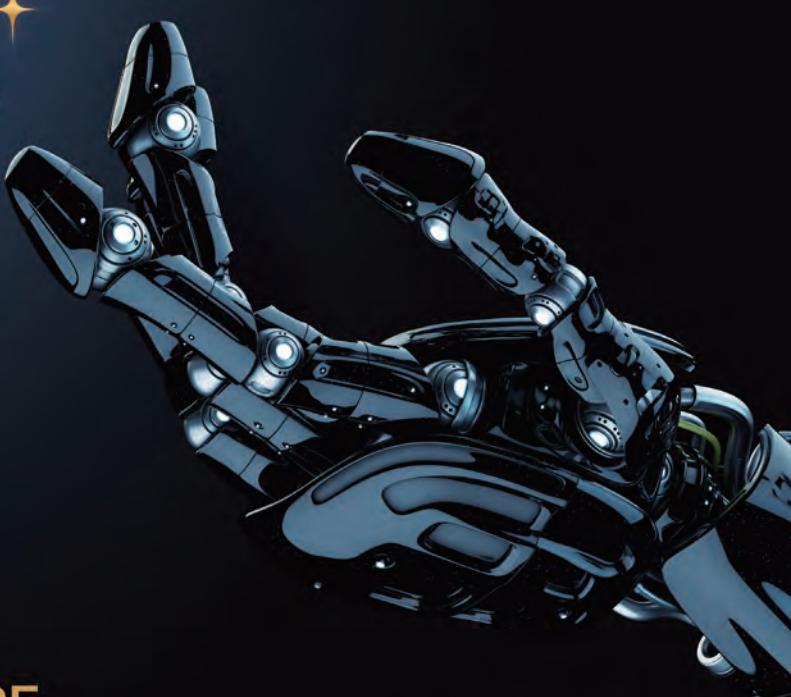
A advertisement for Continental Parafusos S.A. features a collection of various automotive fasteners, including bolts, nuts, and washers, arranged in a row. The company's logo, a stylized 'C' inside a circle, is positioned to the left of the brand name. To the right of the text, there is a QR code. The background is a light blue gradient.



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

HIGH-TECH⁺
INDUSTRIAL FASTENERS

50^{YEARS}
est. 1974



FASTENED TO THE FUTURE

PRODUCTS

- Bolts
- Nuts
- Washers
- C-Parts
- Wires



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

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



Volkswagen é eleita Empresa do Ano



Participantes do Congresso AutoData Tendências e Perspectivas 2024 escolheram a Volkswagen dentre nove empresas vencedoras de onze categorias corporativas do Prêmio AutoData deste ano

Redação AutoData

Com a forte simbologia de sua marcante história de 70 anos no Brasil, completados em março, a Volkswagen foi eleita Empresa do Ano do Prêmio AutoData 2023, escolhida pela maioria dos cerca de trezentos participantes do Congresso AutoData Tendências e Perspectivas 2024, realizado em 21 e 22 de novembro.

A Volkswagen venceu com 30% dos votos dos participantes do evento, que a escolheram no grupo de nove empresas vencedoras de onze categorias corporativas do Prêmio AutoData deste ano. A empresa concorreu à melhor do ano do setor porque já tinha vencido por votos on-line na categoria Exportador – Montadora.

Ciro Possobom, CEO da Volkswagen do Brasil, que foi um dos entrevistados e palestrantes do evento, após a premiação escreveu no seu LinkedIn: "Participar do Congresso AutoData Tendências e Perspectivas 2024 foi mais um momento muito especial neste ano em que a Volkswagen completou 70 anos no País e, hoje [22 de novembro], foi reconhecida como a Empresa do Ano do Prêmio AutoData".

Além da vencedora também concorreram Toyota, Scania, Caterpillar, Marelli, Moura, Marcopolo, Mercedes-Benz e Goodyear, que já tinham sido previamente escolhidas pelos leitores de AutoData em eleição direta nos meses de setembro e outubro, com resultado divulgado em 10 de novembro – todos os cases dos vencedores estão relatados nas páginas seguintes.

NOVO FORMATO

Este ano a metodologia e algumas categorias do prêmio foram alteradas para ampliar seu alcance. No universo de mais de trezentas iniciativas selecionadas pelo corpo editorial de jornalistas a partir de reportagens que figuraram nas páginas da revista e na agência AutoData, no período de doze meses terminados em julho, foram indicadas a concorrer 32 empresas, alo-

cadas em onze categorias corporativas, e dezesseis produtos e seis personalidades.

Na votação on-line, em setembro e outubro, os leitores tiveram de escolher três de cada quatro cases por categoria e quatro personalidades. Este formato tornou a eleição mais justa, porque evitou a concentração de votos em cada uma das empresas concorrentes, pois os eleitores precisaram escolher mais cases do que somente o da sua própria empresa.

Após encerrada a votação on-line os vencedores foram divulgados em 10 de novembro, com exceção da categoria Personalidade do Ano, cujo vencedor foi anunciado somente no dia do Congresso: Antonio

Filosa, que dirigiu as operações da Stellantis na América do Sul e, em novembro, foi transferido para os Estados Unidos para ser o CEO global da marca Jeep.

Por fim a Volkswagen foi escolhida Empresa do Ano em votação eletrônica dedicada somente aos participantes do evento de AutoData: "O mais gratificante é que a escolha foi definida pelos participantes do Congresso, o mais tradicional evento de informação econômica do setor automotivo da América Latina", observa Possobom. "Agradeço a todos os nossos colaboradores, clientes e parceiros de negócios por ajudarem a construir essa história." ■



Fotos: Bruna Nishihara



Bruna Nishihata

PERSONALIDADE DO ANO

Antonio Filosa – Stellantis

Mais do que se adaptar a transformações Antonio Filosa sabe como fazê-las. Tem sido assim ao longo de mais de duas décadas de carreira do engenheiro industrial napolitano, que ingressou no então Grupo Fiat em 1999 e desde 2005, como ele diz, tornou-se um brasileiro mineiro. Após ser alçado a cargos de direção em manufatura e compras da companhia na América Latina em 2018 foi nomeado CEO da então FCA Latam e seguiu no posto após a fusão com a PSA que criou a Stellantis, em 2021. Como presidente da operação sul-americana Filosa manteve em alta a relevância da região com liderança de vendas e lucros expressivos. Sob sua gestão a empresa continuou a tocar investimentos de R\$ 16 bilhões, com dezenas de lançamentos, como a picape Rampage, e o desenvolvimento de plataformas eletrificadas. Em novembro Filosa assumiu a direção global como CEO da marca Jeep e foi transferido para os Estados Unidos.



Bruna Nishihata

ESG

Mercedes-Benz

Com a preocupação de integrar cada vez mais as mulheres ao mundo dos veículos pesados e de pensar em maneiras de oferecer maior conforto, empoderamento, equidade e, principalmente, segurança às profissionais que ganham a vida na boleia a Mercedes-Benz lançou o movimento A Voz Delas, ainda em 2019. A iniciativa se transformou em um caminhão Actros 2651, totalmente customizado, batizado de Estrela Delas. É o primeiro caminhão do mundo feito para mulheres. Por fora chama a atenção a pintura rosa e por trazer uma bicicleta, na mesma cor, encaixada atrás da cabine. Mas é dentro que estão as principais atrações, como o banheiro: ao levantar uma das duas camas, revestidas com tecido aveludado e no mesmo tom da cor do veículo, está um vaso sanitário com ducha higiênica.



MONTADORA DE AUTOMÓVEIS E COMERCIAIS LEVES

Toyota

A Toyota oficializou investimento de R\$ 1,7 bilhão para produzir um novo veículo híbrido flex em Sorocaba, SP. Segundo a montadora o carro será um modelo totalmente novo e chegará em duas versões, uma só com motor a combustão para ser seu novo modelo de entrada e outra híbrida flex que será o primeiro compacto eletrificado fabricado no Brasil, possivelmente um SUV pequeno. A perspectiva da Toyota é iniciar a produção até o fim de 2024 e a iniciativa poderá gerar cerca de setecentos empregos na unidade e na fábrica de motores de Porto Feliz, também no Interior paulista. O aporte contará com recursos do programa Pró-Veículo Verde, do governo do Estado de São Paulo, com estimativa de liberação, em quatro anos, de R\$ 1 bilhão em créditos de ICMS gerados principalmente a partir de exportações da própria Toyota.

Bruna Nishihata



MONTADORA DE VEÍCULOS COMERCIAIS

Scania

A pós lançar a linha de caminhões Super com ganho extra de consumo de até 8% – para além dos 20% já obtidos na geração anterior de motores – a Scania apresentou a linha Plus, com motor Euro 5 adaptado para Euro 6. A alternativa, com preço cerca de 15% mais baixo e o mesmo bom desempenho de consumo da geração anterior, ajuda a empresa a enfrentar tempos de mercado retraído em razão da troca de motorização para atender à nova fase do Proconve, iniciada este ano. A Scania também avançou nos veículos a gás natural ou biometano. Foram iniciados testes com ônibus e foi ampliada a família de caminhões a gás: além do motor de 410 cv a partir de 2024 também será oferecida opção de 460 cv e configuração X-Gás, com cilindros extras que garantem autonomia de até 900 quilômetros.

Bruna Nishihata



MONTADORA DE MÁQUINAS AGRÍCOLAS E DE CONSTRUÇÃO

Caterpillar

Acatterpillar atingiu a marca de 300 mil máquinas rodoviárias de construção produzidas no Brasil 63 anos após fabricar sua primeira motoniveladora no País. O marco foi considerado mais importante ainda pela empresa por ter sido atingido no ano em que finaliza o investimento de R\$ 600 milhões para modernizar a operação brasileira. O aporte envolveu a instalação de uma nova linha de produção na fábrica de Campo Largo, PR, única que produzirá minicarregadeiras, assim como melhorias produtivas na unidade de Piracicaba, SP. Os produtos da Caterpillar feitos no País também são exportados para países da América do Norte, Europa e Oceania.



Bruna Nishihata

CADEIA AUTOMOTIVA AMPLIADA

Marcopolo

De olho no aumento de demanda por ônibus urbanos elétricos no País a Marcopolo começou neste segundo semestre a vender o Attivi, seu primeiro veículo completo com chassi e carroceria projetados e produzidos na fábrica de Ana Rech, em Caxias do Sul, RS. Após cinco anos de desenvolvimento a empresa programou a produção de 130 unidades até o fim deste ano. Com a eletrificação a Marcopolo decidiu adotar os dois modelos de negócio: desenvolver o seu primeiro veículo completo e, ao mesmo tempo, continuar a montar carrocerias sobre chassis elétricos de parceiros. O Attivi tem índices de nacionalização de 58% para o chassi e de 96% para a carroceria, com sistemas de baterias fornecidos pela Moura, de Belo Jardim, PE, e o motor elétrico central de 530 cv da também brasileira WEG, de Jaraguá do Sul, SC.



BOSCH



Como transformar os dados da sua frota de caminhões em eficiência operacional?

A Telemetria Bosch para Caminhões aumenta a transparência das informações à disposição do gestor de frotas, entregando dados através de um painel de controle amigável, de leitura simples e intuitiva.



Acesse o QR Code ou
[https://www.bosch.com.br/
noticias-e-historias/mobilidade/](https://www.bosch.com.br/noticias-e-historias/mobilidade/)
e saiba mais.



Ouça agora o podcast
“Bosch Talks” e saiba
mais sobre a Mobilidade
Conectada!



Bruna Nishihata

Bruna Nishihata

SISTEMISTA

Marelli

Apartir do contrato para fornecer o painel de instrumentos, consoles centrais e outras partes do interior da nova picape Chevrolet Montana, produzida pela General Motors em São Caetano do Sul, SP, a Marelli decidiu abrir nova unidade produtiva de sua divisão Interior Experience, ainda sem sede no Brasil, na fábrica de Hortolândia, SP, onde já produz componentes de motor e eletrônicos há cerca de trinta anos. Com investimento de R\$ 150 milhões a unidade já nasceu com um contrato robusto, com capacidade para atender até 180 mil veículos/ano, e outros três projetos engatilhados para começar ainda em 2023. Uma obra foi feita na fábrica, que teve seu prédio expandido para abrigar os 5,8 mil m² da nova divisão com linhas de injeção plástica, pintura e montagem. Oitenta profissionais foram contratados para atividades iniciais.

FORNECEDOR DE PEÇAS, PARTES E COMPONENTES

Moura

AMoura está avançando no mercado nacional de baterias especiais EFB e AGM para veículos equipados com sistema start-stop. A empresa produz em Belo Jardim, PE, os dois tipos de acumuladores e desenvolveu tecnologia própria para as EFB, que têm desempenho similar e é mais barata do que as AGM. A Moura já detém 75% de participação no fornecimento de baterias para carros com start-stop no Brasil, porcentual acima dos 56% que a empresa domina do mercado total de baterias fornecidas diretamente às montadoras. A fabricante também vem se preparando para o aumento da demanda por eletrificação. Desde 2017 envolveu-se no projeto do VW e-Delivery para produção e montagem de sistemas de baterias de lítio para o caminhão elétrico. Agora as negociações evoluem para o fornecimento a outros fabricantes nacionais de veículos.



Atraniik Photos



XXX

INOVAÇÃO TECNOLÓGICA – MONTADORA

Toyota

A Toyota apresentou na Índia o projeto piloto Hybrid Flex Technology, replicando a iniciativa que já existe no Brasil há quatro anos, quando foi lançado o Corolla com powertrain híbrido que combina motor elétrico e a combustão que pode ser abastecido com etanol ou gasolina. Um modelo produzido em Indaiatuba, SP, foi apresentado a autoridades indianas. Segundo a companhia esta será uma importante alternativa para reduzir as emissões do transporte na Índia, que, como o Brasil, é um dos principais produtores de cana-de-açúcar do mundo. Em abril representantes da Toyota estiveram no país em uma delegação com integrantes do governo, da Unica, União da Indústria de Cana-de-Açúcar, e outros representantes da indústria automotiva do Brasil para promover o uso de etanol.

INOVAÇÃO TECNOLÓGICA – FORNECEDOR

Goodyear

A pós mostrar um pneu produzido com 70% de material sustentável, que deverá chegar ao mercado ainda em 2023, a Goodyear apresentou um modelo que eleva para 90% o uso de insumos renováveis e com menor resistência ao rolamento. A intenção da companhia é, até 2030, introduzir o primeiro pneu 100% sustentável. Segundo a Goodyear são dezessete ingredientes no pneu com 90% do material sustentável, em doze diferentes componentes. Só de carbono são quatro tipos, produzidos a partir de matérias-primas como metano, dióxido de carbono, óleo vegetal e óleo de pirólise de pneus em fim de vida. O composto usa ainda óleo de soja, que reduz o uso de produtos à base de petróleo e é feito com o excedente da proteína de soja, aplicada em alimentos e ração animal.



Bruna Nishihata



Bruna Nishihata

EXPORTADOR – MONTADORA

Volkswagen

AVolkswagen, que em 2023 comemora 70 anos de história no Brasil, é a maior exportadora do setor automotivo brasileiro, responsável por cerca de 25% de todos os embarques de veículos. No ciclo histórico das sete décadas a montadora alcançou, este ano, 4,1 milhão de unidades exportadas desde 1970, quando começou a explorar mercados externos, com carros já vendidos para 147 países do mundo. Atualmente os modelos Volkswagen Polo, Virtus, Saveiro e T-Cross produzidos em três fábricas – São Bernardo do Campo e Taubaté, SP, e São José dos Pinhais, PR, seguem para mais de uma dúzia de mercados, principalmente da América do Sul.

EXPORTADOR – FORNECEDOR

Moura

Após consolidar sua liderança no mercado brasileiro de baterias, tanto na reposição como no fornecimento direto a montadoras, a Moura está ampliando presença internacional por meio de exportações para mais de vinte países e produção local na Argentina, onde já lidera o mercado doméstico e é, também, a maior fabricante. As vendas ao Exterior representam 15% do faturamento da empresa com sede em Belo Jardim, PE, e a ambição é elevar este porcentual ampliando a presença em mercados onde a Moura já opera, principalmente na América Latina e em Angola, na África. A Moura já vende suas baterias em onze mercados sul-americanos e os cinco maiores compradores atualmente são, pela ordem, Argentina, Uruguai, Paraguai, Venezuela e Guiana. Na América Central e Caribe são atendidos mais seis países, incluindo Cuba.



2023 chegou ao fim.

Um ano repleto de aprendizado, desafios e muitas conquistas.

Juntos, realizamos muito, aplicando tecnologia e inovação, fortalecidos por nosso compromisso com a longevidade e sucesso de nossa empresa, colaboradores, parceiros, mercado e principalmente, dos nossos clientes, seja no aftermarket ou nas montadoras.

Agradecemos por todo seu trabalho e dedicação, que o próximo ano seja de oportunidades e muito mais sucessos.

Feliz Natal e Próspero Ano Novo! Estaremos juntos em 2024, movendo o que importa!



Assista a mensagem que a
Dana preparou para você.



@canaldana dana.com.br /canaldana



Divulgação/Stellantis



Divulgação/Stellantis

LANÇAMENTO – AUTOMÓVEL

Fiat Fastback

O inédito SUV-cupê coloca a Fiat em patamar mais alto: é o mais caro e sofisticado dentre os seus modelos produzidos no País, com design refinado, acabamento caprichado, tecnologias modernas, motores potentes turboflex 1.0 ou 1.3 e preços que partem de R\$ 120 mil. Produzido em Betim, MG, o Fastback encerra um ciclo, iniciado em 2020, de revalorização da Fiat, com renovação completa do portfólio e escalada para preços mais elevados. O SUV-cupê encarna essa estratégia com dimensões e estilo que concorrem com modelos de categoria superior.

LANÇAMENTO – COMERCIAL LEVE E PICAPE

Ram Rampage

Primeira Ram produzida fora dos Estados Unidos a Rampage demonstra a importância da América do Sul nos planos da Stellantis para sua marca de picapes. Quinto veículo produzido na fábrica de Goiana, PE, o projeto da Rampage consumiu investimento de R\$ 1,3 bilhão. Nem grande, nem pequena, e com preços de R\$ 240 mil a R\$ 270 mil, a Rampage chega para competir não apenas no crescente segmento de picapes no Brasil mas, também, no segmento premium. A picape tem duas opções de motorização: 2.0 turbo a gasolina de 272 cv e turbodiesel 2.0 de 170 cv.



Divulgação/Scania

LANÇAMENTO – CAMINHÃO

Scania Plus

A tendendo ao que identificou ser uma oportunidade de mercado em faixas de preços inferiores à sua linha Super, com motores Euro 6, a Scania ampliou seu portfólio com três caminhões que ocuparam a faixa de entrada, em gama batizada Plus. Na nova linha os modelos pesados R450 e R540 herdaram o motor antigo Euro 5, que recebeu sistema de pós-tratamento Euro 6, a caixa de câmbio Opticruise GRS905R e os diferenciais do portfólio antigo. Com essas alterações os preços ficaram de 6% a 7% inferiores aos da linha Super, que segue com as opções de 420 cv a 560 cv.



Divulgação/Marcopolo

LANÇAMENTO – ÔNIBUS

Marcopolo Attivi

Primeiro veículo completo com chassi e carroceria projetado e produzido pela Marcopolo o ônibus urbano elétrico Attivi foi desenvolvido para atender à nascente demanda de grandes cidades da América Latina. Produzido em Caxias do Sul, RS, com motor elétrico de 530 cv da WEG e baterias Moura com autonomia de até 250 quilômetros o Attivi tem índice de nacionalização de 58% para o chassi e de 96% para a carroceria. Segundo a fabricante o modelo foi testado para durar dezesseis anos – embora a garantia das baterias seja de oito anos – e projetado de acordo com as necessidades específicas de grande parte das cidades brasileiras, com ruas esburacadas e enchentes constantes.

CLUBE AUTODATA

VOCÊ ESTÁ PRONTO PARA
UMA JORNADA EXCLUSIVA
PELO FASCINANTE MUNDO
AUTOMOTIVO?

Sua chave de entrada para esse universo de oportunidades é o nosso Club VIP AutoData Especial.

Com uma assinatura anual você garante não apenas acesso irrestrito a todo o conteúdo histórico, matérias especiais e exclusivas todas as semanas, mas também a chance de ter seu lugar privilegiado em todos os eventos AutoData de 2024, com uma economia extraordinária com **40% de desconto!**

Torne-se
membro VIP
do Clube
AutoData
Especial



AGENDA DOS EVENTOS DE 2024

SEMINÁRIO

Megatendências 2024,
os desafios do novo Brasil



R\$ 2.750,00

19 e 20 de março

Presencial

FÓRUM

AutoData Perspectivas
Caminhões



Evento Gratuito

29 de abril

Online

FÓRUM

AutoData Perspectivas
Automóveis



Evento Gratuito

13 de maio

Online

SEMINÁRIO

Revisão das
Perspectivas 2023



R\$ 1.925,00

25 de junho

Presencial

FÓRUM

AutoData Perspectivas
Máquinas Agrícolas



Evento Gratuito

22 de julho

Online

CONGRESSO

Negócios do Setor Automotivo
Latino-Americano



R\$ 975,00

19 a 23 de agosto

Online

FÓRUM

AutoData Perspectivas
Ônibus



Evento Gratuito

23 de setembro

Online

SEMINÁRIO

Brasil Elétrico +
ESG 2024



R\$ 650,00

7 e 8 de outubro

Online

CONGRESSO

Tendências e Perspectivas 2025
do Setor automotivo Brasileiro



R\$ 2.900,00

26 e 27 de novembro

Presencial

AUTODATA

Transformando Informação em Conhecimento

Login



Revista

Notícias



Seminários

Prêmio AD

Clube AD

AD Comercial

Revista AutoData

Guilas Digitais

Especiais

2023

2022

2021

2020

2019

2018

2017

2016

2015



AutoData 405, Novembro 2023



AutoData 404, Outubro 2023



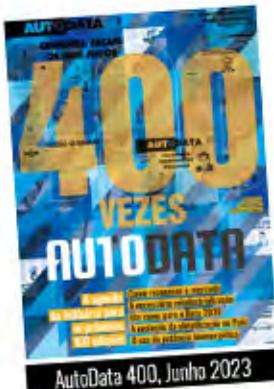
AutoData 403, Setembro 2023



AutoData 402, Agosto 2023



AutoData 401, Julho 2023



AutoData 400, Junho 2023



AutoData 399, Maio 2023



AutoData 397, Março 2023



AutoData 396, Fevereiro 2023



BENEFÍCIOS EXCLUSIVOS DO CLUBE AUTODATA VIP ESPECIAL:

Não perca mais tempo, garanta seu lugar no Clube VIP Autodata Especial e eleve sua participação nos eventos a um novo patamar. Seu sucesso no mercado automotivo latino-americano começa aqui!



ACESSO VIP AOS EVENTOS

Assegure sua presença nos eventos mais importantes do setor automotivo, onde você estará no epicentro das últimas tendências, inovações e oportunidades de networking.



DESCONTO EXCLUSIVO DE 40%

Como membro VIP, você não apenas participa, mas economiza significativamente em todas as inscrições. Uma oportunidade única de maximizar seu investimento. O valor total das inscrições individuais para todos os eventos que AutoData promoverá em 2024 somará R\$ 9.200,00. Mas como membro do Clube AutoData VIP Especial, você terá o privilégio de participar de todos eles por apenas R\$ 5.520,00!



INFORMAÇÕES ESTRATÉGICAS

Esteja à frente da concorrência com acesso a informações exclusivas sobre o cenário automotivo latino-americano. Mantenha-se informado e tome decisões mais assertivas para o seu negócio.



CONTEÚDO PREMIUM

Receba matérias exclusivas diretamente em seu email. Artigos, opiniões e análises aprofundadas que proporcionarão insights valiosos para alavancar seus negócios.



ATUALIZAÇÕES EM TEMPO REAL

Esteja sempre um passo à frente com atualizações instantâneas sobre as últimas novidades do setor. Informações cruciais para você tomar decisões informadas e estratégicas.

Junte-se a nós agora e transforme sua experiência no setor automotivo!

Inscreve-se agora pelo e-mail
seminarios@autodata.com.br ou pelo
telefone 11 93372.1801 e faça
parte da elite do setor automotivo!

AUTODATA
• SEMINÁRIOS •



Crescimento e investimentos no horizonte

Os debates do Congresso AutoData Tendências e Perspectivas 2024 indicaram que o setor automotivo se prepara para um novo ciclo de crescimento no Brasil, com aumento nas vendas e mais investimentos

Redação AutoData

Marcando o retorno dos eventos presenciais organizados por AutoData os cerca de trezentos participantes do Congresso AutoData Tendências Perspectivas 2024, realizado em 21 e 22 de novembro em São Paulo saíram do mais tradicional fórum de informação econômica e de negócios do setor automotivo nacional com uma certeza: a indústria está se preparando para uma nova era de crescimento nas vendas e mais investimentos.

Todos os executivos da alta direção das empresas fabricantes de veículos leves que subiram ao palco de apresentações admitiram já terem acertado ou estar negociando com as matrizes novos ciclos de investimentos no País, alguns recém-anunciados, e trabalham com a perspectiva de 2024 ser melhor do que 2023.

Os presidentes das associações que representam no País os fabricantes de veículos e autopeças, respectivamente Anfavea e Sindipeças, abriram o Congres-



Márcio de Lima Leite, Anfavea

so com projeções positivas para 2024, mas ainda contidas, que representam pequeno avanço após três anos de estagnação do mercado brasileiro.

Márcio de Lima Leite, presidente da Anfavea, concordou que é preciso fazer um esforço conjunto dos setores público e privado para que o País volte a crescer com mais estabilidade. A entidade estima que em 2024 fatores positivos podem permitir crescimento maior do mercado interno, na ordem de 5% a 7% sobre 2023. Mas o dirigente ponderou que a indústria nacional pode perder terreno, pois este ano houve aumento expressivo das im-



Margarete Gandini, MDIC

portações, tanto das montadoras quanto das próprias importadoras.

Cláudio Sahad, presidente do Sindipeças, afirmou que a entidade trabalha com expectativa de fornecer à indústria com produção em crescimento de 5% sobre 2023, para 2,4 milhões de veículos em 2024. Para o segmento de automóveis a estimativa é de alta de 4% e, para comerciais leves, 7%, com recuperação prevista também para caminhões e ônibus.

Ciro Possobom, CEO da Volkswagen do Brasil, foi o mais otimista: "Esperamos um crescimento [do mercado de veículos leves] de 5% a 10%, puxado pela redução da taxa de juros, pelo mercado corpora-



Cláudio Sahad, Sindipeças

tivo muito forte e pelo fato de todas as montadoras estarem com abastecimento pleno, sem grandes faltas de componentes, apesar das guerras".

Mais comedido Fábio Rua, vice-presidente de comunicação e relações governamentais da General Motors do Brasil, falou em crescimento de 2% a 5% do mercado brasileiro, resultado de ações como o empenho do governo em acelerar o processo de descarbonização da emissões: "Mas, mais do que isto, precisamos ser mais eficientes, pois temos capacidade ociosa de 53%. Podemos produzir 750 mil carros por ano e nosso desejo é fazer pelo menos 600 mil".



Ciro Possobom, Volkswagen do Brasil



Carlos Kitagawa, Stellantis América do Sul

Mauro Correia, CEO da HPE Auto, que produz veículos Mitsubishi e Suzuki e representa as duas marcas no País, também citou 5% de alta nas vendas, com um volume total de 2 milhões 150 mil veículos em 2024: "Dependerá de algumas ações do governo. Se o dólar ficar de R\$ 5 a R\$ 5,10, e a Selic na faixa dos 9%, já será muito bom para o mercado".

Outros executivos de empresas fabricantes de veículos leves que participaram do Congresso disseram acreditar em crescimento, mas não arriscaram o índice.

MAIS INVESTIMENTOS

A Nissan foi uma das que anunciou, poucos dias antes do evento, mais investimentos em sua operação brasileira. Serão R\$ 2,8 bilhões aplicados em Resende, RJ, uma extensão de seu plano anterior de R\$ 1,3 bilhão anunciado no ano passado. Os recursos serão utilizados para produzir dois SUVs – um deles é a nova geração do Kicks –, um motor turbo de 1 litro e ajudar a tornar a fábrica sul-fluminense um hub de exportação para a América Latina.

"Hoje exportamos de 15% a 20% da nossa produção, mas o Brasil tem que ser um hub forte", disse o presidente Gonzalo Ibarzábal. "Queremos que a participação com as vendas externas seja elevada para 20% a 30% do que produzimos."

Um dos SUVs a ser produzido em Resende, garantiu, será exportado para vinte países latino-americanos.

Quem preparou, anos atrás, sua operação para exportar mais foi a Toyota, que já vem colhendo os frutos desta planificação. O presidente da operação brasileira, Rafael Chang, contou que 40% dos carros produzidos pela empresa no Interior paulista, em Sorocaba e Indaiatuba, têm como destino outros países, seguindo a mesma proporção os motores produzidos em Porto Feliz, unidade localizada a meio caminho das duas fábricas de veículos.

Chang disse ter se reunido há poucas semanas com a diretoria da matriz, no Japão, para discutir novos planos de investimento para o Brasil, até 2030. Mas descartou, por enquanto, ampliar a nacionalização do powertrain híbrido flex, que hoje equipa versões do Corolla e do Corolla Cross vendidos no País, por considerar a escala ainda insuficiente.

"No processo de eletrificação temos de colocar na discussão a rede de fornecedores, porque são parte fundamental na indústria e no apoio às montadoras. Vemos com bons olhos a chegada de mais veículos industrializados e junto com a chegada de outras marcas concorrentes. Isso tudo vira escala."

O executivo confirmou que, até dezembro do ano que vem, começa a sair



FedEx. Tornando a cadeia de suprimentos mais inteligente

Na FedEx, queremos que o seu negócio cruze os horizontes com soluções que a sua empresa precisa.

Conte com a experiência, a conectividade e a confiabilidade global da FedEx para seus desafios na cadeia de suprimentos automotivos no Brasil e no mundo.

Central de Atendimento ao Cliente – Serviços Internacionais

3003.3339 (capitais e regiões metropolitanas)
0800.703.3339 (demais localidades)

fedex.com.br

das linhas da Toyota em Sorocaba outro modelo híbrido, um compacto, fruto de investimento de R\$ 1,7 bilhão anunciado em maio passado – segundo especulações o novo carro possivelmente será o Yaris Cross.

Quem está próxima de anunciar "o maior ciclo de investimentos da história do Brasil" é a Stellantis, disse sem meias palavras Carlos Kitagawa, seu CFO, chefe financeiro, para a América do Sul. Kitagawa não cravou uma data exata para o anúncio mas deu a entender que será a partir de algum momento do ano que vem, pois as novas plataformas eletrificadas Bio Hybrid entram em produção já a partir de 2024 e fazem parte do novo ciclo.

"A nossa região é muito significativa para a Stellantis no mundo e nós temos, sem dúvida, a crença de que continuaremos a investir muito forte aqui. Então, sim, estamos prestes a anunciar o maior investimento da indústria automotiva aqui do Brasil e isto será em breve, porque inclui nosso processo de descarbonização."

No caso da Volkswagen, que está no meio de um programa de investimento de R\$ 7 bilhões de 2022 a 2026, segundo os sindicatos que representam os trabalhadores de suas fábricas em São Bernardo do Campo, São Carlos e Taubaté, SP, e São José dos Pinhais, PR, a empresa negocia com a matriz um ciclo adicional de € 1 bilhão a partir de 2026. Neste valor esta-

riam incluídas plataformas eletrificadas e modelos híbridos flex. O CEO Ciro Posso-bom confirmou a produção dos híbridos flex, mas evitou falar em datas e cifras: argumentou ainda não ser a hora.

Outro que esteve no Japão para conversar com a matriz foi Mauro Correia, da HPE, que fabrica sob licença modelos Mitsubishi em Catalão, GO. Dentro do planejamento está a produção de um híbrido e começar a exportar: "Fizemos pequenas exportações, mas queremos algo mais sólido. Temos uma vantagem do Brasil que é ter acordos bilaterais, então temos que ser mais competitivos do que outros países da Ásia".

GM DIZ QUE FICA

Fábio Rua, da GM, logo na primeira pergunta que recebeu de AutoData no palco do Congresso, tratou de rechaçar as especulações que crescem em rodas de discussão de fornecedores, concessionários e concorrentes: "Não. A GM não vai sair do Brasil".

Ao contrário, garantiu o executivo, nos próximos meses a empresa deverá anunciar um novo plano de investimentos para o mercado local, que sucede ao ciclo de R\$ 10 bilhões anunciado em 2019: "A GM completará 100 anos de Brasil em 2025. Temos compromisso com o futuro e com a descarbonização".



Rafael Chang, Toyota do Brasil



Gonzalo Ibarzábal, Nissan do Brasil



Mauro Correia, HPE Auto



Fábio Rua, GM

Ao lembrar que a meta global da companhia é parar de produzir modelos movidos a combustão até 2035 Rua afirmou que "o presente é eclético e o futuro é descarbonizado". Ao contrário do que vinha sendo prometido pela empresa nos últimos anos, que mirava em modelos 100% elétricos sem escalas, o executivo afirmou que a GM não descarta produzir carros híbridos no Brasil.

O plano da GM é ambidestro, segundo Rua: ao mesmo tempo em que desenvolverá tecnologias elétricas ou descarbonizadas seguirá investindo na eficiência energética de seus motores a combustão: "Enquanto produzirmos carros a combustão entregaremos modelos cada vez mais eficientes".

DIAS MAIS LEVES PARA PESADOS

A passagem por um ano de transição da legislação de emissões para veículos pesados, com a entrada em vigor no início de 2023 da fase 8 do Proconve, que exigiu a adoção de motores Euro 6 e encareceu os veículos de 20% a 30%, provocou expressivo tombo nas vendas de caminhões. Depois da grande queda todos os participantes do Congresso AutoData Perspectivas 2024 esperam por dias melhores no ano que vem. Eles indicam que o mercado já começou a dar indícios de recuperação neste segundo semestre.

"Tudo indica que 2024 será positivo", afirmou Ricardo Alouche, vice-presidente de vendas, marketing e pós-vendas da Volkswagen Caminhões e Ônibus. "Especialmente no segmento acima de 3 toneladas o mercado reage positivamente neste fim de ano."

Em caminhões a expectativa é de crescer 15% a 20% sobre o resultado deste ano. Neste incremento Alouche considera frotistas, que já retomam as cotações porque não podem deixar as frotas envelhecerem, sob o risco de gerar custos extras. Outro fator, o PIB do agronegócio, cresceu mais de 11%, o que movimenta a economia e puxa junto os investimentos em infraestrutura estimulados pelo PAC, o novo plano de aceleração do crescimento anunciado este ano pelo governo. Também na lista de pontos positivos está a redução das taxas de juros.

"Com a combinação destes fatores o mercado será em 2024 menos difícil do que em 2023."

A Scania identificou uma melhora no segundo semestre e passou a projetar crescimento de 25% em 2024, segundo Christopher Podgorski, seu presidente na América Latina: "Do ponto de vista operacional foi um ano conturbado, que começou complexo, mas que terminará bem, com um cenário no qual o Euro 6 não é mais um bicho de sete cabeças".



Ricardo Alouche, VWCO



Christopher Podgorski, Scania América Latina

Alcides Cavalcanti, diretor de operações da Volvo Caminhões, não arriscou um número nem um índice: "Ainda não temos uma visão clara do que será 2024, mas existem alguns fatores positivos. Primeiro é a agricultura que está apontando um ano forte, apesar do El Niño com muita chuva que está afetando o Rio Grande do Sul. Mas, no geral, a previsão é que o ano seja um pouco melhor na produção".

Da mesma forma Roberto Leoncini, vice-presidente de marketing, vendas e serviços da Mercedes-Benz, evitou projetar índices. Mas afirmou que a sua aposta é que o mercado fique maior do que este ano, que deve fechar com o emplacamento de 94 mil a 97 mil caminhões.

Alouche, da VWCO, não se esqueceu do mercado de ônibus: "Estimamos que, numa visão conservadora, o segmento de ônibus ficará no mesmo patamar deste ano, que terá incremento em mais de 13%", lembrando que governo federal fez a licitação do Caminho da Escola, que resultará na compra de mais de 16 mil ônibus escolares, dos quais 5,6 mil já encomendados à VWCO, e que grande parte da entrega ocorrerá em 2024.

MOTORES DA PRODUÇÃO

Os fabricantes de motores diesel também esperam crescimento: "Houve um represamento grande que acabou

impactando a venda do caminhão zero-quilômetro este ano", disse José Eduardo Luzzi, presidente da MWM. "Em 2024, já sem o estoque de passagem, estimamos aumento da produção de caminhões em 15% e, de ônibus, em 10%".

Para Adriano Rishi, presidente da Cummins, a perspectiva é de incremento de 15%, "mas é preciso lembrar que, como tivemos queda muito grande, a base é debilitada. Fica fácil crescer depois desse tombo, mas ainda não voltamos para a base de 2022".

Amauri Parizoto, diretor de vendas e mercado aberto da FPT Industrial, tem expectativa mais comedida: "Acreditamos que haverá aumento de um e não de dois dígitos, como é aguardado para os veículos pesados, porque nem todo portfólio tem motor FPT. Nós participamos de alguns segmentos, em algumas aplicações. Vemos alguma montadora anunciar que expandirá o mercado de exportação, mas nem sempre o motor FPT está adequado a essa aplicação. Talvez precisemos de mais um ano a um ano e meio para adequar esse produto".

PARA MOVER O ROTA 2030

Muito foi falado, também, da prometida segunda fase do Rota 2030, que já deveria estar em marcha no período 2023-2027 com novas metas e incentivos à indústria



A MARCOPOLO MOVIMENTA O NOSSO MUNDO

Há 25 anos, a Volare oferece soluções para o transporte com a qualidade de uma das maiores fabricantes de ônibus do mundo, que foi reconhecida pela premiação anual da **Revista AutoData de Melhores do Setor Automotivo**, com o prêmio na categoria de **Cadeia Automotiva Ampliada**, que marca e reforça a sua constante evolução no setor em que atua para fazer a diferença na mobilidade em todo o mundo.



automotiva. O programa mudou de nome, agora é chamado de Mover, mas suas resoluções ainda encontram-se em debate interno no governo federal, que há meses adia a divulgação de seu formato final.

Margarete Gandini, diretora do Departamento de Desenvolvimento da Indústria de Alta-Média Complexidade Tecnológica do MDIC, Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, disse que o Mover está escorado sobre quatro pilares.

O primeiro deles envolve requisitos obrigatórios para a comercialização de veículos no País, como a eficiência energética medida do poço à roda – que engloba a pegada de carbono completa do combustível utilizado, seja gasolina, etanol ou eletricidade –, a reciclagem dos veículos, etiquetagem veicular e desempenho de tecnologias assistidas.

O segundo pilar diz respeito a incentivos a pesquisa e desenvolvimento por parte dos fabricantes de veículos, desta vez menos focados no imposto de renda e mais na distribuição de créditos financeiros: “[O mecanismo proposto] visa a atingir mais investimentos, superiores a

2,5% da receita operacional bruta [de cada empresal], e multiplicadores específicos para o desenvolvimento e produção de novas tecnologias no País, relacionadas à motorização, tecnologias assistidas e novos materiais”.

O terceiro pilar do Mover será a continuação dos programas prioritários, para financiar o desenvolvimento da cadeia de fornecedores com recursos destinados pelas empresas a institutos de pesquisa qualificados – hoje eles são Senai, Finep, Fundep, Embrapii e BNDES, que redistribuem os recursos a projetos específicos para nacionalização e evolução de tecnologias.

Por fim o quarto pilar do programa envolve a facilitação das exportações, com algumas medidas no sentido de reduzir os custos das transações.

Junto com o Mover o governo trabalha com outras cinco frentes, mencionadas por Gandini, como levar os resultados das políticas industriais à sociedade, fazer com que os programas de renovação de frota tornem-se permanentes, integrar os corredores sustentáveis em multimodais e o



José Eduardo Luzzi, MWM; Amauri Parizoto, FPT; e Adriano Rishi, Cummins



Alcides Cavalcanti, Volvo Caminhões



Roberto Leoncini, Mercedes-Benz

custo Brasil, envolvendo a competitividade e como isto afeta o setor automotivo.

Ela acredita que é preciso dar um salto em termos de protagonismo global: "Ser um Brasil exportador e um Brasil inovador, com tecnologias para a fronteira do desenvolvimento, e vender ao mundo a nossa descarbonização. Temos excelentes exemplos de desenvolvimento de softwares embarcados. É uma visão de futuro, é sonhar, para não pertermos mais espaço no mercado automobilístico global. Para isto não basta o governo, ele é só parte da solução".

DESCARBONIZAÇÃO

Outro tema bastante abordado foi o processo de descarbonização da mobilidade brasileira. A conclusão é a de que não existe apenas um, mas vários caminhos a serem percorridos: "Um carro elétrico em um centro urbano como São Paulo faz sentido, mas no Centro-Oeste um fazendeiro ainda precisa de uma caminhonete a diesel para percorrer 500 quilômetros em estradas de terra", pondera Mauro Correia, CEO da HPE, destacando as dimensões continentais e a necessidade de diversas tecnologias para atender a todas as necessidades dos consumidores.

"Precisaremos eletrificar? Sim, é uma tecnologia que nos ajuda, mas precisamos atender a todo tipo de cliente. O Brasil

precisa legislar sobre o resultado das emissões e não apontar uma tecnologia específica."

Seguiu o coro Ciro Possobom, da Volkswagen: "Acreditamos em várias soluções. Nosso foco ainda está no motor a combustão e temos uma vantagem muito grande no Brasil, da nossa matriz energética ligada ao etanol, o que faz com que nosso carro seja bom para o meio ambiente e acessível para a população".

Até a GM mudou seu discurso e passou a admitir a possibilidade de desenvolver e produzir modelos híbridos no Brasil durante a transição para o 100% elétrico, disse Fábio Rua: "Nossa meta é o elétrico para 2035. Novas tecnologias ao longo do tempo podem dar as caras. E podem mostrar que elas são tão ou mais eficientes do que o carro a combustão. Não podemos negar a possibilidade, de lá na frente, [termos] carro a célula a combustível, híbrido... Não sei o que o futuro reserva, não só em termos de inovação como de escala e de competitividade. Se esse futuro nos disser que a gente precisa, talvez, ser um pouco mais aberto ao nosso espectro de investimento em novas tecnologias, seremos". ■

[Com reportagem de André Barros, Caio Bednarski, Fernando Pedroso, Lúcia Camargo Nunes, Soraia Abreu Pedrozo]



UM MARCO NA HISTÓRIA DA VOLKSWAGEN

Marca pioneira da indústria automobilística brasileira encerra 2023 com inúmeros motivos para celebrar um de seus anos mais positivos em 70 anos no país

Não se poderia supor que, das linhas de montagem da planta Anchieta, de onde saíram os primeiros Fusca e Kombi no final dos anos 50, a história reservasse feitos tão grandiosos para a Volkswagen do Brasil pelas sete décadas seguintes, com mais de 25 milhões de veículos produzidos. Se bem que a ofensiva de produtos lançados no ano de 2023 ajuda a compreender o porquê de a marca continuar sendo tão grande: foram nove lançamentos – Polo GTS, Novo Virtus, Polo 1st Edition, Novo Polo Track, T-Cross The Town, Saveiro 2024 e Tiguan Allspace R-Line, mais os elétricos SUV ID.4 e o ID.Buzz



Essa profusão de novidades ajuda a explicar porque a Volkswagen é a marca que mais cresce em volume de vendas no País, além de líder entre os carros de passeio e SUVs. Com alta de 29% de janeiro a meados de dezembro, a empresa oferece um line-up completo, que inclui Polo (carro de passeio mais vendido do país), T-Cross (SUV mais comercializado em 2023), Nivus e Saveiro entre os 20 modelos mais vendidos no ano. A marca também segue como líder do segmento de SUVs com a família T-Cross, Nivus, Taos e Tiguan, modelos que já somam mais de 130 mil unidades comercializadas no ano.

Com o investimento anunciado de R\$ 7 bilhões até 2026 na América Latina, fortalecendo ainda mais sua posição competitiva na região, a montadora estendeu até 2028 os Acordos Coletivos vigentes com os Sindicatos das quatro fábricas – Anchieta (S.B.Campo, SP), São Carlos (SP), São José dos Pinhais (PR) e Taubaté (SP). A conclusão da negociação foi fundamental para garantir novos investimentos, veículos e sistemas de propulsão que serão desenvolvidos e produzidos pela marca no Brasil.

Com uma estratégia de Marketing disruptiva, a Volkswagen do Brasil avançou em seu objetivo de ser uma marca mais humana, diversa, próxima das pessoas, vibrante e conectada. A campanha publicitária “Gerações”, por exemplo, obteve feitos históricos. Criada pela agência AlmapBBDO, foi a de maior engajamento da história da publicidade no Brasil, com mais de 2,7 bilhões de views e #1 Trends no Google, YouTube e Twitter. O filme emocionou o País ao promover, por meio de inteligência artificial, um dueto inédito entre Elis Regina e Maria Rita, mãe e filha. Aumentou em 109% o

volume de buscas por #Volkswagen e conquistou o principal reconhecimento do País, o PPA (Prêmio Profissionais do Ano) 2023, na categoria Nacional Filme 30+ (mais de 30 segundos); o Effie Awards América Latina 2023 Ouro e Prata, entre outros reconhecimentos.

“O ano de 2023 ficará na história da Volkswagen do Brasil. Celebramos 70 anos de pioneirismos e inovações tecnológicas no País, promovendo o desenvolvimento da indústria e da economia brasileira, gerando empregos e movimentando negócios. Em 2023, avançamos fortemente com a nossa ofensiva de produtos: foram nove lançamentos, quase um por mês, iniciando nossa ofensiva de eletrificação com o ID.4 e ID.Buzz. Somos a maior produtora de automóveis do Brasil, com mais de 25 milhões de veículos produzidos, e a maior exportadora do setor brasileiro, com mais de 4,2 milhões de unidades embarcadas. O sucesso da Volkswagen nesses 70 anos reúne uma história sólida e um olhar estratégico para o futuro, nos consolidando como uma ‘Love Brand’, presente nos corações e nas garagens dos brasileiros. É como eu sempre digo: todo brasileiro tem uma história com a Volkswagen”, afirma Ciro Possobom, CEO da Volkswagen do Brasil.

O ano de 2023 também trouxe a comemoração de 20 anos de Total Flex. A marca alemã foi primeira a lançar a tecnologia que permite o uso de etanol, gasolina ou os dois combustíveis em qualquer proporção. Hoje esse recurso está presente em toda a linha nacional da Volkswagen, além do SUV argentino Taos. Mais de 8 milhões de veículos flexíveis Volkswagen foram vendidos desde março de 2003.



Renault: 25 anos de Brasil e um presente de R\$ 2 bilhões.



Kardian: primeiro SUV da nova era de investimentos da Renault no Brasil.

Complexo Ayrton Senna, em São José dos Pinhais, terá novo ciclo de investimento para produzir mais um SUV inédito

Por André Barros, de São José dos Pinhais, PR

Ao completar 25 anos de operação no País, em 4 de dezembro de 2023, o Complexo Ayrton Senna, onde está inserida a fábrica da Renault em São José dos Pinhais, PR, ganhou de presente o anúncio de um novo e vistoso ciclo de investimentos. Mais R\$ 2 bilhões serão aplicados na unidade até 2025 para a produção de um veículo completamente novo, mais um SUV, cujo lançamento global, a exemplo do recém-apresentado Kardian, será também no Brasil.

Este novo modelo se juntará à linha de produção da unidade CVP, Curitiba Veículos de Passeio, onde hoje já são produzidos Stepway, Logan, Duster, Oroch, Kwid e o novato Kardian, que chega às concessionárias em março. Próximo dali, na CVU, Curitiba Veículos Comerciais, é produzido o utilitário Master.

Ainda dentro do complexo, na fábrica CMO, Curitiba Motores, que agora pertence à Horse, recém-criada divisão dedicada aos motores a combustão do Grupo Re-

nault, são montados motores 1.0, 1.6, 1.0 turbo e, em breve, o 1.3 turbo, resultado de outro investimento, de R\$ 100 milhões.

Evolução constante

Em 25 anos o Complexo Ayrton Senna cresceu e amadureceu. Foi um dos primeiros investimentos anunciados do Regime Automotivo, criado em 1995 para atrair novos fabricantes de veículos ao Brasil. Em sociedade da Renault com o governo do Paraná – que ficou com 40% de participação no empreendimento e anos depois a revendeu à própria fabricante – foram investidos inicialmente US\$ 1,2 bilhão. Hoje é uma das maiores fábricas em atividade no Brasil, de onde já saíram mais de 3,5 milhões de veículos e 5 milhões de motores. Mais de 1 milhão de veículos foram exportados para diversos países da América Latina.

Tem capacidade para produzir 320 mil automóveis e 60 mil utilitários por ano, além de 500 mil motores e 600 mil blocos e cabeçotes de alumínio, na quarta unidade da Renault em São José dos Pinhais, a fundição CIA, Curitiba Injeção de Motores. Trabalham nas fábricas CVP e CVU no Paraná 5,3 mil pessoas e setecentas nas unidades Horse CMO e CIA.

Motivo de orgulho para a companhia, que sempre faz questão de relembrar, é o fato de a unidade paranaense ser a primeira fábrica automotiva da América Latina a ostentar o selo Farol da Quarta Revolução



Divulgação/Renault

Industrial, concedido pelo Fórum Econômico Mundial como referência em Indústria 4.0. Desde 2016 investimentos foram feitos para a digitalização e automação da unidade, considerada uma das cinco mais modernas da Renault no mundo.

Estes investimentos deram início ao que a Renault chamou de jornada digital na fábrica, que terminará com toda a estrutura transformada para a Indústria 4.0 e conectada em uma espécie de metaverso, uma réplica da unidade em ambiente virtual. Nele será possível avançar ou recuar no tempo nas simulações produtivas, além de poder identificar em tempo real eventuais problemas, ganhando tempo e reduzindo custos de desenvolvimento e de manutenção.

Hoje, de acordo com a empresa, 8,5 mil equipamentos já estão conectados, com índice de 100% nas áreas principais. Os fluxos de abastecimento monitorados permanentemente chegaram a 90% e 100% dos dados-chave de supply chain estão hospedados no Metaverso Renault, movimentando mais de 1 bilhão de dados por dia.

Autoridades, executivos e funcionários da Renault comemoram o início da produção do Kardian em São José dos Pinhais e anúncio de investimento adicional de R\$ 2 bilhões



A HISTÓRIA

Há 25 anos, porém, o cenário era outro. A produção local da Renault começou com o Scénic, primeiro monovolume do mercado local, na CVP. Um ano depois entraram nas linhas o hatch Clio e sua versão sedã. A fábrica de motores foi inaugurada

Raio X do Complexo Ayrton Senna

Investimentos acumulados

Mais de R\$ 12 bilhões desde 1998

Área

2,5 milhões de m², 16% de área construída e 40% de mata preservada

Empregados

5.3 mil nas linhas Renault e 700 na Horse

Processos produtivos

Estamparia, solda/armação de carroceria, pintura, montagem final, qualidade e centro logístico

Produção acumulada

3,5 milhões de veículos, 5 milhões de motores

Fornecedores

720

Modelos em produção

Kwid, Logan, Stepway, Duster, Oroch, Kardian e Master

Motores em produção

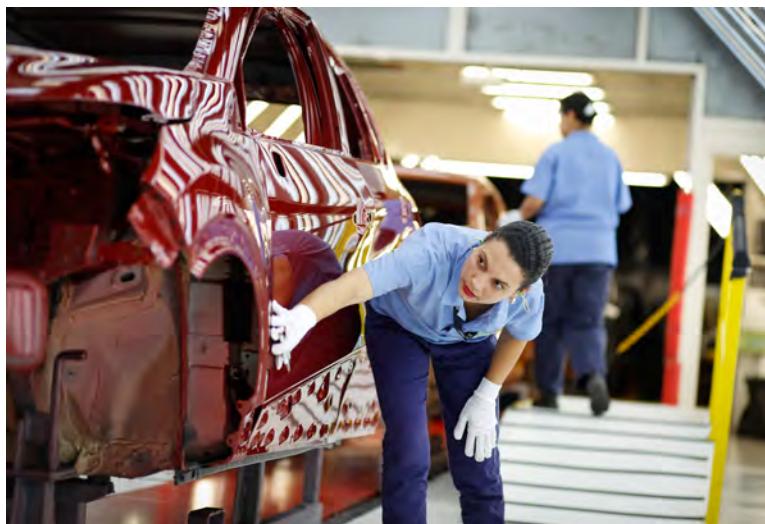
1.0 BR10, 1.6 HR16 e 1.0 TCe

Capacidade produtiva anual

320 mil veículos de passeio, 60 mil utilitários, 500 mil motores e 600 mil blocos e cabeçotes alumínio

Capacidades de engenharia

Cerca de oitocentos engenheiros dedicados a projetos globais: desenvolvimento completo de produto [chassi, carroceria, eletrônica, suspensão, arquitetura veicular, direção, ar-condicionado, peças plásticas e bancos], inovação, pesquisa e desenvolvimento, testes, homologação e regulamentação, laboratórios de validação de materiais, simulação e validação virtual e numérica, testes veiculares, construção de protótipos 3D.



um ano depois para produzir o 1.6 16V que equipava os três veículos nacionais. Em seu primeiro ano cheio de produção, em 2000, a CMO entregou 30 mil motores.

A fábrica de veículos utilitários, inaugurada em 2001, foi a primeira no mundo compartilhada na Aliança Renault Nissan. Além dos furgões Renault Master, que seguem em produção na linha, também já saíram da CVU a picape Nissan Frontier, o SUV Xterra e os Livina e Grand Livina. A produção compartilhada durou até 2016, quando a nova geração da Frontier passou a ser importada do México e, depois, da Argentina, onde a Nissan investiu em fábrica dentro do complexo da Renault em Córdoba.

A primeira grande transformação do Complexo Ayrton Senna aconteceu em 2012, quando das linhas da CVP já saíam os modelos da linha romena Dacia, formada por Duster, Sandero e Logan. A capacidade instalada inicial, 280 mil unidades/ano, foi ampliada para 380 mil veículos/ano. Em 2018 a Renault inaugurou a CIA, Curitiba Injeção de Alumínio, responsável pela produção de cabeçotes e blocos em alumínio para motores produzidos no Paraná e para exportação. A CMO foi ampliada.

FUTURO

O nível de atividade da fábrica do Paraná, hoje, está próximo da metade da capacidade. Ainda assim, de 2021 a 2025,

Marcopolo
ATTIVI



A Marcopolo agradece os reconhecimentos no **Prêmio AutoData 2023**

Pela 22^a vez, conquistamos o Prêmio AutoData. Nesta edição, fomos premiados nas categorias "Cadeia Automotiva Ampliada" e "Lançamento Ônibus". O destaque foi o desenvolvimento, produção e demonstrações do Attivi Elétrico 100% Marcopolo, uma de nossas principais inovações nos últimos anos, ao lado da Geração 8 de modelos rodoviários.

Receber o prêmio nos dá a confiança de que estamos no caminho certo rumo ao futuro da mobilidade. Nosso muito obrigado a todos!



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

Marcopolo

Finep
INovação e Pesquisa

onibus.marcopolo.com.br
@onibusmarcopolo



a Renault investe o total de R\$ 5,2 bilhões na operação, somado o aporte da Horse.

"Vencemos uma batalha", afirmou o CEO da Renault América Latina, Luiz Fernando Pedrucci, durante a cerimônia de celebração de 25 anos da fábrica, em que anunciou o investimento mais recente, de R\$ 2 bilhões. "Para termos um novo ciclo de investimento vencemos uma concorrência global, com outras unidades Renault do mundo. Então podemos dizer que a América Latina, o Brasil, ganhou."

A companhia seguirá com seus esforços para vencer a competição interna. Serão oito os modelos lançados globalmente em mercados fora de Europa nos próximos anos: dois veículos comerciais, cinco automóveis dos segmentos C e D e o SUV compacto Kardian. Boa parte deles tem condições de ser produzida em São José dos Pinhais.

Um destes será o novo modelo de SUV, ainda não revelado. Mas será um Renault puro, de acordo com Pedrucci, o que encerra de vez a adaptação de



veículos Dacia, marca romena adquirida pela Renault que serviu como base para o portfólio produzido no Brasil nos últimos dezesseis anos.

O SUV Kardian, que chega para concorrer com Fiat Pulse e Volkswagen Nivus, dentre outros, marca o início desta virada, que integra o plano Renaulution anunciado pelo CEO Luca de Meo e que tem como premissa elevar as margens, priorizando a lucratividade sobre o volume de vendas.

Atualmente a Renault, que já foi a quarta, ocupa a sétima posição no ranking brasileiro de automóveis e comerciais leves mais vendidos. De janeiro a novembro comercializou 111,1 mil unidades, recuo de 3,3% com relação ao mesmo período de 2022. Seu mo-

delo mais procurado é o Kwid, décimo-primeiro do ranking nacional, com 55,2 mil emplacamentos. A expectativa é que, com o Kardian, mais volume seja agregado, pois a companhia passará a competir em faixa de mercado da qual ainda não participa.

25 anos de Renault no Paraná

1996

Renault escolhe São José dos Pinhais, PR, para sediar sua primeira fábrica brasileira, com investimento inicial de US\$ 1,2 bilhão, em sociedade com o governo do Paraná.



1998

Em 4 de dezembro o Complexo Ayrton Senna é inaugurado, com a produção do Renault Scénic na fábrica de veículos de passeio.

1999

Inauguração da fábrica de motores e início da produção do compacto Clio.

2000

Início da produção do sedã Mégane e lançamento do Clio versão sedã.

2001

Inauguração da fábrica de veículos comerciais com a produção da Master.



2002

A Nissan começa a produzir a Frontier e o Xterra na unidade CVU de veículos comerciais leves.



2007

Produção do Logan e do Sandero e inauguração do centro de engenharia Renault Tecnologia Americas.

2009

Os Nissan Livina e Grand Livina começam a ser produzidos na CVU.



2011

A fábrica alcança 1 milhão de veículos produzidos e lança o Duster.

2015

A picape Oroch começa a sair da linha de montagem.

2016

A fábrica começa a receber tecnologias da Indústria 4.0. O complexo atinge o estágio de Aterro Zero.



2017

Dois novos modelos são introduzidos: o SUV Captur e o compacto Kwid.

2020

O Complexo Ayrton Senna foi reconhecido como Farol da Indústria 4.0 pelo Fórum Econômico Mundial.

2022

Renault atinge a marca de 3,5 milhões de veículos produzidos em São José dos Pinhais.



2023

Marca de 1 milhão de veículos exportados é alcançada. Design Center de São Paulo é transferido para dentro do Complexo Ayrton Senna, que inicia a produção do SUV compacto Kardian.



PÁGINA VIRADA



Mustang Mach-E

Quando a Ford anunciou reestruturação das operações no Brasil, em 2021, muitos duvidaram do acerto dessa estratégia. O cenário hoje é totalmente diferente. Com número recorde de lançamentos de produtos, todos bem recebidos pelo mercado, e crescimento de 40% nas vendas, em contraste com os 9% registrados pela indústria no mesmo período, 2023 foi o ano em que a empresa consolidou o seu novo modelo de negócio na região.

Como se diz, a página foi virada. E poucas vezes se viu, em espaço tão curto de tempo, um case de tanto sucesso de recuperação de imagem corporativa. As conversas do público a respeito da empresa agora giram em torno da linha renovada de veículos, não raro com elogios empolgados.

Com número recorde de lançamentos e crescimento de 40% nas vendas, 2023 vai ficar marcado na história da Ford como o ano de consolidação do seu novo modelo de negócio na região

“O consumidor hoje entende o que é a nova Ford. Uma marca de produtos diferenciados, com tíquete médio alto e um conteúdo de qualidade e inovação que entrega o ‘value for money’ esperado”, diz Rogelio Golfarb, vice-presidente da Ford América do Sul. “Entramos agora numa nova fase, em

que a palavra chave é a diferenciação da marca."

Em 2023, a Ford somou nove lançamentos nos segmentos de picapes, SUVs, ícones de performance e veículos comerciais, que formam os pilares do seu negócio. Em 2024, a proposta é ampliar o portfólio com novos produtos e continuar a crescer na casa de dois dígitos.

No segmento de picapes a F-150 foi um dos lançamentos mais esperados, com as 500 unidades da pré-venda esgotadas em questão de minutos. A Maverick Hybrid tornou-se a primeira picape híbrida do Brasil. E a nova geração da Ranger redefiniu o segmento de picapes médias, elevando em 38% o volume de vendas da linha no ano em apenas alguns meses. Outra novidade foi a Ranger Raptor, que inaugurou o segmento de picapes esportivas de alto desempenho no Brasil.

No segmento de SUVs, o Territory totalmente novo surpreendeu com uma grande evolução em todos os quesitos e foco no custo-benefício para se destacar da concorrência. O Mustang Mach-E, primeiro veículo elétrico da marca no país, foi outro marco que contribuiu para transformar a imagem

da Ford aos olhos do consumidor, com conteúdo inédito de tecnologia. No setor de veículos comerciais, a Ford Pro introduziu três novos produtos: a Transit Automática, pioneira no segmento, a Transit Chassi e as versões de trabalho da Ranger, além de desenvolver um programa de teste da elétrica E-Transit com grandes frotistas.

A área de engenharia continuou a ter uma atuação forte na empresa, com mais de 1.500 especialistas trabalhando no Centro de Desenvolvimento e Tecnologia da Ford, com unidades em Camaçari e Salvador, na Bahia, e Tatuí, em São Paulo. Esse time hoje dedica 85% do seu tempo a projetos globais e é responsável por cerca de 35% das tecnologias presentes nos carros da Ford no mundo.

A marca aposta também na conectividade para oferecer uma experiência diferenciada aos clientes, incluindo agendamento de serviços online e várias formas de interação com o veículo por meio do aplicativo FordPass. Entre outros indicadores, em 2023 a ativação do modem dos seus veículos conectados cresceu de 70% para 81% e as reservas de serviço online triplicaram, para 16%. ■

Ranger Raptor





Governo taxa elétricos sem lançar projeto de nacionalização

Alíquota vai voltar a 35% de forma escalonada e rápida no período de janeiro de 2024 a julho de 2026

Por Pedro Kutney

Ao decidir voltar a aplicar imposto de importação cheio sobre veículos elétricos, que desde 2015 estavam isentos, e híbridos, que pagavam só 4%, o governo cedeu a pressões dos fabricantes de veículos associados à Anfavea e, ao mesmo tempo, atendeu às suas próprias convicções, pois entende que a manutenção sem prazo do benefício não promoveu, até o momento, estímulo suficiente para nacionalizar a produção de carros eletrificados no País.

A retomada do imposto de importação sobre elétricos e híbridos era aguardada já para este ano mas só em novembro o

governo publicou resolução que determina a recomposição gradual, mas bastante rápida, da alíquota de 35%, em quatro etapas no período de janeiro de 2024 a julho de 2026 (veja tabela).

Também foram concedidas cotas de importação isentas de tarifas, em valores que vão caindo até chegar a zero no mesmo intervalo de tempo em que a taxação for sendo aumentada (veja tabela). As cotas de isenção serão distribuídas às empresas importadoras de maneira que ainda seria determinada por portaria do MDIC, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio.



Se por um lado agradou boa parte dos associados da Anfavea, que defendiam a retomada do imposto justamente para incentivar a produção nacional de veículos eletrificados, por outro o governo provocou imediata e grande grita por parte de importadores filiados à Abeifa, que encontraram na isenção grande lucratividade e tinham até parado de importar carros com motores a combustão que pagam alíquota de 35%. A ABVE, Associação Brasileira do Veículo Elétrico, que tem como sócios alguns dos mesmos importadores, também não poupou críticas à medida.

ESTÍMULO OU DESESTÍMULO?

O foco das críticas está no curto intervalo de tempo de retomada da taxação, apenas dois anos e meio, com saltos muito altos do zero ou 4% aos 35% a cada uma das quatro etapas de regravação. No entanto, na avaliação do presidente da Anfavea, Márcio de Lima Leite, "já houve tempo [desde 2015] para que as empresas importadoras aproveitassem a isenção para formar mercado, agora nós queremos é que esses carros sejam produzidos aqui, gerem investimentos e empregos aqui".

O MDIC vai na mesma linha e defende que a retomada da taxação tem o objetivo "de desenvolver a cadeia automotiva nacional, acelerar o processo de descarbonização da frota brasileira e contribuir para o projeto de neoindustrialização do País, cujas bases são a inovação, a sustentabilidade e o fortalecimento do mer-

cado interno, com geração de emprego e renda", diz o comunicado do ministério distribuída em novembro, no dia em que foi decidida a volta do imposto de importação a elétricos e híbridos.

No mesmo comunicado Geraldo Alckmin, vice-presidente da República e ministro chefe do MDIC, classifica a taxação como ferramenta para estimular a indústria a produzir veículos eletrificados no País: "O Brasil é um dos principais mercados automobilísticos do mundo. Temos de estimular a indústria nacional em direção a todas as rotas tecnológicas que promovam a descarbonização, com estímulo aos investimentos na produção, manutenção e criação de empregos de maior qualificação e melhores salários".

Para os importadores que vinham ganhando dinheiro com grandes margens sobre vendas de modelos elétricos, no entanto, a medida funcionará na mão oposta e desestimula investimento na produção nacional, conforme acusou presidente da ABVE, Ricardo Bastos, também diretor de relações institucionais e governamentais da GWM, diretamente interessada em importar elétricos e híbridos sem pagar imposto.

Em nota divulgada no mesmo dia, Bastos reclama: "O governo decidiu fechar o mercado às tecnologias de baixa emissão antes de as empresas saberem qual será a regra do jogo do futuro regime automotivo". E ameaça: "O resultado será muito ruim para os investidores e

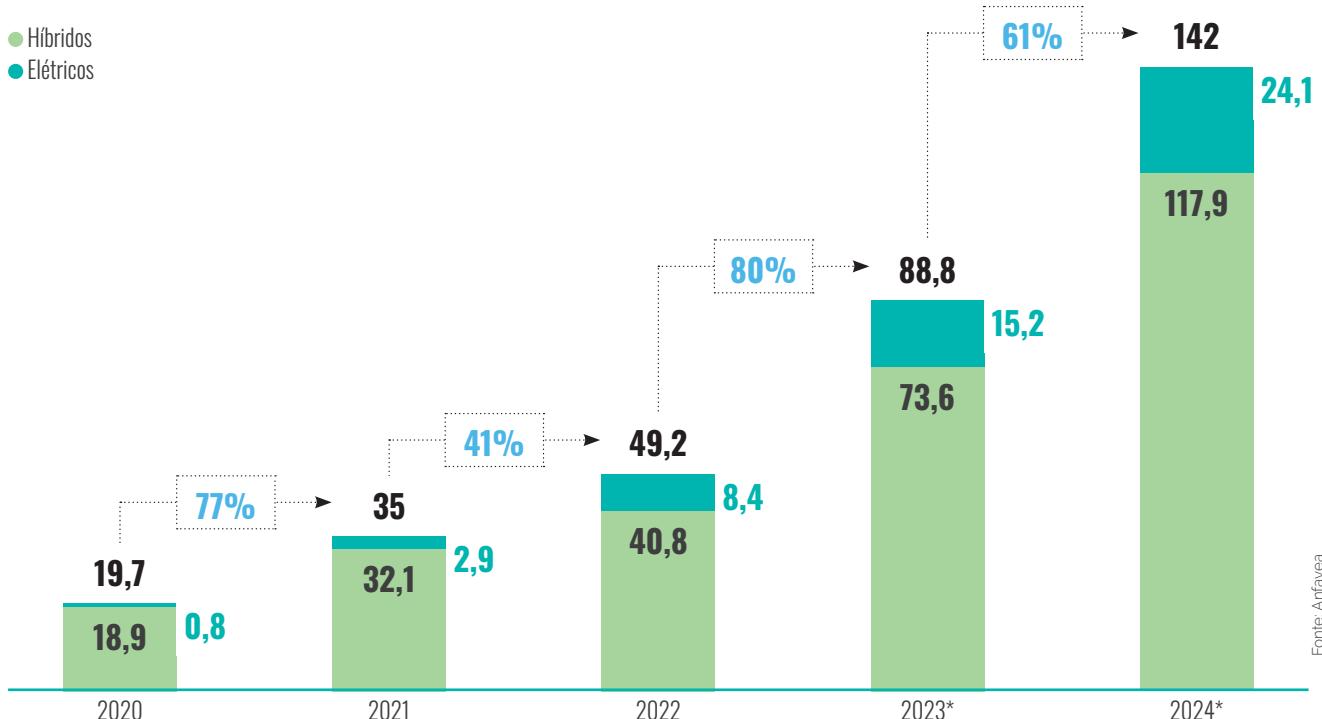
A volta do imposto de importação para eletrificados em quatro etapas

Fonte: Secex/MDIC

	jan/2024		jul/2024		jul/2025		jul/2026	
	Alíquota	Cota US\$ milhões						
Híbridos (HEV)	15%	130	25%	97	30%	43	35%	-
Híbridos Plug-in (HPEV)	12%	226	20%	169	28%	75	35%	-
Elétricos (BEV)	10%	283	18%	226	25%	141	35%	-
Veículos de Carga Elétricos	20%	20	35%	13	35%	6	35%	-

Vendas de carros eletrificados no Brasil

Em mil unidades/*Projeção



para o mercado. Encarecerá o preço dos veículos elétricos e híbridos no Brasil e afetará as decisões de investimento das empresas que apostavam em regras estáveis para produzir veículos elétricos em território nacional".

Dois dos maiores fabricantes chineses de carros eletrificados, BYD e GWM, vinharam se beneficiando da isenção ou redução do imposto de importação e atingiram bons níveis de vendas em pouco tempo. Ambas já compraram unidade fabris no Brasil e divulgaram investimentos bilionários para iniciar a produção de modelos elétricos e híbridos em 2024 e 2025. Depois da divulgação da retomada da tarifa, até o momento, nenhuma das duas divulgou qualquer menção a cancelar ou reduzir os investimentos prometidos.

A Abeifa, por dever de ofício, foi menos filosófica e mais enfática ao apontar as perdas que a retomada rápida da taxação traz aos seus associados, como

diz a nota da entidade: "A proposição de aplicação imediata, em janeiro de 2024, da nova política de alíquota do imposto de importação para veículos elétricos e híbridos, ainda que faseada até julho de 2026, com 35%, é por demais punitiva ao nosso setor, em especial quando as nossas associadas já estruturaram seu planejamento comercial para o próximo ano, além de ter produção em andamento em suas matrizes, unidades em trânsito por via marítima e até compromissos já firmados com as redes de concessionárias para os primeiros meses do ano".

SEM PLANO DE PRODUÇÃO

Em que pese os jogos de palavras e interesses analistas do setor veem na retomada do imposto uma oportunidade que não poderá ser bem aproveitada, pois o País não tem cadeia de suprimentos preparada para fornecer os componentes necessários para produzir elétricos ou híbridos.

A N T E C I P A R O F U T U R O
É P R A T I C A R I N O V A Ç Õ E S
S U S T E N T Á V E I S H O J E E S E M P R E

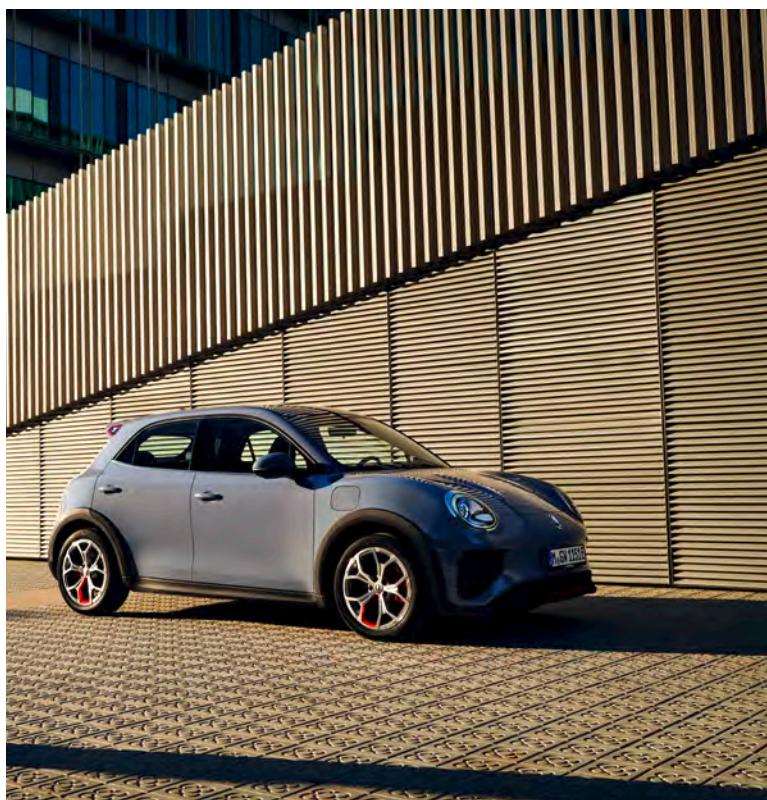


Amamos o que fazemos e nossa paixão pelo agro fica a cada dia mais evidente, já que o compromisso da Massey Ferguson vai além de produzir máquinas resistentes e inovadoras para o campo.

Nós investimos em tecnologia de ponta para fornecer as melhores soluções visando a preservar aquilo que nos move: a relação próxima com o produtor rural e o meio ambiente. Porque tão importante quanto prever o amanhã é praticar a sustentabilidade hoje e sempre.


MASSEY FERGUSON

BORN TO **FARM**



Como exemplo a Toyota produz versões híbridas autorrecarregáveis do Corolla e Corolla Cross em suas fábricas brasileiras desde 2019, mas até hoje o powertrain – motor elétrico, transmissão e bateria – é importado do Japão, com isenção de imposto de importação dos componentes, e não há no horizonte nenhum fornecedor da montadora que possa suprir estes itens.

“Só subir imposto não torna viável produzir carros eletrificados no Brasil”, aponta David Wong, consultor para o setor automotivo da Alvarez & Marsal. “O governo aumentou a taxação mas não estabeleceu nenhum plano para incentivar a nacionalização da cadeia de produção dos elétricos. O tempo de subida da alíquota é muito curto para preparar fornecedores. A retomada do imposto assim parece ser somente mais uma ferramenta para barrar a entrada de carros chineses eletrificados mais baratos.”

Milad Kalume Neto, diretor de desenvolvimento de negócios da consultoria Jato Dynamics, diz ser contra a isenção

indiscriminada de impostos mas avalia que a retomada da tarifa de importação sobre elétricos e híbridos apenas “protege uma indústria que não deve produzir nada de novo”. O consultor observa que os fabricantes de veículos instalados no País sempre dependeram das matrizes no Exterior para desenvolver produtos: “Nada mudou no Brasil, apenas seguimos estratégias globais. O País é seguidor de tecnologia que vem de fora. Infelizmente nada ou muito pouco é desenvolvido aqui para aplicação global”.

MERCADO

O impacto real da retomada do imposto, contudo, parece ser menor do que dizem as declarações em contrário. Em 2023 as vendas de veículos eletrificados devem somar 88,8 mil unidades, segundo estimativa da Anfavea divulgada em dezembro. Será um novo recorde e um salto de 80% sobre o recorde anterior, de 2022, quando foram vendidos 49,2 mil eletrificados. Do total deste ano 15,2 mil são modelos elétricos puros a bateria, avanço anual de 81%, e 73,6 mil foram híbridos, crescimento de 80,4%.

Pois já levando em conta a retomada da alíquota a Anfavea prevê novo recorde em 2024, estimando a venda de 142 mil veículos eletrificados no País, sendo 24,1 mil elétricos, salto de 58,5% sobre 2023, e 117,9 mil híbridos, em avanço de 60,2%. Já estão nesta conta o provável início da produção nacional de híbridos da GWM em Iracemápolis, SP, e de marcas do Grupo Stellantis, que promete iniciar a fabricação de modelos híbridos flex sobre a plataforma BioHybrid em Goiana, PE, já no ano que vem. O número deve seguir em multiplicação em 2025, quando a BYD promete iniciar operações em Camaçari, BA, e outros fabricantes como Volkswagen e Renault pretendem lançar seus carros híbridos flex.

Considerando só a continuação das importações a retomada da alíquota empurrará os preços para cima de forma gradual, mas os importadores já mostraram que têm gordura para queimar, especial-

mente quando aplicam descontos de R\$ 20 mil a R\$ 50 mil em alguns modelos elétricos para enfrentar a concorrência.

"Com demanda maior e oferta menor os preços subirão", aponta Kalume Neto. "Mas como o imposto de importação é aplicado na chegada do veículo no País, os reajustes não serão na proporção de um para um. Nossa expectativa é que os aumentos partam de 7% a partir de 1º de janeiro para os veículos elétricos puros, que passam a pagar alíquota de 10%."

As cotas com isenção total de impostos também servem de colchão para segurar os preços, mas segundo os analistas são muito limitadas. Para a ABVE os valores isentos, que serão repartidos com os importadores, "são insignificantes diante dos planos de investimentos em eletromobilidade no Brasil já divulgados por diferentes empresas".

Somando as cotas concedidas até junho de 2024, de US\$ 130 milhões para

híbridos, de US\$ 226 milhões para híbridos plug-in e de US\$ 283 milhões para elétricos puros, Kalume Neto calcula que os valores são suficientes para importar sem pagamento de imposto cerca de 21 mil veículos eletrificados, dos mais baratos: "Isso é quase nada, equivale a 1% do mercado de importados previsto no Brasil no primeiro semestre do ano que vem".

O fato é que, mesmo com a isenção de impostos, devido aos altos preços, em qualquer cenário as vendas de carros elétricos e híbridos ainda têm participação tímida no volume total do mercado brasileiro, por isso o benefício na redução de emissões de CO₂ é quase nulo, o que coloca em xeque a concessão de isenções fiscais. Este cenário pode mudar com a produção nacional e o domínio de tecnologias, mas como diz o consultor David Wong "é preciso ter um plano para isso, preparar toda a cadeia para produzir aqui, não basta só levantar a alíquota". ■

LINHA
NEW R

A TECNOLOGIA DO SEU FUTURO.



*O futuro do seu negócio precisa de mais.
Mais tecnologia, resistência e durabilidade.
A linha New R oferece tudo isso para a sua
rentabilidade estar sempre à frente.*



*Aponte a câmera
do seu celular para
o QR Code e encontre
o Distribuidor Randon
mais perto de você.*

RANDON



Divulgação/SindiPeças

Cláudio Sahad, atual presidente do SindiPeças, no evento de comemoração dos 70 anos da entidade: “Não existe história do setor automotivo nacional sem a história do setor de autopeças”. No canto inferior da foto seus antecessores Dan Ioschpe e Paulo Butori.

Aos 70 anos SindiPeças conta história de rupturas e reconstruções

Entidade que representa os fornecedores de componentes completa sete décadas de atuação em cenário de constantes transformações do setor

Por Pedro Kutney

Ao completar 70 anos neste 2023 o SindiPeças preserva em si a história de um dos poucos setores industriais nacionais com história tão longeva e resiliente. Os fabricantes de autopeças, cuja existência antecede a instalação das grandes fábricas de veículos de empresas multinacionais, ainda no início dos anos 1950, foram protagonistas de uma improvável revolução industrial de um país tão grande em tamanho e recursos quanto subdesenvolvido.

Contra todos os prognósticos que apontavam ser impossível a industrialização do Brasil foram os fornecedores de material automobilístico que pavimentaram em tempo recorde os altos índices de nacionalização dos carros, utilitários, caminhões e ônibus produzidos aqui, transformando o País em um dos grandes polos produtores do mundo – e um dos raros com cadeia produtiva tão completa.

No fim de novembro, em evento promovido para comemorar suas sete décadas do Sindipeças, em um palco repleto de personalidades do setor, em seu discurso o atual presidente Cláudio Sahad resumiu o papel da entidade que atualmente reúne pouco mais de quinhentas empresas: "Definitivamente não existe história do setor automotivo nacional sem a história do setor de autopeças, assim como não existe história do setor de autopeças sem o Sindipeças. Nas últimas sete décadas temos sido o legítimo e inquestionável representante deste setor".

Raio X do Sindipeças em 2023

Empresas associadas

506

Número de empregados no setor

273,8 mil

Faturamento

R\$ 238,2 bilhões

Divisão do faturamento

Montadoras: 60,4%

Reposição: 22,5%

Exportação: 14%

Intrasetorial: 3,1%

Investimentos

R\$ 5,8 bilhões

Exportações

US\$ 9,2 bilhões

No seu discurso Sahad reproduz parte do prefácio do livro A Revolução da Indústria de Veículos e de Autopeças no Brasil, patrocinado pelo Sindipeças e escrito pelo jornalista Marcos Rozen – que já foi editor desta AutoData por muitos anos e é fundador do MIAU, Museu da Imprensa Automotiva. O livro conta a rica história do setor a partir dos anos 1980 e é uma continuação da obra de Ramiz Gattás, que foi presidente do Sindipeças de 1962 a 1966. O livro de Gattás, A Indústria Automobilística e a Segunda Revolução Industrial no Brasil, foi editado pela primeira vez em 1981 e inteiramente redigitado e reeditado também por Rozen.

Ambos os livros, distribuídos gratuitamente pelo Sindipeças, não por acaso trazem a palavra "revolução" em seus títulos. Pois é exatamente isto que foi fazer e continuar fazendo a indústria automotiva nacional. Sob a ótica das muitas atas de reunião ou ações e participações nas discussões das políticas industriais do País, em seus setenta anos a entidade representativa dos fabricantes de autopeças conta a história de muitas e sucessivas rupturas e reconstruções, ao sabor dos muitos altos e baixos do Brasil e seu setor automotivo.

PONTOS DE INFLEXÃO

Das muitas transformações e adaptações, locais e mundiais, pelas quais o setor passou em sua já longa história Sahad sublinha algo que nunca mudou: "Nunca fomos gargalo à produção de veículos no País".

Desde a criação do GEIA, Grupo Executivo da Indústria Automobilística, em 1956, no governo do presidente Juscelino Kubitschek, que estabeleceu as bases para a instalação de fabricantes de veículos com metas de nacionalização de componentes, o setor de autopeças cresceu e evoluiu por diversos pontos de inflexão que vêm transformando a indústria automotiva. Sahad nomeia os principais momentos dessa evolução nas últimas décadas que tiveram participação direta do Sindipeças:

- a Câmara Setorial Automotiva, com os acordos de 1992, 1993 e 1995, que estabeleceram as bases para o maior ciclo de investimento e expansão da indústria automotiva no País;
- o processo de internacionalização do setor na década de 1990, doloroso para algumas empresas, com a compra das mais tradicionais empresas nacionais de autopeças, como Cofap, Metal Leve e Varga, por grandes corporações estrangeiras, mas que inseriu a indústria de autopeças, que já era tradicionalmente exportadora, em outro patamar. Graças a este movimento a cadeia automotiva de suprimentos no País, hoje, é completa, com sistêmicas, fabricantes de conjuntos e de autopeças e fornecedores de insumos;
- a criação da Automec, feira do setor que passou a mostrar ao mundo a capacidade do País na produção de autopeças;
- a criação do Mercoparts, que reúne entidades do setor de autopeças de Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai;
- o desenvolvimento do motor flex, em 2003, uma grande invenção brasileira com participação direta de empresas de autopeças no País;
- o Rota 2030, eficaz programa de estímulo a pesquisa, desenvolvimento e inovação, talvez único do mundo com suas características, cuja continuação é aguardada ansiosamente pelo setor;
- a resiliência com que o setor de autopeças atravessou sua pior crise financeira, de 2014 a 2016, sem deixar de fornecer para montadoras e para o mercado de reposição;
- a fundação do Instituto Sindipeças de Educação Corporativa, importante ferramenta para elevar a capacitação dos profissionais do setor;
- a criação do programa Inova Sindipeças, que mostra aos associados que inovar não significa necessariamente fazer grandes investimentos mas melhorar o processo, na medida da possibilidade de cada empresa, e in-

dica didaticamente quais são as fontes de financiamento disponíveis e como utilizá-las;

- a pandemia de 2020, período em que o setor de autopeças foi responsável pela manutenção da frota de veículos de serviço, como caminhões e ambulâncias, fundamentais durante todo o período de isolamento; e
- as recentes participações ativas do Sindipeças e de seus associados nos debates sobre as novas rotas tecnológicas para a redução das emissões de carbono.

COMPETITIVIDADE

Apesar da grande diversidade e complexidade da indústria de autopeças no País a evolução do setor não contempla sistemas eletrônicos cada vez mais sofisticados e presentes nos veículos, que requerem, em muitos casos, ser importados. Como resultado desse atraso a partir dos anos 2010 a balança comercial do setor passou a ser deficitária, com mais importações do que exportações. Sómente em 2023 o Sindipeças estima vendas externas de empresas no Brasil de US\$ 9,2 bilhões, mas as compra de componentes no Exterior será o dobro disso, US\$ 18,4 bilhões, o que resulta em saldo negativo de US\$ 9,2 bilhões somente este ano, em um cenário que vem se repetindo há mais de uma década.

Trata-se de falta de competitividade para atrair a produção de componentes mais sofisticados ao Brasil, que sequer produz transmissões automáticas que já estão em mais da metade dos carros vendidos. E não se trata de falta de conhecimento tecnológico, pois algo como 70% do faturamento do setor de autopeças no Brasil, atualmente, vêm de empresas multinacionais que já desenvolveram e produzem estes sistemas em outras localidades no mundo.

Para Sahad o problema não está dentro das fábricas, mas fora delas: "Temos tradição na produção automotiva e ocupamos lugar relevante na lista dos



Energia para **transformar o futuro**

Iveco Group: uma empresa comprometida em liderar a mudança para um futuro mais sustentável.

Reunimos oito grandes marcas com um histórico de desenvolvimento de soluções pioneiras para ir além do óbvio. Nossa portfólio de negócios diversificado, a forte presença em toda a gama de veículos comerciais e especiais, a oferta completa de powertrain e o foco em soluções sustentáveis avançadas nos tornam líderes globais nas indústrias de transporte, impulsionando a energia para transformar o futuro.



©
IVECO

I V E C O • G R O U P

IVECO
CAPITAL

HEULIEZ

IVECO
BUS

IVECO

FPT
POWERTRAIN TECHNOLOGIES

IDV

ASTRA

MAGIRUS



Divulgação/ZF

fabricantes mundiais de veículos, principalmente se considerado nosso papel no mercado latino-americano. Porém temos de lidar com entraves à nossa competitividade da porta para fora da indústria".

O dirigente elenca os problemas: necessidade de reformas estruturais, como a tributária, redução do custo Brasil, como da burocracia, falta de segurança jurídica e patrimonial, linhas de financiamento em condições inadequadas e falta de eficiência na infraestrutura logística.

"Precisamos acabar com esses entraves à competitividade para podermos concorrer, em condições de igualdade, com os fabricantes lá de fora. Da porta para dentro das fábricas estamos em patamar semelhante ao de outros players. Até porque todos os grandes fabricantes mundiais de autopeças estão também instalados no Brasil."

Sahad também destaca a importância das pequenas e médias empresas do setor, que representam cerca de dois terços dos atuais 506 associados ao Sindipeças e são responsáveis por fornecer

componentes e insumos que as grandes corporações não fazem, mas que são essenciais para a produção na longa cadeia produtiva do setor automotivo.

INVESTIMENTO BAIXO

Apesar das inquestionáveis evoluções na rica parte de cima da cadeia automotiva no Brasil ainda há muito a evoluir na base desta pirâmide, formado por empresas que produzem itens básicos de baixa rentabilidade, expressando a figura de um "gigante com frágeis pés de barro", como costumava denominar o setor Paulo Butori, o mais longevo presidente do Sindipeças que ficou por 23 anos à frente da associação, de 1994 a 2017.

O diagnóstico dessa fragilidade pode ser apurado sem disfarces no baixo nível de investimento do setor, muito abaixo das montadoras. Segundo estima o Sindipeças este ano o conjunto das empresas de autopeças no País investirá o total de R\$ 5,8 bilhões, ou menos de 2,5% do faturamento do setor, projetado em R\$ 238,2 bilhões em 2023.

Pior: a entidade calcula que apenas 4% dos investimentos são direcionados a pesquisa, desenvolvimento e inovação, enquanto mais de 80% dos recursos investidos vão para a compra de máquinas, equipamentos e outros ativos fixos.

"A decisão de investimento de um fornecedor de autopeças baseia-se grandemente na demanda de seu cliente montadora e da economia de escala, que tem impactos enormes sobre os custos", pondera Sahad. "Precisamos que o ambiente de negócios seja transparente, equilibrado e previsível. Somos elo de uma longa cadeia. Nossos produtos não são de prateleira."

O dirigente afirma que a entidade se esforça para estimular seus associados a investir em seu futuro por meio da inovação. Para isto serve o programa Inova Sindipeças, criado há alguns anos com o objetivo de mostrar aos associados que inovar não significa necessariamente fazer grandes investimentos, mas melhorar o processo, na medida da possibilidade de cada empresa. Outra ação importante, destaca Sahad, é mostrar didaticamente quais são as fontes de financiamento disponíveis e como utilizá-las. "Estamos em constante contato com as entidades gestoras do Rota 2030, um dos melhores programas do mundo para incentivo à inovação, que orgulhosamente ajudarmos a elaborar. Aguardamos agora o ciclo 2, que deve se chamar Mover [Programa Mobilidade Verde]."



Divulgação/Master



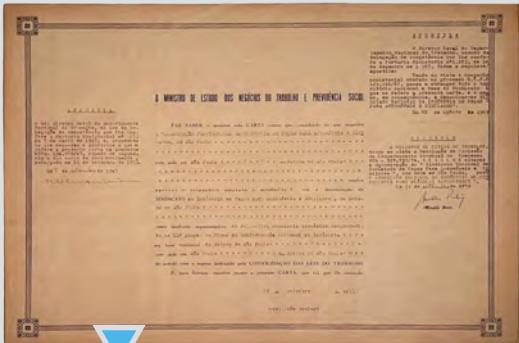
Divulgação/Fasfe

Sem abrir mão de nacionalizar as novas tecnologias de eletrificação o País tem a vantagem de usar etanol em larga escala e pode produzir muitos outros biocombustíveis, como biodiesel, HVO, biometano e hidrogênio verde. Para Sahad a oportunidade está em usar esta vantagem e o parque industrial já instalado para fornecer ao mundo o que os países industrializados vão deixar de produzir: "O Brasil pode ser um grande fabricante de veículos híbridos flex, abastecidos com etanol. Também podemos nos tornar um hub produtor e exportador de motores e veículos a combustão, que ainda terão uma vida longa, principalmente nos países subdesenvolvidos e em desenvolvimento, e não serão mais fabricados nos Estados Unidos e na União Europeia".

Enfim, se nos últimos setenta anos a indústria de autopeças deu conta de industrializar o País, mesmo contra todos os prognósticos, o setor também será capaz de levar adiante a chamada neoindustrialização, aproveitando vocações naturais, como resume Sahad: "O fato é que temos boas oportunidades pela frente. A diversidade de nossa matriz para produção de energia limpa é uma grande vantagem que o Brasil tem. Se tivermos políticas públicas para explorar adequadamente esse potencial, nossa indústria de transformação pode dar um salto de qualidade, ocupando lugar de maior protagonismo global". ■

Sete décadas de Sindipeças

Anos 1950



- Fundação oficial do Sindipeças, em 15 de setembro de 1953, quando João Goulart, então ministro do Trabalho do governo Getúlio Vargas, assinou a carta de criação do Sindicato da Indústria de Peças para Automóveis e Similares.
- Criação do GEIA, Grupo Executivo da Indústria Automobilística, em 1956, no governo Juscelino Kubitschek, que estabeleceu as bases para atração de fabricantes de veículos e autopeças ao País.
- Volkswagen, em 1953, e Mercedes-Benz, em 1956, instalaram-se no País.

Anos 1960

- Dos quase 150 mil veículos produzidos no Brasil em 1961 o setor nacional de autopeças contribuiu com 68,6% de seu peso total.

- Brasil atinge, em 1964, o primeiro 1 milhão de veículos produzidos.
- No fim da década setor soma 1,6 mil fabricantes de autopeças com 100 mil empregados.

Anos 1970

- Inauguração de sede do Sindipeças no Palácio Mauá, em São Paulo.
- Em 1973 é lançado o Volkswagen Brasília, um dos primeiros carros desenvolvidos no Brasil.
- Em 1975 é criado o Proálcool, Programa Nacional do Álcool, primeiro biocombustível utilizado em larga escala no mundo como resposta à crise do petróleo. Indústria de autopeças desenvolve



sistemas para o combustível alternativo.

- Em 1976 a Fiat se instala no Brasil, inaugurando fábrica em Betim, MG.

Anos 1980



- Nova sede do Sindipeças na Rua Abílio Soares, em São Paulo.
- Criação da Abipeças, Associação Brasileira da Indústria de Autopeças.
- Realização do primeiro Salão Nacional de Autopeças.
- Criação do Proconve, Programa



de Controle à Poluição Veicular.

- Início da produção de injeção eletrônica de combustível no Brasil.
- Ao fim da década setor de autopeças registra número recorde de postos de trabalho, com 300 mil empregados.

Anos 1990

- Logo no início da década é reaberta a importação de veículos ao Brasil, proibida desde 1976.
- Sindipeças patrocina o estudo Estratégia Setorial para a Indústria Automobilística no Brasil, elaborado pela consultoria Booz-Allen&Hamilton em 1990, que serviu de base para o desenho de políticas que fizeram o setor automotivo nacional retomar o crescimento.
- Em 1992 é criada a primeira Câmara Setorial Automotiva, com participação de representantes de governo, trabalhadores, montadoras e empresas de autopeças, representadas pelo Sindipeças, que celebrou acordos de redução de margens e preços para impulsionar o mercado nacional de veículos. Mais duas câmaras, em 1993 e 1995, foram realizadas com complementação de políticas.
- Em 1993 é criado o programa do carro popular, com redução significativa de impostos para modelos pequenos com motorização 1.0, que promoveu investimentos de US\$ 1 bilhão no desenvolvimento de automóveis de até US\$ 7 mil e

comerciais leves de até US\$ 10 mil, resultando em nova mola de crescimento do mercado nacional.

- Criação, em 1995, do Regime Automotivo, que promoveu incentivos a investimentos da ordem de US\$ 20 bilhões de fabricantes globais já instalados no País e de novas empresas, com construção de uma dezena de novas fábricas de veículos, multiplicando a capacidade de produção e o número de marcas e modelos globais produzidos no Brasil.
- Novos fabricantes globais de autopeças são atraídos ao País e começa o processo de internacionalização do setor, com a compra de grandes empresas nacionais por corporações estrangeiras.
- O Brasil termina a década como País que mais investiu na indústria automotiva.

Anos 2000

- Sindipeças inaugura nova sede em prédio na Avenida Santo Amaro, em São Paulo.



- Lançamento, em 2003, do primeiro automóvel flex fuel, que roda com etanol ou gasolina. A tecnologia foi desenvolvida por empresas do setor de autopeças no Brasil.

- Criação do Mercoparts, Conselho de Fabricantes de Autopeças do Mercosul, em busca de maior integração do setor dentro do bloco econômico com Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai.

Anos 2010

- Lançamento do Instituto Sindipeças de Educação Corporativa.
- O Brasil bate recorde vendas de veículos, em 2012 com 3,8 milhões de emplacamentos, e de produção, em 2013 com 3,7 milhões.



- Retomada dos planos de política industrial para o setor automotivo com o lançamento, em 2012, do Inovar-Auto que vigorou até 2017, que foi sucedido pelo Rota 2030, que vigorou até 2032 com três ciclos de evolução de cinco anos cada.

Anos 2020

- Em 2022 Sindipeças muda novamente sua sede para instalações na Avenida das Nações Unidas, em São Paulo.
- Sindipeças segue participando das discussões sobre política setorial na segunda fase do Rota 2030, rebatizada Mover, Mobilidade Verde.



Divulgação/Stellantis

Engenharia brasileira da Stellantis criou SUV compacto com versão para até sete ocupantes por preço menor do que alguns hatches e sedãs, mas acabamento interno segue pobre

Por Pedro Kutney

O mais novo orgulho da engenharia brasileira da Stellantis, o SUV Citroën C3 Aircross, é um puxadinho maior do irmão menor hatch C3, com muitos elementos compartilhados. Mas a ideia é a mesma: mais um daqueles carros projetados para os ditos “mercados emergentes”, eufemismo comumente utilizado para países de baixa renda. Como tal o Aircross segue a fórmula do design bonitinho, acabamento interno pobre – do tipo que não passaria nem na porta de entrada dos Citroën europeus – e alguma economia de equipamentos para custar mais barato.

O Aircross é o segundo modelo do projeto C-Cubed, uma linha de produtos mais baratos – e depenados – da Citroën

fabricados sobre versão simplificada da plataforma CMP, desenvolvida pelo Grupo PSA antes da fusão com a FCA que originou a Stellantis, em 2021. O projeto foi encabeçado pelo C3, um hatch com visual SUV, inicialmente lançado na Índia e depois no Brasil, no ano passado. Já o Aircross é classificado como SUV compacto sem meias-palavras, o primeiro e até agora único nesta categoria com opção de sete assentos para quem quiser instalar dois bancos extras – e removíveis – no espaço do porta-malas.

A equipe de cerca de quatrocentas pessoas da Stellantis América do Sul que desenvolveu o Aircross, para ser vendido nos países da região, mostrou criatividade e flexibilidade ao projetar um SUV com-

pacto para até sete ocupantes com preços menores até do que alguns hatches e sedãs compactos disponíveis no mercado brasileiro. No fim de novembro a Citroën lançou o Aircross em três versões e divulgou os preços apenas das opções com cinco assentos: Feel por R\$ 110 mil, Feel Pack por R\$ 120 mil e Shine por R\$ 130 mil.

Como não há almoço de graça para ser mais barato o Aircross foi simplificado em acabamento e alguns equipamentos, especialmente na versão de entrada. Apesar de vir com itens que no passado eram opcionais caros nesta categoria, como ar-condicionado e direção elétrica, o carro nem sequer tem chave-canivete e o acabamento interno é bastante rústico.

Todas as três versões terão opção de sete lugares mas estas só serão lançadas, e seus preços conhecidos, em março. Especula-se que os dois bancos extras acrescentarão cerca de R\$ 8 mil aos preços. O Aircross para sete ocupantes tem alguns adicionais, incluindo duas portas USB na terceira fileira (totalizando cinco no carro) e ventilação forçada sobre os bancos dianteiros para garantir mais refrigeração na traseira.

SINERGIAS

O carro que começou a ser produzido em Porto Real, RJ, foi desenvolvido no Brasil para mercados da América do Sul e aproveita as sinergias das diversas marcas do grupo. No caso do Aircross a principal e melhor dessas comunizações é o powertrain: o motor turboflex 1.0 de



até 130 cv fabricado em Betim, MG, acoplado à transmissão automática tipo CVT de sete velocidades, importada pela Aisin. O conjunto equipa todas as versões e é o mesmo já utilizado nos Fiat Pulse, Fastback e Strada e no Peugeot 208.

"O lançamento do novo SUV Citroën Aircross é peça fundamental para o nosso crescimento na região e é a síntese de todos os benefícios propiciados pelas sinergias da Stellantis às suas marcas", disse em nota Emanuele Cappellano, recém-chegado novo presidente da Stellantis América do Sul. "O modelo é uma resposta às necessidades de nossos clientes, com a inovadora opção de sete lugares, um diferencial único para o concorrido segmento de B-SUVs no Brasil."

Construído sobre a mesma plataforma CMP simplificada o Aircross traz muitos dos



elementos do hatch C3, principalmente a seção dianteira do chassi, compartilhando os mesmos faróis, para-brisas e portas. O para-choque é maior, tem visual mais robusto. No interior o painel também é similar ao do C3, mas decorado com aplique central em tom dourado que disfarça um pouco a rusticidade do plástico utilizado.

Na versão de entrada Feel o quadro de instrumentos digital minúsculo é o mesmo do hatch – pobre, monocromático e com informações mínimas – e só há os dois airbags frontais mandatórios por lei. A partir da versão Feel Pack as coisas melhoram com um cluster digital maior e mais completo, de 7 polegadas, com conta-giros. Também são incluídos dois airbags laterais adicionais.

O Aircross tem dimensões maiores do que seu irmão menor C3: mede 4 m 32 no comprimento, é 34 cm mais comprido, tem 2 m 67 no entre-eixos, 11,5 cm a mais, 1 m 80 na largura e 1 m 66 na altura. Como as bitolas do SUV são 30 cm mais largas do que as do hatch, suspensão e eixos são distintos em cada modelo. O porta-malas é grande, comporta 493 litros, que sobem para 1 mil litros com o rebatimento dos

bancos ou ficam reduzidos a menos de 50 litros quando são instalados os dois assentos extras removíveis, de 8 kg cada um.

AMBição

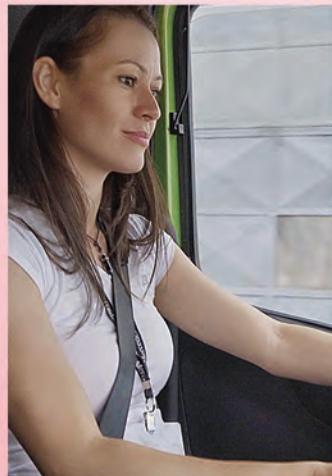
As espaçosas proporções do Aircross estão em linha com a ambição de crescimento da marca francesa, segundo sublinha Vanessa Castanho, vice-presidente da Stellantis responsável pela Citroën na América do Sul: “O reforço de nossa presença no segmento de B-SUVs é essencial para o plano de crescimento na região. Como segundo modelo do projeto C-Cubed o novo Aircross é mais uma etapa para atender nosso objetivo de alcançar 4% de participação de mercado até 2024”.

Ela continua: “A exigência de nossos clientes está cada vez maior e é essencial que nossos produtos acompanhem as demandas de um mercado altamente competitivo. Por isso a inovação do novo Aircross para até sete passageiros com bancos removíveis é tão importante. Nunca antes na história uma empresa produziu localmente um B-SUV com esta proposta”. ■





No transito, escolha a vida!



Um movimento criado por mulheres e para mulheres que ganhou o Brasil e o Prêmio AutoData 2023

O Movimento A Voz Delas é uma iniciativa desenvolvida pela Mercedes-Benz que busca conscientizar a sociedade sobre a importância da participação das mulheres no transporte como forma de empoderamento e equidade de gênero. A premiação na categoria ESG é o reconhecimento da transformação que o Movimento A Voz Delas é capaz de fazer no ecossistema do transporte, criando novas oportunidades para que as mulheres conquistem seu espaço e sejam respeitadas. E não fazemos isso sozinhos! Mais de 50 empresas apoiadoras fazem parte dessa conquista.

Conheça o nosso projeto em: avozdelas.com.br.

Mercedes-Benz



Daily entra na era do câmbio automático

Iveco aposta em crescimento da demanda pela opção automática para utilitários leves e furgões

Por Caio Bednarski, de Belo Horizonte, MG



Divulgação/Iveco

Alveco começa a produzir em janeiro, em sua fábrica de Sete Lagoas, MG, o utilitário leve chassi-cabine Daily Hi Matic, primeiro do segmento com transmissão automática, uma caixa de oito velocidades da ZF, importada da Europa. O modelo já tinha sido apresentado na Fenatran, no fim de 2022, mas só agora a fabricante definiu o lançamento, que integra seu programa de investimento de R\$ 1 bilhão no período 2022-2025.

A expectativa da Alveco, inicialmente, é que as vendas do modelo com transmis-

são automática representarão de 5% a 7% do total de emplacamentos da linha Daily chassi-cabine. Em três ou quatro anos esta fatia deverá crescer a até 30%, segundo estima o diretor comercial Carlos Tavares: "O câmbio automático vai se popularizar no segmento da Daily e usaremos o equipamento em outras configurações, começando pelo furgão e, depois, na van de passageiro".

Planos de exportação para a versão automática também estão no radar da Alveco, que já envia as configurações com câmbio

manual da Daily para Argentina e Paraguai. O caminho natural deverá ser começar a embarcar a automática também, conforme a demanda por este tipo de veículo comece a ganhar força. Colômbia, Chile e Peru também estão sendo monitorados pela Iveco, mas até o momento são abastecidos pela Europa, em operação mais viável por causa dos tributos.

CONFIGURAÇÃO

Na comparação da Daily manual com a automática o consumo de combustível é o mesmo. Ambas utilizam o motor turbodiesel 3.0 de 180 cavalos. Este é um ponto importante para o público alvo do utilitário leve, composto por 50% de motoristas autônomos, que são donos do veículo e realizam a condução diária, e 50% de frotistas, que usam este tipo de veículo para entregas urbanas.

Para atrair clientes a Iveco oferta a Daily automática em duas versões, Comfort e Tech, com preços aproximados de R\$ 300 mil e de R\$ 310 mil, apenas 7,5% mais caras do que a opção com câmbio manual. A estes valores se adiciona o custo do implemento de carga, que varia de acordo com o tipo de carroceria, baú ou caçamba, por exemplo. A lista de itens de série na cabine, desde a versão de entrada,

é composta por piloto automático, monitoramento de pressão e de temperatura dos pneus, retrovisores elétricos, volante multifuncional e ar-condicionado.

A conectividade também é uma das apostas da Iveco, que oferecerá gratuitamente por um ano o acesso à plataforma Nexpro, que possibilita monitorar diversas informações do dia a dia do veículo para melhorar o seu desempenho onde é possível, reduzindo consumo e aumentando a vida útil dos componentes.

MERCADO

A projeção interna da Iveco, com base no Renavam, aponta para 8,5 mil caminhões comerciais leves chassis cabine vendidos no Brasil até dezembro, sendo que até outubro a Daily detinha participação de 36,2% no segmento, contra 22% no fim de 2022.

Para melhorar o atendimento dos clientes da Daily a Iveco anunciou o lançamento do Daily Center, dedicado ao pós-vendas. A primeira unidade foi inaugurada em Belo Horizonte e a segunda já está de portas abertas no Rio de Janeiro, RJ. A meta para 2024 é inaugurar novas lojas, de acordo com as oportunidades e regiões que possuem alta circulação do modelo. ■



BMW premia inovação e governança socioambiental



Fabricante reconheceu projetos de quatro fornecedores no Brasil em cinco categorias

Redação AutoData

BMW Group Supplier Day 2023 Os vencedores do prêmio

Cinco projetos, em cinco categorias, foram reconhecidos pelo Prêmio BMW Group Supplier Day 2023, entregue em cerimônia no fim de novembro. A premiação foi exclusivamente dirigida a iniciativas dedicadas ao meio ambiente, para questões sociais e de governança corporativa, e também a ações de inovação de empresas fornecedoras das fábricas de carros BMW em Araquari, SC, e motos BMW Motorrad em Manaus, AM.

Segundo a empresa este ano os fornecedores inscreveram 54 projetos para concorrer ao prêmio, um recorde. A Moura, fabricante brasileira de baterias com sede em Belo Jardim, PE, ganhou dois dos três troféus distribuídos por iniciativas de ESG, com um projeto de alcance ambiental e outro social. ■

ESG - Meio Ambiente

Moura: projeto Cabotagem Moura + Logística Reversa/Economia Circular

ESG - Social

Moura: projeto Instituto Conceição Moura, Escola de Artes Integradas

ESG – Governança

Benteler: projeto Jornada de Implementação LGPD, Lei Geral de Proteção de Dados

Inovação - Digitalização Direta

Lear: projeto Vision Box

Inovação - Digitalização Indireta

Multilog: projeto Warehouse Digital Twins

MWM reconhece os seus melhores fornecedores de 2022

Fabricante de motores e geradores premiou onze empresas por qualidade, entrega, capacidade tecnológica e reduções de custos

Redação AutoData



desempenhos diferenciados. Este prêmio é o reconhecimento a todos que estão perfeitamente alinhados com políticas, práticas, qualidade e desempenho da companhia".

O diretor de compras Marcelo Maciel Rabelo destacou que os fornecedores são fundamentais para o objetivo da MWM de manter excelência e eficiência em todos os seus processos: "Nos sentimos honrados em reconhecer parceiros de negócios que contribuem verdadeiramente para o nosso sucesso mútuo, trazendo resultados positivos para todos os envolvidos". ■

A fabricante de motores e geradores MWM reconheceu os melhores fornecedores de 2022 na oitava edição do seu Supplier Award, realizada na fábrica de Santo Amaro, em São Paulo, no fim de novembro. No total onze empresas foram premiadas por apresentar os melhores resultados no processo global GRS, Supplier Rating System, que avalia critérios qualidade, desempenho de entrega e flexibilidade, capacidade tecnológica e desempenho no desenvolvimento de novos produtos, postura comercial e contribuição em reduções de custo.

José Eduardo Luzzi, presidente da MWM, disse que a intenção da premiação é reconhecer as melhores empresas para que elas continuem com desempenho destacado: "Temos prazer em homenagear os nossos parceiros de destaque pois desejamos incentivá-los a perpetuar seus

MWM Supplier Award 2022 As empresas vencedoras

Aptiv
Cinpal
DelumaFupresa
Fupresa
ID Armazéns
Metalac SPS
MGK
Neolubes
Technousi Almar
WEG
Woodward

Toyota encerra história de 61 anos em São Bernardo do Campo



Divulgação/Toyota

Após 61 anos em São Bernardo do Campo, SP, a Toyota encerrou as atividades da sua primeira fábrica fora do Japão, onde foi produzido o utilitário Bandeirante de 1962 a 2001. A unidade seguia produzindo peças de motor, inclusive para exportação aos Estados Unidos, e também serviu de sede da empresa no Brasil e na América Latina. A última peça foi feita no dia 11 de novembro e os portões foram fechados no dia 16. Os 550 operários da fábrica foram sendo realocados gradativamente junto com as linhas produtivas, desde dezembro de 2022, para unidades no Interior paulista, em Indaiatuba, Sorocaba e Porto Feliz. Aqueles que aceitaram a transferência foram gratificados com dois salários, além de 2,4 vencimentos para mudança, mais bônus de R\$ 15 mil e estabilidade até novembro de 2026. Cerca de 150 preferiram aderir ao plano de demissão voluntária com recebimento de 35 salários fixos mais um por ano trabalhado, bônus que chegou a R\$ 24 mil, doze meses de assistência médica e oferta de cursos profissionalizantes no Senai e Senac. Segundo a Toyota a concentração das atividades no Interior do Estado torna sua operação no País mais eficiente.

Chinesas XCMG e SAIC prometem investimentos em Minas Gerais

A fabricante chinesa de equipamentos de construção XCMG ampliará sua operação em Pouso Alegre, MG, onde já emprega 1 mil funcionários e exporta para Argentina, Chile, Peru e Estados Unidos. Com investimento de R\$ 270 milhões e contratação de 150 novos empregados, além de 315 temporários, a empresa vai montar caminhões e máquinas 100% elétricos na unidade mineira. Um novo galpão será construído para ampliar a capacidade produtiva, hoje de 7 mil unidades por ano. A XCMG tem meta de atingir faturamento de R\$ 10 bilhões no Brasil até 2027. O aporte animou uma de suas principais fornecedoras de peças e motores, a conterrânea SAIC Motor, que anunciou a instalação de sua primeira fábrica na América Latina na mesma cidade, ainda sem divulgar os valores a serem investidos, mas as obras já estão agendadas para começar em meados de 2024.



Divulgação/XCMG

Goodyear celebra cinco décadas em Americana



Divulgação/Goodyear

Em 7 de dezembro de 1973 a Goodyear iniciou a produção de pneus em Americana, SP, que este mês celebra 50 anos de história. Quando aportou no Brasil, em 1939, a companhia escolheu o bairro do Belenzinho, em São Paulo, para começar suas atividades, e 34 depois levou sua operação para o Interior paulista. Em 2001 foi inaugurado ali o Campo de Provas. Além da fábrica em Americana, dedicada à fabricação de pneus, a Goodyear possui outra unidade em Santa Bárbara d'Oeste, SP, onde produz materiais de recapagem para pneus de caminhões e ônibus e de recauchutagem para pneus de aviação.

BorgWarner vai exportar controladores de baterias feitos em Piracicaba

A fábrica de sistemas de baterias da BorgWarner em Piracicaba, SP, inaugurada em fevereiro deste ano, recém-começou a produzir em série para fornecimento aos ônibus elétricos da Mercedes-Benz eO500U e já ganhou clientes no Exterior, o que garante a primeira ampliação da unidade. Um componente do sistema, o BMS, sigla em inglês para módulo de controle de baterias, começará a ser exportado para os Estados Unidos em 2024. A exportação ampliará em cerca de três vezes o volume de produção atual do componente.



Divulgação/BorgWarner

Grupo ABG compra a ABC Technologies e cria a Neo Polímeros

Ampliando ainda mais seu portfólio de produtos fornecidos a fabricantes de veículos e sistemistas, o Grupo ABG comprou a ABC Technologies, fabricante de peças de polímero injetado e soprado, fibras e borrachas, com sede em Araras, SP. A partir de janeiro, quando o grupo assumir as operações, a divisão passará a se chamar Neo Polímeros – em alinhamento com Neo Rodas e Neo Steel. Com 450 funcionários, a fábrica da Neo Polímeros ocupa terreno de 19 mil m² e já fornece componentes para General Motors, Honda, Nissan, Renault, Stellantis, Toyota e diversos sistemistas.



Divulgação/Grupo ABG

Arteb encerra recuperação judicial e prevê crescimento de 20% em 2024

A Arteb encerrou um dos mais duros capítulos de sua história de quase nove décadas, que se arrastou por sete anos: o processo de recuperação judicial é página virada. A empresa brasileira fabricante de sistemas de iluminação está reestruturando a operação, diversificando clientes e recontratando empregados. O efetivo da planta de São Bernardo do Campo, SP, já se aproxima de 1 mil profissionais – mesmo patamar de 2016, quando iniciou movimento de queda que enxugou o quadro em 60%. Com capacidade de produção de 3,5 milhões de unidades por ano as projeções são de crescimento de 15% a 20% no faturamento de 2024.



Divulgação/Arteb

Driv Tenneco amplia produção de amortecedores Monroe em Mogi Mirim

A Driv Tenneco inaugurou nova linha de produção de amortecedores Monroe em sua fábrica de Mogi Mirim, SP, com a contratação de mais cem empregados, como resultado de investimento de R\$ 10 milhões que amplia em 30% a capacidade da planta para 7 milhões de unidades/ano a partir de 2024. A fábrica fornece 40% dos amortecedores produzidos a montadoras de veículos leves no Brasil e na Argentina e os outros 60% vão para o mercado de reposição.



Divulgação/Driv Tenneco

BMW soma 200 mil veículos no Brasil e vai aumentar em 10% produção em Santa Catarina

Em novembro a BMW somou 200 mil veículos emplacados no Brasil desde 1995. A fábrica de Araquari, SC, inaugurada em 2014, produziu quase metade dos carros da marca alemã vendidos aqui, mais de 90 mil em nove anos, garantindo a liderança do mercado premium. No início de dezembro o grupo comunicou que em 2024 o ritmo de produção em Araquari será aumentado em 10%, para cerca de 11 mil unidades, com a contratação de cinquenta pessoas. Perto de 60% das vendas da BMW são de modelos montados em Santa Catarina: os SUVs X1, X3 e X4 e o sedã Série 3.



Divulgação/BMW

Nissan chega a 600 mil veículos produzidos em Resende



Divulgação/Nissan

A Nissan alcançou a marca de 600 mil veículos produzidos na fábrica de Resende, RJ, para a qual anunciou em novembro um novo ciclo de investimentos de R\$ 2,8 bilhões, que inclui a produção de dois novos SUVs e um motor turbo. A unidade de número 600 mil foi um Kicks Exclusive CVT, único modelo em linha atualmente. A planta no sul fluminense foi inaugurada em 2014 com a produção do hatch compacto March, que depois ganhou a companhia do sedã Versa e, finalmente, do SUV Kicks.

Fiat soma meio milhão de Argo e Toro

Produzido há seis anos em Betim, MG, o Fiat Argo alcançou, no fim de novembro, a marca de 500 mil unidades fabricadas e vendidas no Brasil e em outros dez países da América Latina, como Argentina, Chile, Colômbia, Equador, Peru e Uruguai. No ano passado o hatch foi o nono carro mais vendido do País e, em 2023, soma 55 mil emplacamentos e está na oitava posição do ranking. No mesmo período outro veículo Fiat também chegou a 500 mil unidades produzidas, mas na fábrica de Goiana, PE: a picape Toro, lançada em 2016, que inaugurou um novo segmento no País, no espaço entre picapes compactas e grandes. Em 2023 a Toro soma 46,6 mil emplacamentos até novembro, sendo a segunda picape mais vendida no Brasil, atrás apenas da líder Fiat Strada.



Divulgação/Fiat

99 investirá R\$ 38 milhões para dobrar elétricos na frota

O aplicativo de transporte 99 anunciou investimento de R\$ 38 milhões para dobrar o número de veículos elétricos em sua frota, que vão passar dos atuais 1,7 mil para 3,5 mil eletrificados em 2024. Até 2025 a plataforma pretende contar com 10 mil carros elétricos. Segundo a empresa a frota atual em circulação já realizou 830 mil viagens somente em São Paulo, somando 6,4 milhões de quilômetros percorridos.



Divulgação/99

Com 7,1 mil ônibus para Caminho da Escola, Iveco contrata 250 para segundo turno e reúne fornecedores para localizar mais



Divulgação/Iveco

Quando retornar das férias coletivas de fim de ano, em meados de janeiro, a fábrica da Iveco em Sete Lagoas, MG, retomará o segundo turno de trabalho, com a contratação de mais 250 pessoas. A empresa espera por aumento na demanda de caminhões, com a estabilização do mercado após a adoção dos motores Euro 6 que encareceu os produtos e fez as vendas cairem em 2023. Também se projeta incremento na produção de ônibus, embalada especialmente pela vitória em licitação para fornecer 7,1 mil veículos para o programa Caminho da Escola, em contrato que soma R\$ 3,1 bilhões, o maior já vencido pela empresa. O Grupo Iveco também pretende ampliar a nacionalização de componentes para suas três divisões no País, que produzem os caminhões e ônibus Iveco, os motores FPT e a Iveco Veículos de Defesa. Neste sentido, no fim de novembro, representantes da empresa reuniram-se com mais de duzentos fornecedores na sede do Sindipeças, em São Paulo, para explorar o potencial de fornecimento de componentes.

Agrale também fornecerá 400 ônibus para Caminho da Escola

A Agrale também fornecerá quatrocentos ônibus para a nova fase do programa Caminho da Escola. A empresa já foi fornecedora em edições passadas. Todas as unidades são do micro-ônibus Agrale Marruá AM200 Mo Escolar 4x4, encarroçados sobre o chassi de um veículo off-road. Os veículos estão equipados com motor Euro 6 e têm ar-condicionado e dispositivo de poltrona móvel, que permite transportar alunos com mobilidade reduzida.

Volkswagen Caminhões e Ônibus retoma segundo turno

Em janeiro, no retorno dos trabalhadores das férias coletivas, a fábrica da Volkswagen Caminhões e Ônibus retomará a produção em dois turnos completos, o que não ocorre desde abril, quando utilizou um layoff para adequar o ritmo à demanda do mercado, prejudicado pela mudança a legislação de emissões, que exigiu a adoção de motores Euro 6, mais caros. Além de uma esperada melhoria no mercado de caminhões a companhia recebeu, por meio do programa Caminho da Escola, a encomenda de 5,6 mil ônibus escolares, o maior lote já vencido pela VWCO.



Divulgação/VWCO

Marcopolo investe R\$ 50 milhões para produzir o Attivi em São Mateus



Divulgação/Marcopolo

A Marcopolo anunciou o investimento de R\$ 50 milhões para fabricar seu ônibus 100% elétrico, o Attivi Integral, em sua planta de São Mateus, ES. O modelo tem capacidade para oitenta passageiros, autonomia de até 280 quilômetros e tempo de recarga de até quatro horas. Em São Mateus a empresa conta com 2 mil colaboradores e, com o início da produção de veículos elétricos, deve ampliar o quadro de funcionários em até 20%. De dezesseis veículos por dia a capacidade de produção subirá para 26 com o Attivi.



Divulgação/Banco Mercedes-Benz



Após três anos no Brasil a alemã Hilke Janssen deixa a presidência do Banco Mercedes-Benz. Ela foi transferida para os Estados Unidos onde assume o cargo de CTO, Chief Transformation Officer, da Daimler Truck Financial Services North America. Janssen foi a primeira mulher a comandar o braço financeiro da Mercedes-Benz no mercado brasileiro. Durante sua gestão a instituição alcançou resultados recordes, com carteira de R\$ 19,4 bilhões em 2022, o melhor ano da história do banco, aberto em 1996. O novo presidente assume em 1º de março de 2024 e seu nome será divulgado após aprovação do Banco Central.

Também no início de dezembro o Banco Mercedes-Benz anunciou a contratação de um novo gerente de marketing, comunicação e produtos: Alfredo Tucunduva sucederá a Raquel Assis, que em novembro assumiu o cargo de diretora de operações do banco. O executivo já trabalhou em outras empresas do Grupo Daimler desde 1999 e, em 2010, ingressou no Banco Mercedes-Benz como gerente regional de Porto Alegre, RS.



Divulgação/Paccar

PACCAR FINANCIAL: ANDERSON HAIDUCKI

Anderson Haiducki é o novo diretor geral da Paccar Financial no Brasil, braço financeiro da fabricante de caminhões DAF, com fábrica em Ponta Grossa, PR. Desde 2017 o executivo está na companhia, onde ingressou como diretor financeiro e em 2021 assumiu a direção de controladoria da DAF Brasil, até novembro passado. Haiducki é formado em ciências contábeis pela FAE Business School e pós-graduado em controladoria pela Universidade Federal do Paraná. Já trabalhou nas áreas financeiras de empresas como Tim, Votorantim, HSBC e Bradesco.



Divulgação/Zapay

ZAPAY: FELIPE SIMÕES

Em novembro a fintech Zapay anunciou a contratação de Felipe Simões para ser seu novo diretor de produto, com a missão de trazer uma nova visão para a área de serviços e inovação da empresa. A Zapay é uma plataforma digital para proprietários de veículos, credenciada pela Senatran, Secretaria Nacional de Trânsito, para consultas, pagamentos e financiamento de débitos veiculares, como multas, IPVA e outra taxas.



Divulgação/Point S

POINT S: MARCO MORETTA

Marco Moretta, ex-vice-presidente e diretor geral da divisão América do Sul e Central da Michelin, onde trabalhou por onze anos, foi contratado para dirigir a rede de centros automotivos Point S no Brasil. Com experiência de mais de 25 anos no setor automotivo, tanto no Brasil como nos Estados Unidos, o engenheiro, também formado em marketing e finanças, assume a nova posição com a meta de abrir mais de duzentos pontos de vendas no País até 2027, com investimento de R\$ 175 milhões. De origem francesa a Point S estreou oficialmente no mercado brasileiro em abril de 2022. Os grupos ADTSA e Orletti são acionistas locais da rede.



Divulgação/Stellantis

STELLANTIS: HERLANDER ZOLA

A Stellantis ampliou as funções de Herlander Zola: em 1º de dezembro ele foi nomeado vice-presidente sênior de operações comerciais de todas as marcas do grupo no Brasil e para veículos comerciais leves na América do Sul. Zola já tinha sob sua responsabilidade as vendas da Fiat desde a época da FCA e continuou na posição com a criação da Stellantis, em 2021, somando também a Abarth. Em novembro passado foram adicionadas a Jeep e a Ram ao seu portfólio. Agora o executivo tem sob o seu guarda-chuva também Peugeot e Citroën. Abaixo de Zola as marcas foram divididas em quatro diretorias: André Moltavão com Fiat e Abarth, Ricardo Gouveia com Jeep, Gustavo Azambuja com Peugeot e Citroën, e Raquel Ribeiro com Ram. Fábio Meira responderá pela área de comerciais leves na América do Sul, agregando-a às suas atuais funções de vendas diretas. Com as mudanças Zola deixou a vice-presidência responsável por Fiat e Abarth na América do Sul.



FIAT + JEEP + RAM: ALEXANDRE AQUINO + HUGO DOMINGUES + JULIANO MACHADO

Com a promoção de Herlander Zola (acima) à gestão comercial de todas as marcas do Grupo Stellantis também houve mudanças nas vice-presidências responsáveis pelas marcas da fabricante na América do Sul: Alexandre Aquino,

que comandava a Jeep, assumiu o cargo de Zola na Fiat e Abarth, e para seu lugar foi promovido Hugo Domingues, que antes gerenciava o marketing das marcas italianas. Já Juliano Machado foi promovido a vice-presidente da Ram na região – ele já atuava na gestão da marca de picapes e agora substitui seu antigo chefe, Breno Kamei, que foi transferido para posição global na Jeep. Felipe Daemon e Vanessa Castanho seguem na direção de Peugeot e Citroën, respectivamente.



JEEP GLOBAL: BRENO KAMEI + FABIANO AUGUSTO

A partida de Antonio Filosa para o comando global da marca Jeep, sediado nos Estados Unidos, provocou mais dois desfalques na operação sul-americana da Stellantis. Breno Kamei, que era o vice-presidente responsável pela Ram na América do Sul e pelo planejamento de produtos para a região, foi se juntar a Filosa para ser o novo responsável global pelos produtos da Jeep. Já Fabiano Augusto, que era vice-presidente de desenvolvimento de negócios e sinergias, passou a responder pela diretoria de desempenho e governança global da Jeep, também nos Estados Unidos. Ambos já têm substitutos no Brasil (veja abaixo).



STELLANTIS 2: FREDERICO FIALHO + ÉRICA SCHWAMBACH

Com a transferência de Breno Kamei para a gestão global de produtos da Jeep, Frederico Fialho assumiu a direção de planejamento de produtos da Stellantis América do Sul. Já Érica Schwambach passou a ser responsável pelo desenvolvimento de negócios e sinergias na região, sucedendo a Fabiano Augusto, também transferido à posição global da Jeep. A executiva agora responde a Juliano Almeida, vice-presidente sênior de compras.



Divulgação/Volvo Car

VOLVO CAR: MARCELO GODOY

A Volvo Car promoveu seu diretor financeiro Marcelo Godoy a presidente da operação no Brasil. O executivo sucede a Luís Rezende, que assumirá a posição de chefe da divisão Global Importers da marca sueca, responsável pelas vendas em mais de sessenta países. Godoy está há oito anos na Volvo Car e seu principal objetivo é dobrar as vendas no mercado brasileiro. Com 43 anos de idade e 25 anos de experiência profissional o executivo formou-se em Economia pela Fundação Santo André. Já trabalhou nos setores de telefonia e de construção civil e teve breve passagem pelo mercado financeiro. Na Volvo ingressou como gerente financeiro, depois assumiu a diretoria da área no Brasil e, mais adiante, para toda América Latina.



Divulgação/Adefa

ADEFA: MARTÍN ZUPPI

Os fabricantes de veículos na Argentina associados à Adefa elegeram Martín Zuppi para presidir a entidade no biênio 2023/2024. Zuppi é presidente da Fiat, Jeep e Ram no país vizinho. Para compor a nova diretoria também foram escolhidos os vice-presidentes Martín Galdeano, da Ford e ex-presidente da Adefa, e Pablo Sibilla, da Renault, e o secretário César Luis Ramírez Rojas, da Scania. O novo presidente da Adefa é formado em economia, finanças e administração e tem MBA em gestão empresarial pela IAE Business School. O executivo ingressou no Grupo Fiat em 1996 e já trabalhou na sede, em Turim, Itália. Em 2021 assumiu a presidência das marcas da Stellantis no mercado argentino.



Divulgação/Marcopolo

MARCOPOLLO: CAIO DOI

Com mais de vinte anos de experiência, Caio Doi é o novo diretor de gestão de pessoas da Marcopolo. O executivo conduzirá as equipes de recursos humanos com a missão de promover transformação cultural e de desenvolver um RH globalizado para a encarroçadora de ônibus. Formado em administração de empresas pela Universidade Federal do Paraná e com especialização em gestão de recursos humanos pela FAE Business School, Doi tem passagens por empresas dos segmentos automotivo, financeiro, tecnologia e bens de consumo, no Brasil e no Exterior.



Divulgação/Iveco

IVECO BUS: DANILO FETZNER

Danilo Fetzner foi nomeado diretor comercial da Iveco Bus América Latina, no contexto da reorganização da estrutura comercial da divisão de ônibus da fabricante de veículos comerciais, com foco em apoiar a transição para modelos de baixa ou zero emissão de CO₂. Fetzner está na Iveco Bus há pouco mais de três anos. Antes trabalhou por mais de oito anos na Mercedes-Benz, incluindo passagem de quase três anos na Daimler Trucks Asia, no Japão. O executivo é graduado em negócios e comércio internacional pela Universidade de Fortaleza e tem MBA em gestão financeira pela FGV.



Divulgação/Kuka Roboter

KUKA ROBOTER: ALBERTO BORDONABA

Alberto Bordonaba é o novo CEO da Kuka Roboter no Brasil. O executivo chega à fabricante global de robôs industriais com a missão de ampliar e fortalecer sua rede de distribuidores no País, capacitando as empresas em diversas áreas da robótica. Bordonaba é formado em engenharia industrial, com experiência no desenvolvimento e promoção de sistemas avançados de manufatura inteligentes e colaborativos. A intenção é avançar com o portfólio de robôs da Kuka nas indústrias automotiva, aeronáutica e de energia renovável.



Divulgação/Mercedes-Benz



MERCEDES-BENZ: ROBERTO LEONCINI + JEFFERSON FERRAREZ + WALTER BARBOSA

Após dez anos como vice-presidente de vendas e marketing de caminhões e ônibus da Mercedes-Benz do Brasil – que se somaram a 25 na direção comercial da Scania –, Roberto Leoncini deixará o dia-a-dia no fim deste ano. Aos 60

anos o executivo assumirá posição de conselheiro de negócios na empresa, e pretende seguir colaborando com outras empresas do setor. O engenheiro mecânico ingressou na Mercedes-Benz em 2014 e foi responsável pela transformação da estratégia comercial, colocando a fabricante mais próxima das demandas dos clientes. Nesta posição Leoncini participou de lançamentos importantes da marca na última década, como a nova família Actros, o fora-de-estrada Arocs e o portfólio de veículos Euro 6 lançados em 2023. Para a sucessão de Leoncini o presidente Achim Puchert dividiu em duas as funções e nomeou dois executivos que já exerciam a direção comercial de suas áreas: a partir de janeiro Jefferson Ferrarez será o vice-presidente de vendas, marketing, peças e serviços de caminhões e Walter Barbosa assume o mesmo cargo na divisão de chassis de ônibus.



Divulgação/Mercedes-Benz

MERCEDES-BENZ 2: SIMONE FRIZZO

Simone Frizzo foi nomeada vice-presidente de recursos humanos da Mercedes-Benz para a América Latina, sucedendo a Fernando Garcia, que deixará a companhia no fim deste ano para encarar outros desafios, segundo informou a empresa em comunicado. A executiva já era responsável pelas áreas jurídica e de auditoria na América Latina e acumulará os dois cargos junto com a direção do RH. A vice-presidente trabalha na Daimler Truck desde 2013, quando assumiu a diretoria de assuntos tributários.



Divulgação/Driv Tenneco

DRIV TENNECO: DANIEL FABBRIS NETO

Daniel Fabbris Neto é o novo diretor nacional de vendas da Driv Tenneco. O executivo passa a dirigir os planos comerciais e de distribuição dos componentes das marcas Monroe e Monroe Axios junto aos revendedores. Fabbris Neto trabalhou na Tenneco de 1999 a 2005, período em que coordenou as vendas da empresa. Depois o executivo, formado em publicidade e propaganda pela Universidade Metodista de São Paulo e com pós-graduação em gestão estratégica de negócios e MBA pela FGV, passou por TMD Friction e Valeo, na quais ocupou postos de liderança em projetos, vendas internacionais, planejamento de mercado e negócios.



Divulgação/Nissan

NISSAN: LUCIANA HERMANN

Luciana Herrmann assumiu, em 1º de novembro, a diretoria de comunicação da Nissan América Latina, recém-criada divisão que unificou a Nissan México, a Nissan América do Sul e a Nissan Importers Business Unit. Ela também segue na função de diretora de comunicação no mercado mexicano. A executiva, formada em administração de empresas pela Universidade Mackenzie e com pós-graduação na ESPM, dirigirá as equipes de comunicação de produto e corporativa, de relações públicas e de comunicação interna, reportando-se diretamente a Guy Rodriguez, presidente da divisão latino-americana. Com mais de vinte anos na indústria automotiva Luciana passou pelas áreas comercial, de planejamento, marketing e de comunicação. Ela ingressou na Nissan em 2015 e já trabalhou na matriz em Yokohama, no Japão.

“Espero que possamos errar. E errar bastante a ponto de anunciarmos um crescimento muito maior ao longo do ano que vem.”

Márcio de Lima Leite, presidente da Anfavea, em reunião com a imprensa no começo de dezembro, ao divulgar as projeções da entidade para 2024, que prevê crescimento de 7% sobre 2023 nas vendas domésticas de veículos, avanço de 4,7% na produção e incremento de apenas 2% nas exportações.

“No hay plata.”

Expressão repetida por Javier Milei, novo presidente da Argentina, em seu discurso logo após ser empossado no cargo, em 10 de dezembro, para informar que o governo não tem recursos e que os próximos anos serão duros para os argentinos.

“Francamente não tivemos um bom desempenho este ano no que diz respeito à demonstração da nossa capacidade de produzir veículos elétricos. Em 2024 espero dirigir uma produção significativamente maior de EVs.”

Mary Barra, CEO global da General Motors, em entrevista à Automotive News

“Dobrando a eficiência energética até 2030 poderemos economizar o equivalente a todo o petróleo usado no transporte rodoviário atualmente, uma economia de 40 milhões de barris de petróleo por dia. Temos a tecnologia e essa é a opção mais rápida e mais econômica de mitigação de carbono.”

Kim Fausing, CEO da Danfoss, fornecedor de sistemas de refrigeração, ar-condicionado, aquecimento e controle de motores. O executivo quer estimular governos a se comprometerem, na COP28, a dobrar a taxa de melhorias em eficiência energética até 2030, ao ritmo de 4% ao ano, para limitar o aquecimento global a 1,5°C.

“O Brasil é um dos principais mercados automobilísticos do mundo. Temos de estimular a indústria nacional em direção a todas as rotas tecnológicas que promovam a descarbonização, com estímulo aos investimentos na produção, manutenção e criação de empregos de maior qualificação e melhores salários.”

Geraldo Alckmin, vice-presidente da República e ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, em comunicado no qual justifica a retomada gradual, de 2024 a 2026, do imposto de importação de 35% sobre carros elétricos e híbridos, com o objetivo de estimular a produção nacional destes veículos.

7%

Estimativa de crescimento das vendas de veículos no Brasil em 2024, para cerca de 2,4 milhões de emplacamentos, contra 2,3 milhões em 2023, segundo divulgou no início de dezembro a associação dos fabricantes, a Anfavea.

R\$ 60 bi

Valor estimado do maior programa de investimento da história do Piauí, que de 2027 a 2032 irá instalar na Zona de Processamento de Exportação de Parnaíba um parque de produção de hidrogênio verde, por meio de eletrólise da água com energia solar e eólica.

USS 7,1 bi

Lucro da BYD em 2024, segundo projeta a consultoria Bernstein, que no mesmo ano estima faturamento USS 112 bilhões para a fabricante chinesa de veículos eletrificados, alta de 29% sobre as vendas previstas para 2023.

USS 8,7 bi

Lucro da Tesla em 2024, segundo o mesmo estudo. No próximo ano a consultoria projeta faturamento USS 114 bilhões para a fabricante de carros elétricos de Elon Musk, em crescimento de 19%.



Nosso AGRADECIMENTO por nos escolher.

Nos sentimos muito honrados em receber o Prêmio Autodata 2023 na categoria Melhor Sistemista pela nossa mais recente conquista, a inauguração de uma nova linha de produção para nossa divisão Interior Experience em Hortolândia.

A Marelli está criando experiências únicas e personalizadas em veículos, agora disponíveis para todos os clientes, aqui mesmo no Brasil.

AUTODATA

Os patrocinadores desta edição

