



From the Top  
Felipe Daemon,  
da Peugeot

# AUTODATA

## A TROMBADA DO EURO 6

Com nova motorização e preços mais caros as vendas de caminhões desabam

### BIODIESEL DA DISCÓRDIA

Mistura no diesel causa polêmica

### LEGADO DA COMBUSTÃO

Brasil tem oportunidade

### SUV DOMINA O MERCADO

A nova cara do carro brasileiro

# Nova Família VW Euro 6

## Os campeões de venda agora com mais eficiência, conforto, segurança e tecnologia.



/ Acesse nosso QR Code ou [vwco.com.br](http://vwco.com.br) e conheça os novos modelos.



Volkswagen Caminhões e Ônibus



Volkswagen Caminhões e Ônibus



@vwcaminhoes



No trânsito, escolha a vida!



Sob medida para conectar você ao futuro.



Caminhões  
Ônibus

EVENTO AUTODATA  
MEGATENDÊNCIAS EM DEBATE

**18**

Volta do carro popular, descarbonização e reindustrialização foram os principais temas discutidos por representantes do setor automotivo.

LEGADO DA COMBUSTÃO  
BRASIL TEM OPORTUNIDADE

**34**

Sindipeças defende política de Estado para aproveitar capacidade do País de projetar, produzir e exportar veículos e motores a combustão.

CARRO BRASILEIRO  
SUV DOMINA O MERCADO

**48**

Utilitários esportivos dão nova cara ao automóvel brasileiro, chegam à liderança de vendas e fazem os preços subirem como nunca antes.

NISSAN  
NOVO SENTRA

**56**

Com modelo renovado importado do México a marca japonesa volta à disputa do mercado de sedãs médios no Brasil dominado pela Toyota.

FORD  
DIVISÃO PRO

**60**

Após estrear na Europa e nos Estados Unidos a fabricante replica no Brasil sua área de vendas e serviços dedicada a veículos comerciais.

BIODIESEL  
COMBUSTÍVEL DA DISCÓRDIA

**24**

Aumento da mistura no diesel coloca fabricantes de veículos e distribuidores de combustíveis contra os produtores do biocombustível.

CAMINHÕES  
EURO 6 PUXA O FREIO



Divulgação/Volvo

Veículos com a nova motorização representaram só 6,4% das vendas de caminhões no primeiro trimestre. Produção desaba e fábricas param.

FIAT  
DUCATO ITALIANA

Marca lança nova geração de sua van de grande porte no País, agora importada da Itália em cinco versões de passageiros e carga.

PRÊMIO MERCEDES-BENZ  
PARCEIROS SUSTENTÁVEIS

Fabricante de caminhões e ônibus premia iniciativas de responsabilidade socioambiental de quatro fornecedores no País.

**6**  
**LENTE**

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

**10**

**FROM THE TOP**

Felipe Daemon conta como a Peugeot conseguiu voltar a crescer com as sinergias da Stellantis.

**64**

**GENTE & NEGÓCIOS**

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

**70**

**FIM DE PAPO**

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

# Setor volta ao discurso presidencial

Por Pedro Kutney, editor

O setor automotivo voltou com força ao discurso presidencial na gestão de Luiz Inácio Lula da Silva. Nenhuma surpresa, pois ele mesmo, um ex-metalúrgico e líder sindical atuante no berço desta indústria, frequenta a sede do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC como se sua segunda casa fosse. Conhece bem, portanto, as dores e sabores de quem trabalha no chão-de-fábrica. Assim, sempre agiu e foi tratado como aliado dos fabricantes de veículos e autopeças.

Em café da manhã com jornalistas na primeira semana deste abril Lula dedicou recorte importante de suas falas sobre o setor. Ele lembrou aos convivas ao redor da mesona de reunião no Planalto que foi nos seus dois mandatos, de 2002 a 2010, que a indústria automotiva saiu de uma crise para saltar para o melhor desempenho de sua história no País, ao alcançar o topo do recorde jamais batido de 3,8 milhões de veículos vendidos, em 2012. Passados dez anos as fábricas estão novamente metidas no buraco da ociosidade, e voltam a precisar da ajuda do chefe do governo.

Lula disse: "A expectativa que se tinha era que a gente estivesse agora em 2023 matriculando 6 milhões de veículos. Mas hoje estamos licenciando nem metade [do recorde de 2012]. A indústria automobilística parou de vender porque o povo parou de comprar. Não existe mais carro popular. O povo pobre comprava para pagar em trinta meses, quarenta meses, cinquenta meses, chegamos a financiar em sessenta meses". E diagnosticou: "Então tem um problema. E o governo, as empresas e os sindicatos estão sendo chamados para resolver".

Dizendo estar interessado na produção de veículos elétricos no País o presidente deixou claro que incentivos, caso existam, só serão concedidos em troca de ganhos mútuos: "Eu pretendo discutir com a Anfavea, com muita seriedade, e com dirigentes sindicais, qual é o futuro da indústria automobilística no Brasil. Tem que ser um jogo combinado. Se você vai dar um benefício para o empresário, é preciso saber o que o trabalhador vai ganhar, porque não tem sentido você negociar só para um lado ganhar".

Ao que tudo indica medidas serão tomadas em favor da volta do crescimento da indústria automotiva no Brasil. Resta esperar para saber se e como o discurso será transformado em ações.



**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 Brarros, Caio Bednarski, Hairton Ponciano Voz, Soraia Abreu Pedrozo **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação **Capa** Foto Nomad\_Soul/Shutterstock **Comercial e publicidade** tel. PABX 11 3202 2727: André Martins, Luiz Giadas e Luiz Martins **Assinaturas/atendimento ao cliente** tel. PABX 11 3202 2727 **Departamento administrativo e financeiro** Isidore Nahoum, conselheiro, Thelma Melkunas, Hidelbrando C de Oliveira, Vanessa Vianna **ISBN** 1415-7756 **AutoData** é publicação da AutoData Editora e Eventos Ltda., Av. Guido Caloi, 1000, 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

### FORD TINHA BOAS RAZÕES

Acredito entender melhor agora, com pouco mais de dois anos passados, o conjunto de razões que levou a Ford a deixar suas operações produtivas no Brasil e sua decisão de tornar-se apenas empresa importadora. Esta é apenas uma pensata de quem tem tempo para isto, mas acredito, mesmo, que a principal razão da Ford foi a sua percepção da desimportância que viria a ter o Brasil industrial e, on-board, o Brasil automotivo. Vejam os números do primeiro trimestre deste ano relatados por Anfavea e por Fenabrade: são o suficiente para que a indústria, o comércio e os serviços do setor de veículos desfraldem bandeira furada e empoeirada – onde a descobriram? – de outras batalhas, a do carro popular. Será que a ideia ainda funciona depois dos Teimoso e Pé de Boi e daquelas versões 1.0? E ressuscita ancorada, quem sabe, numa novíssima Câmara Setorial. [Vejam a reportagem, publicada em 22 de março pela Agência AutoData, ao cobrir o Seminário Megatendências.] Não será muita marcha à ré? Talvez a Ford tenha descoberto nossa marcha à ré muitos anos atrás...

### FORD TINHA BOAS RAZÕES 2

Outra razão que me assalta com relação à defecção da Ford é a observação do grande jogo de xadrez em todo o mundo, agora com a prestigiosa presença da China como um grande player. Antes da eletrificação, seja ela qual for, a bola da vez eram os veículos autônomos: só se falava disto nos elevadores e estacionamentos e refeitórios e mictórios de Detroit e de outras capitais do automóvel, inclusive no Brasil. E foi nesta quadra, que seria a dos autônomos, que a Ford decidiu fazer picar sua mula daqui. Ela sabia, e desconfio que todas as outras também, que o tamanho dos pés brasileiros automotivos não era suficiente para aquele jogo, de país rico com população média detentora de renda decente e de gerador de políticas de Estado dignas deste nome. Jogo para países de primeiro, ou de segundo, mundo. Não. Somos País de muitas reservas, é verdade, mas aquilo que a elite faz com o resto é, sim, inominável. Temos uma antiga classe média e média baixa transformada em empreendedora que não tem condições de comprar um carro o KM. E abraçamos uma multidão de pobres para os quais a elite não liga mas que também não compra carros. Depois vem a carga tributária e toda a estrutura de taxas, impostos e assemelhados, que lembra a quem a conhece com um pouco mais de profundidade a ideia de criar dificuldade para vender facilidade.



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

### FORD TINHA BOAS RAZÕES 3

Mas no meio do caminho neurônios a serviço dos interesses hegemônicos, os think tank, descobriram que não era, ainda, chegada a hora dos veículos autônomos: estes viriam depois pois havia grande incêndio a ser apagado antes. Pois era a hora de adotar a causa ESG, a governança social, ambiental e corporativa, e particularmente o verbo descarbonizar deveria ser bem conhecido em todas as línguas e em todas as bocas. Mas não apenas este verbo, mas todo um grande rol de novos comportamentos que atropelassem as grandes discriminações históricas, cujas estruturas estavam sendo atacadas no mundo todo, tendo como máquina-locomotiva a salvação do meio ambiente que estava indo pro brejo. Ou seja: mudou a prioridade do



Foto: Ari Pálea

capitalismo também no setor de veículos e abriu-se uma nova fronteira. E assim o País deveria estar aberto para isto que denominam eletrificação. Não está, pois as condições permanecem quase que as mesmas que estavam à mesa quando a bola 7 eram os autônomos. Não há crédito dedicado aos consumidores no banco, os preços relativos nunca estiveram tão altos – e isto no caso dos veículos dotados de motores a combustão, pois os elétricos são coisa só pra ricos. A indústria produz e/ou importa para, quem sabe, apenas 10% da população.

#### **FORD TINHA BOAS RAZÕES 4**

A vantagem – vantagem ? – seria a transformação do parque instalado automotivo brasileiro, avaliado em cerca de 4,6 milhões de unidades/ano, em produtor, e grande exportador, de veículos dotados de motores movidos a combustão interna para países de população tão pobre quanto a nossa. É como se a roda da história passasse a se movimentar naquela direção anterior, rumo àquilo que já recebeu o adjetivo presidencial de carroças. Mas não para os interesses dos grandes usineiros contemporâneos, que não mais recebem o nome de santos de suas usinas e ostentam nomes corporativos universais. Pois o álcool combustível, ao qual só se referem como etanol, pode ser, mais uma vez, a salvação da lavoura da energia limpa e renovável da terra agregada à pauta ESG. São muitos os esforços neste sentido.

#### **FORD TINHA BOAS RAZÕES 5**

Aposto que muito antes de alguns de nós gente da Ford já vira isto tudo, no sentido de enxergar, perceber. A Ford produz veículos mas produziu, historicamente, muita inteligência humana. Acredito que tenha percebido que não valia muito a pena para o bolso dos acionistas manter a maior parte dos valores que vinham sido investidos, há décadas, em certos países ao Sul do Equador. E que esta bufunfa poderia, muito bem, ser dedicada a outras causas, estas rentáveis. Fora deixando de ser bom negócio muitos e muitos anos atrás investir aqui, com o fim da ditadura civil-militar de 1964 a 1985, com o ascenso dos salários de chão de fábrica, aqueles que produzem o lucro para o acionista e para a empresa seguir radiante adiante e com a reeducação do consumidor gerada pelo contato com veículos importados. Mas negócios, que se saiba, no mundo capitalista, são apenas negócios e nada têm a ver com sentimentos de religião ou de bom-mocismo.

22 E 23 DE MAIO / ONLINE

[ SEMINÁRIO AUTODATA ]

# NEGÓCIOS AUTOMOTIVOS

2023

OS DESAFIOS DO PRESENTE E DO FUTURO NO BRASIL



PATROCINADORES

CONTINENTAL  
PARAFUSOS S.A.

DANA

NEO  
RODAS

## O NOSSO CONTEÚDO É RIQUÍSSIMO +++++++

-  Os caminhos e obstáculos para a retomada do crescimento do mercado e da produção de veículos no Brasil
-  Máquinas agrícolas e de construção: o desafio da nacionalização em um momento de intenso desenvolvimento
-  Autopartes: existem boas oportunidades para os fabricantes brasileiros? Como fazer para aproveitá-las?
-  Os fornecedores brasileiros terão boas oportunidades com o avanço da eletrificação?
-  Veículos comerciais: os desafios de um momento de grande evolução tecnologia e ambiental
-  A chegada de uma nova marca e os desafios até o início da produção nacional
-  O aumento da eletrificação e a necessária adaptação dos fornecedores brasileiros à nova realidade
-  Os caminhos para o setor automotivo brasileiro voltar à relevância do passado brilhante

As reservas já podem ser feitas pelo Celular/WhatsApp  
(11) 93372 1801 ou no e-mail [vanni@autodata.com.br](mailto:vanni@autodata.com.br).

# Resgate do leão

**E**cônomo de formação, com carreira iniciada no mercado financeiro, o combustível nunca mais saiu do sangue de Felipe Daemon, como ele mesmo diz, desde que ingressou, em 2013, no antigo Grupo Fiat, logo depois renomeado FCA, Fiat Chrysler Automobiles. Lá o combustível que moveu o executivo foi o de armar estratégias de marketing para produtos da empresa, primeiro para modelos Jeep, depois os Fiat – seu grande projeto na gerência de produto da marca foi o lançamento da

nova Strada, em 2020, apresentada em plena pandemia.

Por ter superado o desafio ganhou outro. Após a conclusão da fusão da FCA com a PSA que criou a Stellantis, em janeiro de 2021, Daemon recebeu uma ligação de Antonio Filosa, presidente do grupo na América do Sul, com o convite para assumir a direção da Peugeot, marca francesa que vinha do lado PSA da nova empresa, que ele ainda não conhecia.

Daemon aceitou o desafio tão rápido quanto tratou de agir, ao

modo FCA, para resgatar a marca do leão, que acumulava anos de maus resultados. Com um plano de lançamentos aproveitando os produtos já em linha e as sinergias oferecidas pela Stellantis, a Peugeot deu salto digno de um felino: foi a fabricante que mais cresceu em 2021 e 2022 no Brasil e segue aumentando participação.

Nesta entrevista o vice-presidente da Peugeot América do Sul conta o que foi feito para recuperar o bom desempenho e como pretende manter o ritmo.



Clique aqui para assistir à versão em videocast desta entrevista

**O senhor trabalhava no lado FCA da empresa antes da fusão com a PSA que criou a Stellantis, no começo de 2021. Foi gerente de marketing de produtos das marcas Fiat e Jeep. Como foi o processo de assumir a Peugeot?**

Foi uma surpresa. O [Antonio] Filosa [presidente da Stellantis América do Sul] me ligou e ofereceu a oportunidade. Nem tive muito tempo para pensar, só disse que aceitava o desafio. Tinha a cultura da ex-FCA, trabalhei na equipe de vendas da Jeep por alguns anos e depois fui para a área de [marketing] de produto da Fiat: lá meu último grande projeto foi a nova Strada. Eu era o responsável

pelo lançamento que foi realizado em plena pandemia [junho de 2020], vivemos todos os desafios possíveis, mas tudo correu muito bem. Meses depois surgiu a Stellantis e o desafio de dirigir a Peugeot. A primeira coisa que fiz foi me aprofundar nos mais de duzentos anos de construção da empresa e muito rapidamente a marca me conquistou. Outro fator que chamou a atenção foi a paixão de quem já trabalhava com a marca: já existia ali equipe motivada que rapidamente se integrou com profissionais que trouxemos da ex-FCA. Formamos assim uma equipe muito engajada, com pessoas dos dois universos que

**CONTINENTAL PARAFUSOS S.A.**

Fornecendo excelência para aplicações automotivas

Abril 2023 | AutoData



se complementaram muito em pensamentos e habilidades. Este foi um fator muito importante para alcançar nossos resultados mais recentes.

Quando assumiu a gestão da marca, no começo de 2021, a Peugeot tinha participação abaixo de 1% das vendas de carros no Brasil. Terminou aquele ano com 1,5%. E, em 2022, saltou para 2,1%, com quase 42 mil carros emplacados e expressivo crescimento de 41% sobre 2021, o maior porcentual dentre todas as marcas. O que mudou tanto para tornar possível este desempenho?

Tivemos autonomia para construir um plano do zero pensando no futuro da marca e a recepção foi muito positiva de todas as partes envolvidas, como concessionários e a própria imprensa. Fomos muito felizes na velocidade e na efetividade da implementação das ações que planejamos até aqui. O primeiro passo foi focar na competitividade dos produtos e definir um rápido plano de lançamentos. Ótimo exemplo disto é o 208 Style [equipado com motor 1.0 Firefly fabricado em Betim, MG, que era usado só em carros Fiat]. O modelo chegou ao mercado no ano passado, mas foi uma decisão que tomamos naquele início de trabalho e executamos em curto espaço de tempo [pouco mais de um ano após a fusão na Stellantis]. É um carro que trouxe mais capilaridade no principal segmento em que atuamos, de B hatchbacks [compactos], trazendo um produto competitivo que combina a eficiência do motor com a sofisticação da Peugeot. Assim ajustamos nosso plano de produtos de forma pragmática, para obter conquistas em curto prazo. Outro ponto foi a aproximação

“Conseguimos resultados no curto prazo com um plano pragmático de lançamentos, explorando a linha de produtos que temos. Assim crescemos 83% de 2021 para 2022 e o 208 representa porcentual significativo das vendas, porque o segmento B hatch era a maior oportunidade que tínhamos.”

da rede de concessionários, renovando parcerias e pensando na sua expansão, identificando locais nos quais não tínhamos cobertura e que eram essenciais. Montamos um plano de expansão do número de concessionárias, que traz um crescimento orgânico importante. Em terceiro lugar também fizemos um trabalho de posicionamento, focado na tradição inventiva da Peugeot nas categorias em que atuava, mas também sendo protagonista no processo de transição energética com a eletrificação de nossos produtos.

A Peugeot viveu no Brasil uma de crise de identidade, tornou-se mais popular, aqui tinha imagem menos sofisticada do que na Europa. Depois da fusão, dentre suas catorze marcas, o Grupo Stellantis classificou a Peugeot como uma fabricante generalista de padrão superior, pouco abaixo de premium, mas acima de marcas de volume como Fiat e Citroën.

A horizontal advertisement banner for Continental Parafusos S.A. The banner features the company's logo (a stylized 'C' inside a circle) and the text "CONTINENTAL PARAFUSOS S.A." in blue. To the right, the slogan "Fornecendo excelência para aplicações automotivas" is displayed in blue, accompanied by a small blue starburst graphic. Below the text is a collection of various automotive fasteners, including bolts, nuts, and washers, arranged in a curved line. On the far right, there is a QR code.



CONTINENTAL  
PARAFUSOS S.A.

HIGH-TECH ⚡  
INDUSTRIAL FASTENERS



SINCE 1974

- ★ ASES / RENAULT NISSAN
- ★ BEST ONE SUPPLIER / STELLANTIS
- ★ BIQS / GENERAL MOTORS
- ★ Q1 / FORD
- ★ VDA 6.3 / VOLKSWAGEN

PRODUCTS

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



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



**“O motor 1.0 Firefly caiu como uma luva no Peugeot 208, tanto do ponto de vista técnico como de crescimento das vendas. Este senso de oportunidade se mantém: aproveitaremos tudo que a Stellantis pode proporcionar para enriquecer a linha de produtos e construir o crescimento da marca.”**

#### **Qual é hoje a identidade que a Peugeot quer ter no Brasil?**

A classificação global da Peugeot é, de fato, uma marca “high end generalista” [generalista de topo]. No Brasil e na América do Sul adotamos este mesmo posicionamento. Aqui conseguimos combinar as oportunidades do nosso mercado com essa visão clara que a Stellantis trouxe à marca. Vou citar novamente o 208 Style como exemplo, porque o modelo aproveita uma grande oportunidade de crescimento, colocando a Peugeot na maior faixa de vendas da categoria de B hatchbacks [os 1.0], mas nem por isso deixamos de estar no topo deste segmento. Este posicionamento trouxe ao mercado um carro 1.0 com conteúdos diferenciados que estão em carros topo de gama. Assim nos posicionamos



no universo generalista: no topo dele. A mesma coisa acontece com os elétricos: quando olhamos para este segmento não estamos na base de preço e nem estamos junto com os modelos premium, estamos nesse espaço do meio e está muito claro que é aí que vamos atuar. Mas é importante lembrar que, para além de uma linha de produtos coerente com este posicionamento, também precisamos estar atentos à comunicação e à experiência do consumidor. Para 2023, além de novos produtos programados, também teremos várias ações para oferecer esta experiência high end para o cliente.

**A Peugeot entrou na Stellantis aqui no Brasil com uma relação desgastada com os concessionários, que ameaçavam entrar no Cade para barrar a fusão. Dois**

An advertisement for Continental Parafusos S.A. featuring a large collection of various automotive fasteners like bolts, nuts, and washers arranged in a pattern. The company logo, which is a stylized 'C' inside a circle, is in the top left. The text "CONTINENTAL PARAFUSOS S.A." is next to it. To the right, the slogan "Fornecendo excelência para aplicações automotivas" is written in blue, followed by a small star icon. In the bottom right corner, there is a QR code.



**anos depois a Peugeot tem a rede que mais cresceu no País. Como conseguiram apaziguar os ânimos?**

O primeiro passo foi ouvir o que os concessionários tinham a nos dizer, pois são parceiros essenciais para a imagem da marca e crescimento das vendas. A partir disso construímos uma relação de muita transparência e de cocriação para desenhar o futuro da Peugeot. Este relacionamento foi essencial para que conseguíssemos rapidamente virar a chave para o bom momento da marca com expansão acelerada de participação de mercado. Além da já muito saudável e sólida relação construída com os distribuidores também temos um plano de expansão: em 2021, quando assumi, a Peugeot tinha perto de 120 pontos de venda e já temos mais de 180 hoje. Continuamos observando

regiões no Brasil onde há oportunidades interessantes para crescer com qualidade e rentabilidade, tanto para os empresários quanto para nós.

**A Peugeot pretende continuar a produzir carros no Brasil? Ou após o fim do ciclo de vida da versão antiga do 208, ainda produzido em Porto Real, RJ, vai transferir toda sua produção no Mercosul para a Argentina, como já fez há três anos com o 208? É lá que será produzido o novo 208?**

Também fazemos no Brasil o Partner Rapid Iversão Peugeot do furgão Fiat Fiorino já produzido há anos na mesma fábrica de Betim, MG. Não faz muito tempo lançamos uma versão reestilizada do 208 [fabricado em Porto Real] e acreditamos no produto, seu desempenho está de acordo com as expectativas que tínhamos. Temos foco em manter a competitividade dos nossos produtos. Não posso revelar agora exatamente qual será a fonte [de produção] de cada veículo Peugeot mas posso garantir que temos planos de continuar a produzir modelos no âmbito do Mercosul. A estratégia da marca [na região] vem funcionando dessa forma e pretendemos manter assim.

**Diante da concorrência a Peugeot tem um portfólio pequeno de produtos locais: o 208, que respondeu em 2022 por mais de 70% das vendas da marca, é produzido na Argentina, o furgão Expert é montado no Uruguai, o Partner Rapid em Betim e o 2008 de geração antiga é o único ainda fabricado em Porto Real. Há planos para expandir a linha de veículos feitos no Mercosul?**



**CONTINENTAL  
PARAFUSOS S.A.**

**Fornecendo excelência para aplicações automotivas**



Sim, temos planos de expansão do portfólio com produção dentro do Mercosul. Nossa trabalho tem sido dirigido em conseguir resultados no curto prazo, com um plano bem pragmático para explorar ao máximo as oportunidades com a linha de produtos que temos. Assim crescemos 83% de 2021 para 2022 e o 208 representa porcentual bastante significativo das vendas, porque o segmento B hatch era a maior oportunidade que tínhamos nesse sentido. Igualmente

o Partner Rapid nos colocou com preços competitivos de volta ao segmento de B vans, além dos outros modelos da gama como o 2008, 3008 e os comerciais leves. Vamos expandir o portfólio no futuro e estamos muito atentos às possibilidades em segmentos nos quais existe maior possibilidade de crescimento para a Peugeot, preservando nossa estratégia de marca high end generalista dentro de cada categoria.

**O motor 1.0 aspirado que desde o ano passado equipa a versão mais vendida do hatch 208 foi desenvolvido pela Fiat e é produzido em Betim. Foi uma das primeiras sinergias de uma marca FCA para outra da PSA. Quais outras sinergias podemos esperar? Os motores turbo utilizado por Fiat e Jeep também equiparão modelos Peugeot aqui?**

A primeira sinergia da Peugeot com o grupo na região foi o Partner Rapid, que conseguimos lançar rapidamente, a segunda foi o motor 1.0 Firefly que caiu como uma luva no Peugeot 208, tanto do ponto de vista técnico como de crescimento das vendas. Este senso de oportunidade se mantém, aproveitaremos tudo que a Stellantis pode proporcionar para enriquecer a linha de produtos e construir o crescimento da marca. A Peugeot embarcará em tudo o que faça sentido: isso passa por powertrain, por modelos e todas as outras sinergias técnicas que a empresa nos oferece.

**A Peugeot tem uma das maiores ofertas de carros elétricos no mercado brasileiro: tem três, o e208, o e2008 e o furgão eExpert. A intenção é ser reconhecida como a marca mais eletrificada do Grupo Stellantis na América do Sul?**

Temos estes três modelos elétricos que foram lançados em curto espaço de tempo [no Brasil]. Não se trata só de ser reconhecida como marca mais eletrificada mas da contribuição que Peugeot tem a dar à Stellantis como protagonista no processo de transição energética em um mercado cada vez mais competitivo. Nós contribuímos com a velocidade que estamos impondo aos lançamentos, junto com o ecossistema que estamos construindo para os clientes de elétricos, além de trazer novos modelos. Não vamos parar por aqui: uma das metas que colocamos quando traçamos o plano da marca logo naquele começo [há dois anos] é de, até 2024, ter uma opção elétrica em cada segmento em que a Peugeot atua no Brasil. Este compromisso traduz



**CONTINENTAL  
PARAFUSOS S.A.**

Fornecendo excelência para aplicações automotivas

**“Expandiremos a linha de produtos, estamos atentos às possibilidades em segmentos nos quais existe maior possibilidade de crescimento para a Peugeot, preservando nossa estratégia de ser uma marca generalista no topo de cada categoria.”**

bem a importância que damos a esta transição e ao tamanho da contribuição que queremos dar à Stellantis nesse processo que o mercado vive hoje.

**A Peugeot embarcará na mesma estratégia das outras marcas da Stellantis de lançar modelos híbridos flex no Brasil?**

É um desenvolvimento da Stellantis que faz todo sentido para o Brasil. Como Peugeot queremos trazer ao mercado o que há de melhor, então eu repito a resposta que outras marcas do grupo dão a esta questão: a Peugeot quer, sim, embarcar neste movimento [do híbrido flex] que a Stellantis está trazendo, é uma oportunidade de crescimento.

**A Peugeot também registra bom desempenho no segmento de comerciais leves no Brasil com três furgões, um deles com versão elétrica. Pretende lançar mais veículos e aumentar participação neste segmento?**

Temos um desempenho positivo neste universo, que é estratégico. A Peuge-

ot tem tradição e construiu reputação neste mercado. Vamos continuar fortes no segmento, crescendo, ampliando a oferta [de modelos] e trabalhando na experiência do cliente. Ao longo de 2023 e nos próximos anos teremos novidades nessa área.

**Como o senhor avalia o desempenho da Peugeot nos outros mercados sul-americanos que estão sob a sua coordenação?**

A marca se encontra em estágios diferentes em cada país da região, mas no geral vai muito bem. Temos incrementos significativos de participação na América do Sul. Quando cheguei a Peugeot tinha 1,8% de market share na região, hoje está com 3%. No Brasil saímos de 0,7% para 2,1%, mas o mercado brasileiro não foi o único motor deste crescimento. Na Argentina saímos de 6,8%, que já era uma participação importante, e aumentamos para 9,4%, sendo o 208 o segundo carro e o primeiro hatch mais vendido do país. No Chile temos um mercado totalmente aberto, e lá trabalhamos com produtos trazidos da Europa e durante a pandemia sofremos com falta de veículos. Mesmo assim crescemos de 4,6% para 4,9%, em 2023 manteremos o ritmo e devemos fechar o ano acima dos 5%. A Peugeot tem um enorme potencial na região. Já colhemos ótimos resultados desde o início da minha gestão mas ainda há muito por vir.

**Como está sua agenda? Teremos muitos lançamentos da Peugeot?**

Teremos sim, a agenda está bem cheia, com muitas novidades a apresentar este ano, que traduzirão este meu otimismo de crescimento para a marca. ■

**CONTINENTAL PARAFUSOS S.A.**

Fornecendo excelência para aplicações automotivas

# Megatendências em debate

Carro popular, descarbonização e reindustrialização foram alguns dos principais temas discutidos nos cinco dias do seminário

Redação AutoData



**E**letroficação, etanol, novas formas de comercialização, inovação, carro popular. Foram estes os principais temas debatidos, sugeridos e lançados na edição 2023 do Seminário Megatendências O Novo Brasil, organizado pela AutoData Editora de 20 a 24 de março, em ambiente on-line. Executivos de grandes fabricantes de veículos e autopeças, bem como representantes das

associações do setor industrial nacional, participaram das discussões ao longo de cinco dias, quando foi possível identificar quais são os rumos que a indústria brasileira provavelmente deverá tomar nos próximos anos.

A necessária e difícil reindustrialização do Brasil foi tema uníssono nos painéis. Recuperar a importância do setor industrial, não só mas também o automotivo,

está na agenda de prioridades a tratar com o governo dentro das entidades setoriais que participaram do painel que abriu o seminário. Cláudio Sahad, presidente do Sindipeças, destacou que a indústria automotiva perdeu 16 pontos porcentuais de participação no PIB industrial brasileiro nos últimos trinta anos. Desde 2008 caiu 37%: tinha um peso de 16,8% e, em 2021, representou 10,3%.

"É preciso recuperar a situação da indústria porque a cadeia automotiva gera empregos de qualidade superior", lembrou Sahad. "Além disto a inovação é inerente aos nossos negócios. Precisamos aparar arestas macroeconômicas para eliminar os entraves da competitividade."

Mais do que a redução na participação no PIB é fundamental reverter perda de espaço da indústria de alta e média tecnologia dentro da indústria de transformação no Brasil, conforme ressaltou José Velloso, presidente da Abimaq: "Para isto é preciso adotar políticas corretas, de uma agenda de competitividade, reformas, como a tributária, e discutir o custo de capital para investimento e alavancar os negócios".

## NOVA INDUSTRIALIZAÇÃO

Josué Gomes da Silva, presidente da Fiesp, acrescentou que foram criadas situações hostis, como o excesso de tributação, que afeta a capacidade de investimento das empresas, e a alta taxa de juros: "A indústria de transformação não voltará a ser a locomotiva do crescimento nacional sem uma nova industrialização, que pressuponha uma integração às cadeias de suprimentos, mais digitalizada, inovadora e de baixo carbono, com uma política industrial horizontal, juros compatíveis e modernização tributária".

Já Márcio de Lima Leite, presidente da Anfavea, chamou a atenção para uma realidade de sobrevivência em curto prazo. Destacou que o País precisa atrair investimentos baseado em coragem, ousadia e política de governo, e citou o México, país que reúne esses quesitos e atrai muitos investimentos: "Temos uma indústria de autopeças competitiva, temos um país com condições naturais e tecnológicas fantásticas e temos de estar inseridos nesta cadeia global. Preferimos exportar lítio ou temos interesse em ser um polo exportador de baterias elétricas?"

The image is a screenshot of a video conference. On the left, there is a vertical banner with the text "SEMINÁRIO MEGATENDÊNCIAS" and "2023 O NOVO BRASIL". In the center, there are two video feeds. The left feed shows a man with glasses and a dark suit, identified as José Velloso, presidente da Abimaq. The right feed shows a man in a white shirt and tie, identified as Josué Gomes, presidente da Fiesp. Both men are looking towards the camera. The background of the video conference screen features abstract blue and purple wave patterns.

PATROCINADORES



"Estas questões têm de estar inseridas dentro de uma política de desenvolvimento industrial", completou Lima Leite.

E a indústria já provou que tem condições de promover soluções em curto prazo. No auge da pandemia diversas empresas automotivas se uniram para o fornecimento de equipamentos médicos hospitalares, lembrou Erwin Franiek, diretor da SAE e presidente do SAE-4Mobility. A rápida criação de uma cadeia antes inexistente de equipamentos hospitalares mostrou que, se o Brasil colocar metas claras e tiver uma demanda bem definida, conseguirá reagir e ter toda estrutura produtiva bem dimensionada para fazer itens de alta tecnologia: "Esta experiência na pandemia nos permite escolher o que for importante para o Brasil, e se isso for uma decisão de País, a gente faz. Temos competência, recursos e materiais. É só nos organizarmos".

#### FRENTES E OPORTUNIDADES

"Precisamos olhar para a frente", afirmou Margarete Gandini, coordenadora geral de fiscalização de regimes automotivos do recriado MDIC, Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, que chamou a atenção para as oportunidades abertas para a nacionalização e para a integração das cadeias globais de valor.

Ela divide os novos desafios em quatro pilares: eficiência energética e reciclagem de materiais, inovação e nacionalização, economia circular [renovação de frotal e economia verde na propulsão e descarbonização, e o ecossistema de logística e mobilidade.

"Estas são as quatro grandes frentes e oportunidades para as indústrias instaladas no País."

De acordo com Gandini o MDIC tem também em seu planejamento a definição da metodologia da pegada de carbono dos produtos fabricados no País, para ser implementada em 2027: "Este indicador nos dará uma vantagem competitiva na produção nacional".

A produção de veículos tem efeito multiplicador no resultado do PIB, conforme análise de Roberto Luís Troster, ex-economista-chefe da Febraban e sócio da Troster e Associados. Quando a indústria automotiva cresce ela puxa, junto, diversos outros setores da economia, inclusive da área de serviços.

"Se a produção de automóveis cresce o Brasil cresce junto. Quando um veículo é produzido há efeito sobre a cadeia de autopeças, rede de distribuição, transporte e outros serviços correlatos. O mesmo vale para toda a indústria de transformação: o efeito é multiplicador no PIB."



PATROCINADORES

ArcelorMittal

BASF  
We Create Chemistry

BorgWarner

BOSCH  
Technology for Life

Condumax

CONTINENTAL  
PARAFUSOS S.A.

AUTODATA  
ESTADONÍCIOS



Para Troster o governo está correto na sua identificação de que precisa fortalecer o setor industrial, mas ainda há muita lição de casa a ser feita: "Só a boa intenção não resolverá".

### CARRO POPULAR

Um tema que ganhou destaque nas mesas de reunião da indústria após debates no Seminário Megatendências foi a volta do carro popular, considerada fundamental para que a indústria brasileira de veículos retome os volumes de dez anos atrás.

O presidente da Fenabrade, José Maurício Andreta Júnior, acredita que voltar a produzir veículos de entrada, com preço médio menor, trará de volta mais clientes para o negócio: "Eu respeito a decisão das montadoras de trabalharem com veículos de segmentos mais altos buscando elevar a rentabilidade, mas devemos voltar a olhar para os carros de entrada. Isto não alterará o volume que a indústria já tem hoje. Estamos trabalhando em um projeto, que ainda não está definido, mas que será apresentado ao novo governo federal e que segue nesta linha".

Andreta acredita que este seja um dos caminhos para reduzir a capacidade ociosa das fábricas e puxar todos os elos da cadeia automotiva, considerada

muito importante para a retomada do crescimento do País: "Para ganhar escala isso será necessário [a volta dos veículos de entrada] e só esta escala manterá viva a rede de concessionárias, porque com o volume atual a conta não fecha. As revendas precisam de maior volume de veículos para se manter, assim como fornecedores e seguradoras".

Antonio Filosa, presidente da Stellantis na América do Sul, concordou que incrementar os volumes seria interessante não só para as montadoras como também para os fornecedores. Mas esta atitude requer um projeto de médio a longo prazo, que chama de "sistema de soluções articuladas", ou uma espécie de nova câmara setorial automotiva. Para isto ele observa que é preciso que a Anfavea, com seu papel de eficiência, governo, com carga fiscal e solução de acesso ao crédito, Sindipeças e Fenabrade se reúnam encarando um projeto social, no desenvolvimento de empregos, da indústria e de competências locais.

"A demanda por mobilidade no Brasil não mudará, por questões demográficas. Hoje ela é distribuída em transporte público, carros novos e usados, motos e serviços de mobilidade, como Uber. Se conseguirmos emplacar um projeto de carro popular ou de baixo custo pode



haver uma migração das motocicletas ou dos veículos usados, o que beneficiaria a indústria e os consumidores. Mas é um projeto estratégico para a indústria e deve ter a participação igual de cada um dos interlocutores."

### ALTERNATIVAS DE COMERCIALIZAÇÃO

Enquanto a indústria e o governo pensam em políticas para expandir os volumes de produção os consumidores buscam alternativas para a elevada taxa de juros – que, segundo Fernando Gonçalves, superintendente de pesquisas econômicas do Itaú, deverá permanecer elevada ao longo de 2023: "Se não deixar os juros onde estão a inflação ficará ainda mais alta, o que trará incertezas e o ano encerrará com economia fraca e inflação elevada".

JR Caporal, presidente da Auto Avaliar e da Carflip, contou sobre a operação da empresa que começou a explorar o negócio de assinatura de seminovos no Brasil, ainda sem concorrentes: oferece a assinatura de um veículo seminovo, de seis a 24 meses, com a possibilidade de compra para o cliente no fim do contrato.

"Conseguimos atender aquele público que gostaria de comprar um determinado carro mas que, naquele momento, não conseguiu aprovação de crédito. De cem

pessoas que não conseguiram nenhuma linha de financiamento nós conseguimos aprovar o contrato de assinatura de, aproximadamente, 25."

Paulo Miguel Júnior, conselheiro da Abla, que representa o setor de locação, disse que no Brasil existem poucas locadoras olhando para este modelo de negócio, mas que nos Estados Unidos as empresas do setor já oferecem serviços com carros seminovos. Ele acredita que poderá ser uma oportunidade no futuro: "As locadoras estão acostumadas a trabalhar com carros zero-quilômetro, mas os veículos por assinatura que retornam ao fim do contrato podem ganhar uma segunda destinação".

Para o conselheiro da Abla o mercado de locação, que avança no País, fica cada vez mais atrativo por causa da perda de capacidade de consumo geral da população, que sofre para conseguir comprar um carro novo ou seminovo, por fatores como alta nos preços e crédito muito caro.

### DESCARBONIZAÇÃO

O etanol como alternativa para a descarbonização também foi tema de debates no Seminário Megatendências 2023. Gonçalo Pereira, professor da Unicamp especialista em bioenergia, disse acreditar que o etanol merecia ganhar mais

inteligência para ficar ainda mais eficiente, até como combustão pura.

Ao comparar o motor a etanol com o elétrico ele questionou: "O motor elétrico é mais eficiente do que o motor a combustão. O problema do carro elétrico não é seu motor, mas de onde vem sua energia. Já o motor a etanol, gerando energia para alimentar uma pequena bateria, aí sim, faz muito sentido".

Ele propõe a hibridização como o melhor dos mundos: "O etanol é só a ponta de uma cadeia extraordinária. A eletrificação é o futuro do planeta. O Brasil tinha que perseguir isto como uma obsessão e criar o Proálcool Elétrico".

Nesta direção Ricardo Abreu, consultor sênior em mobilidade sustentável da Unica, disse que fica estranho ter de defender uma solução quando o certo é combinar soluções. Ele cita a combinação da tração elétrica com a geração de energia a bordo, usando o etanol, de baixo carbono: "Temos uma solução que muitos consideram como transição, mas para mim é a opção".

"É preciso tomar uma decisão: queremos importar um problema ou exportar uma solução?", questionou o professor Pereira. Esta é, para ele, a pergunta central, que permeia toda a cadeia desde a área agrícola até a indústria: "A oportunidade

que temos hoje com a reindustrialização do Brasil é por meio da bioenergia. Este é nosso destino".

O professor da Unicamp ressaltou ainda que o sertão é um oásis do Sol, e que com inteligência é possível captar essa energia solar e convertê-la em biomassa: "Agora, com conhecimento, podemos produzir no sertão o agave com a produtividade da cana de açúcar, em uma área muito mais barata do que em Ribeirão Preto".

A bioenergia também representa a geração de empregos. Pereira fez um cálculo raso: cada emprego gerado em uma empresa na área fóssil corresponde a cinquenta na mesma companhia em área renovável.

"Viveremos uma brutal crise de desemprego, sem precedentes, enquanto usamos um remédio antigo para uma doença nova. O Brasil tem o maior número de doutores desempregados no mundo. Não estamos conseguindo usar nossa inteligência no setor produtivo. Sem industrialização não haverá emprego. Olha o que aconteceu com a Ford! Temos ouro no Brasil, na forma de biocombustível. Temos que criar uma cadeia de industrialização baseada nisso!"

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

**Gonçalo Pereira, professor da Unicamp**

**PATROCINADORES**

- DANA
- DASSAULT SYSTEMES
- GERDAU  
O futuro se move
- IVECO
- Marcopolo APRENHENDO PESSOAS
- AUTODATA



# O racha do biodiesel

Aumento da mistura no diesel coloca em lados opostos produtores do biocombustível e fabricantes de veículos, transportadores e distribuidores de combustíveis

Por Pedro Kutney

**O**que deveria ser uma importante alternativa para reduzir as emissões dos veículos dotados de motores movidos a diesel tornou-se disputa pontuada por acusações sem meias palavras. A pressão pelo aumento da mistura de biodiesel ao combustível fóssil colocou em oposição aberta dois setores empresariais: de um lado, favoráveis à elevação, estão os produtores do biocombustível obtido a partir de óleos vegetais e gordura animal, diametralmente contra estão fabricantes de veículos, distribuidores e importadores de combustíveis e transportadores de cargas.

Os produtores de biodiesel acusam a indústria de querer atrasar a transição energética para veículos de baixa emissão por motivos puramente econômicos, sem levar em conta razões socioambientais. O lado oposto afirma que, também por motivos econômicos e sem oferecer benefícios socioambientais, o lobby do biocombustível alternativo ao diesel quer garantir reserva de mercado, empurrando um combustível de baixa qualidade, que danifica motores e provoca prejuízos.

O resultado da disputa terminou com vitória parcial dos fornecedores de biodiesel: o governo aprovou que a mistura do

biocombustível ao diesel passe dos 10%, índice que estava estacionado desde 2021, para 12% a partir de 1º de abril, subindo 1 ponto porcentual por ano até 2026, quando chegará a 15%. Segundo informa o MME, Ministério de Minas e Energia, estes teores poderão ser antecipados com base em avaliação pelo CNPE, Conselho Nacional de Política Energética, de aspectos relacionados à oferta e demanda de biodiesel bem como de seus impactos econômicos.

A medida foi aprovada em março pelo CNPE, integrado por dezesseis ministros de Estado, dois integrantes da academia e, na ocasião, liderado pessoalmente pelo presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva. Foi em sua gestão, em 2004, que foi criado o PNPB, Programa Nacional de Produção e Uso de Biodiesel, que tinha o propósito inicial de criar renda extra à agricultura familiar.

### RETOMADA

Desde a criação do PNPB a proporção do agrocombustível no diesel vem aumentando, começando em 2%, em 2008, e avançando gradualmente a 13%, em 2021. O programa previa alcançar 15% em março passado, mas o governo passado freou essa evolução no fim de 2021 quando decidiu reduzir a mistura a 10% na tentativa de segurar o preço do diesel, uma vez que o biocombustível é mais caro que o combustível fóssil.

A atual resolução do CNPE, portanto, é entendida pelos produtores como uma retomada e revalorização do programa nacional de biocombustíveis, por isto não deveria causar tanta resistência, segundo pontua [Júlio César Minelli](#), diretor superintendente da Aprobio, que reúne nove empresas produtoras de biodiesel: "Os veículos já usaram o diesel B13 em 2021 e, segundo uma resolução de 2018, deveriam já estar usando B15 hoje. A razão desse retrocesso não foi técnica, mas uma manobra para segurar o preço do diesel".

Atualmente existem 59 usinas de biodiesel em quinze estados do País, com capacidade nominal de produzir 13,4 bilhões de litros por ano. No ano passado, com o

B10, mal se utilizou metade do potencial, apenas 6,3 bilhões de litros, volume que deve chegar a pouco mais de 7 bilhões de litros este ano com o B12 e poderá alcançar 10 bilhões em 2026 com a evolução para o B15. Portanto está sobrando capacidade para atender à demanda projetada e não será este o problema a pressionar os preços do diesel.

Minelli explica que atualmente o litro do biodiesel é aproximadamente 10% mais caro que o do diesel, mas esta diferença pode variar bastante, de acordo com as cotações internacionais das matérias-primas utilizadas, principalmente a soja, que hoje origina quase 70% do biodiesel produzido no País.

"O biodiesel já foi até mais barato, mas a guerra na Ucrânia forçou para cima as cotações das commodities agrícolas e por isto o governo passado decidiu baixar a mistura para 10%."

### QUALIDADE EM XEQUE

A Aprobio rechaça as acusações de produzir um combustível de baixa qualidade, contaminado com metais e glicerinas, instável, sujeito a oxidação que deteriora suas propriedades, forma borra que compromete o funcionamento e pode travar os motores. É o que alega a indústria de veículos, distribuidores e importadores de combustíveis em um virulento comunicado divulgado no início de março, assinado por nove entidades – dentre elas a Anfavea, que reúne os fabricantes de veículos.

"É o desespero de um setor contra o biodiesel", rebate Minelli. "Já produzimos no Brasil biodiesel com garantia de estabilidade de até maior do que é exigido na Europa. Testes apontam durabilidade da mistura [diesel/biodiesel] de mais de seis meses."

Para o diretor da Aprobio "muitas vezes o problema está na mistura incorreta no distribuidor ou mesmo no diesel S10, que também pode estragar porque tem baixo teor de enxofre, um bactericida que conserva o combustível, mas para distribuidores e importadores de diesel que assinam aquele texto é mais conveniente colocar a culpa no biocombustível".



Divulgação/Aprobio

O biodiesel é produzido no País pelo processo de esterificação, em que óleos vegetais ou gordura animal recebem adição de 10% do volume de metanol – produto tóxico e que hoje é importado pelo Brasil: a produção nacional não é competitiva, segundo a Aprobio. A grande variabilidade de matérias-primas e processos sem padrões auditáveis na produção, mistura e distribuição levaram a indústria a desconfiar da qualidade do biocombustível.

Em 2018, quando já se usava o B10 no País, o Ministério das Minas e Energia promoveu estudo com dezesseis empresas fabricantes de veículos e motores diesel, que durante um ano fizeram testes de

rodagem com mistura de 15% de biodiesel, B15, e alguns deles também com B20.

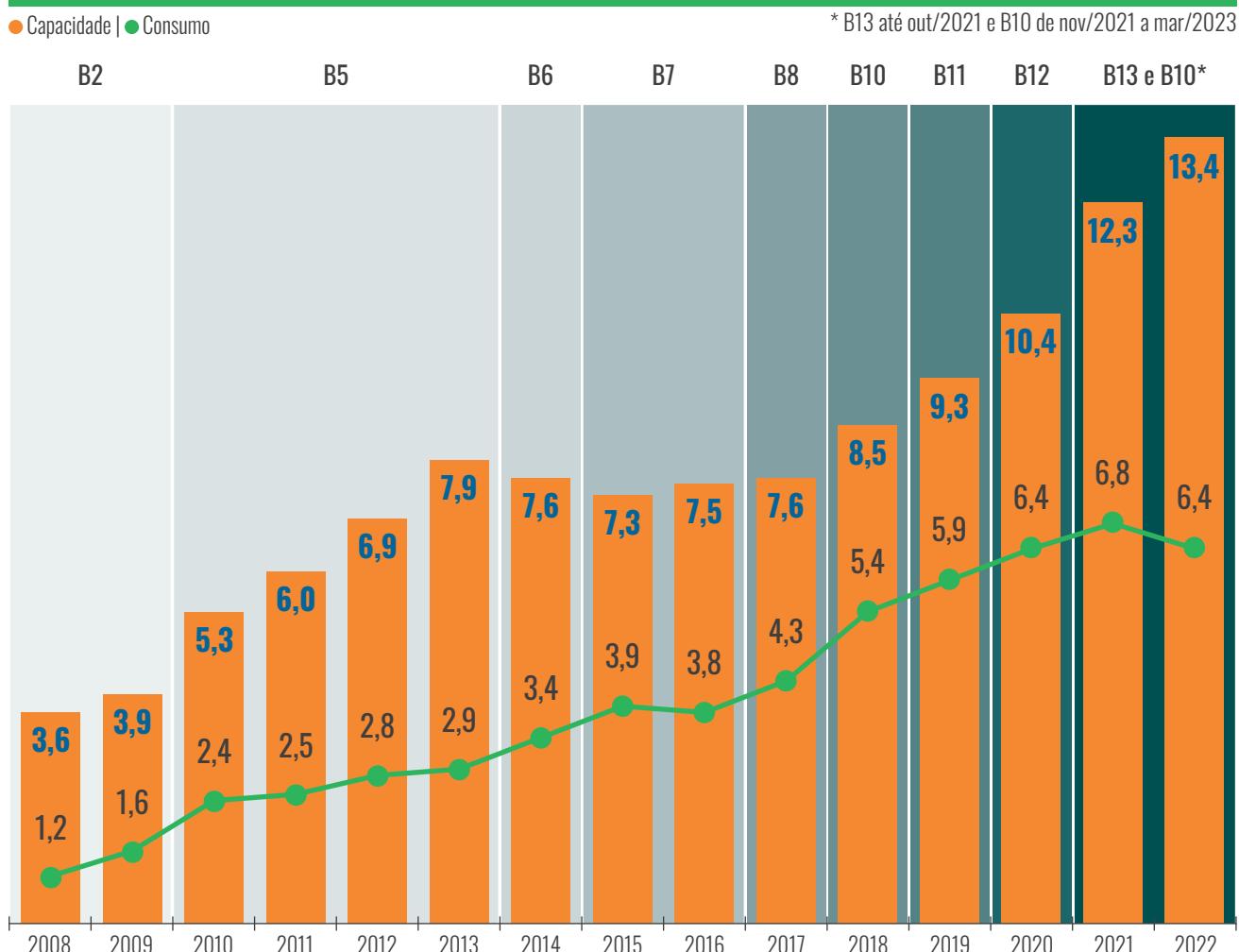
Os resultados, divulgados em fevereiro de 2019 para antecipar os possíveis efeitos do aumento já programado da mistura, que deveria acontecer este ano, mostraram poucos problemas, mas relevantes, como contaminação do combustível por metais, formação de depósitos de monoglicerídeos, deterioração precoce de componentes, discreto aumento de emissões do poluente NOx e até o travamento de um motor.

Na época, com estes resultados, no próprio relatório do MME a Anfavea desaconselhou o aumento da mistura de



## Capacidade de produção e consumo de biodiesel no Brasil

Em bilhões de litros nas fases do porcentual de mistura obrigatória ao diesel





Divulgação

biodiesel, sugerindo que mais ensaios técnicos deveriam ser feitos antes de se aprovar o uso do B15. O MME, contudo, considerou os problemas pontuais, provavelmente causados pelo combustível experimental, e manteve a agenda de evolução da mistura.

### MAIS TESTES E PADRÕES

Rogério Gonçalves, especialista em combustíveis da diretoria da AEA, Associação Brasileira de Engenharia Automotiva, observa que os testes foram realizados com motores Euro 5. Desde o começo deste ano todos os veículos pesados novos a diesel adotam motorização Euro 6 para atender ao Proconve P8, o programa brasileiro de controle de emissões.

Em 2019 a Umicore, fabricante de catalisadores, patrocinou testes em um motor Euro 6 homologado para rodar com B10, mas abastecido com B15. O resultado mostrou deterioração precoce do sistema SCR, de pós-tratamento de gases, indicando que adaptações custosas deveriam ser feitas para garantir o funcionamento adequado do dispositivo para garantir o controle de emissões com uso do diesel brasileiro, misturado com mais de 15% de biodiesel.

"Os sistemas dos motores Euro 6 são muito mais sensíveis e precisam garantir o funcionamento por 700 mil quilômetros. Nenhum teste deste tamanho foi feito com

B15", pondera Gonçalves. "Ainda bem que aprovaram só o B12 e não fomos direto para o B15, como estava previsto. Com isto teremos menos problemas e ganhamos tempo para fazer mais testes e ajustar o que for necessário."

Mais: "Todos somos a favor da transição energética para combustíveis renováveis e eletrificação, mas isto precisa ser feito de forma sustentável, precisa funcionar. Não tem ninguém contra o biodiesel mas sim contra as incertezas que o aumento da mistura traz. É necessário fazer mais testes e adaptações nos motores".

O MME já acena com a realização de uma nova bateria de testes com veículos Euro 6. Ao mesmo tempo a ANP, Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Bio-combustíveis, preparou uma nova especificação para o biodiesel, para garantir a produção de um combustível mais puro e resistente à oxidação, sem a presença de metais e glicerídeos, impondo padrões mais severos de filtragem e limpeza dos tanques das usinas.

"O setor está andando na frente das regulamentações", garante Minelli. "Já produzimos biodiesel com especificações mais estritas do que na Europa ou na América do Norte, e nos Estados Unidos veículos já usam B20 em alguns estados com garantia dos fabricantes, então acho estranha essa preocupação com a nossa qualidade aqui."



Divulgação/Petrobras

A seu favor os fabricantes de veículos e distribuidores de combustíveis argumentam que o Brasil já é o país que mais usa biodiesel no mundo e deve olhar para a experiência mundial. A mistura para o consumidor final é atualmente de 7%, em média, na Comunidade Europeia, 5% no Japão e na Argentina, de 1% a 5% no Canadá e de 5% nos Estados Unidos na maioria dos estados.

"Estes países estão na linha de frente das preocupações climáticas", pontua o comunicado das nove entidades, sugerindo que aumentar a mistura de biodiesel, por sua qualidade volátil, não seria o melhor caminho para reduzir emissões.

### BENEFÍCIOS AO PAÍS

Ainda que existam questões técnicas a serem resolvidas é evidente que o biodiesel representa uma rota importante a ser considerada na descarbonização do transporte de cargas e passageiros, porque de 70% a 80% de suas emissões de gases de efeito estufa são reabsorvidos na natureza. Com a adição obrigatória do agrocombustível ao diesel, de 2008 a 2022, calcula-se que foram evitadas 113,1 milhões de toneladas em emissões de CO<sub>2</sub> com o consumo de mais de 60 bilhões de litros de biodiesel no período.

Mas há alguns outros benefícios socioeconômicos importantes a considerar. O primeiro e mais óbvio está na balança comercial brasileira: como 25% do diesel consumido no País é importado, o aumento do uso do biodiesel nacional reduz a dependência externa de importações, economiza divisas e, portanto, garante mais segurança energética ao País.

Segundo cálculos da Aprobio, de 2008 a 2020, o uso do biodiesel no Brasil reduziu em 47 bilhões de litros as compras de diesel no Exterior, equivalente a uma economia de US\$ 30 bilhões. Este ano a aprovação do B12 deverá tirar 1,3 bilhão de litros das importações do combustível fóssil. "Não por acaso uma das entidades que assinaram o comunicado contra o aumento do uso do biodiesel representa os importadores", aponta Júlio Minelli, em referência à Abicom, Associação Brasileira dos Importadores de Combustíveis.

A Aprobio destaca ainda que a produção de biodiesel no País movimenta diversas atividades econômicas interrelacionadas, incluindo agricultores familiares, produtores rurais, agroindústria de extração de óleo vegetal e produção de farelos, pecuaristas que fornecem gorduras animais descartadas, indústrias de insumos químicos, além de fornecedores de equipamentos, tecnologias e serviços. Somando tudo a cadeia produtiva emprega atualmente mais de 1,5 milhão de pessoas e já investiu mais de R\$ 10 bilhões no País, segundo a entidade.

Avaliando o potencial econômico dessa cadeia a FPBio, Frente Parlamentar Mista do Biodiesel, citando "cálculos já submetidos a vários ministérios", indica que cada real investido na produção de biodiesel gera outros R\$ 4,40 na economia do País, e estima que cada 1 ponto porcentual do biocombustível adicionado à mistura com o diesel movimenta R\$ 30 bilhões anuais.

Em efeito econômico cruzado o biodiesel também contribui para queda da inflação, garante a FPBio, ao criar condições para redução dos preços das carnes. Isto ocorre porque quando se aumenta a

# PROMETEON

FABRICANTE GLOBAL DE PNEUS PARA  
O MERCADO COMERCIAL PESADO.

Soluções em pneus para uso  
profissional, com o portfólio  
Agro e Truck mais completo.



A Prometeon possui um portfólio de produtos que inclui as marcas **PIRELLI** e **FORMULA**, sob licença, bem como **ANTEO**, **TEGRYS**, **ARGANTIS**, **ERACLE** e **SESTANTE**.

\* Consulte nossas políticas de garantia em [www.prometeon.com.br](http://www.prometeon.com.br)  
Garantia de até 10 anos é exclusiva para produtos elegíveis da linha AGRO.

Siga-nos: prometeon.com

**PROMETEON**

produção de biodiesel o setor consome mais óleo vegetal, o que resulta em crescimento da oferta de farelo, produzido no mesmo processo de esmagamento da soja e utilizado na fabricação de ração animal. Como este item afeta diretamente o custo dos pecuaristas, com mais farelo no mercado os preços tendem a cair.

A FPBio calcula que cada 1 ponto percentual a mais de biodiesel na mistura com o diesel gera R\$ 3,5 bilhões de economia no custo de produção de proteínas animais como frangos, ovos, suínos e peixes, o que induziria à redução de 0,05 ponto no IPCA, principal índice do IBGE que mede a inflação ao consumidor.

"O volume de óleo vegetal que sobra na produção de farelo para rações é hoje muito maior que a demanda pelo produto no País", observa Minelli, da Aprobio. "Não há o que fazer com esse óleo e, portanto, pode ser melhor aproveitado para produzir biodiesel sem pressão de custos."

Atualmente 70% do biodiesel no País é produzido a partir de óleo de soja, os outros 30% derivam de óleos de algodão, girassol, sebo bovino, suíno e de peixe, além de uma pequena parte de óleo de cozinha usado.

Nessa configuração os fabricantes de veículos, transportadores de cargas e distribuidores de combustíveis acusam que o setor produtor de biodiesel no País perdeu sua função inicial, de ser um gerador de renda extra à agricultura familiar, pois hoje é dominado pelo principal cartel do agro-negócio nacional, formado pelos grandes plantadores de soja.

Minelli rebate também esta acusação e garante que o objetivo inicial do programa nacional do biodiesel está mantido: "Quase todas as usinas em operação no País são certificadas pelo Programa Selo Biocombustível Social, que garante a compra de 30% a 35% de matérias-primas da agricultura familiar. Em 2021, último dado disponível do Ministério da Agricultura, estas compras renderam R\$ 8,4 bilhões a 74 mil famílias no campo, a maior parte estabelecida em cooperativas de soja no Rio Grande do Sul e de girassol

no Centro-Oeste. Além de comprar as usinas também dão assistência técnica às pequenas propriedades produtoras".

Na recente decisão que aumentou para 12% mistura do biodiesel o CNPE estabeleceu metas para compras de matérias-primas provenientes de produtores rurais nas regiões Norte, Nordeste e semiárido do País, de pelo menos 10% em 2024, 15% em 2025 e 20% a partir de 2026.

### MELHOR É O HVO

Ao menos em um ponto produtores de biocombustíveis e fabricantes de veículos concordam: alternativa bem melhor do que o biodiesel é o HVO, sigla em inglês para óleo vegetal hidrogenado, também conhecido como "diesel verde", que oferece benefícios socioambientais parecidos mas sem os problemas da produção por esterificação, como observa Rogério Gonçalves, da AEA: "O mundo está migrando para o HVO, que é de melhor qualidade".

Em processo diferente do biodiesel, que é extraído de óleos por esterificação com adição de metanol, o HVO é produzido em biorrefinarias por meio de injeção de hidrogênio no óleo, em método similar ao de uma refinaria petroquímica para produzir diesel mineral. Por isto o HVO tem as mesmas características químicas do combustível derivado de petróleo, assim funciona perfeitamente em qualquer motor diesel, sem necessidade de adaptações.



Divulgação/Volvo



Divulgação/DAF

Apesar de concordarem sobre a superioridade técnica do HVO diante do biodiesel as partes discordam sobre o porquê de não investir mais na produção do diesel verde e abandonar o agrocombustível de base éster.

Voltando ao manifesto do início de março as nove entidades que o assinam alegam no texto divulgado: "Com a mesma soja e demais biomassas que se faz o biodiesel de base éster é possível fazer o HVO, este sim sustentável e funcional, mas as discussões sobre o incentivo à produção e uso de diesel verde não evoluem por questões econômicas e políticas. Quem produz o biodiesel não quer o HVO. Os atuais produtores não querem perder o lucro fácil e rápido do biodiesel de base éster, nem investir na modernização do processo industrial para produzir diesel verde".

Não é tão simples assim: embora traga benefícios ambientais e técnicos superiores o litro do HVO custa o dobro do diesel mineral e, pela cotação atual, é 90% mais caro do que o biodiesel. Minelli, da Aprobio, acrescenta: "Fazer uma biorrefinaria de HVO custa de cinco a seis vezes mais do que uma usina de biodiesel. Mas o setor tem, sim, interesse em investir na produção de diesel verde e bioquerosene, porque o mundo vai precisar. Já temos

associados que estão investindo, mas nem todos tem tantos recursos".

Minelli calcula que são necessários cerca de US\$ 200 milhões para construir uma nova usina de biodiesel. Valor bem distante do investimento que ele cita de uma associada da Aprobio, a BSBios Energia Renovável, líder na produção de biodiesel no País, que faturou R\$ 8,5 bilhões em 2021. No ano passado a empresa anunciou que investirá mais de US\$ 1 bilhão na construção de uma biorrefinaria no Paraguai, onde produzirá até 1 bilhão de litros/ano de HVO e SAF, bioquerosene de aviação. British Petrol e Shell já garantiram a compra de 90% da produção.

Outro grande aporte do setor foi anunciado em dezembro passado: a BBF, Brasil BioFuels, e a Vibra [antiga BR Distribuidora] vão investir R\$ 1,8 bilhão para produzir até 500 milhões de litros/ano de HVO em uma biorrefinaria na Zona Franca de Manaus, AM, que deve entrar em operação a partir de 2025. A matéria-prima principal será o óleo de palma proveniente de uma plantação da BBF próxima à capital amazonense, de 120 mil hectares. A Vibra comprará 100% da produção.

A Petrobras também tem planos para o HVO e deve construir uma biorrefinaria no Nordeste prevista para iniciar operações em 2027. Mas há outra alternativa para

reduzir o elevado investimento inicial, que já está sendo utilizada em países europeus: na França e Itália refinarias velhas de petróleo, pouco produtivas, foram convertidas em biorrefinarias para produção de HVO e SAF, com aproveitamento dos equipamentos já instalados. Poderia ser uma opção para a Petrobras.

### COMBINAÇÃO PERFEITA

Já existem algumas iniciativas de uso do diesel verde no País, como uma da própria Vibra, que desde o início deste ano está abastecendo com 10% de HVO os caminhões que distribuem combustível no Aeroporto do Galeão, no Rio de Janeiro, RJ. Isto significa que esses veículos rodarão com 22% de biocombustível alternativo pois o diesel utilizado a ser misturado com o HVO já é o B12, tem 12% de biodiesel.

A combinação parece perfeita, pois não há produção suficiente de biodiesel ou HVO no País para substituir todo o diesel utilizado, assim o caminho de bom-senso para descarbonizar a matriz energética de transportes seria aproveitar todas as capacidades já instaladas de fornecimento de biocombustíveis, aumentando gradualmente sua participação no derivado de petróleo no horizonte da próxima década.

O Brasil é possivelmente o país com maior potencial bioenergético do mundo, já produz e distribui etanol em larga escala desde os anos 1980, está elevando gradualmente a produção e uso de biodiesel misturado ao diesel e nos próximos anos terá mais HVO, SAF e gás biometano. Para especialistas o melhor caminho é brigar menos e aproveitar todas as opções à mão. ■



Divulgação

# RENAULT DUSTER

motor turbo TCe  
1.3 de 170 cv



com câmbio AT CVT  
X-Tronic de 8 velocidades  
e 27,5 kgfm de torque



No trânsito, escolha a vida!

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



# Legado da combustão é oportunidade para o Brasil

Sindipeças defende política de Estado envolvendo governo e indústria para transformar o País em polo exportador de veículos, motores e componentes

Por Pedro Kutney

O Brasil agrega em seu território uma completa e experiente cadeia de produção de veículos, motores a combustão e quase todos os seus componentes, que soma setenta anos de atividade. Trata-se de um legado histórico que pode ser convertido em oportunidade estratégica de crescimento e investimentos para o setor automotivo nacional, que poderá abastecer uma parte relevante do mundo que está fora da rota de eletrificação imposta por países

da Europa, China e algumas regiões dos Estados Unidos.

A expansão desta indústria para além das fronteiras pode ser a salvação do processo de desindustrialização da cadeia automotiva instalada no País, composta atualmente por vinte fabricantes de veículos e quase cinco centenas de fornecedores de insumos e componentes, hoje trancados na armadilha de um mercado muito menor do que sua capacidade de produção de mais de 4,5 milhões de veículos/ano.

No processo acelerado de eletrificação planejado pela quase totalidade dos grandes fabricantes globais de veículos, a maioria deles também instalada aqui, todos têm alguma data até o fim desta década para deixar de produzir motores a combustão, ou reduzir drasticamente a oferta, colocando no lugar veículos elétricos caros e inviáveis para boa parte dos mercados do planeta.

É esta oportunidade que o Brasil não pode deixar passar, segundo vêm defendendo enfaticamente junto ao governo brasileiro as duas principais entidades representativas do setor automotivo: Anfavea e Sindipeças.

Presidente do Sindipeças, que reúne quase quinhentos associados fabricantes de autopeças, **Cláudio Sahad** aponta que "em virtude da legislação que veda a produção de veículos com motor a combustão na Europa e nos Estados Unidos a partir de 2030/2035, bem como o plano da China em focar na produção de elétricos, surge enorme oportunidade para que o Brasil se torne um polo produtor e exportador de motores e veículos a combustão".

Sahad já fez as contas e teve oportunidade de mostrar a integrantes do governo o tamanho desta oportunidade: "A frota mundial de veículos é de 1,5 bilhão e são produzidos algo como 80 milhões por ano. Sendo otimista vamos levar mais de quarenta anos para substituir a atual frota a combustão pela elétrica. Portanto, neste meio-tempo, devemos aproveitar a nossa tecnologia e a capacidade instalada no Brasil para a produção de motores e veículos a combustão".

Ainda nas contas de Sahad existe potencial para multiplicar por três ou quatro vezes a produção da indústria automotiva caso o Brasil consiga se tornar um polo de exportação de motores e veículos a combustão, o que estimula geração de empregos, aumenta a arrecadação de impostos e eleva a competitividade internacional do País, em um círculo virtuoso: "Precisamos valorizar as vantagens competitivas que temos e aproveitar os

investimentos já feitos na indústria que nos permitem fabricar 4,5 milhões de veículos/ano".

Com este ganho de escala e de faturamento Sahad avalia que a indústria poderá destravar investimentos para se especializar no desenvolvimento de novas tecnologias, assim tornando-se também um fornecedor global de componentes para veículos híbridos ou, em um momento futuro, elétricos com célula de combustível a hidrogênio.

## POLÍTICA DE ESTADO

Sahad propõe que o legado do motor a combustão no Brasil deva ser tratado como política de Estado para reindustrializar o setor, que responde por parte relevante do PIB industrial do País. Segundo o presidente do Sindipeças é exatamente isto que vem sendo exposto nos encontros mantidos com o governo: "Dependemos de vontade política do Executivo e do Legislativo para realizar mudanças e eliminar entraves".

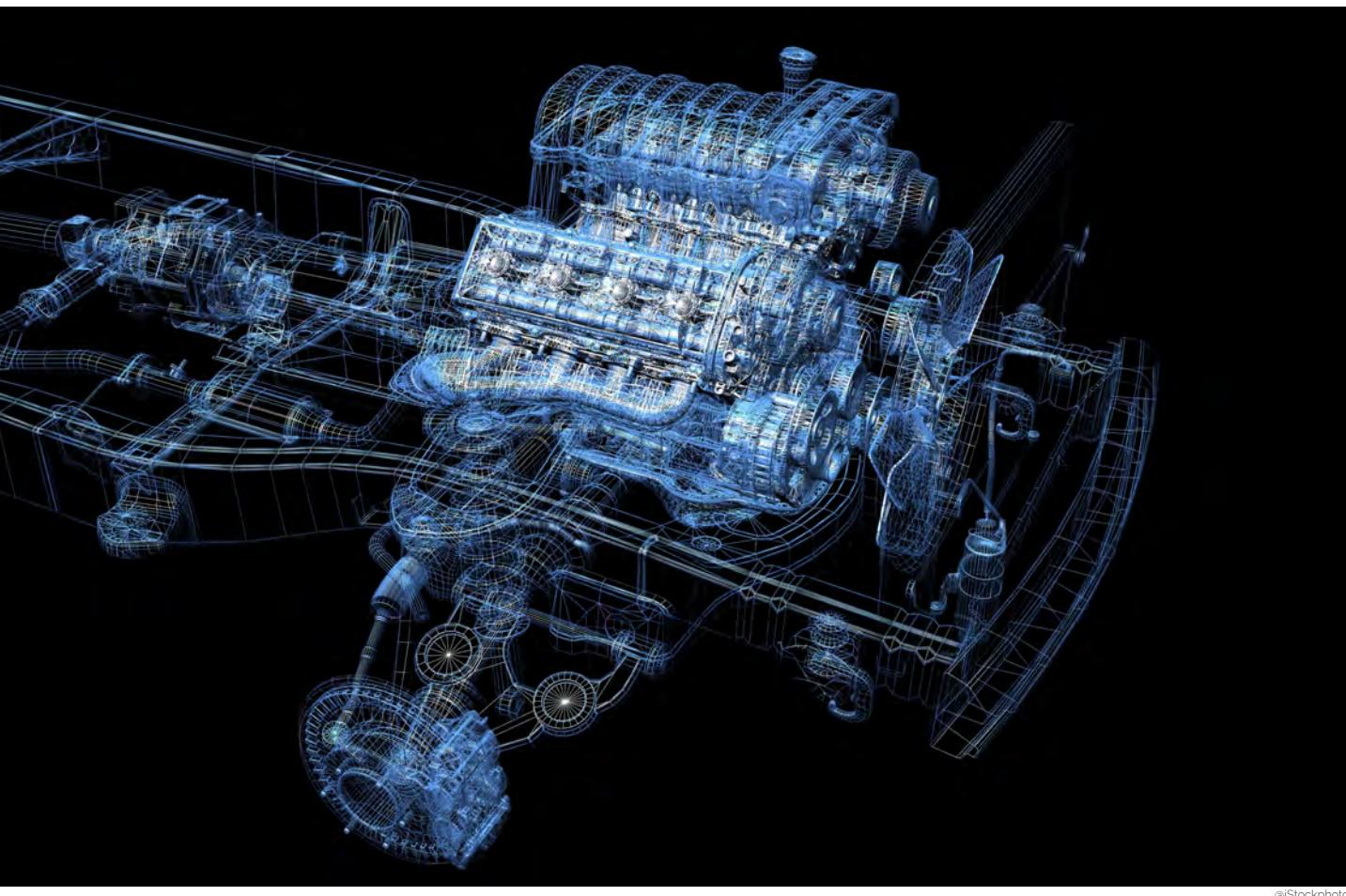
"Estivemos, no início de março, com o vice-presidente da República, e ministro da Indústria, Geraldo Alckmin. Destacamos a oportunidade que se abre para o Brasil se tornar um polo de produção de



Divulgação/Sindipeças



Divulgação/Nissan



@iStockphoto

motores e veículos a combustão, para exportação, em virtude da legislação e das políticas de restrição à produção desses produtos em muitos países da Ásia, Europa e os Estados Unidos. Nossa objetivo foi estimular o governo a considerar essa possibilidade."

O dirigente conta também que, dias depois, relatou esta mesma oportunidade à diretoria do BNDES, que poderá apoiar o setor com financiamentos para modernização industrial, pois a fonte de capital das matrizes no Exterior está comprometida com o desenvolvimento da eletrificação.

Em síntese as demandas do setor junto ao governo são as mesmas de sempre: eliminar entraves à competitividade brasileira, especialmente a carga tributária elevada: "A eliminação de barreiras estimulará as montadoras, principalmente da Europa e dos Estados Unidos, a

transferir para o Brasil os seus centros de desenvolvimento e produção de motores a combustão. Outros países que concorrem conosco, como México e Índia, já estão analisando essa possibilidade e, se não formos ágeis, poderemos perder essa oportunidade para eles".

Sahad sublinha que o Brasil já tem cadeia automotiva até mais completa do que seus principais concorrentes no mundo, mas para se transformar em polo de produção e exportação de motores e veículos a combustão é fundamental, antes, tornar o País mais competitivo no cenário internacional: "Não pedimos vantagens ou subsídios: apenas condições de igualdade de custos com nossos concorrentes estrangeiros".

Ele exemplifica: "Não é à toa que as grandes oportunidades de investimento têm fluído para o México, onde a carga tributária é de 18%, contra 33% aqui. Além

disso somos mais burocráticos, estamos na posição 124 do ranking de facilidade de se fazer negócios do Banco Mundial, e o México ocupa o lugar 80. Também entendo que precisamos trabalhar no combate à corrupção, na melhoria da segurança jurídica e nos investimentos em infraestrutura, para escoar a produção da indústria de forma competitiva".

Para eliminar todos estes entraves Sahad entende que "será necessário um trabalho conjunto com indústria, governo e Parlamento para a criação de uma política industrial de Estado e não apenas de governo".

### ELETRIFICAÇÃO TAMBÉM

No cenário internacional de emergência climática para descarbonizar as fontes de energia e conter o aquecimento global, causado pela queima de combustíveis fósseis, o Brasil tem a rara vantagem de ter matriz energética limpa e renovável, com mais de 80% da eletricidade

do País sendo gerada a partir de usinas hidrelétricas, eólicas e solares.

Mas nem é necessário gastar toda esta energia limpa em carros elétricos, porque aqui já se faz grande uso de etanol e está aumentando a produção de outros biocombustíveis como biodiesel, HVO e biometano, que são quase neutros em emissões de CO<sub>2</sub> e dão sobrevida aos motores a combustão – no caso o problema para as emissões não é a combustão mas o combustível utilizado.

"Ao contrário de muitos países que são praticamente compelidos a aderir aos elétricos, por falta de opção, o Brasil tem a vantagem competitiva única na produção de energia limpa, que nos permite adotar todas as rotas tecnológicas para a redução de CO<sub>2</sub>, não somente a eletrificação", pontua Cláudio Sahad.

O presidente do Sindipeças, contudo, avalia que a opção por ser um polo de produção e exportação de motores a combustão não excluirá o Brasil do



Divulgação/Petrobras

desenvolvimento global: "Não somos contra nenhuma das rotas tecnológicas para descarbonização. Em virtude da diversidade de nossa matriz energética entendemos que há espaço para que todas elas sejam aplicadas no Brasil. A questão não é antagônica e estamos preparados para atender qualquer rota tecnológica que o País adote".

Todos os especialistas do setor preconizam que a rota ideal de descarbonização do transporte para o Brasil é, em primeiro lugar, o uso ainda maior de bio-combustíveis já disponíveis e amplamente distribuídos no País. Conforme pondera Sahad "no caso brasileiro deve-se considerar que há um parque industrial automotivo que já produz tecnologia limpa com os carros flex, que também pode ser exportada para algumas regiões do mundo, e não se pode abandonar o que há de bom e que nos trouxe até aqui".

Logo a sequência da solução mais promissora é a combinação do etanol com a eletrificação, por meio do desenvolvimento de veículos híbridos flex – a Toyota já produz dois modelos nacionais, Corolla e Corolla Cross, com powertrain

importado do Japão, enquanto as maiores montadoras instaladas aqui, como Stellantis e Volkswagen, desenvolvem carros híbridos flex que devem ser lançados dentro de um a dois anos.

### ELÉTRICO A HIDROGÊNIO DO ETANOL

Ainda mais adiante, mas já com pesquisas em andamento, o Brasil pode se tornar um desenvolvedor e produtor de carros elétricos alimentados por células de combustível a hidrogênio, gás abundante no planeta e que pode ser extraído do etanol por meio de um catalisador químico, a ser instalado no próprio veículo ou no posto de abastecimento.

Sahad resume a vantagem deste arranjo tecnológico que cairia como uma luva para a realidade brasileira: "Um carro elétrico tem, em média, de 500 a 600 quilos de baterias que acumulam energia equivalente a 27 quilos de etanol. Se conseguirmos mover um motor elétrico, que é muito mais eficiente que o motor a combustão, sem o problema do peso das baterias, chegaríamos ao melhor dos dois mundos".

A tecnologia não é nova, já foi utilizada nos foguetes da Nasa que foram à Lua nos anos 1960, mas até hoje não se encontrou viabilidade econômica para aplicar células de combustível em veículos. Muitas fabricantes desenvolveram projetos mas os colocaram em banho-maria até que a necessidade de adoção fosse maior que o custo de fabricação.

A Toyota é das poucas que já vendem comercialmente um carro elétrico alimentado por hidrogênio, o Mirai. A empresa trouxe ao Brasil, no ano passado, um modelo para demonstração e vai emprestá-lo para testes no projeto tocado em parceria por Shell Brasil, Raízen, Hytron, USP e o braço de inovação em biosintéticos e fibras do Senai, que tem como objetivo produzir hidrogênio renovável extraído do etanol. Além do Mirai o mesmo gás abastecerá três ônibus que circularão na Cidade Universitária da USP, no bairro do Butantã, em São Paulo.

A ideia, ao fim do projeto, é desenvol-



Divulgação/Volkswagen



Divulgação/Toyota

ver uma solução capaz de driblar os desafios envolvidos na produção, no transporte e no armazenamento do hidrogênio verde. Considerando que todo posto de abastecimento do Brasil tem etanol, em vez de transportar o hidrogênio pode-se colocar esse reformador dentro do posto para produzir o gás localmente.

Poucos anos atrás outra fabricante japonesa, a Nissan, conseguiu aproveitar esta infraestrutura em testes de campo no Brasil com uma van elétrica movida por células de combustível, injetando nelas hidrogênio extraído de etanol por meio de um reformador no veículo. Até onde se sabe os testes foram bem-sucedidos, mas nenhuma outra evolução foi divulgada sobre o projeto.

### **VIDA LONGA À COMBUSTÃO**

Cláudio Sahad observa que de tudo um pouco será utilizado na descarbonização das emissões do transporte no Brasil, mas em todos os cenários o motor a combustão terá vida longa, seja ele combinado ou não com a eletrificação e biocombustíveis, principalmente na África, América Latina e alguns países da Ásia.

"A transição para novas formas de propulsão será mais lenta no Hemisfério Sul. Por esta razão a tecnologia flex nos per-

mitirá enfrentar em melhores condições essa transição."

Até a Europa desistiu de abandonar completamente o motor a combustão a partir de 2035, como estava previsto. Presionada pela Alemanha, que ameaçava não aderir ao plano europeu de transição energética focado somente nos elétricos, no fim de março a Comissão Europeia revisou o acordo, permitindo que carros equipados com propulsão a combustão interna sejam vendidos na Europa após a data limite, desde que abastecidos com e-fuels, combustíveis sintéticos livres de emissão de CO<sub>2</sub>.

A decisão pode abrir brecha para que biocombustíveis, também neutros em emissão de CO<sub>2</sub>, sejam usados nos motores a combustão, embora o assunto não seja, ainda, considerado pelos europeus, que apostam no e-fuel, criticado por ambientalistas por consumir mais energia na sua produção.

Para Sahad este movimento na União Europeia "mostra que nossa proposta tem viabilidade enorme, seja porque os motores flex poluem menos, ou seja pelo fato de que a transição para os elétricos puros vai demandar muito mais tempo para acontecer". Mas o Brasil não tem tanto tempo para decidir que rumo vai tomar.

# Pé no freio do Euro 6

Produzidos desde o início de 2023, caminhões com nova tecnologia representaram apenas 6,4% das vendas no País no primeiro trimestre

Por Soraia Abreu Pedrozo

O tombo era esperado mas o golpe do mercado veio mais forte do que se supunha. É algo tradicionalmente projetado a redução significativa no volume nas vendas no inicio de um ano em que se adota nova tecnologia de emissões que torna os veículos mais caros – como é o caso deste ano. O que os fabricantes do setor não contavam, no entanto, era a combinação de fatores negativos como os preços de 20% a 30% maiores, crédito caro e escasso, juros nas alturas e economia declinando.

O resultado foi uma freada forte, daquelas que antecedem trombadas, que jogou

para a insignificância as vendas dos novos caminhões Euro 6, em produção desde o inicio de 2023 para atender à oitava fase do programa brasileiro de controle de emissões para veículos pesados, o Proconve P8.

Segundo dados divulgados no inicio de abril pela Anfavea, que reúne as empresas fabricantes de veículos no País, no primeiro trimestre deste ano foram emplacados 28.6 mil caminhões e quase a totalidade deles, 93,6%, foi de modelos com motores Euro 5, fabricados até 31 de dezembro de 2022, cujo estoque podia continuar a ser vendido até 31 de março. Olhando esta conta pelo lado inverso significa que apenas 6,4% dos



caminhões vendidos em 2023, ou 1,8 mil veículos, foram produzidos neste ano, consequentemente com a nova motorização Euro 6.

Os 1,8 mil caminhões Euro 6 comercializados este ano tiveram as vendas concentradas em março – prazo final para que as montadoras emplacassesem os modelos Euro 5 produzidos até o fim de 2022. Em janeiro apenas dez unidades com a nova tecnologia de emissões foram emplacadas. Em fevereiro foram 294 e 1,5 mil no mês passado.

No caso dos ônibus, que também tiveram de se adequar ao Proconve P8, as vendas de modelos Euro 6 são ainda mais insignificantes: mirradas 31 unidades que correspondem a 0,5% dos 6,2 mil emplacamentos no período. Os demais 6,2 mil chassis, ou 99,5% do total, são equipados com motores Euro 5, ou P7.

### MERCADO DISTORCIDO

A chegada dos modelos Euro 6 ao mercado brasileiro, diante de demanda que quase não deu as caras de janeiro a março, combinada com a despedida dos

Euro 5 em estoque que sustentaram os negócios no período, provocou enorme descompasso do ritmo de produção e o volume de vendas.

Graças exclusivamente à desova extra de unidades P7 que restavam em estoque as vendas de caminhões, este ano, registraram crescimento de 6,6% na comparação com o acumulado dos três primeiros meses de 2022. O resultado não refresca em nada a situação, pois no primeiro trimestre do ano passado os negócios foram prejudicados pela falta de componentes nas linhas de produção, que não conseguiam atender a toda a demanda. Portanto esta pequena expansão trimestral pode até ser considerada uma queda.

Presidente da Volkswagen Caminhões e Ônibus, Roberto Cortes confirma o descompasso: "As vendas no primeiro trimestre só não foram muito impactadas porque todos nós ainda estávamos vendendo Euro 5 e essa realidade ainda não chegou aos emplacamentos. Mas chegou à produção".

De fato o tombo no chão de fábrica foi grande e explicita a situação crítica dos primeiros meses de 2023, que registraram o volume de produção mais baixo desde a severa crise do setor em 2016 e 2017 e, antes disso, não se via nada pior desde 2004. Saíram das linhas no primeiro trimestre 24,5 mil caminhões – todos Euro 6 –, resultado quase 30% inferior à quantidade fabricada de janeiro a março do ano passado, que acumulou 34,4 mil unidades, uma diferença a menor de 9,9 mil veículos.

Cortes observa que, de janeiro a fevereiro de 2023, na comparação com novembro e dezembro de 2022, a produção de caminhões e ônibus encolheu quase 60%, porcentual grande o suficiente para assustar o setor até mesmo neste período de começo de ano em que o desempenho já é, costumeiramente, arrefecido na comparação com o fim do ano anterior. Com relação ao primeiro bimestre de 2022 o recuo atingiu 40%.

O executivo pondera que, a despeito das férias coletivas e das dificuldades para subir a rampa da produção de modelos Euro 6, "estes números nos preocupam,

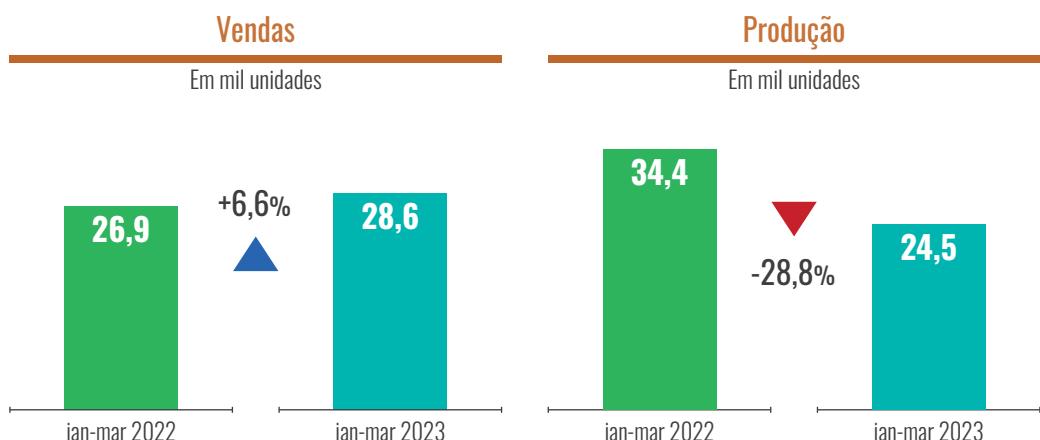


Divulgação/Volvo

## Caminhões no 1º trimestre 2023

Fonte: Anfavea

Período	janeiro	fevereiro	março	1º tri
Total de emplacamentos	<b>10.457</b>	<b>8.108</b>	<b>10.051</b>	<b>28.616</b>
EURO 5 produzidos em 2022	Unidades	<b>10.447</b>	<b>7.814</b>	<b>8.520</b>
	Participação	<b>99,9%</b>	<b>96,4%</b>	<b>84,8%</b>
EURO 6 produzidos em 2023	Unidades	<b>10</b>	<b>294</b>	<b>1.531</b>
	Participação	<b>0,1%</b>	<b>3,6%</b>	<b>15,2%</b>



assim como os últimos acontecimentos, uma vez que começamos a sentir [a retração] nas vendas".

### ATÉ TRÊS MESES DE ESTOQUE

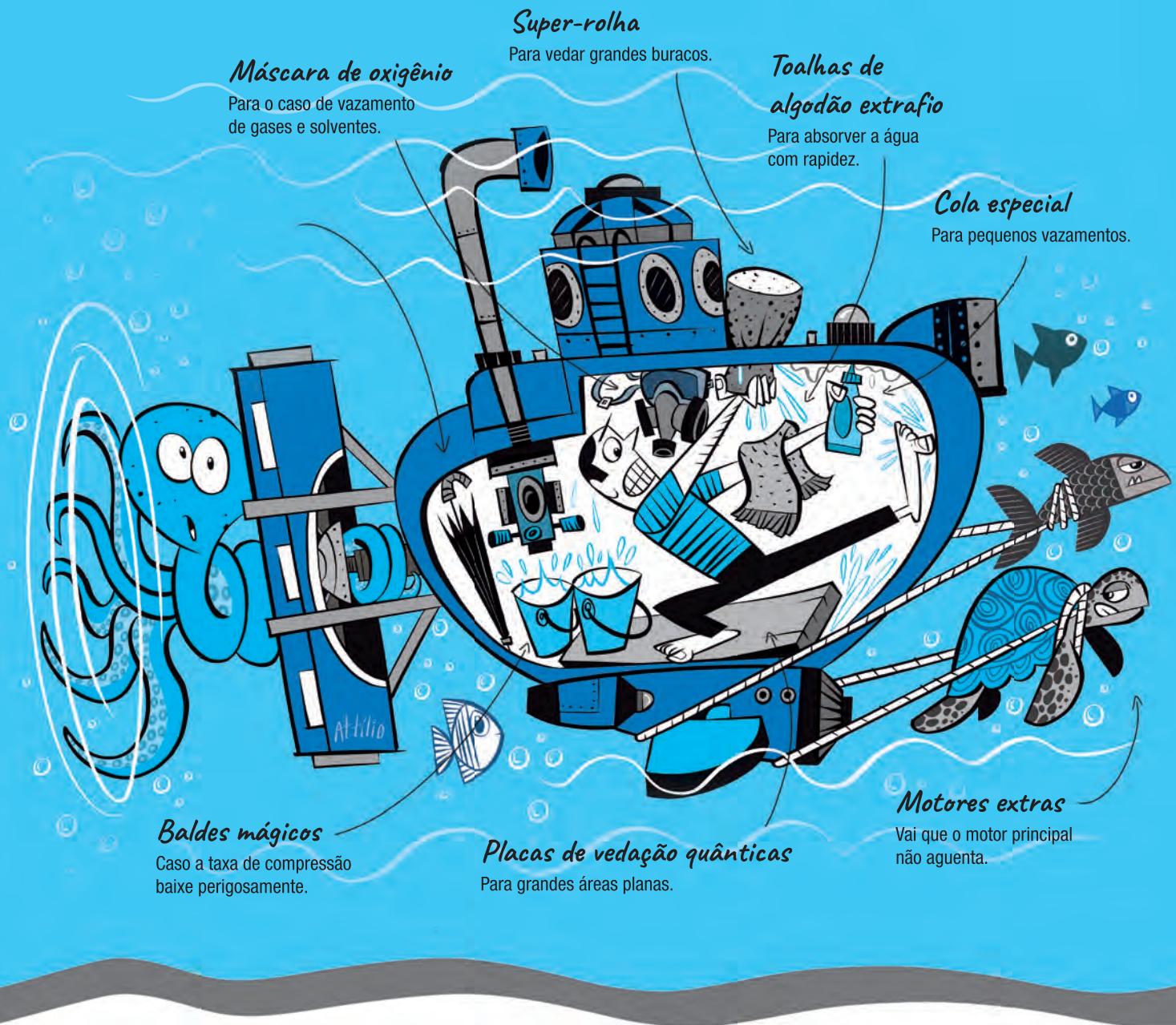
Vice-presidente da Anfavea, e diretor de relações institucionais da Scania, Gustavo Bonini calcula que existe estoque bruto de 22 mil 662 caminhões Euro 6 à espera de compradores, considerando que dos 24 mil 497 caminhões produzidos este ano apenas 1 mil 835 foram emplacados, embora ele ressalve que da venda ao licenciamento existe um período de consolidação do negócio que por vezes pode demorar algumas semanas.

"O estoque de P8 já dá para dois ou três meses. Agora é preciso que a demanda avance em abril para que se justifique a

produção em volumes mensais importantes", pondera. Já com relação ao estoque de Euro 5, ele diz, não é possível identificar a quantidade, pois este volume, em tese, já saiu dos pátios das montadoras após o prazo final de emplacamento, em 31 de março, e agora cada concessionária é que tem esse controle, não mais as fabricantes.

Bonini lembrou que na época da migração dos motores Euro 3 para os Euro 5, em 2012, o cenário era bem diferente, pois não havia a crise de abastecimento de componentes que marcou 2021 e 2022 e antecedeu a transição para o Euro 6 neste 2023. Por isto houve um intenso movimento de antecipação de compras nos últimos meses de 2021, que culminou nos recordes históricos de produção e vendas de caminhões no País, com 223,6 mil unidades

**Nossas juntas de motor  
aguentam qualquer pressão.  
Mas, se preferir, pode arriscar outros caminhos.**



Com a evolução permanente dos motores, a escolha da melhor solução em vedação é cada vez mais crítica. Por isso, você precisa ter ao seu lado quem mais entende do assunto no mundo. Pioneiros no Brasil com as juntas MLS e Wavestopper, nós provemos a mais avançada tecnologia, líder global em soluções de vedação. Quer vedação com precisão e eficiência? Fale com a gente!

Para saber mais, acesse:

produzidas e 172,8 mil emplacamentos, números que jamais foram repetidos.

“Em 2022 havia crise de oferta, faltavam peças, componentes, matérias-primas. Não foi possível dar mais ao mercado. Em 2011, porém, houve pré-compra de 10%, ou seja, 10% maior, e no início de 2012 houve uma queda de 30% se comparado ao ano anterior. O saldo nessa equação foi uma redução anual de 20%.”

Sem o aumento extra na demanda por caminhões Euro 5 na reta final do ano passado, a produção de 162 mil unidades equivale a tímido crescimento de 1,9% sobre 2021, pouco para formação de estoques, enquanto as vendas de 127 mil veículos representaram leve queda de 1,5% na comparação com o ano anterior.

#### LINHAS PARANDO

Depois de um ano fraco a iminência de outro bem pior já está sendo sentida nas linhas de produção. Para equalizar o

ritmo das fábricas com a baixa demanda – e agora sem o colchão do estoque de Euro 5 – as montadoras já anunciaram suspensão de um turno de trabalho e férias coletivas menos de três meses depois de terem realizado paralisações, no início do ano, para fazer a adaptações das plantas à nova tecnologia de emissões.

Ao menos três fabricantes já anunciaram medidas drásticas de ajustes para baixo na produção. A Mercedes-Benz concedeu férias coletivas em São Bernardo do Campo, SP, e em Juiz de Fora, MG, e a partir de maio concentrará a fabricação de caminhões em apenas um turno durante dois ou três meses. Por isto negocia a suspensão temporária de contratos de trabalho, em regime de layoff, de cerca de 1,5 mil empregados que trabalhavam no segundo turno nas duas fábricas.

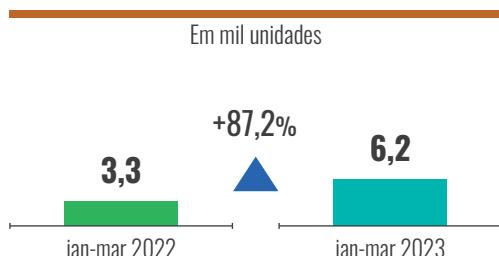
Movimentações da Mercedes em Juiz de Fora já prenunciavam as dificuldades. A fábrica onde são soldadas e pintadas as

## Ônibus no 1º trimestre 2023

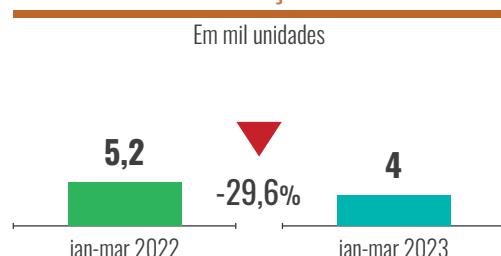
Fonte: Anfavea

Período	janeiro	fevereiro	março	1º tri
Total de emplacamentos	<b>1.714</b>	<b>1.935</b>	<b>2.570</b>	<b>6.219</b>
EURO 5 produzidos em 2022	Unidades	<b>1.714</b>	<b>1.914</b>	<b>2.560</b>
	Participação	<b>100%</b>	<b>98,9%</b>	<b>99,6%</b>
EURO 6 produzidos em 2023	Unidades	<b>0</b>	<b>21</b>	<b>10</b>
	Participação	<b>0%</b>	<b>1,1%</b>	<b>0,4%</b>

#### Vendas



#### Produção





Divulgação/VWCO

cabines dos caminhões estimava produzir 56 mil unidades em 2022, mas fez 42 mil e este ano a estimativa é de 34 mil. Assim o terceiro turno na unidade foi cancelado no fim do ano passado e não foram renovados os contratos temporários de 130 dos 180 funcionários que haviam sido contratados para a jornada extra. Agora mais um turno será suspenso e de 250 a trezentos empregados deverão ser colocados em layoff.

Na mesma linha de atuação a Scania cancelou o segundo turno em São Bernardo, e não renovou os contratos temporários de operários. A Iveco interromperá sua linha produtiva em Sete Lagoas, MG, por doze dias, a partir de 24 de abril.

Mas Bonini diz não acreditar em demissões, ao menos por enquanto: "É muito cedo para vislumbrar este cenário, mas é importante avançarmos em busca de soluções".

Ele reforça que, no ano passado, não foi possível visualizar o efeito de pré-compra porque as vendas estavam muito lineares ao longo dos últimos meses, o que tornou difícil enxergar e mensurar a aquisição antecipada de caminhões Euro 5 para fugir dos aumentos de preços do Euro 6. Outro fator foi a menor disponibilidade de produtos diante da falta de chips.

O dirigente assinala que a conjuntura atual não é inesperada, mas as condições atípicas de 2022 encobriram tendências e resultaram em dinâmica de mercado que se mostra pior do que era esperado:

"O volume de compra de caminhões P8 está abaixo do que se imaginava. Por isto acendeu a luz amarela, pois a questão que fica é: até quando essa demanda por P8 continuará baixa?".

### INGREDIENTES AMARGOS DE 2023

São diversos os pontos que só agravam o que já está difícil por causa do alto custo do caminhão com a motorização Euro 6. Embora a economia brasileira tenha avançado 2,9% no ano passado no último trimestre o PIB desacelerou, recuou 0,2% em comparação aos três meses anteriores.

O ritmo lento de crescimento econômico – as projeções de mercado indicam que o PIB de 2023 deve avançar só 0,91%, de acordo com o Boletim Focus do Banco Central – reduz a necessidade por transporte de mercadorias e, por consequência, põe o pé no freio da intenção de comprar veículos mais novos, ainda que sejam mais econômicos e menos poluentes.

Tudo reflexo de poder de compra corroído pelos anos de inflação elevada, do aumento dos calotes e da maior seletividade na concessão de crédito que, aos elegíveis, dispõe de juros estratosféricos diante da persistente taxa Selic a 13,75% ao ano, patamar inalterado desde agosto de 2022 e que, ao que tudo indica, seguirá assim até o segundo semestre quando, a depender do tamanho da crise, deverá recuar para também elevados 12,75%.

Presidente da Iveco América Latina, Márcio Querichelli pondera que o momento atual é resultante de equação que envolve questões tão ou mais relevantes do que só o fator de adoção de nova tecnologia de emissões: "A mudança nos cenários político e econômico, com taxas de juros elevadas, que não devem sofrer mudança por enquanto, assim como instabilidade, que deverá continuar. Algo planejado hoje pode ser totalmente diferente amanhã, de acordo com os rumos do vento".

Querichelli diz que, ao se colocar tudo em uma mesma panela e discutir com investidores, principalmente estrangeiros, torna-se difícil seguir com índice de confiança elevado: "Todas as montadoras

desenharam estratégias para atravessar esse momento da melhor maneira possível. Ainda estamos otimistas no fim do dia, mas com precaução quadruplicada. E é fato que precisamos de uma forcinha das autoridades com relação a essa crise de crédito e aos juros nas alturas".

Christopher Podgorski, presidente da Scania Latin America, afirma preferir os juros altos a uma inflação desenfreada e garante que, apesar dos percalços da economia, o que mais interessa neste momento é saber que existe demanda para o que produzem: "Temos de transportar, a partir do fim do mês, 309 milhões de toneladas de grãos. E sabemos que a frota circulante é envelhecida. Mas é fato que o contexto pode não facilitar".

Mesmo destacando as vantagens da fábrica da Scania em São Bernardo, que tem em linha produtos globais para exportação e assim ocupa melhor sua capacidade, Podgorski afirma que esta compensação "tem um limite". Segundo ele a situação da produção local seria muito pior se não fosse o acordo bilateral com o México.

Para Roberto Cortes, da VWCO, faltam palavras para adjetivar o ano de 2023: "O momento é complicado. O ano começou com o novo governo, seguido de instabilidade política após os atos de 8 de janeiro, instabilidade no mercado estadunidense com a crise dos bancos, e, principalmente, com a taxa de juros [Selic] em 13,75% ao ano que, somada à escassez de crédito. É uma combinação política terrível para o nosso negócio".

#### MEDIDAS PARA ATENUAR A CRISE

Apesar do contexto Cortes também se diz otimista e elencou três medidas necessárias por parte do governo para ajudar a revigorar o setor: tirar do papel o programa de renovação da frota, ajustar o Finame, linha do BNDES para compra de caminhões, para promover investimento, e criação de crédito para fomentar novas tecnologias que têm alto custo aos fabricantes. "Sem isso está difícil."

De 2018 para cá o uso do Finame para a aquisição de caminhões se inverteu.



Divulgação/Mercedes-Benz

Quatro anos atrás em torno de 75% das vendas eram consolidadas por meio do financiamento do BNDES, e em 2022 esse porcentual desceu para 25%.

Roberto Leoncini, vice-presidente de vendas e marketing da Mercedes-Benz do Brasil, pondera que o cenário leva muitos clientes a aguardar para tomar a decisão de compra e, enquanto isso, as empresas fabricantes precisam fazer ajustes de produção para adequá-la à nova realidade: "Os emplacamentos têm indicado volumes mais baixos com relação ao que foi previsto no início do ano. Mas nós seguiremos avaliando e acompanhando a evolução do mercado bem de perto".

Do lado da Anfavea a entidade continuará com seus pleitos junto ao governo federal, como é o caso de sugerir ao BNDES a criação de linha de crédito específica para caminhões com tecnologias mais limpas, em que o Euro 6 se encaixa.

Com alguma esperança Bonini diz que no próximo balanço da Anfavea, que incluirá dados de abril, os caminhões Euro6/P8 devem começar a aparecer mais – até porque os estoques de Euro 5 não-emplacados estão esgotados: "O número tende a melhorar. A questão é o tempo que vai demorar. É preciso que a velocidade não comprometa a produção dos meses seguintes, de maio e junho. Para isto é fundamental ter alternativas a fim de mitigar o custo dos financiamentos". ■

# Energia para **transformar o futuro**

**Iveco Group:** empresa comprometida em liderar mudanças para um amanhã mais sustentável

Líder global em Veículos Comerciais e Especiais, Powertrain e Serviços Financeiros relacionados, o **Iveco Group** reúne oito grandes marcas que trazem a força de seus segmentos para nos levar a caminhos mais sustentáveis, com energia renovável, e de grandes transformações.



dpa

**IVECO • GROUP**

**IVECO**  
CAPITAL

**HEULIEZ**

**IVECO**  
BUS

**IVECO**

**FPT**  
POWERTRAIN TECHNOLOGIES

**IDV**

**ASTRA**

**MAGIRUS**

# Carro brasileiro tem nova cara - e é de SUV.

**Na era pós-Gol os utilitários esportivos superam os hatches compactos, dominam as vendas e jogam os preços para cima**

Por Hairton Ponciano Voz, com Pedro Kutney

**M**enos de dois anos após superar o volume de vendas dos hatchbacks os SUVs – que desde 2021 representam o maior segmento do mercado nacional – deverão encerrar este ano com emplacamentos superiores à soma de hatches e sedãs compactos. A previsão é do diretor de desenvolvimento de negócios da consultoria Jato no Brasil, Milad Kalume Neto, e mostra como foi desenhado nos últimos anos o novo perfil do carro brasileiro, de cara nova e bastante mais caro na era pós-Gol, em que os utilitários esportivos dominaram a cena com modelos e preços maiores.

É um acontecimento exótico para um País de baixa renda como o Brasil, em que modelos mais caros superarão o volume de vendas dos mais baratos. A Jato consolida os emplacamentos de hatches e sedãs compactos na categoria de pequenos. No encerramento do ano passado este segmento com os preços mais baixos ficou com 35,1% da compras, bem perto, menos de 1 ponto porcentual à frente dos SUVs, que abocanharam 34,4% do mercado.

Como os utilitários-esportivos continuam em ascensão e os compactos têm apresentado queda na mesma proporção, Kalume Neto conclui que 2023 deve ser o ano em que os SUVs ultrapassarão a soma dos dois outros segmentos considerados de entrada.



Divulgação/Nissan

Roger Corassa, vice-presidente de vendas e marketing da Volkswagen do Brasil, avalia que os utilitários esportivos tendem a aumentar ainda mais seus domínios, até por serem mais numerosos: "O segmento de SUVs é o que tem o maior número de competidores. Só neste início de 2023 já foram oitenta modelos diferentes emplacados. E a tendência demonstra que será a categoria com maior crescimento nos próximos anos".

Esta tendência já domina a oferta de modelos, o volume de vendas e puxa a tabela de preços. Também toma todas as atenções dos departamentos de engenharia, marketing e planejamento de produtos,

que impõem cara de SUV até para carros que não são classificados como tal. Começou com o Renault Kwid anunciado como SUV dos compactos. Recentemente o novo Citroën C3 foi lançado como hatch com identidade SUV, enquanto a Volkswagen, para substituir o Gol, lançou o Polo Track com altura livre do solo 1 centímetro maior do que as outras versões do Polo, além de definir retoques de design para conferir aparência mais robusta ao seu novo modelo de entrada – ou fazê-lo mais parecido com um SUV, ainda que não tenha usado exatamente esta palavra.

A mesma motivação por aproveitar a oportunidade de mercado, nos últimos anos, provocou a multiplicação de SUVs projetados para o mercado brasileiro e construídos sobre uma mesma plataforma, que originalmente era base de hatches e

sedãs. A Volkswagen, por exemplo, sobre sua MQB fez nascer, no Brasil e na Argentina, três SUVs em três anos: pela ordem T-Cross, Nivus e Taos. Já a antiga FCA, atual Stellantis, projetou sobre a mesma base os Fiat Pulse e Fastback, lançados respectivamente em 2021 e 2022.

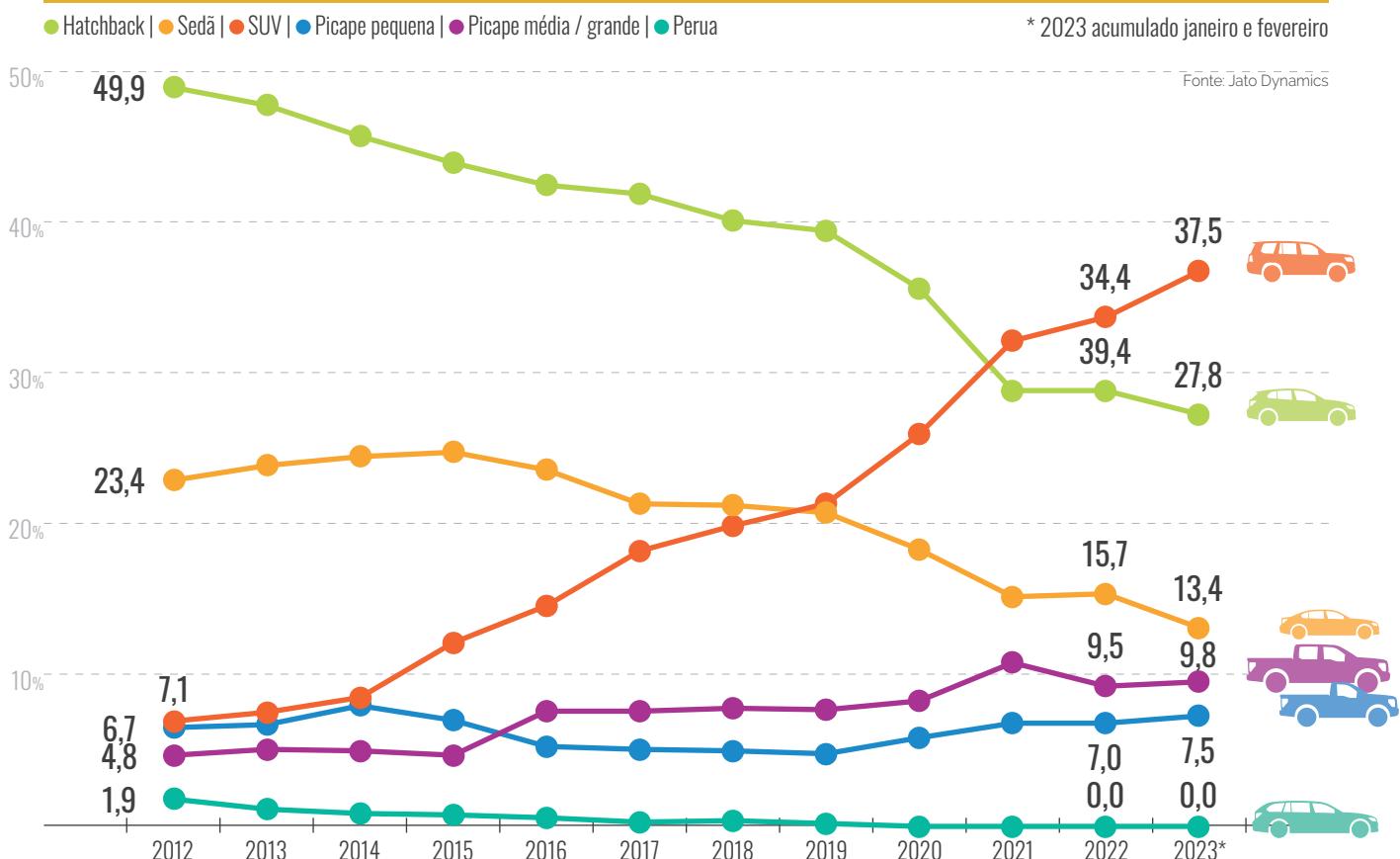
### AVANÇO RÁPIDO

Levantamento da Jato mostra que, até 2019, antes da pandemia, a categoria dos hatches e sedãs pequenos permanecia praticamente estável no patamar de 51% dos emplacamentos, enquanto os SUVs vinham subindo de forma moderada, mas, com 21,8%, ainda representavam menos da metade do volume dos carros de entrada.

No entanto, em 2020, primeiro ano da pandemia, enquanto a participação dos pequenos declinou para 45,8% os SUVs

## Uma década de evolução das preferências

Participação nas vendas das principais carrocerias no mercado brasileiro (em %)



subiram na mesma proporção e chegaram a 26,5%. Em 2021 o tombo dos compactos foi ainda maior e eles fecharam o segundo ano da pandemia com 34,6%, contra ascensão de 6 pontos porcentuais dos SUVs, que chegaram a 32,8% e avançaram mais um pouco no ano seguinte, para os 34,4%.

Ainda que com menos vigor outro segmento que apresentou crescimento na última década foi o de picapes. O aumento de participação é resultado de diversos lançamentos, sendo os mais representativos da Fiat, com a Toro e a nova Strada. De acordo com os dados da Jato em cinco anos as picapes compactas avançaram de 5,2% para 7% do mercado, um incremento de quase 50%. Já as médias e grandes partiram de 8% em 2017 e chegaram a 9,7% em 2022.

No sentido contrário, em menos de dez anos, as perus, que já tinham representatividade mínima e respondiam

por apenas 1,86% das vendas, em 2012, desapareceram com o fim de linha da derradeira representante da categoria, a Fiat Weekend, que deixou de ser produzida no início de 2020.

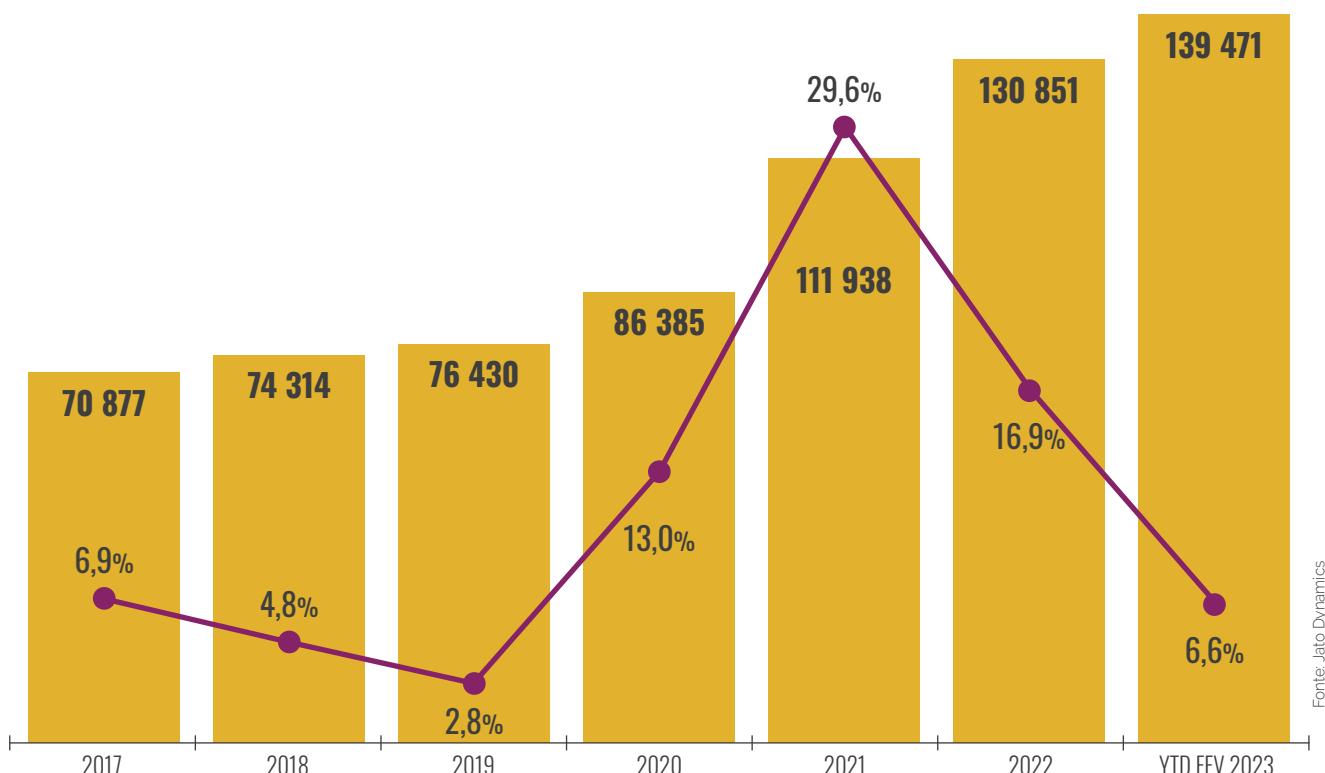
Os sedãs, considerando modelos médios e compactos somados, demonstram maior resistência, mas com menos vigor do que há uma década. Dos 23,4% de representação, em 2012, o segmento declinou para 15,7% em 2022, um encolhimento de mais de 30%.

#### **GOL MARCA FIM DE SUA ERA**

O fim de produção do Volkswagen Gol, após 42 anos de boas vendas – 27 dos quais como líder de mercado, uma vaca leiteira –, tem peso considerável no encolhimento do segmento dos hatches no Brasil. Mesmo com a morte anunciada no fim do ano passado o hatch foi o automóvel mais vendido da marca em 2022 e o

## **Evolução do preço médio de tabela dos carros no Brasil**

Valores em R\$





No trânsito, escolha a vida!



## A sociedade fala. A Mercedes-Benz ouve e acelera soluções.

Além de transportar pessoas e bens de consumo em veículos tecnológicos, eficientes e seguros, a Mercedes-Benz promove diversos projetos socioambientais que colocam cada vez mais brasileiros na rota do ecossistema do transporte responsável.

Conheça mais das nossas iniciativas, acessando:  
institucional Mercedes-Benz ([mercedes-benz-trucks.com.br](http://mercedes-benz-trucks.com.br)).

Mercedes-Benz





Divulgação/Toyota

quinto colocado dentre todos os veículos de passeio no período, segundo números compilados pela Fenabrade, apesar de que boa parte das 72,6 mil unidades emplacadas tenha sido destinada a frotistas.

"Diante de uma crise de escassez de semicondutores você privilegiaria a produção do Gol ou do T-Cross?", pergunta Kalume Neto, para concluir que a Volkswagen fez a escolha óbvia pelo SUV, que tem maior valor agregado e possibilita maior lucro.

Comportamento semelhante foi adotado por vários outros fabricantes, o que explica não só o crescimento das vendas de SUVs como também do preço médio dos carros vendidos no País.

De acordo com o executivo da Jato o segmento de hatches compactos proporciona menor retorno financeiro às montadoras. Com lucro reduzido por unidade é preciso ter alto volume de vendas. Desta forma as montadoras optam por destinar as novas tecnologias, de maior custo, aos modelos mais caros, para não comprometer a já pequena margem de lucro gerada pelos carros de entrada.

### **ESCALADA DE SUVS E PREÇOS**

Atualmente pelo menos três fabricantes generalistas, que tradicionalmente têm nos modelos menores seu maior volume de vendas, já vendem mais SUVs do que outros modelos. É o caso de Volkswagen, Nissan e Toyota.

No exemplo da Volkswagen a saída de linha do Gol deixou, ao menos temporariamente, o caminho livre para o T-Cross, que no acumulado do primeiro trimestre do ano teve 14,2 mil unidades emplacadas, contra 14,1 mil unidades do hatch Polo. Ambos utilizam a mesma plataforma modular MQB. Mas, enquanto a versão mais barata do Polo – a Track, que veio para substituir o Gol – custa R\$ 82 mil 290, o T-Cross Sense, mais barato da linha, parte de R\$ 116 mil 550, diferença de R\$ 34 mil 260, ou 41,6%.

Se na Volkswagen a disparidade de vendas do SUV e do hatch é pequena – e a desvantagem do Polo pode ser revertida dependendo do aumento de participação da versão Track –, no caso da Nissan a distância do SUV Kicks, com 11,3 mil unidades no primeiro trimestre, é muito maior com relação ao sedã compacto Versa, com 1,4 mil emplacamentos.

De acordo com o diretor de marketing e vendas da Nissan América do Sul, o chileno Humberto Gómez, o alto preço do aço e a inclusão de novas tecnologias adotadas para cumprir metas de emissões e legislação de segurança deixaram os carros do segmento B, hatches e sedãs compactos, "muito caros", principalmente na época da pandemia.

Este movimento afastou consumidores que trafegavam na parte de baixo da pirâmide do mercado brasileiro de veículos



Divulgação/VW

zero-quilômetro – e reduziu o interesse dos fabricantes em lançar mais opções na categoria. Algumas até desistiram da categoria, como a própria Nissan, que encerrou a produção do compacto March no início de 2021.

Kalume Neto concorda e afirma que o preço do carro de entrada “nunca esteve tão alto com relação ao salário mínimo e ao dólar”. Dados da Jato indicam que o modelo mais barato, em 2000, o Fiat Uno 1.0 EX, custava o equivalente a US\$ 7 mil, preço que saltou para o equivalente a US\$ 12,7 mil referente ao modelo mais barato atualmente, o Renault Kwid 1.0 Zen.

Segundo o consultor, em um cenário de oferta e demanda regularizadas, com juros mais baixos e crédito normalizado, a tendência é o consumidor voltar a se interessar pelo carro compacto de entrada, com a consequente redução de participação dos SUVs. A discussão a respeito da volta do carro popular é outro fator que pode alterar o mercado atual. Caso os estudos avancem os modelos mais baratos tendem a ganhar mercado.

### OPÇÃO PREFERENCIAL PELOS CAROS

Em virtude do encarecimento de modelos até então tidos como a porta de entrada natural no mundo dos carros zero-quilômetro os compradores passaram a considerar o SUV, que na definição de Gómez tem porta-malas maior, é mais confortável, mais seguro e oferece melhor posição de dirigir.

O executivo estima que, em condições normalizadas de peças e mercado, os SUVs devem manter participação de cerca de 25% das vendas no Brasil, contra 12% a 13% dos sedãs: “Sabíamos que este movimento aconteceria, por isto lançamos o Kicks [a versão renovada]”.

Apesar do otimismo com o segmento ele não prevê a ampliação da oferta de modelos da Nissan no segmento por enquanto, apesar dos rumores de que o Magnite – SUV subcompacto vendido na Índia – seria lançado no Brasil este ano: “Ele seria um hatchback um pouco mais alto. Em termos de custo não seria tão atra-



tivo”, afirma, dizendo não ver muito “sentido econômico para a pessoas”. Mesmo assim Gómez ressalta que, se o mercado chegar a 3 milhões de unidades/ano “a coisa muda”. A previsão da Jato para este ano é de venda de 2,1 milhões de veículos.

Por outro lado a Nissan acaba de lançar o novo Sentra, sedã médio que de acordo com Gómez tem tido boa receptividade: “Em um fim de semana vendemos praticamente cem carros, sem muita propaganda”. Além disso ele acrescenta que alguns foram vendidos para ex-donos de Kicks, demonstrando que, da mesma forma como há uma forte migração para os SUVs, o caminho contrário também pode ocorrer, ainda que em menor proporção.

Segundo Kalume Neto, da Jato, os sedãs médios são o segundo segmento mais rentável da indústria, depois dos SUVs.

No caso da Toyota o SUV Corolla Cross também superou em vendas o modelo que lhe dá origem, o sedã médio Corolla. No primeiro trimestre, enquanto o utilitário esportivo teve 10,4 mil unidades empilhadas, o sedã registrou 8,9 mil vendas, mesmo sendo mais barato. O Corolla parte de R\$ 146 mil 890e o SUV começa em R\$ 159 mil 890.

E a Toyota informa que 70% das vendas do modelo se concentram na versão intermediária, XRE, que custa R\$ 174 mil 390. Isso mostra que a Toyota tomou a decisão acertada quando decidiu tirar de

linha no mercado brasileiro o Etios hatch e sedã, em 2021, até então seu modelo mais em conta.

A opção por versões mais equipadas se repete em outras marcas. Gómez, da Nissan, acrescenta que a preferência dos clientes tem recaído para as opções Advance e Exclusive do Kicks, as duas mais caras, que têm preços a partir de R\$ 130 mil 690.

Outras marcas foram até mais radicais ao trilhar o caminho dos SUVs. A Citroën, por exemplo, atualmente vende no País apenas dois modelos: o compacto C3, que ganhou cara de utilitário esportivo, e o SUV compacto C4 Cactus. Já a Caoa Chery investe fortemente na linha de SUVs Tiggo 5, 7 e 8, embora mantenha em oferta o sedã híbrido Arrizo 6 e o elétrico iCar.

### TÍQUETE NAS ALTURAS

Com a elevação da participação de vendas dos SUVs compactos o preço médio dos veículos também avança.

"Todo mundo quer comprar e o tíquete médio é alto", diz Kalume Neto, da Jato. "Para a indústria este fator une o útil ao agradável."

De acordo com levantamento da consultoria o tíquete médio, que era de R\$ 76 mil 430, em 2019, atualmente saltou para R\$ 139 mil 471, uma alta de 82% em quatro anos. A inflação oficial ficou em 28,26% no período de fevereiro de 2019 a fevereiro de 2023.



Divulgação/Citroën

"O tíquete médio está mais do que o dobro do carro mais barato do País", observa Kalume Neto. Atualmente, o veículo mais acessível é o Renault Kwid Zen, que parte de R\$ 68 mil 190.

Para o executivo da Jato após o pico de preços, verificado em 2021, a partir de agora a tendência é que os reajustes sigam a inflação. Gómez, da Nissan, alerta para o fato de que o setor ainda está sujeito à falta de componentes e que eventual escassez tende a gerar aumentos: "Se falta em um fornecedor e você precisa trazer de um lugar mais distante isto gera custo adicional de frete", exemplifica. A Toyota acrescenta que, além dos custos de produção e logística, que cresceram "de forma razoável" desde 2020, o dólar também disparou, impactando no preço dos carros.

Com um lucro maior sobre as vendas os SUVs têm colaborado para o aumento do faturamento das montadoras. Dados da Jato dão conta de que, depois de uma queda de faturamento bruto, de 2019 para 2020, de R\$ 220 bilhões para R\$ 182 bilhões, motivada pela paralisação de produção das empresas, no período mais drástico da crise sanitária, as receitas voltaram a subir. Segundo a consultoria as vendas somadas cresceram para R\$ 241 bilhões em 2021 e alcançaram R\$ 276 bilhões em 2022. Para este ano a previsão da Jato é que ultrapassem os R\$ 300 bilhões e cheguem a R\$ 318 bilhões. Agradeça aos SUVs.



Divulgação/Renault

CENTRO DE ATENÇÃO AO CLIENTE

0800 702 3443

(31) 2107 2355



No trânsito, a vida vem primeiro.

# São 25 anos criando novos caminhos para você ir mais longe.



São 25 anos nas estradas e cidades brasileiras, sempre junto aos nossos clientes, motoristas, parceiros e colaboradores, transportando modernidade, confiança, parceria e um futuro mais sustentável. Uma empresa que inova hoje pensando no amanhã, buscando sempre construir novos caminhos.



**25 ANOS NO BRASIL** **IVECO**



# Novo Sentra recoloca Nissan na briga dos sedãs médios

Fora do segmento desde 2020 marca agora busca 10% da categoria dominada há anos pelo Toyota Corolla

Redação AutoData

**A**pós quase três anos sem um representante no segmento de sedãs médios no Brasil a Nissan lançou em março o novo Sentra – a oitava geração mundial do modelo e a quarta vendida no mercado brasileiro. O carro, importado do México, já tinha sido lançado em 2019 e esperava-se sua chegada por aqui até o fim de 2020, mas segundo a empresa a pandemia adiou os planos. Apesar de atrasada ela pretende encontrar uma boa posição para seu sedã: o objetivo é abocanhar 10% das vendas na categoria.

Será uma briga difícil abrir este espaço em segmento que vem encolhendo e é dominado há anos, por larga margem, pelo Toyota Corolla, único sedã médio ainda produzido no Brasil – todos os demais são importados –, que em 2022 respondeu sozinho por 75% das vendas da categoria e no início deste ano ampliou seu espaço para 86%.

Para o presidente da Nissan no Brasil, Gonzalo Ibárzabal, a missão de conquistar 10% do segmento de sedãs médios não só é possível como pode ser superada:

"Podemos conquistar mais, temos um ótimo produto". Em duas versões, Advance e Exclusive, que custam R\$ 148,5 mil e R\$ 171,6 mil, o Sentra poderá atrair órfãos do Honda Civic nacional, que desde o ano passado deixou de ser produzido no País e que hoje só está disponível importado em versão híbrida, por quase R\$ 250 mil.

## CONCORRÊNCIA

Além do Corolla o Sentra concorre com outros dois sedãs médios que têm acabamento similar e, assim como ele, são produzidos em países que têm acordos comerciais com o Brasil e que, por isto, são isentos de imposto de importação. E que, assim, podem ter preços parecidos.

É o caso do Chevrolet Cruze, fabricado pela GM na Argentina e que no ano passado foi o segundo mais vendido, com quase 15% do segmento. Bem atrás vem o Volkswagen Jetta, também produzido no México e com participação insignificante, inferior a 1% em 2022.

Com preços competitivos para ganhar mercado de outros modelos e segmentos a Nissan também confia no visual completamente renovado do Sentra para atrair clientes: o sedã ficou mais bonito, mais comprido, mais largo e com mais espaço interno na comparação com a sua sétima geração.

O plano de vendas se completa com a oferta de amplo pacote de equipamen-

tos e sistemas avançados de assistência ao motorista. Segundo o diretor de marketing, Humberto Gómez, o Sentra tem, em média, 20% a mais de itens do que os principais concorrentes.

## EQUIPAMENTOS E TEST DRIVE

Desde a versão mais barata o veículo está equipado com seis airbags, controles eletrônicos de tração e estabilidade com assistente de partida em rampas, frenagem automática de emergência, piloto automático adaptativo que mantém distância pré-definida do carro à frente, alerta de mudança involuntária de faixa com assistência no volante para corrigir a rota, alerta de ponto cego, câmera 360 graus que facilita as manobras, faróis automáticos e alerta de fadiga do motorista.

A lista de série é composta por ar-condicionado digital e automático de duas zonas de temperatura, direção elétrica, ajustes elétricos do banco do motorista, teto-solar, quadro de instrumentos parcialmente digital, sistema multimídia com tela de 8 polegadas e espelhamento para smartphones, aquecimento dos bancos, rodas de liga leve aro 17.

O motor do Sentra é 2.0 com injeção direta de gasolina, aspirado, de 151 cv. O câmbio é o automático CVT Xtronic de oitava geração, que simula oito marchas.

A reportagem de AutoData viajou cerca de 300 quilômetros com o novo Sentra, que se mostrou potente e capaz de realizar ultrapassagens e retomadas na estrada sem dificuldade para embalar e atingir a velocidade permitida, mesmo sem contar com o empuxo extra de um turbocompressor. Isolamento acústico, acabamento interno e conforto para os ocupantes durante a viagem também são pontos que merecem boas notas.

O sedã também está disponível no serviço de assinatura, o Nissan Move, nas duas versões, com mensalidades de R\$ 3,6 e R\$ 4 mil. O valor mensal inclui seguro, troca de pneus, revisões, manutenções, carro reserva e assistência 24 horas.

**[Com reportagem de Caio Bednarski, Agência AutoData]**



Divulgação/Nissan

# Nova geração da Fiat Ducato agora vem da Itália

**Van chega ao mercado brasileiro em cinco versões, duas para passageiros, dois furgões de carga e uma envidraçada para transformações**

Por André Barros

**P**ara seguir competindo no crescente segmento de vans, que saltou de 2% do mercado brasileiro em 2019 para 3,2% no ano passado, a Fiat optou por importar da Itália a quarta geração da Ducato, produzida na fábrica da Sevel, em Atessa, onde também são fabricadas sobre a mesma plataforma Peugeot Boxer, Citroën Jumper e Opel Movano – a unidade é uma antiga associação dos grupos Fiat e PSA iniciada em 1981 para produzir veículos comerciais leves, que

em muito antecedeu a Stellantis, a fusão das duas companhias consolidada em janeiro de 2021.

A primeira e segunda gerações da Ducato foram produzidas sob o mesmo arranjo no Brasil, junto com as irmãs Citroën e Peugeot, desde o fim dos anos 1990 até 2016, em Sete Lagoas, MG, na fábrica que pertence à Iveco, então parte do Grupo Fiat. Depois a terceira geração da van começou a ser importada do México, de onde vinha sem pagar imposto de



Divulgação/Fiat

importação. Agora trazida da Itália, paga alíquota de 35%, mas segundo a Fiat chega ao mercado brasileiro com preços considerados "competitivos".

A Ducato compete na mais volumosa faixa do segmento, a das chamadas vans E, que respondem por 45% das vendas. Na faixa D, com 17% do mercado, a Fiat tem a Scudo e na B, com 38%, oferece a Fiorino. A expectativa, por causa do bom momento do comércio eletrônico e da multiplicação de entregas urbanas, é que todos os segmentos cresçam em volume nos próximos anos.

Apesar do aumento esperado de volumes, segundo Herlander Zola, vice-presidente da Fiat na América do Sul, não há planos de retomar a produção local da Ducato no momento.

## VERSÕES

A Ducato italiana chega em cinco configurações ao mercado nacional: os furgões Cargo, de 11,5 m<sup>3</sup>, por R\$ 245 mil 990, e Maxi, de 13 m<sup>3</sup>, por R\$ 249 mil 990; a van envidraçada Multi, por R\$ 261 mil 490, de 13 m<sup>3</sup> e sem assentos no interior, para receber implementações como ambulância, viatura ou veículos de transporte executivo; e as versões para passageiros minibus Comfort, de dezenove lugares por R\$ 309 mil 990, e Executivo, de dezessete lugares por R\$ 319 mil 990. A opção chassi-cabine não será oferecida por causa da baixa demanda, de acordo com Zola.

Todas as opções são equipadas com o motor turbodiesel FPT 2,2 litros de 140 cv acoplado a transmissão manual de seis velocidades. O modelo incorpora tecnologias como start-stop, controle de tração estabilidade, assistente de partida em rampa, sensor de estacionamento e, como opcional, central multimídia de 7 polegadas, com câmera de ré.

Zola diz que, se houver demanda do mercado, existe uma versão com transmissão automática sendo produzida na Itália que poderia rapidamente ser adaptada e importada. Da mesma forma a Ducato elétrica poderá vir. Não há, entretanto, prazos ou confirmações para isso. ■





Divulgação/Ford

# Ford lança divisão Pro no Brasil

**Área foi estruturada para atender clientes de veículos comerciais leves da marca**

Por André Barros

**A**pós estrear nos Estados Unidos e na Europa, a Ford lançou no mercado brasileiro a sua divisão Pro, com equipe, serviços e estruturas físicas dedicadas a atender os clientes dos veículos comerciais da marca – no caso do Brasil, a linha de vans Transit e a picape Ranger, ambas com produção regional, a primeira montada nas instalações da Nordex, no Uruguai, e a segunda feita na Argentina.

A estrutura da Ford Pro engloba todos os produtos e serviços que são oferecidos aos clientes comerciais, sejam pequenos empreendedores, grandes frotistas ou governo, de forma a oferecer assistência direcionada a este público. “Não basta entregar o veículo físico: precisamos oferecer também uma boa estrutura por trás”, resume Rogelio Golfarb, vice-presidente da Ford América do Sul.

A Ford Pro estará presente em todas as mais de cem concessionárias da marca no Brasil, sem diferenciação física na loja, mas com equipe treinada e dedicada ao cliente comercial nas áreas de venda e pós-venda. A Ford garante atendimento prioritário na oficina, pois veículo parado significa perda de faturamento.

Há engenheiros, em Camaçari, BA, e em Tatuí, SP, dedicados ao desenvolvimento regional dos veículos comerciais Ford. Eles trabalham, também, junto com transformadores e implementadores para ampliar o leque de opções aos clientes, que poderão ter garantia de fábrica para veículos especialmente personalizados, como ambulâncias ou viaturas policiais.

A Ford Pro oferece ainda análise de dados dos veículos por telemetria, com geração de relatório por meio do Ford Pass, revisões programadas e assistência 24 horas também. Financiamentos especiais e até serviço de assinatura, do programa Ford GoFleet, são específicos para os frotistas.

O próximo integrante da família Ford Pro será a van elétrica E-Transit: algumas unidades já estão em testes com clientes no Brasil e na Argentina para que possam desembarcar em breve na região.

# QUANDO TUDO PARECE PERDIDO, SUA AJUDA VAI FAZER A DIFERENÇA

**Seja doador de Médicos Sem Fronteiras**



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

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

**Ajude Médicos Sem Fronteiras a salvar milhares de vidas.**

**Seja um Doador Sem Fronteiras!**  
**Doe assim que chegar ao seu destino.**  
**Acesse [msf.org.br](http://msf.org.br)**



Prêmio Nobel da Paz 1999



# Mercedes-Benz premia iniciativas socioambientais

Quatro fornecedores receberam troféus por projetos realizados em 2022

Redação AutoData

**Q**uarto fornecedores receberam, em março, o Prêmio Mercedes-Benz de Responsabilidade Socioambiental 2022. Em cerimônia na fábrica de São Bernardo do Campo, SP, a Eaton foi reconhecida por duas iniciativas, enquanto Schulz, SKF e ZF ganharam um troféu cada.

A edição da premiação deste ano recebeu o total de trinta projetos para análise da comissão julgadora, formada por representantes da Mercedes-Benz e de universidades convidadas, segundo [Marcos Alves](#), diretor de logística e



Divulgação/MB

infraestrutura: "Os integrantes da comissão elegem os projetos que estejam em concordância com o objetivo de conciliar o crescimento dos negócios com a preservação ambiental e a responsabilidade social. Isso se dá por meio de trabalhos que demonstrem exemplos concretos de melhores práticas sustentáveis".

Veja abaixo as iniciativas vencedoras:

#### EATON

A fabricante de transmissões, engrenagens para caixas de câmbio e válvulas foi premiada pelo projeto Recuperação de Graxa Grafitada, realizado na fábrica de São José dos Campos, SP. A graxa grafitada utilizada nas prensas da forjaria passou a ser recuperada e aplicada no rebate do processo de forjamento de válvulas. Houve redução de 51% no consumo de graxa nova, redução de 26% na geração de resíduos e economia de R\$ 626 mil em 2021.

Outro projeto premiado da Eaton foi a Recuperação Energética para Forno de Revenimento, processo utilizado na fábrica de Mogi Mirim, SP, para aumentar a resistência das engrenagens produzidas. Para reduzir os impactos ambientais foi feita uma melhoria no sistema de tratamento térmico e redirecionada a dissipação de energia dos fornos contínuos para o forno de revenimento. Assim 80% do consumo de energia elétrica, ou 350MWh, foram reduzidos, evitando emissão de 44 toneladas de CO<sub>2</sub>.

#### SCHULZ

A fabricante de componentes fundidos e usinados aplicou o projeto Aterro Zero nas áreas de usinagem e pintura de sua fábrica em Joinville, SC. Com tratamentos alternativos a empresa reduziu em 206 toneladas a quantidade de resíduos enviada a aterros industriais no período de 2021 até agosto de 2022. Cerca de 75% do volume correspondem a cavacos metálicos gerados na usinagem, que são reciclados em briquetes para fundição, para produção de novas peças.



#### SKF

Em parceria com prefeituras de Jundiaí e de Cajamar, SP, a SKF criou o programa Educação Continuada SKF na sua fábrica de rolamentos de Jundiaí. Foram aplicadas aulas de linguagem de programação para 36 alunos de rede pública e os que mais se destacaram foram contratados pela empresa. E em parceria com o Senai foi desenvolvido o programa Emprega Mais, com instalação de unidades móveis de ensino para capacitações em auxiliar mecânico de manutenção, usinagem e logística. Dos 64 alunos 94% estão no mercado de trabalho.

#### ZF

O projeto Air Leak Busters foi introduzido pela ZF em sua fábrica de transmissões em Sorocaba, SP, para reduzir emissões de CO<sub>2</sub> e o desperdício de energia elétrica, além de promover a conscientização dos funcionários. A ZF adotou sistema de detecção, identificação e eliminação dos vazamentos de ar comprimido, e assim deixou de consumir 500 MWh de energia elétrica no ano passado. ■

## WEG investe R\$ 100 milhões para produzir baterias em Santa Catarina

A WEG investirá R\$ 100 milhões até 2024 para a expansão da capacidade de produção de packs de baterias de lítio no Brasil. A unidade de Jaraguá do Sul, SC, vai ampliar a área do prédio atual para abrigar a nova fábrica, com o objetivo de atender à demanda crescente do mercado de mobilidade elétrica e sistemas de armazenamento de energia. O cronograma do investimento foi dividido em duas partes. A primeira envolve a ampliação imediata da atual linha de produção e a segunda prevê, até o primeiro semestre de 2024, a conclusão da planta de 6 mil m<sup>2</sup>, que contará com soluções automatizadas, digitalização e tecnolo-

gias da indústria 4.0 para produzir os módulos de baterias. Segundo a WEG a expectativa é gerar 140 novos empregos.



Divulgação/WEG

## Yamaha anuncia investimento de R\$ 520 milhões no Brasil



Divulgação/Yamaha

A Yamaha anunciou aporte de R\$ 520 milhões em investimentos no Brasil de 2023 a 2025. Segundo comunicado o valor será dedicado a iniciativas para redução das emissões de carbono, ampliação e otimização da fábrica em Manaus, AM, com melhoria de processos produtivos internos e de fornecedores, além de projetos de tecnologia da informação, logística e ambientais. Outro valor relevante, em torno de R\$ 40 milhões, está sendo aplicado na mudança de sede da Yamaha de Guarulhos, SP, onde esteve nos últimos 52 anos, para a Capital paulista, no bairro Cidade Jardim. Já o centro logístico e a área de desenvolvimento de produtos estão sendo transferidos para Jandira, SP, com acesso facilitado para recebimento e embarque de materiais para a fábrica no Amazonas. As vendas de motocicletas Yamaha cresceram 33% no primeiro bimestre de 2023, somando 41 mil unidades. A companhia emprega em torno de 10 mil pessoas no Brasil, sendo 4.5 mil diretamente.

## Chinesa Seres chega ao Brasil com foco em comerciais



Divulgação/Seres

Desde 2019 ensaiando iniciar operações no Brasil, a Seres, montadora chinesa que mantém três fábricas em seu país-sede, já começou a importar dois veículos utilitários e um SUV, todos 100% elétricos. A empresa fará vendas digitais com entrega no endereço do cliente. A operação foi iniciada em São Paulo e em Brasília, DF. A plataforma digital já está no ar e a expectativa é ampliar o alcance para Minas Gerais, Rio de Janeiro, Santa Catarina e Bahia. O primeiro lote de comerciais leves EC31 e EC35, dez unidades de cada, chegou em março, e as primeiras unidades do SUV Seres 3 chegarão no fim de abril. Também está previsto o lançamento do Seres 5, previsto para maio ou junho. Para o primeiro ano de operação a Seres projeta importar 1 mil unidades, 60% de utilitários comerciais e 40% de carros de passeio.

## Marcopolo apresenta novo micro-ônibus nos Estados Unidos

A Marcopolo, em parceria com a Creative Bus Sales, rede de concessionárias de ônibus nos Estados Unidos, apresentou em Las Vegas o novo micro-ônibus Grand Executive. O veículo foi desenvolvido pelas equipes de engenharia da empresa no Brasil e México para o mercado norte-americano de transporte executivo. O Grand Shuttle será produzido pela Marcopolo em sua fábrica mexicana, em Monterrey.



Divulgação/Marcopolo

## Linha Volksbus com motores Euro 6 tem sete opções

Divulgação/VWCO



A Volkswagen Caminhões e Ônibus apresentou todos os modelos da nova linha Euro 6 de chassis Volksbus, com sete configurações para transporte rodoviário, urbano, escolar e de fretamento, que podem ter piso alto, baixo, plataforma elevada ou rural. Os dois chassis mais vendidos da gama Volksbus, o 11.180 e o 17.230, foram apresentados no ano passado durante a Lat. Bus, trazendo mudanças como novo volante, painel e introdução de tecnologias de segurança. Juntam-se a eles o micro-ônibus 9.180, os chassis com motor dianteiro 15.210 e 17.260 e os 18.320 SL e 18.320 SH com motor traseiro. Os micro-ônibus são equipados com motor Cummins ISF e os demais com o MAN D08, produzidos no Brasil por encomenda pela MWM.

## Tupy e MWM farão usina de biogás no Paraná

A Tupy e a MWM anunciaram a construção de usina de biogás em Ouro Verde do Oeste, PR, em parceria com a cooperativa agrícola Primato. O bio-combustível será produzido a partir de dejetos suínos tanto para gerar energia limpa como para abastecer caminhões. O acordo marca a entrada da Tupy no setor de energia e de descarbonização e é o primeiro estabelecido após a aquisição da MWM, concluída em novembro. Em um primeiro momento haverá a coleta dos rejeitos orgânicos em treze propriedades rurais dos cooperados da Primato, que poderão manter suas atividades com geradores abastecidos por biogás. Os caminhões usados nesta operação deverão ter seus motores a diesel convertidos pela MWM para o uso de gás.

## Umicore usa energia 100% limpa no Brasil



Divulgação/Umicore

Desde o ano passado as fábricas da Umicore no Brasil, em Americana e Guarulhos, SP, operam com 100% de energia limpa certificada, gerada principalmente por fonte eólica. Com isto foi possível reduzir em 704,6 toneladas a emissão de CO<sub>2</sub> ao longo de 2022. O processo de descarbonização foi iniciado há dez anos, quando a companhia passou a usar energia renovável em seu processo produtivo de catalisadores automotivos. O apporte mais recente para ampliar o uso da eletricidade de fontes descarbonizadas nas plantas foi em 2019, de cerca de R\$ 5 milhões para a aquisição compartilhada de uma subestação de alta tensão, na qual a participação da Umicore é 41,33%.

## GM celebra 4,5 milhões de veículos produzidos em Gravataí

A fábrica da General Motors em Gravataí, RS, alcançou 4,5 milhões de veículos produzidos, simbolizado por um Chevrolet Onix vermelho. A unidade, que abriu as portas em julho de 2000 com a produção do Celta, foi a primeira da GM fora do Estado de São Paulo. A unidade inaugurou o conceito de condomínio industrial, que reúne dentro do mesmo terreno os principais fornecedores. Ao longo de 23 anos foram investidos R\$ 4,5 bilhões em três expansões e modernizações da planta, de onde saíram também os modelos Prisma, Onix e, recentemente, o novo Onix e o novo Onix Plus.



Divulgação/GM

## Renault chega a 5 milhões de motores produzidos no Paraná

A Renault celebrou a marca de 5 milhões de motores produzidos no Brasil, em uma das fábricas do Complexo Ayrton Senna, em São José dos Pinhais, PR. Deste total, atingido em 23 anos de produção, 64% equiparam veículos emplacados no Brasil e 36% foram exportados unidades da fabricante na América Latina e Europa. A CMO, Curitiba Motores, tem capacidade para produzir 600 mil unidades/ano. Hoje são fabricados ali os modelos SCe 1.0 e 1.6 que equipam os automóveis da marca vendidos no País.



Divulgação/Renault

## Honda atinge produção de 500 mil scooters

A Honda alcançou a produção de 500 mil scooters em Manaus, AM. Segundo a empresa trata-se do segmento que mais cresce em vendas: das 120 mil unidades comercializadas em todo o País no ano passado, 60% do total, ou 70 mil, foram da marca. A Honda atribui a crescente demanda ao fato de que as scooters tornaram-se solução de transporte urbano que encurta o tempo de deslocamento e o

gasto com combustível, atraiendo novos perfis de clientes como jovens, recém-habilitados, mulheres e até mesmo motociclistas experientes que buscam locomoção mais ágil.



Divulgação/Honda

## Novo Hyundai HB20 chega ao Paraguai



Divulgação/Hyundai

A Hyundai iniciou a exportação da nova geração do HB20 ao Paraguai, que receberá, em 2023, em torno de 1,5 mil unidades do hatch produzido em Piracicaba, SP. O mercado paraguaio se junta a México e Colômbia, que desde o ano passado recebem o modelo como os principais clientes externos da fábrica. Segundo a montadora está nos planos atender outros países a partir do Brasil. Em março de 2016, três anos após o início da produção do HB20, o Paraguai foi o primeiro destino de exportação do modelo, com um lote inaugural de seiscentas unidades.

## Randon registra receita recorde ao ampliar presença internacional

Em seus 74 anos de história o grupo Empresas Randon nunca havia visto resultado semelhante ao obtido em 2022, quando a receita líquida alcançou R\$ 11,2 bilhões. Em comparação com 2021 o crescimento foi de 23%. O EBITDA, lucro antes de despesas financeiras, impostos e depreciação de ativos, foi de R\$ 1,5 bilhão, margem de 13,5% sobre o faturamento. Parte do bom desempenho se deveu ao plano de ampliar a presença internacional da companhia em mercados maduros como Estados Unidos e Europa. As exportações e vendas de empresas controladas no Exterior avançou 40%, para US\$ 436 milhões. Segundo a Randon o destaque foi a entrada da montadora de carretas nos Estados Unidos, a partir da aquisição da Hercules, finalizada em novembro, e também da exportação inédita de semirreboques fabricados no Brasil. Dando sequência a este movimento no mês passado a controlada Fras-le comprou a Juratek, fabricante de

autopeças no Reino Unido. Em nova compra, no fim de março, o grupo anunciou a aquisição de 100% da Auttom Automação e Robótica, também gaúcha de Caxias do Sul, RS, da qual já detinha 80% e decidiu totalizar o controle após o crescimento das operações e abertura de filial da divisão nos Estados Unidos.



Divulgação/Randon

## Scania investe US\$ 27 milhões em nova linha e na rede da Argentina



Divulgação/Scania

A Scania anunciou investimento de US\$ 27 milhões na Argentina, de acordo com informações divulgadas pelo Autoblog. A fábrica de Tucumán receberá US\$ 18 milhões para a instalação de uma nova linha de fibra de carbono, que ainda em 2023 produzirá peças para uma nova caixa de câmbio. A unidade é 100% exportadora: 95% da produção em 2023 será enviada ao Brasil e 5% para a Suécia. Os outros US\$ 9 milhões do programa serão investidos nas 28 revendas que a representam a Scania no mercado argentino.

## Marcopolo amplia lucro líquido em 22% em 2022

Balanço divulgado em março aponta que, em 2022, a Marcopolo produziu 14 mil 725 ônibus, 31,1% a mais do que em 2021, sendo 86,6% dessas unidades fabricadas no Brasil e o restante, no Exterior. O desempenho se refletiu nos resultados da companhia que, passado o período mais crítico da pandemia, registrou recorde de ganhos. No ano passado o lucro líquido foi R\$ 436,8 milhões, avanço de 21,9% ante os doze meses anteriores, com margem líquida de 8,1%. A receita líquida consolidada, de R\$ 5,4 bilhões, foi 54,8% superior à obtida em 2021, sendo que 67,1% do faturamento foi gerado pela venda de carrocerias e 25,3% por veículos completos da Volare. Do total R\$ 3,1 bilhões vieram de vendas no mercado doméstico, 58,7% do total. Os outros R\$ 2,2 bilhões, ou 41,3%, foram gerados por exportações e pelas operações em outros países.



Divulgação/Marcopolo



Divulgação/Marcopolo

### MARCOPOLY: ANDRÉ ARMAGANIAN

Em processo de sucessão iniciado exatamente um ano antes, em 1º de abril André Vidal Armaganian tornou-se o novo CEO do Grupo Marcopolo, no lugar de James Bellini, que na mesma data reassumiu o posto de presidente do conselho de administração da fabricante de ônibus, cadeira que já tinha ocupado anteriormente, de 2018 a 2019, antes de ser indicado ao comando executivo da empresa. Armaganian, que ingressou na Marcopolo em 2014, desde 2017 era diretor de operações internacionais e comerciais para o mercado externo. O executivo de 47 anos é graduado em engenharia mecatrônica pela USP, pós-graduado em administração pela Fundação Getúlio Vargas e tem MBA pela Universidade de Chicago. Antes da Marcopolo trabalhou na Accenture e na Goodyear nas operações do Brasil, Estados Unidos e México.



Divulgação/Pessoal

### MMA: ADALBERTO MALUF FILHO

Após sua nomeação, em março, para assumir a Secretaria Nacional de Ambiente Urbano e Qualidade Ambiental do MMA, Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima, Adalberto Maluf Filho deixou a diretoria de comunicação, sustentabilidade e relações corporativas da BYD no Brasil, onde estava desde 2014. Ele também renunciou à presidência da ABVE, Associação Brasileira do Veículo Elétrico, para a qual havia sido eleito em 2020, após ser, desde 2018, um dos diretores da entidade. Em suas novas funções no MMA em Brasília, DF, o secretário responderá diretamente à ministra Marina Silva. Formado em relações internacionais pela USP, Maluf Filho retorna à carreira pública: de 2006 a 2007 ele foi assessor e supervisor da Secretaria do Verde e Meio Ambiente da Prefeitura de São Paulo.



Divulgação/GWM

### ABVE: RICARDO BASTOS

Com a renúncia de Adalberto Maluf Filho (leia acima) à presidência da ABVE, Associação Brasileira do Veículo Elétrico, Ricardo Bastos foi eleito novo presidente da entidade. Economista com 25 anos de experiência no setor automotivo e diretor de relações institucionais da GWM, Great Wall Motor, Bastos iniciou em abril seu mandato de um ano. O executivo assinala que sua missão é dar continuidade ao trabalho do antecessor para ampliar a eletromobilidade no País e construir pontes com as demais entidades representativas do setor automotivo nacional, como Anfavea e Sindipeças.



Fotos: Divulgação/Pessoal

### BRIGHT: BESALIEL BOTELHO + FLÁVIO PADOVAN

Dois ex-executivos com longa atuação no setor automotivo nacional passaram a integrar, desde março, o time de consultores da Bright Consulting: Besaliel Botelho, ex-presidente da Bosch Latin America, que segue no conselho consultivo da companhia, e Flávio Padovan, que ocupou cargos de direção na Ford, Volkswagen, Jaguar Land Rover e Subaru, agora estão juntos na consultoria com Paulo Cardamone, Murilo Briganti e Cássio Pagliarini. Botelho é engenheiro especialista em tecnologia automotiva, presidiu entidades como AEA e SAE Brasil, e faz parte também do Movimento Empresarial para Inovação da CNI, Confederação Nacional da Indústria. Padovan já estava há alguns anos atuando como consultor de empresas e mentoria para executivos e empresários.



Divulgação/VW

### VOLKSWAGEN: CIRO POSSOBOM

Ciro Possobom, que na prática já exercia desde o ano passado o papel de presidente da Volkswagen do Brasil, mas tinha o cargo formal de COO, chefe de operações, foi nomeado oficialmente CEO, a partir de 1º de abril. Sua indicação foi anunciada por Alexander Seitz, presidente da Volkswagen América do Sul, no fim de março, durante a celebrações dos 70 anos da fabricante no mercado brasileiro. Possobom é o primeiro brasileiro a ocupar o posto de principal executivo da operação, cadeira que estava vaga desde a saída do argentino Pablo di Si da presidência da VWB, que acumulava com o de chairman executivo para a América do Sul. Vindo da Nissan, Possobom ingressou na companhia em 2019 como vice-presidente de finanças para Brasil e América do Sul, Central e Caribe, que em 2022 acumulou com as funções de COO.



Divulgação/Iveco

### IVECO: CARLOS TAVARES + BERNARDO BRANDÃO + MARCUS SOUZA

A Iveco anunciou, em março, uma série de mudanças na sua diretoria na região. Carlos Tavares, diretor de peças e serviços ao cliente para a América Latina, foi nomeado diretor comercial no Brasil, sucedendo a Ricardo Barion, que deixou a empresa após oito anos. Formado

em engenharia mecânica pela PUC-RJ, com MBA pela FIA USP, Tavares acumula trinta anos de experiência no setor automotivo, com passagens por General Motors, Paccar e Lifan. No lugar de Tavares na diretoria de peças e serviços foi nomeado Bernardo Brandão, que está há 12 anos na Iveco e até então era diretor de marketing para mercados latino-americanos. Este cargo foi assumido por Marcus Souza, que era gerente de marketing de produto para a região.



Divulgação/Abraciclo

### ABRACICLO: MARCOS ANTÔNIO BENTO

A Abraciclo comunicou que Marcos Antônio Bento, diretor executivo de relações institucionais da Honda no Brasil, foi eleito novo presidente para gestão de um ano à frente da entidade que reúne os fabricantes de motocicletas no País. Ele sucede a Marcos Fermanian, seu colega na Honda – ele preside a divisão de serviços financeiros da empresa –, que esteve na presidência da associação nos últimos onze anos. Bento é formado em direito pela UFG, Universidade Federal de Goiás, e ingressou na Honda em 1996, em Manaus, AM. Passou pelas áreas de logística, fiscal, controladoria e jurídico, e pelas três divisões da fabricante: motocicletas, automóveis e serviços financeiros.



Divulgação/Librelato

### LIBRELATO: ALEXANDRE HEMMELMANN

Alexandre Hemmelmann foi nomeado, no fim de março, diretor executivo de cadeia de fornecedores da Librelato, responsável pelas áreas de suprimentos e logística da fabricante de implementos rodoviários com sede em Içara, SC. Com mais de vinte anos de experiência na área de compras e passagens por multinacionais no Brasil e na Alemanha, Hemmelmann é formado em Administração de Empresas com foco em comércio exterior e pós-graduado em Marketing. O executivo disse, em nota, que sua missão será contribuir com o aprimoramento dos processos da cadeia de suprimentos e com a transformação da Librelato.

“Nós não podemos continuar produzindo carro muito caro para um povo que não pode comprar. Em 2010, quando deixei meu segundo mandato, o Brasil matriculava 3,8 milhões de veículos novos por ano. E a expectativa que se tinha naquela época era que a gente estivesse agora em 2023 matriculando 6 milhões. Hoje, não conseguimos matricular nem metade daqueles 3,8 milhões. Então tem um problema. E o governo, as empresas e os sindicatos estão sendo chamados para resolver.”

O presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, em café da manhã com jornalistas no início de abril.

“Temos já no Brasil a frota mais limpa do mundo, que usa etanol, pois na Europa e na China os elétricos estão entrando só agora. Temos de olhar para o problema e pensar nas soluções. O problema é o excesso de CO<sub>2</sub> na atmosfera e, como soluções, temos diversas opções. A eletrificação está longe de ser uma solução brasileira: é europeia, é chinesa, é para a Califórnia. Aqui temos o híbrido flex.”

Antonio Filosa, presidente da Stellantis América do Sul, ao comentar os resultados de testes de emissões de CO<sub>2</sub> (veja abaixo nesta página) realizados em conjunto com a Bosch.

“Juros altos são a principal razão para a queda de vendas de veículos atualmente, que não vão reagir sem melhores condições de crédito.”

Márcio de Lima Leite, presidente da Anfavea, ao comentar os resultados da indústria fabricante de veículos no primeiro trimestre de 2023.

“O Brasil é punido por juros altíssimos, por políticas do Banco Central que acho muito difíceis de explicar. Essas taxas poderiam cair significativamente, talvez 8%, 7%, 6%. Não é o momento para austeridade fiscal, e sim de aumento dos investimentos públicos, mas os recursos estão indo para pagamento de juros da dívida em vez de infraestrutura, saneamento, habitação, energia verde e outras áreas de alta prioridade.”

Jeffrey Sachs, economista, professor da Universidade de Columbia e diretor do Centro para o Desenvolvimento Sustentável, em participação no seminário Estratégias de Desenvolvimento Sustentável para o Século 21, promovido em março pelo BNDES, Cebri e Fiesp.

# 60,64 kg

CO<sub>2</sub> equivalente emitido em 240,5 km rodados por um veículo usando gasolina brasileira E27, com 27% de etanol anidro, considerando o ciclo poço à roda de produção, distribuição e uso do combustível, segundo cálculo concluído este ano em testes da Stellantis com a Bosch.

# 30,41 kg

CO<sub>2</sub> equivalente emitido em 240,5 km rodados por um veículo elétrico a bateria na Europa, considerando a matriz energética da região em todo o ciclo de geração, distribuição e utilização da energia, segundo o mesmo cálculo nos testes de Stellantis e Bosch.

# 25,79 kg

CO<sub>2</sub> equivalente emitido em 240,5 km rodados por um veículo no Brasil usando 100% de etanol hidratado, E100, no mesmo cálculo concluído por Stellantis e Bosch, considerando o ciclo de produção, distribuição e uso do combustível.

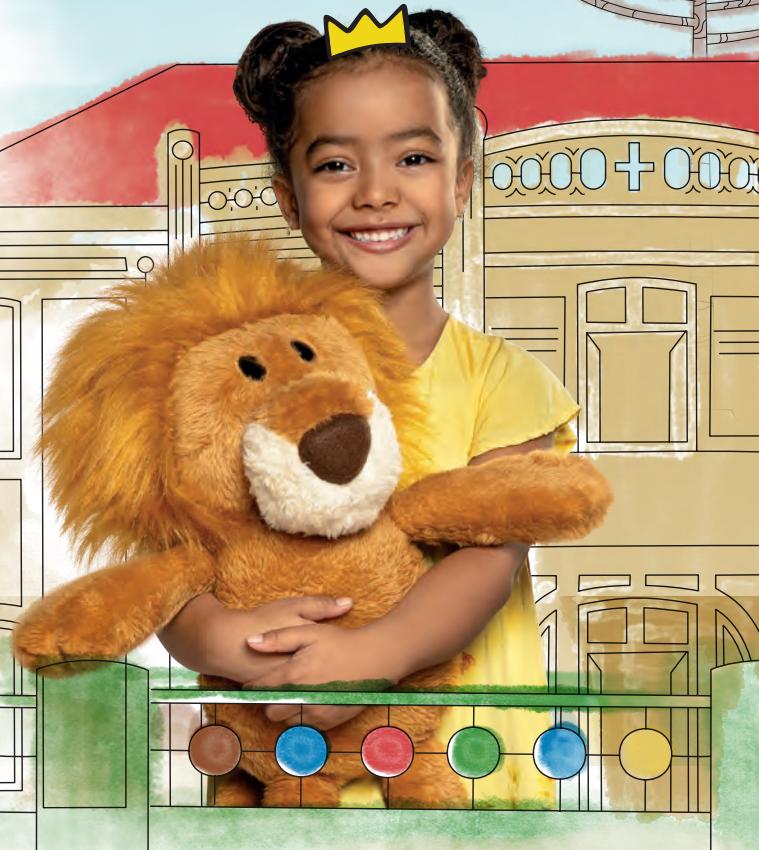
# 21,45 kg

O mesmo cálculo de CO<sub>2</sub> emitido em teste de 240,5 km rodados por um veículo elétrico a bateria no Brasil, considerando geração, distribuição e utilização da energia de acordo com a matriz energética do País, cerca de 80% composta por fontes renováveis de usinas hidrelétricas, eólicas e solares.

# Seu leão pode colorir a vida de muitas crianças

ATÉ  
31/5

Doe seu Imposto de Renda para o Hospital Pequeno Príncipe



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

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

Acesse [doepequenoprincipe.org.br](http://doepequenoprincipe.org.br) e veja como doar, direto na declaração, até 31 de maio de 2023.

Contamos com você!

(41) 2108-3886 (41) 99962-4461

[doepequenoprincipe.org.br](http://doepequenoprincipe.org.br)



# AUTODATA

# Os patrocinadores desta edição

