

AUTO DATA



From the Top
Grupo de economistas
e a pandemia

VER PARA CRER

Nem sempre as montadoras cumprem promessas de longo prazo

NEM CÁ NEM LÁ

O tamanho do mercado sulamericano para os maiores grupos globais

SEGUNDO DA FILA

Corolla Cross é o primeiro SUV híbrido flex vendido no mercado nacional



UM SÉCULO DEPOIS...

Primeira fábrica de automóveis do Brasil completa 100 anos em estado de abandono – e o que isso representa para nossa indústria automotiva hoje

CAOA

EM APENAS TRÊS O MERCADO AUTO



CONSULTE
CONDIÇÕES



No trânsito, dê sentido à vida.

CHERY

ANOS, REDEFINIMOS MOTIVO BRASILEIRO.



WWW.CAOACHERY.COM.BR

CAOA CHERY
QUALIDADE, TECNOLOGIA E DESIGN

COVID-19
DOCUMENTO

10

A Carta Aberta à Sociedade Referente a Medidas de Combate à Pandemia, escrita por um grupo de renomados economistas e assinada por centenas de empresários, em sua íntegra

MARCO
100 ANOS

24

A primeira fábrica de automóveis do Brasil completa um século. Passado esse período, há realmente algo a se comemorar?

66

MERCADO
LANÇAMENTO

Segundo da fila de lançamentos de SUVs, Corolla Cross expande participação da Toyota brasileira nas exportações para América do Sul e Central

OPINIÃO
ARTIGO

36

Será que São Nestor imaginou que o prédio que ajudou a construir para a Ford se transformaria num símbolo tão importante para a indústria brasileira?

72

MERCADO
CAMINHÕES

Quase metade das concessionárias que atuavam com bandeira Ford Caminhões no Brasil assumiram as cores de outras marcas

MERCADO GLOBAL
REPRESENTATIVIDADE

42

América do Sul está distante de ser um dos grandes mercados globais, mas ao mesmo tempo sua fatia no todo não é desprezível

76

CONJUNTURA
TECNOLOGIA

Além de infraestrutura, legislação e grandes investimentos, o custo final do carro elétrico entra no rol dos desafios para a década

EVENTO
SEMINÁRIO AUTODATA

46

Debate foi rico no Seminário Megatendências: políticas públicas, etanol, competitividade e investimentos foram alguns dos temas abordados.

82

MONTADORAS
FUTURO

História mostra que nem sempre os compromissos de longo prazo assumidos por montadoras são necessariamente cumpridos

SÉRIE ESPECIAL
ASSOCIAÇÕES

54

Inspirada pela manchete de sua primeira capa **AutoData** prossegue apresentando desafio a alguns dos mais importantes líderes da indústria

86

IMPRENSA
RECONHECIMENTO

AutoData é a única revista especializada em economia e negócios na lista dos finalistas do prêmio + Admirados da Imprensa Automotiva 2021

6

LENTES

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

14

FROM THE TOP

Os redatores da carta aberta do grupo de economistas para combate à pandemia explicam o documento

88

GENTE & NEGÓCIOS

As movimentações e novidades das empresas que atuam no setor automotivo nacional

94

FIM DE PAPO

As manchetes mais relevantes e irrelevantes do mês, escolhidas a dedo pela nossa redação

Assinamos. Pelos Henriques.

Por Marcos Rozen, editor

Chegamos no começo de abril à tétrica marca de mais de 330 mil brasileiros mortos pela pandemia da Covid-19 desde seu início no País, há cerca de um ano. E recebemos a notícia de que um deles foi nosso companheiro de imprensa automotiva, Henrique Neves, da Ali Produções.

Henrique Neves se junta a tantos outros, que atuam em montadoras, fornecedores diretos e indiretos e concessionárias, igualmente vitimados por esse vírus devastador e do qual tanto já falamos aqui nestas páginas de **AutoData** e neste mesmo espaço.

Chega a causar assombro que a essa altura dos acontecimentos, e diante de números tão absurdos, lamentáveis e vergonhosos, ainda existam trombadas e desencontros na forma de tentarmos controlar minimamente essa situação catastrófica. É simplesmente inaceitável que não exista uma direção central, atuante e objetiva, perante um quadro desta magnitude. E, ainda pior, que existam ações e discursos contraditórios e conflitantes – o que, para uma situação pandêmica, é um prato cheio.

Por isso, e pelos milhares de Henriques, de homens e mulheres que sofreram e sofrem de tantas formas diante deste descontrole, **AutoData** se declara signatária da Carta Aberta à Sociedade Referente a Medidas de Combate à Pandemia, que você poderá ler na íntegra nas páginas a seguir. Elaborada por um grupo de economistas, traz uma análise direta e prática do que devemos fazer, agora, para enfrentar e controlar a grave crise da Covid-19 no Brasil. E deixa claro que não existirá, de nenhuma forma, recuperação econômica sem que a pandemia esteja controlada.

Em meio a tantas notícias duras e difíceis, ao menos há uma boa: **AutoData** foi a única revista especializada em economia e negócios a figurar na lista dos finalistas do prêmio + Admirados da Imprensa Automotiva 2021, bem como três de seus jornalistas. Agradecemos e contamos com seu voto no segundo turno: as instruções de como fazê-lo estão na página 86.



autodata.com.br



AutoDataEditora



autodata-editora



@autodataeditora

AUTODATA

Direção Geral Leandro Alves **Conselho Editorial** Isidore Nahoum, Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho **Redação** Marcos Rozen, editor **Colaboraram nesta edição** André Barros, Caio Bednarski, Leandro Alves, Márcio Stéfani **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação **Capa** Arte AD/Divulgação **Comercial e publicidade** tel. PABX 11 3202 2727: André Martins, Guilherme Christians, Luiz Gidas; Luciana Di Biasio, assistente de marketing **Assinaturas/atendimento ao cliente** tel. PABX 11 3202 2727 **Departamento administrativo e financeiro** Isidore Nahoum, conselheiro, Thelma Melkunias, Hidelbrando C de Oliveira, Vanessa Vianna **ISN** 1415-7756 **AutoData** é publicação da AutoData Editora e Eventos Ltda., Av. Guido Caloi, 1000, 4º andar, sala 431, bloco 5, 05802-140, Jardim São Luis, São Paulo, SP, Brasil. É proibida a reprodução sem prévia autorização mas permitida a citação desde que identificada a fonte. **Jornalista responsável** Leandro Alves, MTB 30 411/SP

SEM GRACICE

Apenas para constar: que má hora para fazer graça com a verdade e que notável a falta de sensibilidade de quem criou a história do Voltswagen e de quem aprovou a campanha. Talvez sua origem, num país que faz parte da América, seja o suficiente para a compreensão de mais essa bobagem que a Volkswagen se deixa liderar: o pessoal de criação, lá, e também a rapaziada do briefing, e os responsáveis finais, certamente incorporaram o mito do império e não tem a menor noção do que acontece além da ilha – imaginem se sabem o que existe ao Sul do rio Grande ou a oriente do meridiano de Greenwich.

SEM GRACICE 2

Fizeram o jogo da mentira num instante em que milhões de pessoas, no mundo todo, se empenham em combatê-la. Enfim, eles devem dizer, tudo pelo marketing. Já a boa informação é que a companhia deverá ter mais uma encrenca à frente, com as autoridades da SEC, Securities and Exchange Commission, que cuida dos bons modos do mercado de ações do país, querendo entender o disparate.



MAIS UMA BAIXA

E o fim da produção da Ford no Brasil provocou, desde 16 de março, mais uma baixa na história dos veículos no Brasil: lá se foi embora, fechando as portas, a Souza Ramos, concessionária fundada em 1967 pelo patriarca Gil e ainda patrimônio da família, que mantinha sede na Zona Leste de São Paulo, na avenida marginal do rio Tietê, na direção de Guarulhos e do aeroporto de Cumbica. A decisão deveu-se a um certo "reposicionamento de atividades operacionais", o que significa que o capital automotivo da família privilegiará Mitsubishi e Suzuki. Mas a história Souza Ramos implica, de maneira indissolúvel, a SR Veículos Especiais, criação do filho Eduardo para a transformação de veículos Ford, principalmente picapes, em unidades exclusivas num tempo em que o mercado interno brasileiro era fechado para novas empresas e para importações. Como escreveu José Antônio Leme no UOL "de lá saíram veículos que marcaram época pela inovação ou requinte", como a picape Deserter XR e a van Ibiza: carregavam o logo SR nas tampas traseiras. Também fez Maverick SW com quatro portas, Del Rey Executivo, Del Rey Conversível, limusine Landau, os Escort JPS. A marca da qualidade dos produtos SR foi fornecida pela própria Ford, que homologou seus veículos modificados. Ficaré a saudade e a história.



Por Vicente Alessi, filho

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

OURO BRANCO

Sabemos, todos nós, que o lítio é personagem relativamente novo, já presente em nossas vidas, que ainda preencherá boas páginas no futuro do setor automotivo como componente fundamental em baterias de longa autonomia para veículos híbridos e eletrificados – no limite, também na vida dos autônomos, quando e se chegarem. Cá na América do Sul também sabemos que a BMW mantém parceria com a Livent, que extrai lítio na Província de Catamarca, Argentina, e que a Toyota Tsucho, uma subsidiária Toyota, lá faz a mesma coisa por meio de consórcio na Província de Jujuy. O que pouco se sabe é que o considerado ouro branco já entrou para a história política do mundo diante do insuspeito apoio do Reino Unido ao golpe que derrubou o presidente Evo Morales na Bolívia em novembro de 2019, como conta Matt Kennard, chefe de investigação da Declassified UK, uma organização de jornalismo investigativo que busca saber, e entender, o papel do Reino Unido no mundo. Neste caso a investigação de Kennard baseia-se em documentos do Foreign Office, o Ministério das Relações Exteriores.

OURO BRANCO 2

De acordo com esses documentos autoridades britânicas perceberam no novo regime, apoiado por militares, "uma oportunidade de abrir os depósitos de lítio da Bolívia [os segundos maiores do mundo] para empresas do Reino Unido". Aparentemente o Foreign Office teria pago uma empresa com base em Oxford, Inglaterra, para "otimizar a exploração dos depósitos de lítio um mês após a deposição de Morales", e a embaixada em La Paz "atuou como parceiro estratégico para golpear o regime e organizou evento internacional de mineração na Bolívia quatro meses após a derrubada da democracia". O texto é longo e, para alguns, menos familiarizados, pode parecer romance de espionagem de ocasião. Mas... e se não for bem assim? Pois o governo do Reino Unido havia declarado que "a tecnologia da bateria de lítio é uma prioridade para sua estratégia industrial, e em junho de 2019 anunciou que estava investindo £ 23 milhões no desenvolvimento de baterias para carros elétricos": o próprio governo investindo! De acordo com os documentos a que o Declassified UK teve acesso "estima-se que a América do Sul detém 54% dos recursos mundiais de lítio" e que "o Reino Unido pretende ter uma indústria de baterias próspera e sustentável, que se traduziria em uma oportunidade de £ 2,7 bilhões".

OURO BRANCO 3

E é agora que o lítio mostra as garras que o rodeiam. Escreve Matt Kennard: "Em fevereiro de 2019 o governo de Evo Morales escolheu um consórcio chinês para ser seu parceiro estratégico em um novo projeto de lítio de US \$ 2,3 bilhões que se concentraria na produção dos salares Coipasa e Pastos Grandes, planícies salinas sob as quais o lítio é depositado"... O mundo, assim, não exatamente é uma caixinha de surpresas. Veja o texto original em <https://www.dailymaverick.co.za/declassified-uk/>.



**Caminhões
Ônibus**

Chegaram os Novos Volkswagen Meteor

Os Extrapesados Sob Medida para o seu negócio



Nova telemetria RIO
Economia na operação



Nova transmissão
automatizada de
12 e 16 velocidades



Novo motor MAN D26
fabricado no Brasil



Banco em couro
ecológico - Likeleather

No trânsito, sua responsabilidade salva vidas.



Nova cabine, mais ampla e confortável



Climatizador de série



Âmplo espaço da área de descanso



Acesse o QR code e conheça as novas tecnologias do Meteor



Volkswagen Caminhões e Ônibus



Volkswagen Caminhões e Ônibus



@vwcaminhoes

Carta Aberta à Sociedade Referente a Medidas de Combate à Pandemia

O Brasil é hoje o epicentro mundial da covid-19, com a maior média móvel de novos casos.

Enquanto caminhamos para atingir a marca tétrica de 3 mil mortes por dia e um total de mortes acumuladas de 300 mil ainda esse mês, o quadro fica ainda mais alarmante com o esgotamento dos recursos de saúde na grande maioria de estados, com insuficiente número de leitos de UTI, respiradores e profissionais de saúde. Essa situação tem levado a mortes de pacientes na espera pelo atendimento, contribuindo para uma maior letalidade da doença.

A situação econômica e social é desoladora. O PIB encolheu 4,1% em 2020 e provavelmente observaremos uma contração no nível de atividade no primeiro trimestre deste ano. A taxa de desemprego, por volta de 14%, é a mais elevada da série histórica, e subestima o aumento do desemprego, pois a pandemia fez com que muitos trabalhadores deixassem de procurar emprego, levando a uma queda da força de trabalho entre fevereiro e dezembro de 5,5 milhões de pessoas.

A contração da economia afetou desproporcionalmente trabalhadores mais pobres e vulneráveis, com uma queda de 10,5% no número de trabalhadores informais empregados, aproximadamente duas vezes a queda proporcional no número de trabalhadores formais empregados.

Esta recessão, assim como suas consequências sociais nefastas, foi causada pela pandemia e não será superada enquanto a pandemia não for controlada por uma atuação competente do governo federal.

Este subutiliza ou utiliza mal os recursos de que dispõe, inclusive por ignorar ou negligenciar a evidência científica no desenho das ações para lidar com a pandemia. Sabemos que a saída definitiva da crise requer a vacinação em massa da população. Infelizmente, estamos atrasados. Em torno de 5% da população recebeu ao menos uma dose de vacina, o que nos coloca na 45ª posição no ranking mundial de doses aplicadas por habitante.

O ritmo de vacinação no país é insuficiente para vacinar os grupos prioritários do Plano Nacional de Imunização (PNI) no 1º semestre de 2021, o que amplia o horizonte de vacinação para toda a população para meados de 2022.

As consequências são inomináveis. No momento, o Brasil passa por escassez de doses de vacina, com recorrentes atrasos no calendário de entregas e revisões para baixo na previsão de disponibilidade de doses a cada mês. Na semana iniciada em 8 de março foram aplicadas, em média, apenas 177 mil doses por dia.

No ritmo atual, levaríamos mais de 3 anos para vacinar toda a população. O surgimento de novas cepas no país (em especial a P.1) comprovadamente mais transmissíveis e potencialmente mais agressivas, torna a vacinação ainda mais urgente. A disseminação em larga escala do vírus, além de magnificar o número de doentes e mortos, aumenta a probabilidade de surgirem novas variantes com potencial de diminuir a eficácia das vacinas atuais.

Vacinas são relativamente baratas face ao custo que a pandemia impõe à sociedade. Os recursos federais

para compra de vacinas somam R\$ 22 bilhões, uma pequena fração dos R\$ 327 bilhões desembolsados nos programas de auxílio emergencial e manutenção do emprego no ano de 2020.

Vacinas têm um benefício privado e social elevado, e um custo total comparativamente baixo. Poderíamos estar em melhor situação, o Brasil tem infraestrutura para isso. Em 1992, conseguimos vacinar 48 milhões de crianças contra o sarampo em apenas um mês.

Na campanha contra a Covid-19, se estivéssemos vacinando tão rápido quanto a Turquia, teríamos alcançado uma proporção da população duas vezes maior, e se tanto quanto o Chile, dez vezes maior. A falta de vacinas é o principal gargalo. Impressiona a negligência com as aquisições, dado que, desde o início da pandemia, foram desembolsados R\$ 528,3 bilhões em medidas de combate à pandemia, incluindo os custos adicionais de saúde e gastos para mitigação da deteriorada situação econômica. A redução do nível da atividade nos custou uma perda de arrecadação tributária apenas no âmbito federal de 6,9%, aproximadamente R\$ 58 bilhões, e o atraso na vacinação irá custar em termos de produto ou renda não gerada nada menos do que estimados R\$ 131,4 bilhões em 2021, supondo uma recuperação retardatária em 2 trimestres.

Nesta perspectiva, a relação benefício custo da vacina é da ordem de seis vezes para cada real gasto na sua aquisição e aplicação. A insuficiente oferta de vacinas no país não se deve ao seu elevado custo, nem à falta de recursos orçamentários, mas à falta de prioridade atribuída à vacinação.

O quadro atual ainda poderá deteriorar-se muito se não houver esforços efetivos de coordenação nacional no apoio a governadores e prefeitos para limitação de mobilidade. Enquanto se busca encurtar os tempos e aumentar o número de doses de vacina disponíveis, é urgente o reforço de medidas de distanciamento social. Da mesma forma é essencial a introdução de incentivos e políticas públicas para uso de máscaras mais eficientes, em linha com os esforços observados na União Europeia e nos Estados Unidos.

A controvérsia em torno dos impactos econômicos do distanciamento social reflete o falso dilema entre salvar vidas e garantir o sustento da população vulnerável. Na realidade, dados preliminares de óbitos e desempenho econômico sugerem que os países com pior desempenho econômico tiveram mais óbitos de covid-19. A experiência mostrou que mesmo países que optaram inicialmente por evitar o lockdown ter-

minaram por adotá-lo, em formas variadas, diante do agravamento da pandemia - é o caso do Reino Unido, por exemplo. Estudos mostraram que diante da aceleração de novos casos, a população responde ficando mais avessa ao risco sanitário, aumentando o isolamento voluntário e levando à queda no consumo das famílias mesmo antes ou sem que medidas restritivas formais sejam adotadas.¹⁵ A recuperação econômica, por sua vez, é lenta e depende da retomada de confiança e maior previsibilidade da situação de saúde no país.

Logo, não é razoável esperar a recuperação da atividade econômica em uma epidemia descontrolada.

O efeito devastador da pandemia sobre a economia tornou evidente a precariedade do nosso sistema de proteção social. Em particular, os trabalhadores informais, que constituem mais de 40% da força de trabalho, não têm proteção contra o desemprego. No ano passado, o auxílio emergencial foi fundamental para assistir esses trabalhadores mais vulneráveis que perderam seus empregos, e levou a uma redução da pobreza, evidenciando a necessidade de melhoria do nosso sistema de proteção social. Enquanto a pandemia perdurar, medidas que apoiem os mais vulneráveis, como o auxílio emergencial, se fazem necessárias. Em paralelo, não devemos adiar mais o encaminhamento de uma reforma no sistema de proteção social, visando aprimorar a atual rede de assistência social e prover seguro aos informais. Uma proposta nesses moldes é o programa de Responsabilidade Social, patrocinado pelo Centro de Debate de Políticas Públicas, encaminhado para o Congresso no final do ano passado.

Outras medidas de apoio às pequenas e médias empresas também se fazem necessárias. A experiência internacional com programas de aval público para financiamento privado voltado para pequenos empreendedores durante um choque negativo foi bem-sucedida na manutenção de emprego, gerando um benefício líquido positivo à sociedade.

O aumento em 34,7% do endividamento dos pequenos negócios durante a pandemia amplifica essa necessidade. A retomada de linhas avalizadas pelo Fundo Garantidor para Investimentos e Fundo de Garantia de Operações é uma medida importante de transição entre a segunda onda e o pós-crise.

Estamos no limiar de uma fase explosiva da pandemia e é fundamental que a partir de agora as políticas públicas sejam alicerçadas em dados, informações confiáveis e evidência científica. Não há mais tempo para perder em debates estéreis e notícias falsas. Pre-

cisamos nos guiar pelas experiências bem-sucedidas, por ações de baixo custo e alto impacto, por iniciativas que possam reverter de fato a situação sem precedentes que o país vive.

Medidas indispensáveis de combate à pandemia: a vacinação em massa é condição *sine qua non* para a recuperação econômica e redução dos óbitos.

1. Acelerar o ritmo da vacinação. O maior gargalo para aumentar o ritmo da vacinação é a escassez de vacinas disponíveis. Deve-se, portanto, aumentar a oferta de vacinas de forma urgente. A estratégia de depender da capacidade de produção local limitou a disponibilidade de doses ante a alternativa de pré-contratar doses prontas, como fez o Chile e outros países. Perdeu-se um tempo precioso e a assinatura de novos contratos agora não garante oferta de vacinas em prazo curto. É imperativo negociar com todos os laboratórios que dispõem de vacinas já aprovadas por agências de vigilância internacionais relevantes e buscar antecipação de entrega do maior número possível de doses. Tendo em vista a escassez de oferta no mercado internacional, é fundamental usar a política externa - desidratada de ideologia ou alinhamentos automáticos - para apoiar a obtenção de vacinas, seja nos grandes países produtores seja nos países que têm ou terão excedentes em breve. A vacinação é uma corrida contra o surgimento de novas variantes que podem escapar da imunidade de infecções passadas e de vacinas antigas. As novas variantes surgidas no Brasil tornam o controle da pandemia mais desafiador, dada a maior transmissibilidade. Com o descontrole da pandemia é questão de tempo até emergirem novas variantes. O Brasil precisa ampliar suas capacidades de sequenciamento genômico em tempo real, de compartilhar dados com a comunidade internacional e de testar a eficácia das vacinas contra outras variantes com máxima agilidade. Falhas e atrasos nesse processo podem colocar em risco toda a população brasileira, e também de outros países.
2. Incentivar o uso de máscaras tanto com distribuição gratuita quanto com orientação educativa. Economistas estimaram que se os Estados Unidos tivessem adotado regras de uso de máscaras no início da pandemia poderiam ter reduzido de forma expressiva o número de óbitos. Mesmo se um usuário de máscara for infectado pelo vírus, a máscara

pode reduzir a gravidade dos sintomas, pois reduz a carga viral inicial que o usuário é exposto. Países da União Europeia e os Estados Unidos passaram a recomendar o uso de máscaras mais eficientes - máscaras cirúrgicas e padrão PFF2/N95 - como resposta às novas variantes. O Brasil poderia fazer o mesmo, distribuindo máscaras melhores à população de baixa renda, explicando a importância do seu uso na prevenção da transmissão da covid. Máscaras com filtragem adequada têm preços a partir de R\$ 3 a unidade. A distribuição gratuita direcionada para pessoas sem condições de comprá-las, acompanhada de instrução correta de reuso, teria um baixo custo frente aos benefícios de contenção da Covid-19. Considerando o público do auxílio emergencial, de 68 milhões de pessoas, por exemplo, e cinco reusos da máscara, tal como recomenda o Center for Disease Control do EUA, chegaríamos a um custo mensal de R\$ 1 bilhão. Isto é, 2% do gasto estimado mensal com o auxílio emergencial. Embora leis de uso de máscara ajudem, informar corretamente a população e as lideranças darem o exemplo também é importante, e tem impacto na trajetória da epidemia. Inversamente, estudos mostram que mensagens contrárias às medidas de prevenção afetam a sua adoção pela população, levando ao aumento do contágio.

3. Implementar medidas de distanciamento social no âmbito local com coordenação nacional. O termo "distanciamento social" abriga uma série de medidas distintas, que incluem a proibição de aglomeração em locais públicos, o estímulo ao trabalho a distância, o fechamento de estabelecimentos comerciais, esportivos, entre outros, e - no limite - escolas e creches. Cada uma dessas medidas tem impactos sociais e setoriais distintos. A melhor combinação é aquela que maximize os benefícios em termos de redução da transmissão do vírus e minimize seus efeitos econômicos, e depende das características da geografia e da economia de cada região ou cidade. Isso sugere que as decisões quanto a essas medidas devem ser de responsabilidade das autoridades locais. Com o agravamento da pandemia e esgotamento dos recursos de saúde, muitos estados não tiveram alternativa senão adotar medidas mais drásticas, como fechamento de todas as atividades não-essenciais e o toque de recolher à noite. Os gestores estaduais e municipais têm enfrentado campanhas contrárias por parte do governo federal e dos seus apoiadores. Para maximizar a efetividade das medidas tomadas,

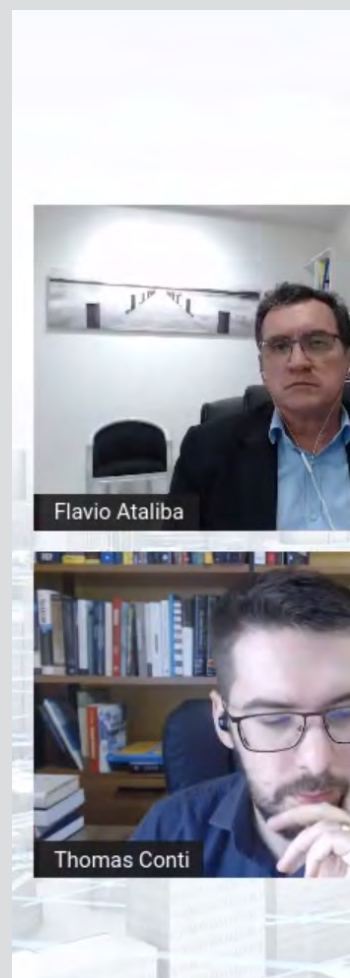
é indispensável que elas sejam apoiadas, em especial pelos órgãos federais. Em particular, é imprescindível uma coordenação em âmbito nacional que permita a adoção de medidas de caráter nacional, regional ou estadual, caso se avalie que é necessário cercar a mobilidade entre as cidades e/ou estados ou mesmo a entrada de estrangeiros no País. A necessidade de adotar um lockdown nacional ou regional deveria ser avaliado. É urgente que os diferentes níveis de governo estejam preparados para implementar um lockdown emergencial, definindo critérios para a sua adoção em termos de escopo, abrangência das atividades cobertas, cronograma de implementação e duração. Ademais, é necessário levar em consideração que o acréscimo de adesão ao distanciamento social entre os mais vulneráveis depende crucialmente do auxílio emergencial. Há sólida evidência de que programas de amparo socioeconômico durante a pandemia aumentaram o respeito às regras de isolamento social dos beneficiários. É, portanto, não só mais justo como mais eficiente focalizar a assistência nas populações de baixa renda, que são mais expostas nas suas atividades de trabalho e mais vulneráveis financeiramente. Dentre a combinação de medidas possíveis, a questão do funcionamento das escolas merece atenção especial. Há estudos mostrando que não há correlação entre aumento de casos de infecção e reabertura de escolas no mundo. Há também informações sobre o nível relativamente reduzido de contágio nas escolas de São Paulo após sua abertura. As funções da escola, principalmente nos anos do ensino fundamental, vão além da transmissão do conhecimento, incluindo cuidados e acesso à alimentação de crianças, liberando os pais - principalmente as mães - para o trabalho. O fechamento de escolas no Brasil atingiu de forma mais dura as crianças mais pobres e suas mães. A evidência mostra que alunos de baixa renda, com menor acesso às ferramentas digitais, enfrentam maiores dificuldade de completar as atividades educativas, ampliando a desigualdade da formação de capital humano entre os estudantes. Portanto, as escolas devem ser as últimas a fechar e as primeiras a reabrir em um esquema de distanciamento social. Há aqui um papel fundamental para o Ministério da Educação em cooperação com o Ministério da Saúde na definição e comunicação de procedimentos que contribuam para a minimização dos riscos de contágio nas escolas, além do uso de

ferramentas comportamentais para retenção da evasão escolar, como o uso de mensagens de celular como estímulo para motivar os estudantes, conforme adotado em São Paulo e Goiás.

4. Criar mecanismo de coordenação do combate à pandemia em âmbito nacional - preferencialmente pelo Ministério da Saúde e, na sua ausência, por consórcio de governadores - orientada por uma comissão de cientistas e especialistas, se tornou urgente. Diretrizes nacionais são ainda mais necessárias com a escassez de vacinas e logo a necessidade de definição de grupos prioritários; com as tentativas e erros no distanciamento social; a limitada compreensão por muitos dos pilares da prevenção, particularmente da importância do uso de máscara, e outras medidas no âmbito do relacionamento social. Na ausência de coordenação federal, é essencial a concertação entre os entes subnacionais, consórcio para a compra de vacinas e para a adoção de medidas de supressão. O papel de liderança: Apesar do negacionismo de alguns poucos, praticamente todos os líderes da comunidade internacional tomaram a frente no combate ao covid-19 desde março de 2020, quando a OMS declarou o caráter pandêmico da crise sanitária. Informando, notando a gravidade de uma crise sem precedentes em 100 anos, guiando a ação dos indivíduos e influenciando o comportamento social. Líderes políticos, com acesso à mídia e às redes, recursos de Estado, e comandando atenção, fazem a diferença: para o bem e para o mal. O desdém à ciência, o apelo a tratamentos sem evidência de eficácia, o estímulo à aglomeração, e o flerte com o movimento antivacina, caracterizou a liderança política maior no país. Essa postura reforça normas antissociais, dificulta a adesão da população a comportamentos responsáveis, amplia o número de infectados e de óbitos, aumenta custos que o país incorre. O País pode se sair melhor se perseguimos uma agenda responsável. O país tem pressa; o país quer seriedade com a coisa pública; o país está cansado de ideias fora do lugar, palavras inconsequentes, ações erradas ou tardias. O Brasil exige respeito.

A AutoData Editora é signatária desta carta aberta, elaborada por um grupo formado por centenas de economistas. E você?

Se a Carta não ganhar, quem ganha?



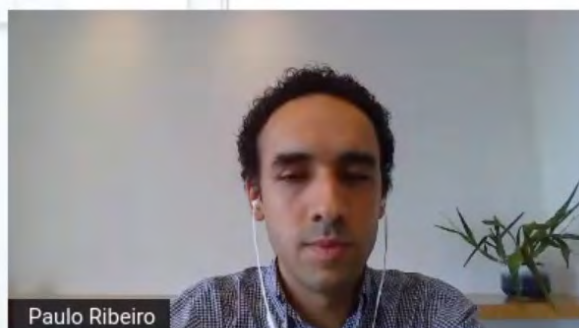
Um grupo particular de cerca de duzentos economistas brasileiros elaborou, durante duas semanas de março, texto que foi denominado Carta Aberta à Sociedade Referente a Medidas de Combate à Pandemia – o País Exige Respeito. A Vida Necessita da Ciência e do Bom Governo. Por seu cunho extremamente técnico e pragmático, balizado em números e índices, apontando soluções, ganhou rapidamente apoio e assinaturas de centenas de pessoas e profissionais ligados, de alguma forma, ao mundo da economia e dos negócios, como quatro ex-ministros da Fazenda, cinco ex-presidentes do Banco Central, donos de bancos e empresários.

Nominalmente alguns dos primeiros signatários foram Affonso Celso Pastore, Antônio Kandir, Arminio Fraga, Edmar Bacha, Gustavo Loyola, Horácio Lafer Piva, José Roberto Mendonça de Barros, Mailson da Nóbrega, Octavio de Barros, Pedro Malan, Pedro

Moreira Salles, Pedro Parente, Pérsio Arida e Roberto Setúbal.

O documento foi redigido a dez mãos, as de Cláudio Frischtak, ex-economista e consultor do Banco Mundial, Marco Bonomo, ex-diretor do curso de MBA em finanças e economia da FGV e atual professor do Insper, Paulo Ribeiro, ex-professor da FGV e também professor do Insper, Sandra Rios, diretora do CINDES, Centro de Estudos de Integração e Desenvolvimento, e Thomas Conti, doutor em economia pela Unicamp e igualmente professor do Insper.

Em uma transmissão ao vivo pelo YouTube conduzida por Flávio Ataliba Barreto, pós-doutorado em economia pela Universidade de Harvard, em 22 de março, eles debateram pontos da Carta e de seu processo de elaboração. Separamos aqui alguns dos principais trechos: a live na íntegra pode ser assistida em <https://www.youtube.com/watch?v=eY2gU-3NzBo>.



Como nasceu e qual foi o propósito de criação da Carta?

Marco Bonomo – Foi um movimento espontâneo. Somos economistas e estamos acostumados a falar sobre medidas econômicas e não sobre pandemia. Mas a catástrofe humanitária que está acontecendo é algo que afeta a todos, e não existe nenhuma possibilidade de termos uma recuperação econômica enquanto não resolvermos o problema da pandemia. A Carta foi uma forma de expressarmos nossa indignação. E para isso procuramos trazer números, muitos números, para oferecer embasamento, em um tom técnico, com um diagnóstico da situação atual e o que

podemos fazer diante dela. Foram duas semanas de trabalho para sua redação e quando foi publicada recebemos rapidamente muitas adesões, inclusive de quatro ex-ministros da Fazenda e cinco ex-presidentes do Banco Central, donos de bancos e pessoas do meio empresarial. Creio que isso ocorreu porque conseguimos expressar algo que estava no ar, de que não dá para continuar do jeito que está. Mas há várias formas de fazer isso, e estas pessoas se sentiram confortáveis em expressar sua indignação da maneira que a Carta coloca.

Um dos comentários recebidos foi de que a Carta "é impecável, mas veio um

“Nenhum prefeito ou governador quer decretar lockdown. Essa decisão é a mais difícil possível, desagrada muitas pessoas e afeta na veia a atividade econômica. Só se faz isso em último caso.”

pouco tarde”. Qual a razão da demora?

Cláudio Frischtak – Temos que olhar a história recente. Houve uma primeira onda e em novembro, antes do natal, uma percepção de que o pior já tinha passado, apesar das dificuldades e de uma certa inoperância do governo federal. Quando a segunda onda começou veio uma combinação muito ruim: a pandemia entrou na sua fase mais aguda, e nós estamos na casa dos 300 mil mortes, e vamos infelizmente continuar nessa toada, na melhor das hipóteses, por mais trinta a sessenta dias, e isso se juntou a um negacionismo e a uma posição anticientífica contínua do governo federal, em luta e crítica sistemática com relação aos estados e municípios que estavam tentando lidar com uma situação muito difícil. Nenhum prefeito, nenhum governador, obviamente, quer decretar lockdown. Essa decisão é a mais difícil possível, desagrada muitas pessoas e afeta na

veia a atividade econômica. Só se faz isso em último caso. E quando não há a cooperação, a compreensão e a coordenação do governo federal o efeito é uma enorme ineficiência, gasta-se mais recursos com menos resultados. O ponto básico foi essa combinação, ela gerou uma inconformidade. A sociedade não está confortável com a situação, ao contrário. Então a Carta surge a partir desse, digamos, nervo exposto. Nós, brasileiros, estamos sujeitos a uma roleta russa. Não sabemos quem irá adoecer. Eu tive covid em outubro, foi muito leve, tive muita sorte, mas não tenho a mínima ideia se estou sujeito a uma reinfeção. E, se estiver, se não vou parar, na melhor das hipóteses, em uma UTI, caso ela esteja disponível. É um sentimento muito triste. Por isso fizemos a Carta agora, e de uma forma sóbria. Hipérboles e exageros não fazem parte da nossa profissão, pois nós nos alicerçamos em evidências, em dados. Nosso man-

“Nos resta negociar com países que por acaso tenham excedentes de vacina, ou que já estejam avançados no processo, e pressionar para que países produtores também liberem as exportações.”

Na terra, na água e no ar, a Honda faz mais do que levar pessoas de um ponto a outro. Nossa missão é conectar você ao que mais importa na sua vida: **os seus sonhos.**



Onde seus sonhos estiverem,
nós estaremos juntos.

HONDA
The Power of Dreams

“A falta de ação, de retardamento da vacinação pelo governo, causa prejuízos significativos para a economia e para o próprio Estado em termos de arrecadação e de desempenho fiscal.”

tra é esse: políticas públicas que não são baseadas em evidências falham. A Carta não chegou atrasada, chegou no momento crítico.

A Carta aponta que no ritmo atual a vacinação em toda a população brasileira levará três anos. Por que o setor produtivo deve apostar nessa saída?

Sandra Rios – Minha impressão é a de que passamos boa parte do ano passado achando que a pandemia iria embora por graça e obra do espírito santo, e que não eram necessárias medidas mais efetivas. Nos atrasamos por causa do negacionismo e por uma falsa ideia de que não estávamos comprando vacinas porque não havia recursos disponíveis. Isso é algo que procuramos deixar claro na Carta: havia, sim, no orçamento recursos para compra de vacinas em número suficiente. Hoje em dia é forte o consenso de que a pandemia não irá embora sem vacinação em massa e que a economia não voltará a crescer enquanto a pandemia não for embora. Portanto, é uma questão crucial. Dado que nos atrasamos, e aqui a Carta também faz menção à nossa diplomacia, que não esteve a serviço de buscar, de tornar mais ágil e acessível, a vacinação, nos resta negociar com países que por acaso tenham excedentes de vacina, ou que já estejam avançados no processo, e pressionar para que países produtores também

liberem as exportações. É evidente que nesse momento os países buscam dar prioridade ao abastecimento interno, e isso já aconteceu lá no início, com as máscaras e EPIs. Há um espaço importante para a diplomacia, que não pode ter coloração ideológica, para buscar de maneira mais pragmática possível negociações para que tenhamos acesso a mais vacinas.


Segundo a Carta os custos com vacinas, R\$ 22 bilhões, são “uma pequena fração dos R\$ 327 bilhões desembolsados nos programas de auxílio emergencial e manutenção do emprego no ano de 2020”. O Ministério da Economia não teria feito este cálculo?

Thomas Conti – Pessoalmente acredito, e isso não está citado na Carta, que o próprio governo sistematicamente subestimou a gravidade da questão. No início da pandemia o ministro Paulo Guedes disse que com R\$ 5 bilhões resolveria a questão da covid-19, e no fim do ano passado pessoas do ministério afirmaram que a pandemia estava acabando e que não haveria segunda onda. Não sei com base em que informações essa perspectiva foi feita, não sei se dialogam com epidemiologistas, mas me parece que o problema e os riscos foram subestimados, talvez com base na ideia de que o vírus fosse passar por mágica ou imunidade de rebanho.



Alguns tentam adivinhar o futuro. Outros antecipam como ele vai ser.

Na Mercedes-Benz, a inovação está em foco todos os dias.
É com muito trabalho que enxergamos as tecnologias do amanhã e,
com nossos clientes, movemos o futuro do transporte.

CRC: 0800 970 9090 | www.mercedes-benz.com.br  [mbdobrasil](https://www.instagram.com/mbdobrasil)

Mercedes-Benz



“Todos os esforços, inclusive os recursos empresariais, devem ser aplicados no combate à pandemia. Não haverá recuperação econômica enquanto a pandemia não for superada.”

Ainda de acordo com a Carta “a redução do nível da atividade nos custou uma perda de arrecadação tributária apenas no âmbito federal de 6,9%, aproximadamente R\$ 58 bilhões, e o atraso na vacinação irá custar em termos de produto ou renda não gerada nada menos do que estimados R\$ 131,4 bilhões em 2021”. Como isso foi calculado?

Paulo Ribeiro – Esses números deixam claro que a falta de ação no combate à pandemia tem custos elevados para a sociedade, e de difícil recuperação. O número que nós observamos primeiro foi a perda de arrecadação no ano de 2020 em comparação a 2019, ou seja, ainda há dentro dessa perda janeiro e fevereiro, meses em que os efeitos da pandemia eram mínimos. A Carta enfatiza que esses números são específicos do âmbito federal, mas nos âmbitos estadual e municipal também tivemos perdas. Do ponto de vista arrecadatório é desastroso. Do ponto de vista do PIB usamos uma estimativa do Banco Mundial apresentada em estudo publicado recentemente, no qual foi estimado o efeito do atraso da vacinação na geração de riqueza, em especial para a América Latina. Assim fomos capazes de estimar qual seria o efeito no Brasil de um atraso de dois trimestres versus um programa de vacinação mais eficiente como, por

exemplo, o do Chile e da Turquia. Isso levou a preocupante queda de 2% real do PIB, o equivalente a esses R\$ 131 bilhões, somente para esse período de atraso. Ou seja, essa falta de ação, de retardamento da vacinação pelo governo, causa prejuízos significativos para a economia e para o próprio Estado em termos de arrecadação e de desempenho fiscal.

E o dilema saúde versus economia? Como uma coordenação nacional pode ajudar neste ponto?

Sandra Rios – Toda experiência do ano passado mostra que não existe possibilidade de recuperação econômica sem que a pandemia tenha sido controlada. Os países que tiveram mais mortes foram justamente os que tiveram pior desempenho econômico. Lidar contra esse falso dilema é talvez a missão fundamental de um grupo de economistas. Está claro que o problema da pandemia só vai ser resolvido com a vacinação em massa, mas agora é também muito claro que o lockdown é uma medida fundamental para evitar que o sistema de saúde entre em colapso, como está acontecendo. Se pensarmos em um país das dimensões do Brasil, com características geográficas e econômicas muito distintas, é razoável afirmar que o desenho específico das medidas de isolamento

social ou lockdown deva ficar a cargo das autoridades locais. Mas quando olhamos o mapa do Brasil e vemos que quase todas as regiões estão em vermelho, salta aos olhos que sem uma coordenação nacional as medidas de distanciamento definidas no âmbito regional terão muito mais dificuldade para surtir efeito.

Cláudio Frischtak – São duas questões: uma é coordenar e outra é sabotar. Um dos objetivos da Carta é pedir: por favor, não sabotem, e tenham a iniciativa proativa de coordenar. E a coordenação deve ser não apenas no âmbito do Ministério da Saúde, que obviamente é o líder quando estamos falando de uma pandemia sem paralelo nos últimos cem anos, mas também do Ministério da Educação. É fundamental uma sinalização. Hoje há uma convergência de visões no sentido de que as escolas devem ser as últimas a fechar e as primeiras a reabrir. O fato de nossos estudantes ficarem praticamente um ano sem estudo, em suas casas, muitas das quais sem acesso à internet, é um atraso pelo qual pagaremos caríssimo. O Ministério da Educação tem sido absolutamente omissos. Não se ouve sequer coisas básicas, como uma orientação sobre ventilação nas escolas. Fizemos até um cálculo de quanto custaria para colocar ventiladores nas salas de aula de todas as escolas públicas do País, e os números não

são tão elevados quando comparados aos custos econômicos da pandemia. Na Carta apelamos para que atitudes contraproducentes sejam eliminadas das políticas públicas e manifestações de autoridades, e que exista uma sinalização do governo federal de uma maior cooperação. Esse é o histórico dos demais países. Até os líderes de outros países que foram extremamente céticos no início da pandemia depois se renderam às evidências.

Os Estados Unidos aprovaram recentemente um grande pacote de incentivos para estimular a economia local. Algo semelhante não seria importante também para a economia brasileira?

Marco Bonomo – Os Estados Unidos estão em outro momento da pandemia, no outro lado da curva e vacinando boa parte da população. Hoje não há dinheiro suficiente no mundo para gerar um pacote de estímulos que faça, nesse momento, a economia brasileira crescer mais rápido. Todos os esforços, inclusive os recursos empresariais, devem ser aplicados no combate à pandemia. Não haverá recuperação econômica enquanto a pandemia não for superada. A melhor aplicação de recursos agora é no combate à pandemia. Falar em recuperação em V é não enxergar o que está acontecendo. Medidas de estímulo a setores específicos são totalmente ineficazes nesse momento. ■

“O Ministério da Educação tem sido absolutamente omissos. Não se ouve sequer coisas básicas, como uma orientação sobre ventilação nas escolas.”

COMPRAS AUTOMOTIVAS

"Novo Normal"

17
18
E 19
DE MAIO

A relação comercial entre montadoras e fornecedores deverá ser cuidadosamente repensada a partir de agora. As sinergias cada vez mais comuns nas organizações globais e, em alguns casos, a concentração de produção de commodities automotivas em determinadas regiões estão transformando as áreas de compras no setor. Enquanto de um lado há políticas e negociações cada vez mais globalizadas entre fornecedores e montadoras, a regionalização ganha força em um planeta encercado com a pandemia.

Essa transformação tem trazido enormes desafios mas, também, coloca muitos fornecedores diante de boas oportunidades. A discussão para encontrar formas de reduzir os custos fixados em dólar não apenas no Brasil, mas também no Mercosul, já é citado pelos líderes da indústria como um tema que deve ser aprofundado em breve.

Diante desse cenário AutoData reuniu importantes executivos da indústria automotiva, entidades, consultores e líderes das áreas de compras para apresentar os caminhos e decisões que deverão ser tomadas no novo normal: como vão se comportar as compras automotivas neste ano? Os fornecedores estão preparados para atender às novas necessidades em termos de tecnologia e custos? Existe ambiente e segurança para investir em produtividade e modernização?



A competitividade da indústria de autopeças no Brasil

Dan Loschpe
Presidente do Sindipecas



A sinergia com a China e as oportunidades o Brasil

Ivan Witt
Diretor de compras da CAO Montadora



A chegada do Corolla Cross e o atual momento do setor automotivo

Evandro Maggio
Diretor de compras da Toyota

A chegada da eletrificação e a criação do e-consórcio

Luiz Eduardo Alvarez
Vice-presidente de compras da Volkswagen Caminhões e Ônibus

A nova política de compras da Mercedes-Benz e a necessária qualidade no fornecimento

Matthias Kaeding
Diretor de compras da Mercedes-Benz

As oportunidades para novas parcerias locais e a política de compras da Volkswagen

Martin Fries
Vice-presidente de suprimentos da VW para o Brasil e a América do Sul

As oportunidades de sinergias nos grupos automotivos globais

Diretor de compras da Aliança Renault-Nissan-Mitsubishi

Inserção Global das Autopeças Brasileiras

Painel de debates com



Besalviel Botelho
Presidente da Bosch



Raul Germany
Presidente da Dana

Fernando Rizzo
Presidente da Tupy

Como administrar a demanda dos componentes eletrônicos

Painel de debates com



Ricardo Helmlinger
Diretor da Standard America

Fernando Jacomel
Gerente de desenvolvimento de negócios da Qualcomm

Consultor da Deloitte
Nome ainda a ser verificado

A oportunidade da nacionalização: o exemplo das transmissões automáticas (cases ZF e Eaton)

Painel de apresentação de cases e debates com



Antônio Carlos Galvão
Presidente da Eaton

Carlos Delich
Presidente da ZF

A difícil questão dos insumos e dos custos de produção

Painel de debates com

Klaus Curt Muller
Presidente executivo da Anip

José Ricardo Roriz Coelho
Presidente da Abiplast

Marcos Eduardo Faraco Wahrhatfig
Presidente do Instituto do Aço

Informações e inscrições:
(11) 95996-0516
seminarios@autodata.com.br
www.autodata.com.br

AUTODATA
Seminários



Divulgação/Ford

Complexo de Sólon

A primeira fábrica de automóveis do Brasil completa 100 anos neste 2021. Será que um século depois há realmente algo a se comemorar?

Neste 2021 a indústria automotiva brasileira completa um século da inauguração da primeira fábrica de automóveis instalada em território nacional digna desta denominação: a da Ford na rua Sólon, no bairro do Bom Retiro, no Centro de São Paulo.

Sim: é verdade que a Ford chegou ao Brasil em 1919 e desde então já montava seus hoje modelos clássicos que chegavam completos, mas desmontados, dos Estados Unidos. Os dois primeiros endereços da fabricante, porém, ficavam em imóveis já existentes e que foram adaptados para essa finalidade: o primeiro,

na rua Florêncio de Abreu, aproveitando a proximidade com a Estação da Luz, aonde chegavam os T encaixotados, era, pasme, um sobrado de 70 m². Em busca de mais espaço no ano seguinte a empresa se mudou para a Praça da República, ocupando o que fora antes uma pista de patinação, a Skating Palace.

Logo ficou óbvio que ali o espaço também não era suficiente, tampouco adequado, e a Ford deu o passo mais sério, adquirindo um enorme terreno de 7 mil m² na rua Sólon número 2, que se estendia desde a esquina do Viaduto Engenheiro Orlando Murgel até a rua Visconde de



Taunay, beirando a linha férrea da São Paulo Railway, que entregaria os carros desmontados vindos dos Estados Unidos via porto de Santos.

O projeto arquitetônico da fábrica ficou a cargo do alemão Albert Kahn, residente em Detroit, Michigan, desde os 10 anos de idade. De acordo com Manuela Catafesta, arquiteta e doutora em ciências na área de história e fundamentos da arquitetura e urbanismo pela USP, "o edifício da Ford Motor Company no Brasil foi a primeira fábrica a utilizar concreto armado e grandes planos de vidro, exibindo uma linguagem plástica moderna", escreveu em artigo publicado na Revista Docomomo Brasil em 2019.

"Kahn, em parceria com Henry Ford, foi responsável pela nova concepção do edifício industrial, um espaço capaz de proporcionar a flexibilidade e segurança necessárias para a nova organização científica da produção, livre de qualquer linguagem arquitetônica historicista. Ao mesmo tempo em que Henry Ford era o precursor no desenvolvimento da técnica

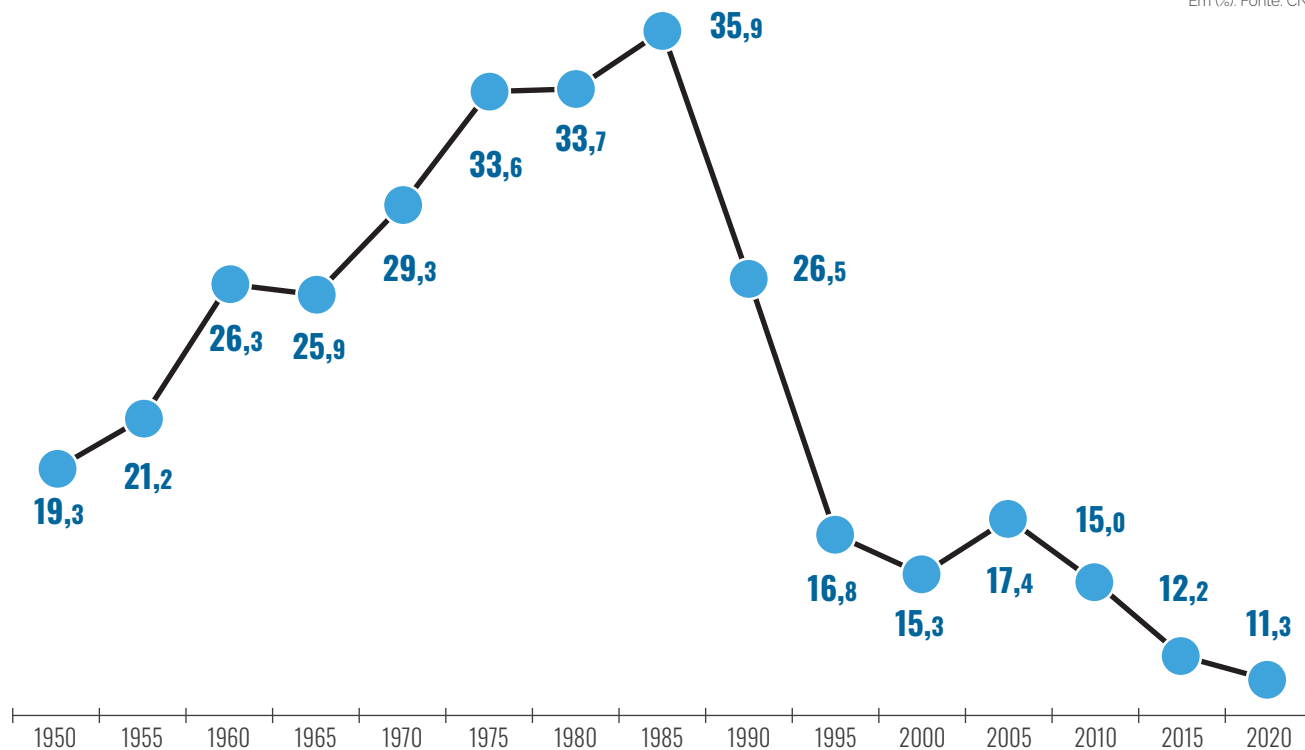
de produção de veículos [em série], Kahn foi pioneiro no uso do concreto armado, das estruturas de aço aparentes, da iluminação e ventilação natural por meio de grandes planos de vidro, tudo com o intuito de responder às necessidades funcionais da fábrica", complementou.

O arquiteto foi, antes da fábrica da rua Sólón, também o responsável pelos projetos das fábricas da Ford de Highland Park e River Rouge, no condado de Wayne e em Dearborn, respectivamente, Michigan, as mais famosas da empresa no mundo, e ainda a fábrica de Buenos Aires, na Argentina, em 1919 – todas construídas dentro dos mesmos então modernos princípios. E, assim como nestas três ocasiões, para a fábrica de São Paulo Kahn teve como parceiro na construção e engenheiro responsável o estadunidense B. R. Brown.

Brown, em registros de memórias arquivadas pela matriz da Ford nos Estados Unidos, dos anos 50, afirmou que "o trabalho de Buenos Aires não foi fácil, mas também não foi difícil. Eu tive mais problemas em São Paulo, para construir

Participação da indústria de transformação no PIB

Em (%). Fonte: CNI



aquela fábrica. Nesse caso contratei o empreiteiro com base em honorários ao invés de um contrato de preço fixo, porque tive de comprar o material e fornecer a ele. O cimento veio do Canadá, pois não havia disponível no Brasil. A madeira veio de Nova Orleans, para montar as formas da estrutura de concreto, e o aço estrutural veio da Europa”.

UM SÉCULO DEPOIS

A Ford ficou por ali durante três décadas, até os anos 50, quando construiu uma fábrica ainda mais moderna e imponente no bairro do Ipiranga, desocupada e vendida meio século depois ao mesmo tempo em que era inaugurada a unidade de Camaçari, na Bahia, em 2000. Ali no Ipiranga então ocorria a produção de caminhões, transferida para a unidade de São Bernardo do Campo, fechada em 2019. A venda definitiva da primeira fábrica do País, a do Bom Retiro, se concretizou bem antes, nos anos 60.

Atualmente circula na internet um abaixo-assinado para que o prédio da rua Sólon seja tombado por algum órgão ligado ao patrimônio histórico, mas em pouco mais de um ano o pedido angariou menos de duzentas assinaturas.

Fato concreto é que um século depois a majestosa fábrica da Ford da rua Sólon continua em pé. Seus principais aspectos arquitetônicos estão lá, preservados, ainda que a impressão externa seja de vasto abandono: a fachada convive com pichações, marcas do tempo, partes de móveis destruídos e alguns catadores de material reciclável na calçada que margeia o edifício. Lá dentro, porém, ainda há atividade.

Uma parte da fábrica, de 3 mil m², que não contempla o antigo prédio principal da produção de veículos, é a atual sede do Instituto Criar de TV, Cinema e Novas Mídias, fundado pelo apresentador Luciano Huck. Em seu site o instituto informa como missão “promover o desenvolvimento profissional, sociocultural e pessoal de

jovens por meio do audiovisual". Ali são promovidos cursos para jovens de 17 a 20 anos com renda familiar média de até meio salário mínimo que participam de programa de formação audiovisual que inclui oficinas de cabelo e maquiagem, figurino e cenografia, câmara e maquinária, iluminação e elétrica, fotografia e imagem, animação, edição e computação gráfica.

Obras na área foram realizadas para adequar a antiga fábrica à proposta do instituto em 2004, que contaram na época com apoio, ironicamente, da Volkswagen, então uma das patrocinadoras da iniciativa. Nesta fase o apresentador Luciano Huck e a fabricante mantinham forte parceria para ações de marketing, e em lista de membros do conselho consultivo do instituto publicada em 2012 ainda havia nomes de ex-executivos da montadora como Flávio Padovan e Paulo Kakinoff.

A área mais imponente da fábrica, o

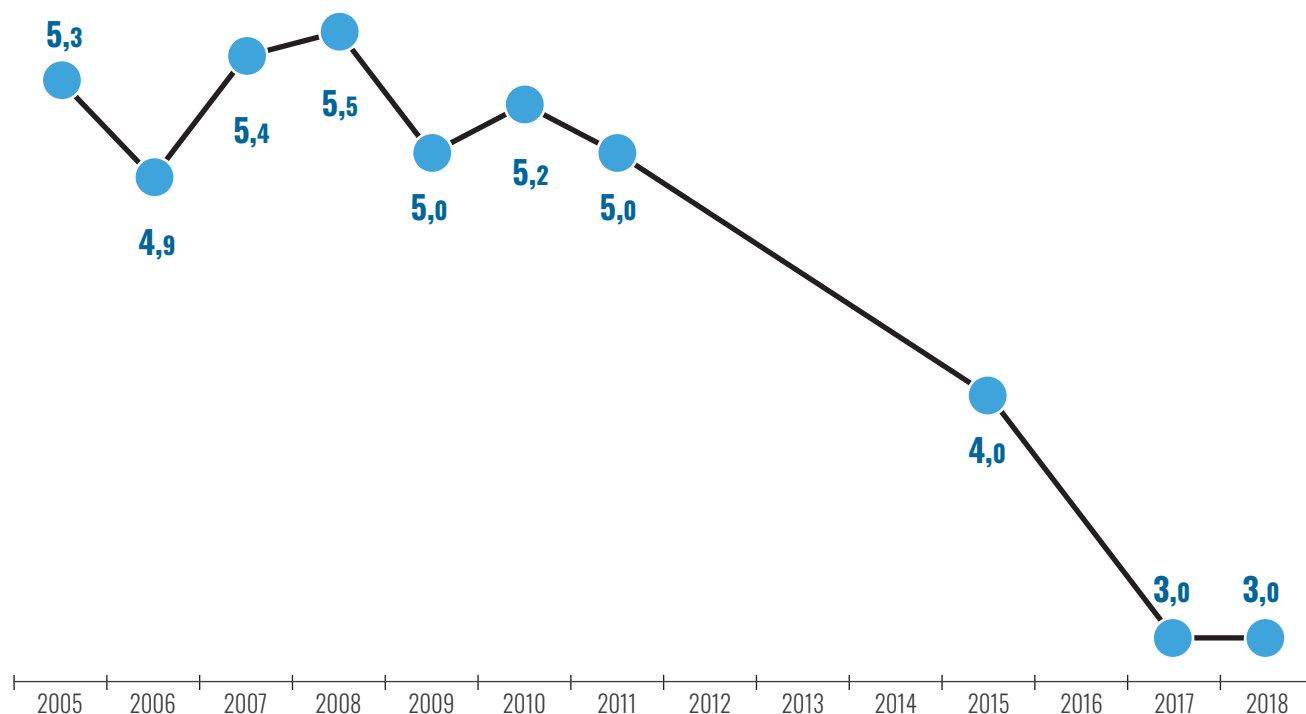
prédio de três andares onde era realizada a montagem dos Ford T e TT propriamente dita, foi ocupada até por volta de 2010 pela empresa Armazéns Gerais Trianon, que atua com logística, armazenagem e movimentação de cargas, das mais diversas. Atualmente quem aluga o espaço é uma empresa de confecção, a Big Brands Launcher, que distribui no Brasil marcas de roupas com temática de surf e esportes radicais: ali ficam seu depósito e escritórios. Contatado pela reportagem, diretor da empresa confessou desconhecer a origem do prédio, demonstrando total surpresa com o fato.

ASSOCIAÇÃO PERFEITA

É interessante observar que a centenária fábrica da Ford da rua Sólton pode representar uma perfeita associação do cenário vivido pela indústria automobilística nacional hoje, 100 anos depois.

Participação do setor automotivo no PIB total

Em (%). Fonte: Anfavea





Daquele pioneirismo absurdo, cheio de pujança e amplo representante da modernidade e do desenvolvimento tecnológico, assim como a fábrica, hoje restam dúvidas sobre sua relevância e destino. O aspecto para quem vê de longe, só por fora, e desconhece o histórico é, claramente, desfavorável. Há impressão de decadência ainda que lá dentro a atividade continue firme e forte, e de maneira que aquele do lado de fora jamais imagine ou desconfie.

Isso para não mencionar o fato sintomático e a absurda coincidência histórica de justamente a Ford ter anunciado este ano o abandono de suas operações fabris no Brasil, optando apenas por importados para disputar o mercado.

Para Luiz Carlos Moraes, presidente da Anfavea, "sorte do País que detém um setor automotivo robusto como o do Brasil. É um crime se cogitar a desindustrialização do País, nos relegando à condição de colônia fornecedora de matérias primas e produtos primários. Isso é prova de um profundo desconhecimento".

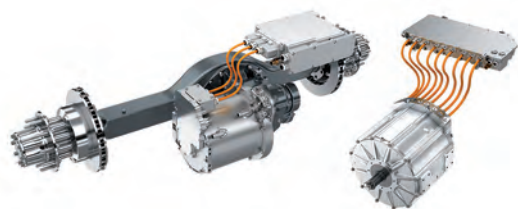
O comentário do dirigente da Anfavea foi uma resposta a Carlos von Doellinger, presidente do IPEA, Instituto de Pesquisa

Econômica Aplicada, que em entrevista ao jornal Valor Econômico afirmou que "a gente tem que se conscientizar que o Brasil precisa apostar em suas vantagens comparativas e competitivas. Não somos bons em produzir material de transporte. Cito sempre o exemplo da Austrália, que tem algumas semelhanças interessantes com o Brasil. Há mais ou menos quinze anos a Austrália tomou uma decisão fundamental. Eles tinham montadoras, várias indústrias voltadas para substituição de importação, como o Brasil, e resolveram assim: nós não somos bons nisso, vamos acabar com esse negócio. Fecharam tudo que é montadora, praticamente aniquilaram a indústria de transformação como a gente conhece aqui no Brasil e em vários países. E resolveram fazer aquilo em que tinham vantagens comparativas e competitivas".

Von Doellinger prosseguiu: "Tiraram o sistema de substituição de importações, deram uma guinada total e hoje são grande potência no agro, na mineração, nos serviços e tecnologia. Não produzem mais carro nenhum, não produzem equipamento pesado nenhum, exceto aqueles



Eletrificação. Agora.



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

@canaldana

dana.com.br

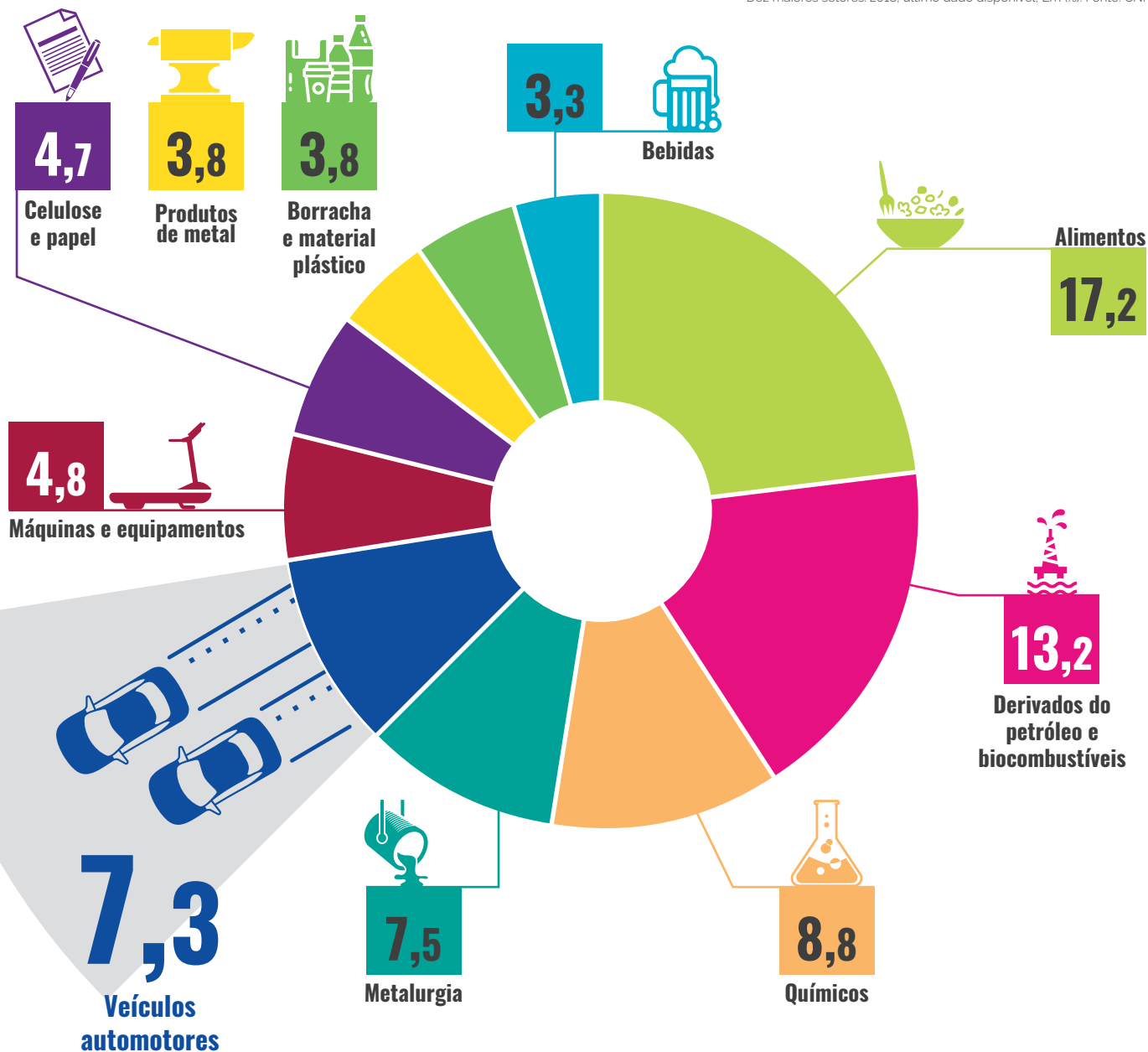


/canaldana



Participação no PIB da indústria de transformação

Dez maiores setores, 2018, último dado disponível. Em (%). Fonte: CNI



diretamente ligados às cadeias do agro e da mineração. Nós temos nossas vantagens comparativas. Nosso agro é forte, é quem está sobrevivendo e sustentando minimamente nossa economia, até com pouca ajuda do governo. Está sobrevivendo, produzindo, importando, competindo, fazendo o seu trabalho e acrescentando um pouco de crescimento para minimizar nosso abismo produtivo. Nosso cami-

nho não é indústria manufatureira, a não ser aquela ligada ao beneficiamento de produtos naturais, minérios. Hoje temos vantagens comparativas naturais de recursos em áreas cultivadas. Nós temos abundância de áreas a cultivar, temos agro muito forte, temos mineração, energia, podemos ser grandes exportadores. Podemos também investir e melhorar nossa produtividade, sem dúvida; reduzir o Custo

Brasil, sem dúvida; temos dever de casa muito grande. Mas acho que temos que investir em nossas vantagens comparativas. Nós temos que procurar selecionar e aplicar onde a gente tem realmente mais possibilidades. Não pode ficar distribuindo munição, atirando para tudo quanto é lado. É algo que tenho opinião por ter visto ainda em outros países. Acho que não vale a pena insistir em subsidiar atividades que não dão retorno".

A crítica à indústria automotiva não é exclusividade do dirigente do IPEA, indicado para a função pelo ministro da Economia, Paulo Guedes. É quase tão antiga, aliás, quando a fábrica da Ford na rua Sólon. Incentivos foram questionados desde antes da instalação oficial das montadoras no País, na década de 50, como recorda Ramiz Gattás em seu obrigatório livro *A Indústria Automobilística e a 2ª. Revolução Industrial no Brasil – Origens e Perspectivas*:

"Por falta de melhores informações pode-se supor que a industrialização automobilística no País foi feita na base de imensos, exagerados ou escandalosos favores governamentais, como apregoam os seus opositores. A isenção de direitos aduaneiros para a importação de equipamentos não foi benefício concedido unicamente à indústria automobilística: é uma velha tradição no direito fiscal brasileiro que os bens de produção não paguem direitos de entrada no País. Um decreto-lei de 1938 relacionava centenas de indústrias que ficavam com o direito de ampla isenção aduaneira para os equipamentos de produção que viessem a importar, e quando o governo, em 1956, decidiu atrair para o Brasil o interesse dos grandes fabricantes mundiais de veículos, prometeu-lhes a mesma isenção que, repito, não constituiu nenhum favor especial. Ocorre que como em 1938 não se imaginava que viesse o Brasil a fabricar automóveis, não estava a indústria automobilística relacionada no decreto-lei. Foi preciso, por isso, solicitar lei específica ao Congresso", conta o saudoso Gattás em sua obra.

O autor prossegue afirmando que "não foram tantos nem tão exagerados os favores outorgados à indústria como às vezes se afirma: caso contrário não teria havido, como houve, desistência de tantos projetos mesmo após a sua aprovação, particularmente na área de fabricação de veículos. Para realizar este programa de desenvolvimento o governo concedeu benefícios e estímulos, porém em contrapartida impunha sérias obrigações e riscos, prazos curtos e índices de nacionalização e quantitativos de produção extremamente rígidos".

Segundo Gattás "pode-se afirmar que a rigor nada saiu do Tesouro nacional: as isenções alfandegárias e de impostos não afetaram o erário porque com elas o erário não contava; deixou de receber taxas e impostos que não estavam previstos em seu orçamento, mas não desembolsou dinheiro algum".

Em outras palavras, há mais de sessenta anos reclama-se de incentivos oferecidos à indústria automotiva, mas esquece-se que sem esta mesma indústria não haveria o que estimular para, do outro lado, arrecadar taxas, tributos e impostos.

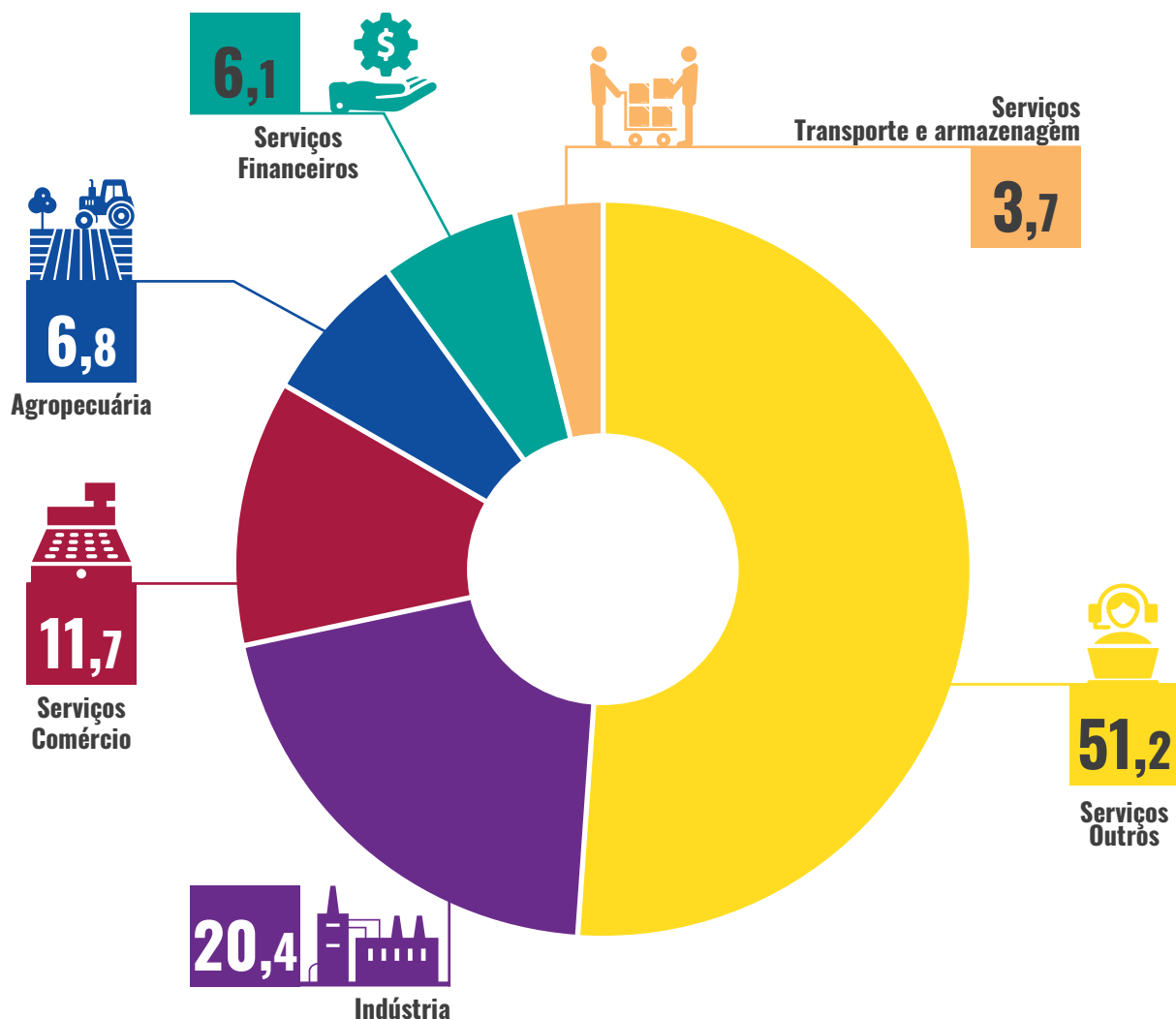
Pelos cálculos da Anfavea o setor automotivo recebeu R\$ 6,4 bilhões em benefícios e incentivos em 2020, sendo R\$ 4,8 bilhões para desenvolvimento regional e R\$ 1,7 bilhão para o Rota 2030. A arrecadação total gerada pela indústria automotiva no mesmo ano, só no âmbito federal, descontando esses R\$ 6,4 bilhões, foi de R\$ 43 bilhões. Também de acordo com a Anfavea os R\$ 6,4 bilhões correspondem a 2% dos incentivos e benefícios concedidos pelo governo federal em 2020, considerando todas as atividades econômicas: total de R\$ 321 bilhões.

A entidade chama a atenção ainda para a carga tributária que incide em veículos: em média 44% em 2020 ante índice próximo de 20% nos maiores mercados europeus, 13% no Japão e 7% nos Estados Unidos.

Nesse tema a obra de Gattás recorda que ainda ali, nos anos 60, o Sinfavea

Participação no PIB 2020

Em (%). Fonte: CNI



apresentava os mesmíssimos números ao governo federal de então. O autor indica que um autoveículo representa legítimo "paliteiro de impostos".

Não custa lembrar também que dos anos 60 aos 90 a indústria automotiva esteve amarrada a uma política oficial de controle de preços ao varejo. O termo mais comum aqui era a chamada liberdade vigiada, onde eventuais reajustes precisavam ser autorizados por órgãos oficiais.

Em seu livro *Suma Automobilística*, de 1984, o autor Sydney Latini recorda que o setor automotivo é "indústria de integra-

ção por excelência, demanda insumos, serviços, infraestrutura e tecnologias de formas tão variadas que parece promover, dinamizar e aglutinar todas as atividades do nosso tempo. Demanda insumos que dinamizam os setores siderúrgico, metais não-ferrosos, vidros, borracha, químico e petroquímico, tintas etc. A fabricação de peças exige a assimilação de tecnologias cada vez mais sofisticadas enquanto a crescente competitividade das montadoras exige robotização e, conseqüentemente, investimentos em tecnologia de ponta" – como se vê o texto ainda é atualíssimo.

Ele lembra também que "a indústria automotiva potencializa as tecnologias, insumos, infraestrutura e serviços desenvolvidos à dinamização do setor agrícola, pela mecanização da lavoura e melhores condições de escoamento da produção. Esse efeito promocional atinge outros setores, como o de bens de consumo duráveis".

Ou seja, como também bem aponta o almirante Lúcio Meira, figura central no desenvolvimento da indústria automotiva nacional, no prefácio da mesma obra, "poucas pessoas no Brasil têm ideia do vulto e da importância da indústria automobilística na economia nacional. Para muitos se resume a fábricas terminais onde se produzem veículos a motor, com bom número de componentes sofisticados importados. Na verdade as fábricas terminais empregam poucos componentes de produção própria. Fabricam quase sempre a carroceria e o motor e, excepcionalmente, uns poucos dos milhares de peças que integram o veículo. Por isso tornava-se quase impossível a instalação desta indústria aqui nos anos 50: os fabricantes julgavam impossível a sua vinda porque aqui não encontrariam técnicos, mão-de-obra especializada, matérias-primas e sobretudo o parque industrial capaz de fornecer-lhes milhares de peças variadas".

De acordo com a Anfavea, citando o BNDES, cada emprego perdido no setor automotivo gera a perda de outros oito postos de trabalho na economia. Segundo a entidade, em dados deste fevereiro, os 120 mil empregos diretos nas montadoras geram 1,1 milhão de empregos indiretos, sendo 357 mil no comércio por atacado e varejo, 95 mil no transporte terrestre, 92 mil em fabricação de peças, 57 mil em limpeza e outros serviços, 42 mil em jurídico, contabilidade e consultoria, 34 mil em produtos de borracha e plástico e 30 mil produtos de metal.

O Dieese, Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos, calculou que só as 5 mil demissões anun-

ciadas pela Ford significam perda potencial de aproximadamente 119 mil postos de trabalho, somando diretos, indiretos e induzidos. A perda potencial de massa salarial é da ordem de R\$ 2,5 bilhões/ano, considerando-se os empregos diretos e indiretos.

E, ainda segundo o Dieese, haverá queda de arrecadação de tributos e contribuições em torno de R\$ 3 bilhões/ano. Em comunicado, calculou que "cada R\$ 1,00 gasto na indústria automobilística acrescenta R\$ 1,40 no Valor Adicionado da economia".

Há, ainda, a questão da balança comercial brasileira. Também de acordo com a Anfavea as exportações brasileiras automotivas de 2011 a 2020 alcançaram US\$ 193 bilhões, enquanto as importações do segmento chegaram a US\$ 247 bilhões – o fluxo comercial no período, portanto, foi de US\$ 440 bilhões.

"Se importássemos 3 milhões de veículos por ano o saldo da balança comercial seria deficitário em US\$ 60 bilhões a US\$ 80 bilhões ao ano. Destruiríamos nossas reservas cambiais, hoje de US\$ 360 bilhões, em cinco ou seis anos", calcula o presidente Moraes. "Nós nos tornaríamos uma Argentina, que sofre por falta de divisas."

A falta de divisas, inclusive, foi justamente um dos temas a impulsionar a criação da indústria automotiva nacional nos anos 60.

PARCERIA NA QUEDA

Pode-se notar ainda que a indústria automotiva não sofre sozinha: a indústria como um todo, e em particular a de transformação, perde relevância no PIB nacional há décadas. De 36% de participação em meados dos anos 80 rastejou para 11,3% em 2020, o menor índice da série histórica iniciada em 1950, segundo a CNI, Confederação Nacional da Indústria.

A CNI aponta que nos últimos dez anos a economia brasileira cresceu em taxa média anual de apenas 0,3%, enquanto

a indústria de transformação encolheu 1,6% ao ano em média. Para Renato da Fonseca, economista-chefe da confederação, "não há mais tempo para se atacar um problema de cada vez: a construção das bases para o crescimento sustentado deverá ser feita em paralelo às ações para amenizar os efeitos da crise. A agenda de aumento da competitividade, de redução do Custo Brasil, precisa caminhar em ritmo acelerado".

Também de acordo com a CNI a participação do Brasil na produção industrial mundial está em queda desde 2009, e em 2019, último dado disponível, caiu para 1,19% ante 1,24% em 2018, novo piso de série histórica iniciada em 1990. Com isso o Brasil caiu para a décima-sexta posição do ranking global, sendo superado, desde 2015, por México, Indonésia, Rússia, Taiwan, Turquia e Espanha. Até 2014 o Brasil figurava na lista dos dez primeiros.

Para Dan Ioschpe, presidente do Sindipeças e do Iledi, Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial, em artigo publicado no jornal Valor Econômico, "o fim das atividades produtivas da Ford no Brasil colocou sob holofote as dificuldades enfrentadas pela indústria brasileira nos últimos anos e a gravidade das distorções do ambiente econômico no qual o setor opera no País. A despeito de suas motivações particulares, a decisão tomada é um indicativo do quanto o Brasil está defasado em termos de competitividade, produtividade e sofisticação tecnológica em relação ao restante do mundo. E, mais do que isso, reflete a ausência de com-

prometimento, expresso não apenas no plano das ideias e intenções, mas também em decisões concretas, de que as causas do atraso serão corrigidas sem demora".

Para o dirigente "fica cada vez mais claro que estamos diante de uma encruzilhada, dadas as profundas transformações tecnológicas em andamento e que devem ser aceleradas no pós-pandemia, com o reforço das estratégias industriais das principais potências globais. Ou enfrentamos definitivamente nossos problemas ou a perda de competências industriais irá se acelerar, comprometendo ainda mais o desempenho econômico do País".

NENHUM OUTRO

Em suma, como bem refletem as palavras de Ramiz Gattás, "nenhum outro assunto ligado à industrialização brasileira, em qualquer setor ou tempo, foi tão polêmico e objeto de tantas controvérsias, lutas, marchas e contramarchas como o da criação da indústria automotiva no Brasil. Nenhum outro influiu tanto na vida econômica, política e social do País com tão grandes repercussões na vida de cada um de seus habitantes, beneficiários diretos ou indiretos das transformações que essa industrialização proporcionou".

E apesar disso, assegura com perfeição o autor, "muito pouco se sabe a respeito desse processo, suas origens, seu desenvolvimento e seus objetivos. Do fragor dessas lutas pouco ou nada restou, e o pouco que se conhece nem sempre corresponde à realidade dos fatos, pois muitos deles foram alterados, com notórias distorções, o que se constata das críticas de alguns analistas econômicos distanciados do processo pelo tempo e pela desinformação".

Combater de forma vigorosa, em todos os campos e aspectos, esse cenário vigente até hoje, um século depois da inauguração da primeira fábrica de automóveis do País, parece ser a única forma da indústria nacional não se ver transformada, em alguns anos, em mero saudosismo – assim como acabou por ser o destino da planta da Ford na rua Sólon. ■



PREVENÇÃO

EMPRESA PIONEIRA NA APLICAÇÃO INTERNA DE TESTES RT-PCR

Pensando na contenção da Pandemia, e principalmente na saúde e bem-estar de seus colaboradores, clientes e fornecedores, a **Neo Rodas** está ampliando o programa de testes internos para COVID-19, em 100% de seu efetivo.

Além do teste rápido de sangue, instituído no início da Pandemia, foi implementado o teste rápido de cotonete e o **RT-PCR**, um dos testes mais seguros do mercado.

Porque prevenir é um ato de responsabilidade e, acima de tudo, apoio e respeito aos colaboradores e seus familiares.

Um século de múltiplos desafios

Será que São Nestor [retratado ao lado] imaginou que o prédio que ajudou a construir para a Ford se transformaria num símbolo tão importante para a indústria brasileira?

São Nestor, será que cem anos atrás o senhor imaginou que aquele prédio que ajudou a construir para a Ford, uma então uma bonita fábrica de tijolos aparentes localizada na Rua Sólon, no bairro do Bom Retiro, em São Paulo, que foi oficialmente inaugurada em 1921, se transformaria num símbolo tão importante para a indústria brasileira?

Acredito que não! Mas foi exatamente isto o que aconteceu. Mesmo sendo uma fábrica da Ford, uma marca que hoje, infelizmente, não opera produtivamente mais no País, aquele prédio foi o primeiro edifício projetado e construído para abrigar uma fábrica de automóveis no País, dando início a uma longa e importante trajetória que, hoje, resultou em uma das maiores indústrias automotivas de todo o mundo.

A partir daquele momento, o setor automotivo passou a fazer parte do Brasil. E, da inauguração daquele prédio no Bom Retiro – com certeza São Nestor e Henry Ford estavam lá – até hoje, aconteceram pelo menos três grandes fases de desenvolvimento, sempre acreditando que o País tinha potencial para dar certo. E aquele primeiro movimento não parou por ali, vez que a também estadunidense

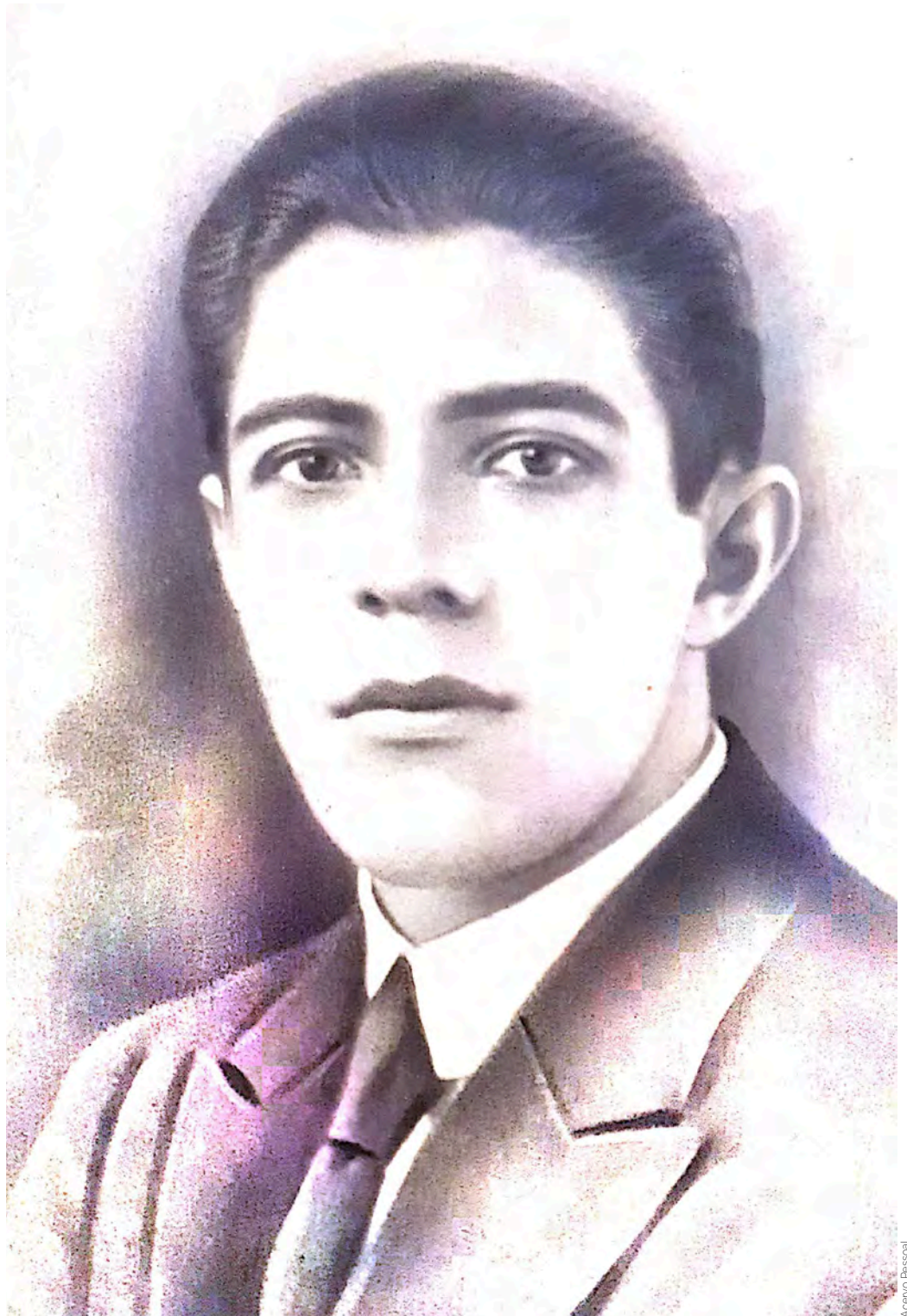


Rafael Cusato

General Motors seguiu o mesmo caminho, instalando, em 1925, uma pequena linha de montagem em um armazém alugado em São Paulo.

PRESENÇA IMPORTANTE

O Brasil atravessava um período de muita prosperidade e o sucesso das duas marcas foi rápido, constituindo o ponto de partida de uma extensa história de em-



presas pioneiras que, ao longo das dez décadas que se seguiram, enfrentaram e venceram muitos desafios no País.

O Brasil tem hoje uma das maiores indústrias automotivas do mundo. São 25 empresas produzindo veículos em 63 fábricas, localizadas em 10 Estados e 41 municípios, numa história que levou grande desenvolvimento, tanto industrial como social, para todo o território nacional,

gerando empregos diretos para mais de 100 mil pessoas em todo o País.

Somando-se a isto os quase 500 fabricantes de autopeças que seguiram as montadoras e os perto de 7 mil concessionários abertos no País ao longo do tempo, esta quantidade de trabalhadores que depende direta e indiretamente do setor automotivo sobe para mais de 1,3 milhão.

O setor automotivo brasileiro tem, hoje,

capacidade anual acumulada para fabricar 5 milhões de veículos. Em 2019, produziu e vendeu perto de 3 milhões de unidades, ocupando o posto de oitavo maior produtor mundial e sexto maior mercado. Uma posição de destaque, principalmente quando lembramos o fato de que o mercado brasileiro já foi o terceiro maior do mundo em 2013, com mais de 3,8 milhões de unidades comercializadas e perto de quatro milhões de veículos produzidos.

São números e resultados que demonstram que o caminho escolhido há um século, com a chegada das duas companhias estadunidenses foi acertado. Segundo publicado pela Anfavea em seu último anuário estatístico, o setor automotivo brasileiro faturou US\$ 59,2 bilhões em 2019, arrecadando R\$ 79,1 bilhões em tributos no ano.

É de longe o setor industrial mais importante da economia brasileira, representando perto de 20% do PIB industrial e ocupando o posto de maior arrecadador de impostos da indústria. Somente entre 2011 e 2017, o setor automotivo arrecadou R\$ 292 bilhões, de acordo com dados oficiais da Receita Federal.

O próprio Banco Central do Brasil reconhece a importância do setor e publicou, em seu relatório de investimentos diretos de 2020, que "as empresas do setor de veículos automotores foram as que mais empregaram e investiram em pesquisa e desenvolvimento, em termos absolutos, no ano de 2019". E, como base de informação, isto não parou e somente VW, VWCO, GM, Toyota, Stellantis e Renault investem, neste momento, mais de R\$ 30 bilhões no Brasil.

SEGUNDA FASE

Depois da segunda guerra mundial o Brasil retomou seu crescimento e, com a chegada de Juscelino Kubitschek à Presidência da República em 1956, iniciou caminhada para buscar desenvolvimento industrial, com o setor automotivo sendo escolhido para ser a base de sustentação deste projeto.

Foi justamente neste período que sur-

giu a Anfavea, dando novo fôlego àqueles empreendedores que eram adeptos da ideia de implantação de uma grande indústria automobilística no País.

Em 1957, publicou-se o decreto estabelecendo o plano industrial para automóveis no Brasil e criou-se o GEIA, Grupo de Estudos da Indústria Automotiva, sob o comando do almirante Lúcio Meira, que era um grande incentivador da ideia de que a indústria automotiva poderia crescer muito no Brasil e, melhor, com a companhia de uma indústria de autopeças local forte.

Começou oficialmente a segunda grande fase do setor no País e, no final daquele mesmo ano, vários projetos já estavam aprovados, entre eles os da Fábrica Nacional de Motores, a FNM, General Motors, Ford, International, Karmann-Ghia, Mercedes-Benz, Scania, Simca, Toyota, Vemag, Volkswagen e Willys.

Alguns destes projetos não progrediram. Em compensação, vários outros empreendimentos, tanto nacionais como multinacionais, surgiram, como a gaúcha Agrale, inaugurada ainda na década de 60, a italiana Fiat, que em meados dos anos 70 instalou-se em Minas Gerais e a sueca Volvo, que escolheu o Paraná para construir sua fábrica em 1980.

Os exemplos de ousadia desta época são vários. Neste contexto merece destaque o Programa Nacional do Álcool, o Proálcool e o fato de que, em 1979, foi lançado o primeiro automóvel movido a álcool do mundo, um Fiat 147. Esta tecnologia evoluiu de álcool para etanol e, já no início deste novo milênio, surgiram os motores flex, possibilitando a utilização tanto do etanol como da gasolina ao mesmo tempo.

Vieram as décadas de 60, 70 e 80. Foram os anos dos governos militares e da proibição das importações. Isto resultou em inevitável atraso tecnológico que, mais tarde, em 1990, foi quase que cruel com a indústria local, quando o então presidente da República, Fernando Collor de Mello, o primeiro eleito por meio do voto direto após quase 30 anos, dirigiu uma Ferrari e proferiu a celebre frase "os carros produ-



Mobilidade Elétrica

A Nossa Próxima Geração da Mobilidade

Nós tornamos a eletrificação pronta para o futuro e para o uso cotidiano.

O EVplus é a próxima geração de híbridos plug-in totalmente integrados da ZF. Fornecendo mais de 100 quilômetros de autonomia, com ele é possível dirigir com apenas uma única carga de bateria. Desta forma, o EVplus atende às necessidades diárias da maioria das famílias e condutores.

Para viagens mais longas, a unidade híbrida oferece a flexibilidade de um motor à combustão e elimina a necessidade de se preocupar com longas distâncias. Com o EVplus, os motoristas têm o melhor dos dois mundos - uma viagem tranquila e com redução significativa de CO₂. Saiba mais em zf.com/emobility



see. think. act.



zidos no Brasil são verdadeiras carroças".

Com base neste raciocínio promoveu-se uma abertura dos mercados, permitindo quase que uma invasão total do País pelos produtos importados. A comparação direta com os veículos importados foi quase que fatal para a indústria local e a crise que se seguiu foi enorme, com as vendas de veículos nacionais caindo mais de 30% em 1991 frente a 1990.

CÂMARA SETORIAL

A situação só começou a ser resolvida com a criação, em 1992, já no governo de Itamar Franco, da Câmara Setorial Automotiva, uma iniciativa pioneira que tinha como objetivo principal revitalizar a indústria, unindo os esforços das montadoras, fabricantes de autopeças, revendedores, trabalhadores e dos governos tanto federal como estaduais.

Cada grupo contribuiu em prol da revitalização da competitividade. As montadoras assumiram o compromisso de modernização. Os trabalhadores congelaram seus salários por um período e o governo criou o Carro Popular, com os impostos sendo quase que zerados numa iniciativa que, pouco mais tarde, consolidaria a motorização 1.0.

Foi nessa época também que nasceu **AutoData**.

Chegava a terceira grande fase do setor automotivo brasileiro, criando as bases para que o País pudesse ter este que é, hoje, um dos maiores, mais modernos e completos parques industriais automotivos do mundo. As montadoras cumpriram sua parte no acordo e, além disso, toda uma leva de novas marcas chegaram ao País, como foi o caso da Chrysler, Renault, Peugeot, Citroën, Honda, Nissan, Mitsubishi, Audi e Hyundai, no caso dos automóveis, e International e DAF no caso dos caminhões.

Mais tarde, durante o governo de Dilma Rousseff, Land Rover, BMW e Chery também se instalaram no Brasil e mais um caso de empreendedorismo nacional teve início, com a criação da Caoa Montadora que, hoje, é uma das mais impor-

tantes montadoras e empresas nacionais, produzindo veículos Hyundai e Chery.

FUTURO

Neste momento em que o mundo automotivo inicia uma corrida para minimizar as emissões de CO₂ e está partindo definitivamente para a eletrificação dos veículos principalmente nos países de primeiro mundo, o Brasil pode estar prestes a iniciar sua quarta fase desta importante caminhada.

Já é sabido que, no início da próxima década, momento já demarcado para a chegada definitiva da eletrificação, boa parte do mundo – Brasil incluído – ainda não terá condições de evoluir no mesmo sentido, tanto em razão do baixo poder aquisitivo da população, como também da infraestrutura local de abastecimento não suportar esta transformação rápida.

Isto abrirá toda uma série de oportunidades para a indústria brasileira que, além de deter completo domínio sobre a tecnologia do etanol, que poderá compensar, com sobras, o problema ambiental nestas regiões mais pobres do mundo, possui toda uma ampla infraestrutura industrial local que lhe possibilitará ser o principal provedor destes mercados, tanto em termos de componentes como até de veículos.

O grande desafio, agora, é ser competitivo o suficiente para usufruir destas possibilidades. A indústria fez a parte dela e criou toda uma estrutura que precisa para isto. Falta o governo repensar o País e dar as condições que ainda precisamos para assegurar este salto ao futuro.

E para quem ficou curioso de saber quem é o São Nestor, seu nome completo é Nestor Nunes de Siqueira. Avô materno dos jornalistas S. Stéfani e Márcio Stéfani, de AutoData, foi arquiteto e, além de ter trabalhado na construção da fábrica da Ford, foi professor da Escola de Artes e Ofícios de São Paulo e foi autor, entre outros projetos, dos dois dragões que enfeitam o portal do Museu do Ipiranga, em São Paulo. Ele foi proprietário de um Ford 'Bigode' naquela década de 20. ■

MÁQUINAS AGRÍCOLAS E DE CONSTRUÇÃO
TRANSPORTE EXPRESSO DE PEÇAS PARA MERCADO
DE REPOSIÇÃO COM COBERTURA NACIONAL?

A DHL ENTREGA



Com a DHL Supply Chain, a sua empresa conta com uma equipe de especialistas que fala a mesma língua do seu negócio e entende os desafios de transporte e logística B2B de ponta a ponta.

- Transporte de carga fracionada, lotação e aérea
- Hubs próprios DHL para crossdocking dos produtos
- Portal online com visibilidade de entrega para concessionárias
- Entrega com abrangência nacional
- Monitoramento em tempo integral
- Gerenciamento de risco próprio
- Reengenharia de processos
- Inovação e tecnologia de ponta
- Torre de controle integrada

Acesse o site abaixo e fale diretamente com um de nossos especialistas:

DHL Supply Chain – Excellence. Simply delivered.

#DHLentrega

dhl.com/transporte



O tamanho da América do Sul no mapa

Região está distante de ser um dos grandes mercados globais, mas ao mesmo tempo sua fatia no todo não é desprezível

Qual é a representatividade do mercado sul-americano para as grandes corporações automotivas, sejam elas de origem europeia, estadunidense ou asiática? A região corre o risco de deixar de ser interessante a ponto de ver algumas montadoras simplesmente abandonando este pedaço do mundo?

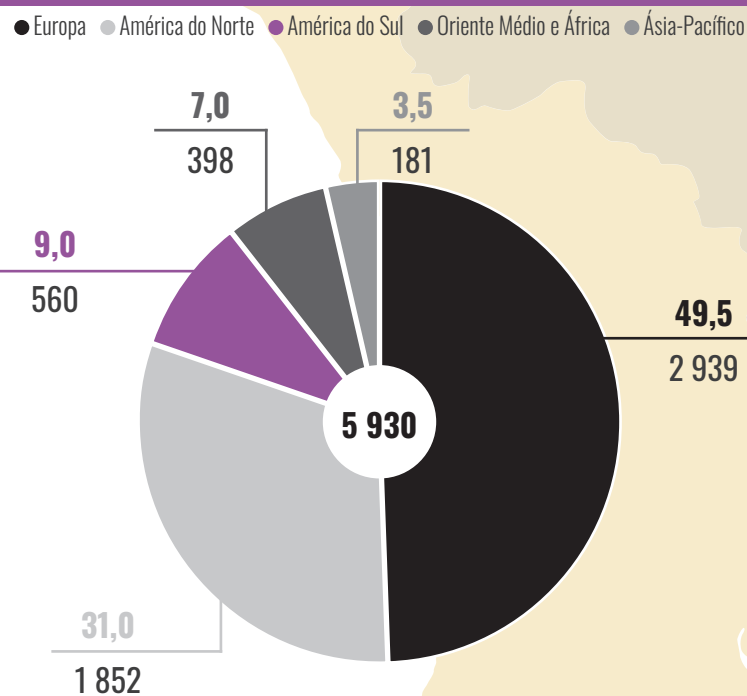
Essas perguntas têm sido feitas com frequência por profissionais da cadeia automotiva, e a dúvida é pertinente diante do quadro futuro um tanto cheio de incógnitas para os rumos da indústria.

Uma análise geral dos números globais de 2020 traz uma resposta que já é presente há várias décadas: ao mesmo tempo em que a América do Sul está longe de ser um mercado extremamente representativo no todo global, também não é, por assim dizer, de se jogar fora.

E esse cenário é praticamente o mesmo para diversos grandes grupos automotivos, independente de sua origem e de seus principais mercados.

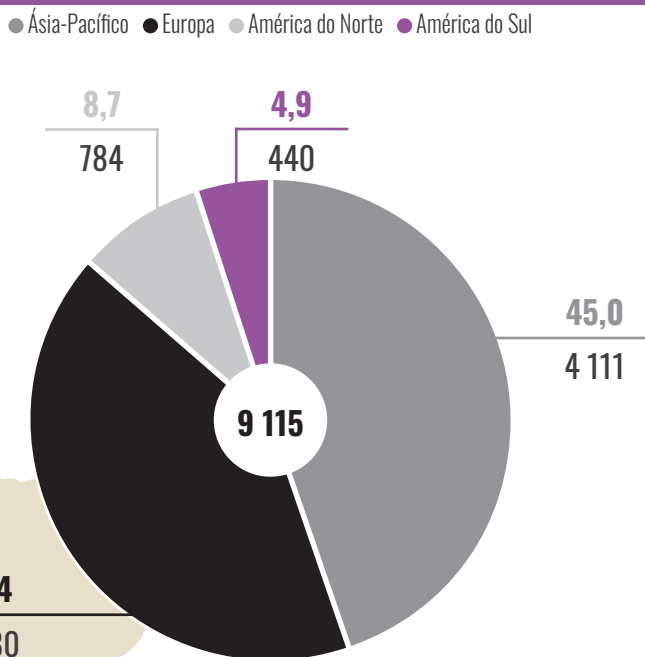
A recém-criada Stellantis é uma referência importante, por representar conglomerado com um número enorme de marcas. Suas vendas totais em 2020 chegaram a 5,9 milhões de unidades. De cinco regiões a América do Sul foi a terceira em participação, com 560 mil unidades, ou 9%: ficou à frente de Oriente Médio e África, 398 mil e 7%, e Ásia-Pacífico, incluindo a China, com 181 mil e 3%. A distância para as duas primeiras regiões, porém, foi enor-

Stellantis: vendas por região em 2020.



Em 1 mil unidades. Fonte: Stellantis

Grupo VW: vendas por região em 2020.



Em 1 mil unidades. Fonte: Grupo VW

me: a Europa respondeu por 2,9 milhões de unidades, 49% do total, e a América do Norte por 1,8 milhão, 31%. Somadas, portanto, representaram 80% do total, com 4,7 milhões de unidades vendidas.

No que se refere aos resultados financeiros o faturamento líquido global da Stellantis foi de € 133,2 bilhões em 2020. Novamente a América do Sul foi a terceira, com € 6,4 bilhões, 5% do total. A ordem depois prossegue a mesma, com Oriente Médio e África em quarto, € 4,7 bilhões e 4%, e Ásia-Pacífico em quinto, € 3,2 bilhões, 2%. Mas a liderança muda: mesmo sendo a segunda região em volume a América do Norte lidera em faturamento, com € 60,5 bilhões, 45% do bolo, deixando a Europa em segundo, com € 57 bilhões e 43%.

Juntas, portanto, América do Norte e Europa responderam por nada mais nada menos do que 88% do faturamento líquido da Stellantis em 2020, com € 117,5 bilhões.

Porém em sua apresentação de resultados do ano passado, datada do início de março, a Stellantis indicou a América

do Sul como a região de maior potencial de crescimento de mercado para 2021, com 20%. Para a Europa o conglomerado projeta avanço de 10% neste ano, de 8% para a América do Norte, de 5% para a China e de 3% para Oriente Médio e África e também Índia e Ásia-Pacífico.

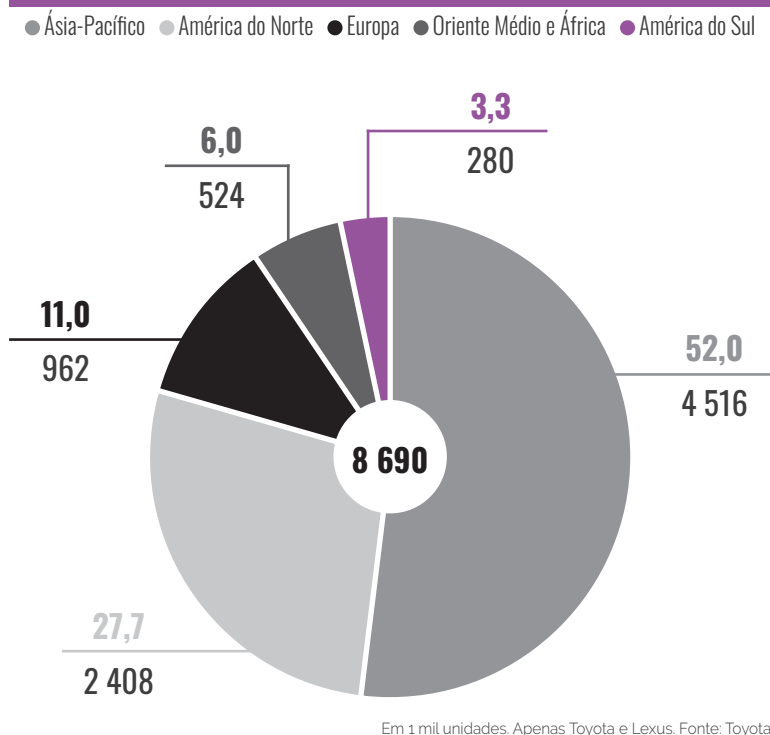
Bem, mas a Stellantis é fraca na China. E no caso de um grupo europeu forte por lá, como o Volkswagen? Bem: suas vendas totais de 2020, considerando apenas veículos de passageiros, foram de 9,1 milhões de unidades. Destas, a América do Sul respondeu por 440 mil, ou 5%, a menor das quatro macrorregiões para o conglomerado. 4,1 milhões de unidades foram comercializadas na região Ásia-Pacífico, China inclusa, ou 45% do total. A Europa vem a seguir, com 3,8 milhões, 41,4% do total. E depois a América do Norte, com 784 mil, 8,7%.

Em termos produtivos a Europa, com 37 fábricas, representou 47% de tudo que o Grupo Volkswagen produziu em 2020 no mundo. A região Ásia-Pacífico, com dezenove fábricas, ficou em segundo lugar com 42%. A América do Norte, com quatro plantas, fez 6%. A América do Sul, com seis fábricas, 4%. Ganhou só da África do Sul, com quatro fábricas e 1%.

Mas, assim como no caso da Stellantis, em seu relatório anual 2020, de janeiro, o Grupo VW considerou que "os mercados sul-americanos de automóveis de passageiros e veículos comerciais leves são fortemente influenciados pelos desenvolvimentos na economia global. Prevemos um grande aumento geral de novos registros nos mercados da América do Sul em 2021 em comparação com o ano anterior. No Brasil espera-se que o volume de demanda aumente substancialmente em comparação com 2020. Prevemos que a demanda na Argentina será significativamente maior com relação ao ano anterior".

O Brasil ainda aparece em outro trecho do relatório global, no item que aponta mercados com potencial de crescimento.

Toyota: vendas por região em 2020.



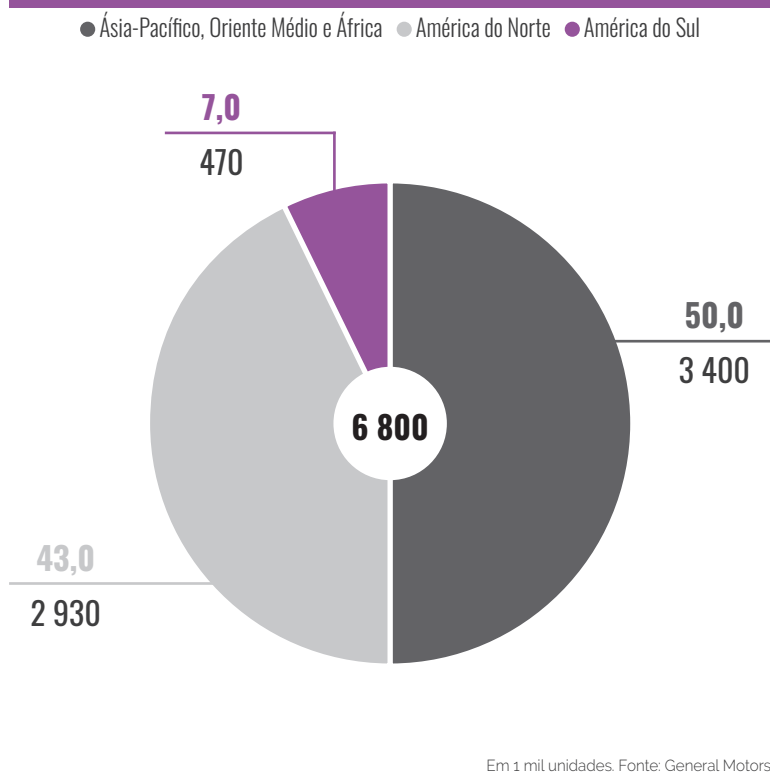
Sobre o País o conglomerado entende que "o crescente número de fabricantes de automóveis com produção local resultou em um forte aumento na pressão de preços e na competição. O mercado brasileiro tem um papel fundamental para o Grupo VW. Para fortalecer nossa posição competitiva oferecemos veículos feitos sob medida para esse mercado e produzidos localmente, como o Gol e o Nivus".

No caso da Toyota, a companhia número 1 em vendas em 2020, com 9,5 milhões de unidades, a América do Sul também está longe de ser destaque. É, de fato, a última colocada de cinco macrorregiões, com 280 mil unidades vendidas no ano passado, o que equivale a 3,3% do total. A ordem é Ásia-Pacífico em primeiro com 4,5 milhões e 52%, América do Norte com 2,4 milhões e 27,7%, Europa com 962 mil e 11%, e Oriente Médio e África com 524 mil, 6% – nestes números não estão computados os volumes da Daihatsu, 694 mil unidades globalmente no ano passado, que a empresa não divide por região.

E por seu lado a estadunidense General Motors, que está praticamente fora da Europa depois de vender a Opel para a PSA, comercializou 6,8 milhões de veículos ao redor do mundo no ano passado. Destes, 470 mil, 7%, foram na América do Sul. A empresa unifica seus dados para as regiões Ásia-Pacífico, Oriente Médio e África em apenas uma, que, assim, foi a líder, com 3,4 milhões, o que representou metade do total. A América do Norte veio a seguir com 2,9 milhões, 43%. A Europa teve uma participação marginal, com apenas 1 mil unidades vendidas.

Em suma, avaliando estes quatro importantes grupos globais, a América do Sul está relativamente longe de ser desprezada por representar um dígito médio de suas vendas globais, sendo a ponta mais alta a da Stellantis, com 9%, e a mais baixa a da Toyota, com 3%. Mas também por isso, no outro lado da moeda, está longe de representar uma prioridade. ■

GM: vendas por região em 2020.



100 ANOS DA INDÚSTRIA NO BRASIL.
CAIO E BUSSCAR, 75 ANOS COM VOCÊ.
SOLUÇÕES EM TRANSPORTE DE PASSAGEIROS,
NAS RUAS E ESTRADAS DO BRASIL E DO MUNDO.

MKT-CAIO / ABR 2021

RESPEITE AS LEIS DE TRÂNSITO

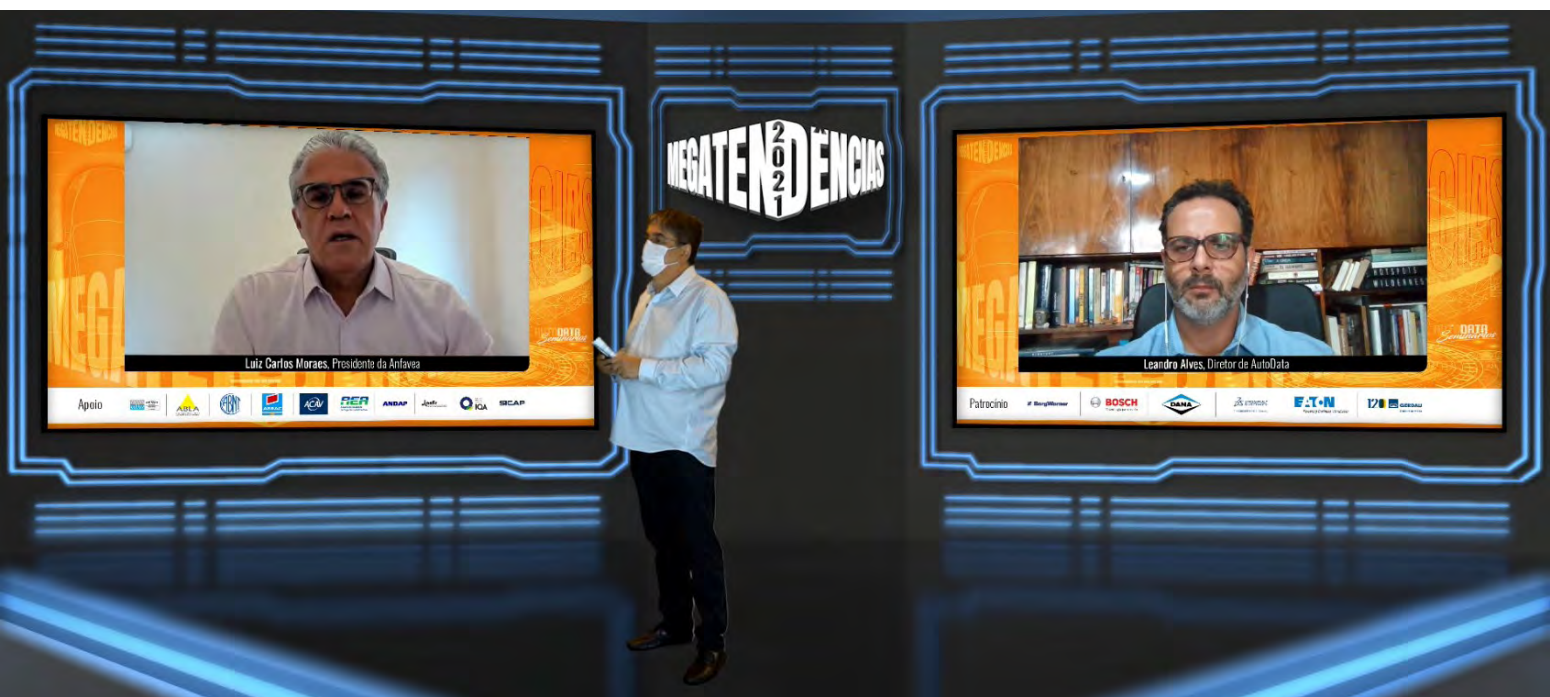


CAIOINDUSCAROFICIAL
WWW.CAIO.COM.BR

CAIO
75 anos
1946 - 2021
GRUPO CAIO • 20 ANOS



OFICIALBUSSCARBRASIL
WWW.BUSSCAR.COM.BR



Rota 2050 em gestação

Debate foi rico no Seminário AutoData Megatendências: políticas públicas, etanol, competitividade e investimentos foram alguns dos temas abordados.

As discussões sobre uma política industrial posterior ao Rota 2030, já chamada de Rota 2050, começaram a ficar mais intensas em março. A informação foi revelada por Margarete Gandini, coordenadora geral de implementação e fiscalização dos regimes automotivos do Ministério da Economia, durante sua participação como palestrante do Seminário AutoData Megatendências 2021, realizado no início de março, em formato ao vivo pela internet.

Alguns dos temas em debate são velhos conhecidos, como a renovação de frota de caminhões:

"Agora vai!", afirmou Gandini. "Estamos bastante otimistas. A discussão envolveu diversos atores, indústria, frotistas e caminhoneiros, e chegamos a um projeto

em consenso. A proposta é a de que um programa piloto entre em operação ainda este ano".

O ponto central é a substituição voluntária dos caminhões mais antigos por modelos mais novos, que seria feita de forma escalonada, partindo dos veículos mais velhos. Segundo Gandini governo e indústria dividiriam a organização do programa.

Em paralelo o governo trabalha também, revelou, na ideia de um corredor verde, criando rotas que sejam estratégicas para caminhões movidos a combustíveis alternativos como GNV, biometano e GNL. Para Gandini os dois movimentos combinados representam solução para o aumento do preço do diesel, uma vez que caminhões mais velhos consomem mais combustível.

Sobre possíveis movimentos que apri-morariam a competitividade das exporta-ções brasileiras de veículos a coordena-dora do Ministério da Economia considerou que "reduzir o custo Brasil não é como correr uma prova de 100 metros: é uma maratona. Estamos otimistas, mas as coi-sas precisam acontecer no timing político".

Presidente da Anfavea, Luiz Carlos Mo-raes também foi palestrante do evento. Em sua apresentação considerou que "há dificuldades para explicar para as matrizes o que está acontecendo no Brasil. Junto com os problemas econômicos temos a questão da pandemia, e fica difícil apre-sentar esse cenário. Mas é hora de atacar o problema, não de fugir". Ele propôs a ace-leração da vacinação em massa no País.

Moraes afirmou ainda que "todos os dias as equipes de compras e logística das empresas recebem uma nova lista de componentes que podem faltar e, com isso, gerar pequenas paralisações de um ou dois dias na produção. Eles estão fa-zendo um grande trabalho para que isso não aconteça".

MONTADORAS

Por sua vez o presidente da General Motors para a América do Sul, Carlos Zar-lenga, abordou outro tema preocupante: o aumento no preço dos veículos o KM

no varejo. Para ele "houve aumentos de preços no ano passado na faixa de 15% a 20% e isso continuará se o real prosseguir se desvalorizando. Hoje o câmbio está a R\$ 5,70, e isso tem que ser repassado. A moeda compra menos: o carro é o mesmo mas em reais ele muda, perde valor".

Para o executivo o quadro se deve ao fato de que "nossa indústria não pode mais ter falta de rentabilidade, pois te-mos excesso de capacidade e nem to-dos trabalhavam com a lista de preços pensando em rentabilidade. Vimos muitas perdas nos últimos anos, e temos que encontrar rentabilidade mesmo em meio à volatilidade".

Em sua apresentação Zarlenga de-monstrou preocupação também com mudanças nos perfis de investimento da indústria automotiva no Brasil neste ano: "No ano passado, com a Covid-19, vimos a suspensão de investimentos previstos. Isso começou a retomar no fim do ano passado, começo deste ano, mas a sus-pensão foi muito significativa, pois levou a indústria a refletir. Os investimentos não voltaram do jeito que tinham sido anun-ciados. Para mim a suspensão dos aportes foi pela pandemia, mas a mudança não", considerou, ainda que salientando que "não há uma visão única: algumas em-presas continuaram com o planejamento





mas outras não. Não foi um movimento uniforme, não voltou 100%".

O presidente da GM complementou seu raciocínio afirmando que "em 2021 já vimos grandes mudanças, há menos participantes e menos produtos. Mudou bastante o caminho do investimento. Isso tem relação com as estratégias globais: as novas tecnologias, como eletrificação, carros autônomos etc. exigem muito investimento, e esses valores estão sendo transferidos do que seria aplicado nos motores a combustão. Ou seja: o foco principal do investimento mudou, e com isso, para os produtos de entrada, a combustão, como os 1.0, sobrou menos capital. E para esse volume menor de investimento ainda se requer certeza do retorno, porque ninguém sabe qual será a real rentabilidade das novas tecnologias, o risco é enorme. Para o que sobrar, então, nos modelos a combustão, precisa ser certo. E no geral o mercado da América do Sul tem muito risco, muita volatilidade".

Igualmente palestrante o presidente da Volkswagen, Pablo Di Si, apresentou sua visão a respeito do etanol e revelou que será nele a aposta de algumas de suas fichas. Os argumentos de Di Si têm apoio da direção global, que considera o etanol caminho viável na América Latina, onde, se sabe, demorará mais a chegar infraestrutu-

ra para a mobilidade elétrica. Melhor: seus predados o colocam como tão eficiente, em termos de emissões, como um veículo elétrico, analisando todo o ciclo de vida.

Di Si apresentou dados de um estudo feito pela companhia demonstrando que em todo seu ciclo de vida um veículo a combustão, quando abastecido apenas com etanol, gerará 19,7 toneladas de CO₂, enquanto um puramente elétrico, 19,3: "Estávamos analisando a métrica sem considerar todo o ecossistema. Na Europa, por exemplo, a energia elétrica não é gerada totalmente por tecnologias limpas".

Agora os engenheiros da Volkswagen estão debruçados em desenvolvimentos que tenham no etanol o foco central, como alternativa para o Brasil. Não significa abandonar os elétricos: segue o planejamento de lançar seis modelos VW até 2023, do qual apenas um, o Golf GTE, já está no mercado.

A Volkswagen espalha suas fichas em diferentes tabuleiros, portanto. Mas Di Si percebe no etanol potencial para que o Brasil assuma algum protagonismo internacional inclusive no campo elétrico ao desenvolver, quem sabe, uma célula de combustível a etanol que possa ser exportada. A cadeia seria toda beneficiada: produtores brasileiros ampliariam o alcance do próprio etanol e as empresas forne-



LUBRAX

ONDE TEM LUBRAX TEM CERTEZA DE CRESCIMENTO.

Lubrax tem tudo o que a sua empresa precisa para crescer. A grande variedade de produtos, os serviços realizados por equipe especializada e a forte presença no Brasil são alavancas para o sucesso do seu negócio. Confiança para sua empresa seguir em frente, chegar longe.

Vai na
certeza
de **Lubrax.**



Conheça nossa
linha completa em:
br.com.br/lubrax



cendo tecnologia baseada neste produto.

O presidente da Volkswagen considerou que ainda há tempo para entrar neste jogo: "O elétrico ainda não teve seu boom no mundo, será daqui a mais de cinco anos. Então estamos no prazo".

PESADOS

Outro participante do evento, Roberto Cortes, presidente da Volkswagen Caminhões e Ônibus, alertou que mesmo diante de um cenário menos extremado para os caminhões "o retorno não é o esperado com base nos investimentos que foram feitos. Também não é o que os acionistas esperam e não garantem investimentos futuros".

Mas complementou afirmando que "resolvendo a questão da covid-19 recuperaremos as vendas que não foram feitas desde o Euro 3 até o Euro 5. Falo isso porque o mercado atual está longe do potencial que possui. Há clientes que planejavam renovar sua frota após dois ou três anos de uso e estão com caminhões rodando por cerca de sete anos".

O novo presidente e CEO da Mercedes-Benz no Brasil, Karl Deppen, também participou do Seminário AutoData Megatendências 2021. Em sua apresentação afirmou que "o uso de caminhões com novas fontes de energia deverá ocorrer

no Brasil. No entanto isso só acontecerá em larga escala quando forem viáveis do ponto de vista tecnológico e rentáveis para o cliente, que investe para todo o ciclo de vida do produto".

Até lá, continuou Deppen, a solução deverá ser tornar os motores diesel mais eficientes. Ele descartou a aplicação de modelos a gás, como adotados pelas concorrentes: "Para se obter uma redução significativa de CO₂ o gás precisa ser biogás, gerado a partir de fontes renováveis. O gás de origem fóssil reduz de 12% a 15% em uma aplicação de transporte, com desvantagens para os clientes, como o maior custo do produto". E recordou que, na chegada do Euro 6, o conteúdo de biodiesel no diesel será elevado para 15%, restringindo ainda mais o benefício do gás.

AUTOPEÇAS

Dan Ioschpe, presidente do Sindipeças, também palestrou no evento promovido pela AutoData Editora. E sustentou que, mesmo a passos lentos, ou mais vagarosos do que o desejo da indústria, reduzir o custo Brasil é mandatório: "A redução será paulatina. A começar não aumentando mais esse custo Brasil, ao mesmo tempo em que o eliminemos aos poucos. A complexidade tributária é elevada no Brasil e talvez nem exista uma solução única: quem

sabe serão necessárias diversas medidas até resolver a questão. Mas não podemos deixar de caminhar nessa direção, nem que seja insuficiente, pois é mandatório seguir esse rumo".

Com relação aos programas de exportação considerou que "não podemos ficar com a ideia de que temos que fazer tudo aqui. Temos que importar e exportar, temos que nos inserir à cadeia global".

Besaliel Botelho, presidente da Bosch, aproveitou sua palestra para revelar em primeira mão que a empresa produzirá, aqui, injetores e bicos injetores para motores diesel Euro 6. A produção destes componentes será centralizada no País para abastecer os mercados interno e de exportação, como Estados Unidos, Europa e Índia. O investimento será de € 22 milhões e a fabricação começa já na metade deste ano.

Ele contou que a ideia da Bosch é "concentrar volumes para poder exportar, o que representa uma estratégia saudável para a indústria. Temos excedente de capacidades e de competências, mas não temos economia de escala para justificar novos investimentos".

Para Botelho a nacionalização traz vantagens como menor exposição cambial e menor dependência das cadeias de suprimento global, além de evitar a excessiva elevação de preços dos veículos, a ponto

de tornar inviável o crescimento da demanda. Mas reforçou a necessidade de atrelar essa nacionalização a programas de exportação, pois acredita que "nacionalizar para atender só ao mercado local torna mais difícil a obtenção do retorno do investimento".

MIBI E UNICA

Na palestra de Erwin Franieck, mentor de desenvolvimento e pesquisa da SAE Brasil, foi apresentado o projeto MiBi, Made in Brasil ilimitado, uma espécie de consórcio de empresas do setor automotivo que pretende promover projetos-piloto a partir de cinco principais commodities tecnológicos: metálicos, eletroeletrônicos, mecânicos, plásticos e transmissões automáticas. A ideia é buscar a nacionalização de componentes que fortaleçam toda a cadeia e tornem o Brasil mais competitivo. Esses grupos, calcula, possuem oportunidades de nacionalizar US\$ 18,5 bilhões do total de US\$ 50 bilhões que foram importados em 2019.

"Não adianta olharmos para o futuro se estamos nos enfraquecendo no presente. Acontece uma desindustrialização no País e, se nada for feito, muito em breve não haverá mais como recuperar o nível de produção nacional que já vimos cinco anos atrás. Precisamos entender o por quê de



Pablo Di Si, Presidente e CEO da Volkswagen América Latina

Patrocínio

BorgWarner

BOSCH
Tecnologia para a vida

DANA

BS
The Performance Company

FAT-N
Powering Business Worldwide

120 GGD GERDAU
Estados Unidos



não sermos competitivos e atacar os problemas. Uma empresa sozinha, ainda mais de pequeno e médio porte, não consegue resolver, mas com a união de toda a cadeia é possível solucionar essas questões."

Tecnologia também foi tema da palestra de Evandro Gussi, presidente da Unica, União da Indústria de Cana-de-Açúcar. Ele acredita que é hora de o Brasil começar a focar seus esforços de P&D em células de combustível a etanol e ressaltou que a indústria já domina o motor flex e o híbrido flex, e que a célula de combustível poderá

trazer reduções relevantes nas emissões.

Gussi afirmou que algumas montadoras no Brasil já contam com esforços nessa área, caso da Nissan, com projeto de célula hidrogênio de bioetanol. A Unicamp também tem estudos nesse tema, recordou.

Outro ponto proposto por ele, a médio prazo, é a medição das emissões do veículo do chamado poço à roda: "A medição do tanque à roda não servirá mais e quem seguir com esse discurso poderá ficar mal visto, porque já foi comprovado que não transmite os números com clareza". ■



O LUBRIFICANTE QUE O BRASILEIRO CONHECE E CONFIA

...
: Lubrax acompanhou os grandes saltos tecnológicos da indústria automotiva nos últimos 40 anos
: e hoje se posiciona entre os lubrificantes mais conceituados e mais indicados pelas montadoras
:

O lubrificante da BR Distribuidora está intimamente conectado à trajetória secular da indústria automotiva no Brasil. Apenas dois anos após a criação da Petrobras (que ocorreu em 1971), a empresa lançou no mercado nacional sua linha de lubrificantes automotivos batizada de Lubrax.

A marca conquistou este ano o prêmio Estadão Mais Marcas e, pelo quarto ano consecutivo, levou o Top of Mind da Folha de São Paulo como a marca de lubrificante mais lembrada. Lubrax também foi eleita a marca de lubrificante mais comprada na pesquisa de Marcas e Hábitos da Revista O Mecânico e o Prêmio Top Five como marca de lubrificante mais indicada pela indústria automotiva.

A linha Lubrax é uma das mais abrangentes do mercado: há produtos específicos para carros, motos, vans, picapes, caminhões, tratores, ônibus, embarcações, trens e diversos equipamentos industriais.

Nos últimos 40 anos os automóveis deram saltos tecnológicos extraordinários que os tornaram mais eficientes, seguros e ambientalmente amigáveis.

Os lubrificantes da BR Distribuidora acompanharam essa evolução acelerada e ininterrupta por serem engenhosamente desenvolvidos para não só permitirem o perfeito funcionamento dos motores como, também, prolongarem sua vida útil. Avançando na questão ambiental, a Linha Lubrax possui produtos para motores à diesel com baixo teor de cinzas sulfatadas que auxiliam na redução de emissões e produtos para motores a gasolina que proporcionam até 3%

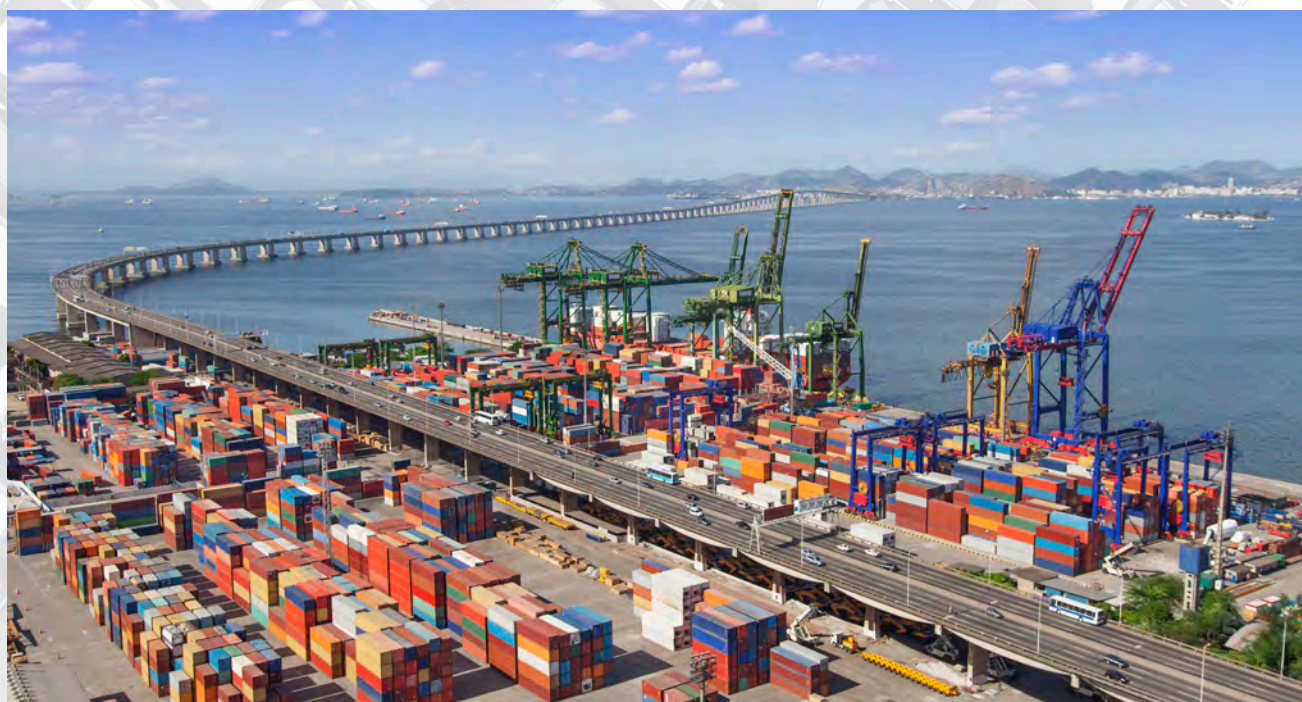
de economia de combustível, contribuindo também para redução de emissões.

Com muita pesquisa e constantes investimentos em aprimoramento tecnológico do produto, a Linha Lubrax é considerada "premium" no mercado, participa vitoriosamente de diversas competições automobilísticas e é exportada para diversos países da América do Sul. No segmento de montadoras, possui parceira comercial com a Mitsubishi do Brasil para utilização dos lubrificantes Lubrax na linha de montagem (primeiro enchimento) e no pós-venda na rede de concessionárias da montadora e com a Toyota para o primeiro enchimento nas Linhas Yaris e Etios.



Façam suas apostas, senhores

Inspirada pela manchete de sua primeira capa AutoData prossegue apresentando desafio a alguns dos mais importantes líderes da indústria automotiva



@iStockphoto.com

O terceiro capítulo da série especial Façam suas Apostas, Senhores apresenta entrevistas com executivos de associações nacionais do setor automotivo: Abraciclo, Anfavea e Sindipeças.

Em comum seus presidentes insistiram no contínuo investimento em pesquisa, desenvolvimento e inovação como forma de evitar processo mais aprofundado de desindustrialização nacional, cobra-

ram reformas como a administrativa e a tributária, a redução do Custo Brasil e políticas próprias de estímulo às exportações. Avaliaram, ainda, o papel que caberá ao Brasil diante das novas tecnologias de propulsão que se avizinham.

Confira a seguir nas respostas de Dan loschpe, presidente do Sindipeças, Luiz Carlos Moraes, presidente da Anfavea, e Marcos Fermanian, presidente da Abraciclo, pela ordem alfabética.

AUTODATA

1
ANO 1
OUT/92

INFORMATIVO RESERVADO QUINZENAL SOBRE O SETOR AUTOMOTIVO

LEIA NESTA EDIÇÃO

PÁGINA
2

O ACORDO DE BRASÍLIA NÃO PODE SER VISTO, NEM ENTENDIDO, DE FORMA IMEDIATISTA NEM COMO MERO "QUEBRA GALHOS", OPINA O ECONOMISTA FRANCISCO LUIZ SALLES GONÇALVES.

PÁGINA
7

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

PÁGINA
11

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

PÁGINA
14

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

ON&OFF

A CRENÇA DE WOLFGANG SAUER FRANCO DE MATTOS AINDA É LÍDER.
O VICE-PREFEITURÁVEL DE CURITIBA. SUCESSÕES.
O DÓLAR DE 90 CENTS.
NOVO COMANDO NA MWM.

SENHORES, FAÇAM OS SEUS JOGOS

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

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

No Brasil, em particular, os efeitos desta situação são potencializados ao extremo, em razão do processo simultâneo de modernização da economia que o País atravessa, com a gradativa, porém firme, queda das barreiras de proteção às indústrias que formam o setor.



Waldemar Verdi

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

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

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

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

O comércio doméstico de veículos também é afetado. Surgem as redes de importados e, mesmo, multimarcas. Ao mesmo tempo, estudos recentes mostram que os distribuidores autorizados dos veículos nacionais não vêm conseguindo repor seus estoques.

Além disso, segundo Waldemar Verdi, presidente da Abrad, a entidade das empresas de consórcio ligadas aos concessionários, "pelo menos 200 das atuais 550 administradoras de consórcios não terão como atender à nova legislação para o setor e fecharão suas portas".

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

SUCESSÃO NA FENABRAVE

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

durante a cerimônia de posse da nova diretoria.

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



Christian Castanho

Dan Ioschpe



Christian Castanho

Luiz Carlos Moraes



Divulgação/Abraciclo

Marcos Fermanian

1) Considerando apenas o seu segmento de negócios nessa imensa cadeia argumente sobre a questão: quais são as qualidades do mercado brasileiro que fazem dele importante na estratégia das empresas associadas?

Dan Ioschpe – O principal atributo do mercado brasileiro é sua dimensão, que é bastante relevante. E que se soma à sua centralidade na América do Sul e até com relação à América Central. Isso faz com tenhamos papel relevante na estratégia global dos atores do segmento automotivo.

Luiz Carlos Moraes – Embora tenha fechado 2020 como o sétimo maior mercado automotivo global, o Brasil já ocupou a quarta colocação nesse ranking e tem todo o potencial para retomar essa posição. Além disso, dos grandes mercados, é o que tem o menor índice de motorização per capita, o que amplia o leque de possibilidades de expansão de negócios. Como principal mercado da América Latina apresenta todas as condições de ser um polo exportador para todos os países da região. Todas as empresas associadas acreditam que, com as reformas estruturais e a redução do custo Brasil, o País possa aproveitar todo o seu potencial de crescimento interno e nas exportações, proporcionando volumes de produção relevantes para os principais players globais aqui presentes.

Marcos Fermanian – O mercado brasileiro tem como uma das principais qualidades a oportunidade de crescimento. O segmento de motocicletas é um exemplo disso. O Brasil praticamente dobrou a quantidade de motos por habitante de 2009 para 2019. Saímos de uma relação de catorze pessoas por motocicleta para oito e a Abraciclo acredita que ainda há muito espaço para crescer, especialmente quando comparamos com a realidade dos mercados asiáticos. As próprias características do Brasil, com uma extensão territorial continental, um transporte público deficiente e diferenças socioeconômicas acentuadas, demonstram o grande potencial do País para o crescimento do segmento de duas rodas, tanto motocicletas como bicicletas. Além disso há a pandemia, que colocou em evidência o segmento de duas rodas como uma alternativa segura para a mobilidade e uma excelente ferramenta logística para o comércio digital, uma vez que se trata de veículos econômicos e de baixo custo de manutenção. Por essa série de fatores acreditamos que o Brasil tem tudo para andar, cada vez mais, sobre duas rodas.

2) Ainda há um cenário incerto sobre as opções que serão adotadas no País na transição para a mobilidade limpa, sem emissões. Fabricantes da Europa e da Ásia sinalizam para o desenvolvimento e a produção de veículos elétricos. Como encaminhar esse




COMO SER UM LÍDER ENÉRGICO, NO BOM SENTIDO.

NOVO BMW SÉRIE 5 PLUG-IN HÍBRIDO.

Escolha o Puro Prazer de Dirigir: elétrico, híbrido ou combustão. Autonomia elétrica de 56 km*, livre de emissões. Potência combinada de 292 cv e 420 Nm de torque. Presença distinta com o pacote M Sport. Tecnologias inovadoras com inteligência artificial, atualização remota de software, assistentes de direção e BMW ConnectedDrive. Facilidades e vantagens com estação de recarga rápida BMW Wallbox inclusa** e serviço de conectividade gratuito por 3 anos.



**ACESSE O WHATSAPP BMW
E SAIBA MAIS.**

I drive electric 



*Ciclo WLTP. **A instalação da BMW Wallbox é de responsabilidade do cliente.

No trânsito, sua responsabilidade salva vidas.



“O principal atributo do mercado brasileiro é sua dimensão, que é bastante relevante. E que se soma a sua centralidade na América do Sul e até com relação à América Central.”

Dan Ioschpe

entendimento no Brasil, que oferece alternativas à eletrificação pura e simples dos veículos?

Dan Ioschpe – O Brasil seguirá as tendências globais, até pelo efeito favorável que a escala de produção ao redor do mundo trará para a competitividade destas novas tecnologias, como estamos vendo com a eletrificação. Ao mesmo tempo podemos influenciar de forma mais significativa, inserindo tecnologias desenvolvidas localmente, como o etanol, no panorama das alternativas que devam ser consideradas ao longo do tempo. Para isso precisamos refletir de forma mais global e menos local sobre estas questões.

Luiz Carlos Moraes – No Brasil ainda há incerteza no caminho da descarbonização. Existe abundância de fontes de energia e isso pode afetar a decisão a respeito do caminho a ser tomado. Na visão da Anfavea só uma política de Estado seria capaz de estimular a eletrificação da frota, assim como foi feito com o ProÁlcool. Essa política teria de levar em conta aspectos de infraestrutura, tais como geração de energia limpa, distribuição, postos de recarga etc., e de fortes subsídios e estímulos aos consumidores, como ocorre na Europa. Sem isso os veículos híbridos e elétricos continuarão sendo um nicho de mercado: hoje representam somente 1% dos licenciamentos no País. Quanto às alternativas à eletrificação as associadas da Anfavea tra-

balham em várias frentes promissoras, sobretudo com biocombustíveis, GNV e HVO, o também chamado diesel verde. Todas as tecnologias devem ser analisadas levando em consideração o meio ambiente, o desempenho do veículo e ainda seus aspectos econômicos como, por exemplo, investimentos, infraestrutura, preço e custo de manutenção para o consumidor.

Marcos Fermanian – O Brasil foi um dos pioneiros no desenvolvimento de tecnologias verdes para o segmento de duas rodas, reduzindo significativamente o impacto de seus produtos no meio ambiente. A eletrificação das motocicletas ainda é uma operação complexa devido à equação Autonomia x Dimensão x Peso. Isso sem levar em conta os custos de logística de reciclagem. Já a tecnologia flex, da qual somos pioneiros, traz uma série de vantagens como economia, baixas emissões, geração de empregos locais etc. Vale enfatizar que há inúmeros estudos que comprovam as vantagens para o meio ambiente quando se faz a comparação da matriz energética do etanol com a elétrica. Segundo estudo publicado em dezembro de 2018 pelo CNPEM, Centro Nacional de Pesquisa em Energia e Materiais, a simples importação de um modelo elétrico pode ser prejudicial ao Brasil, pois criaria dependência externa e comprometeria cadeias produtivas já estabelecidas localmente. Ainda de

“Só uma política de Estado seria capaz de estimular a eletrificação da frota, assim como foi feito com o ProÁlcool.”

Luiz Carlos Moraes

acordo com essa pesquisa não existe, necessariamente, redução significativa nas emissões dos gases de efeito estufa. Já a bicicleta, originalmente uma opção para a mobilidade limpa e amiga do meio ambiente, ocupa cada vez mais espaço de destaque dentro da sociedade. E as novas tecnologias disponíveis no Brasil, como modelos assistidos com motores elétricos, a tornam ainda mais eficaz como ferramenta de mobilidade. Vale ressaltar que, assim como acontece na Europa e na Ásia, onde a bicicleta é protagonista nas grandes cidades, há necessidade de criação de maior infraestrutura que traga mais conforto e segurança para os usuários.

3) Como os setores industriais que necessitam de máquinas e equipamentos para manter o parque produtivo atualizado e competitivo podem contribuir ainda mais para evitar um eventual processo de desindustrialização do País?

Dan Ioschpe – Os setores industriais devem seguir buscando incessantemente a melhoria da competitividade, da produtividade e o avanço nos investimentos em pesquisa, desenvolvimento e inovação. Tanto da porta para dentro, no esforço individual de cada empresa, quanto da porta para fora, no esforço institucional, pela contínua proposição de agendas estruturantes pelas associações e entidades de classe.

Luiz Carlos Moraes – Apesar de todos os entraves e do custo Brasil o setor automotivo oferece produtos cada vez mais modernos e eficientes. Geramos empregos de qualidade em larga escala: são oito indiretos para cada direto, segundo o BNDES, geramos arrecadação e divisas nas exportações, geramos renda e PIB e ainda investimos muito em pesquisa e desenvolvimento. É um crime se cogitar a desindustrialização do nosso País,

“Mesmo com um parque atualizado e competitivo é preciso um ambiente de negócios favorável e uma política industrial que permitam que os ganhos produtivos não se percam com os custos invisíveis.”

Marcos Fermanian

“Precisamos da reforma tributária, da reforma administrativa, da aceleração da infraestrutura, do incentivo à pesquisa, desenvolvimento e inovação e da integração do Brasil ao mundo.”

Dan Ioschpe

38

SÉRIE ESPECIAL » SISTEMISTAS

Por Leandro Alves e Márcio Stefani

CAPÍTULO 1

Façam suas apostas, senhores

Inspiração pela manchete de sua primeira capa **AutoData** lança desafio a alguns dos mais importantes líderes da indústria automotiva



A velocidade dos acontecimentos no mundo automotivo exige que os seus dirigentes estejam ainda mais atentos a uma lista enorme de prioridades. Tudo e qualquer coisa é prioridade. São elementos como ajustes macroeconômicos e setoriais, a sempre presente necessidade de eficiência logística e da cadeia de insumos, a busca por projeções precisas para que se faça a programação produtiva de forma mais inteligente, com redução de custos etc.

Inspiração pela manchete de sua primeira edição, em outubro de 1992, **AutoData** propõe hoje desafio a alguns dos mais importantes líderes da indústria automotiva nacional: mostrar como encaram ques-

tões específicas dessa agenda setorial.

A série **Façam suas Apostas, Senhores** buscará as respostas desses executivos em alguns episódios exclusivos publicados nesta e nas próximas edições de **AutoData**.

Para o primeiro capítulo foram convidados os presidentes de grandes sistematistas da cadeia automotiva nacional para abordarem questões específicas sobre projeções, legislação, política e cenário para nacionalização de componentes. Foram eles Antônio Carlos Galvão, da Eaton, Besalel Botelho, da Robert Bosch América Latina, Carlos Delich, da ZF América do Sul, Marcos de Oliveira, da Ioschpe-Maxion, e Raul Germany, da Dana.

Fevereiro 2021 | **AutoData**

nos relegando à condição de colônia fornecedora de produtos primários. Feliz do país que tem uma indústria de transformação como a que temos no Brasil, em especial a automotiva.

Marcos Fermanian – Com a globalização ficou ainda mais evidente a necessidade de investirmos em pesquisa e desenvolvimento para buscarmos a inovação e, com isso, garantir competitividade industrial. Mesmo com um parque atualizado e competitivo é preciso um ambiente de negócios favorável e uma política industrial que permitam que os ganhos produtivos não se percam com os custos invisíveis, o custo Brasil. Se isso não acontecer não conseguiremos evitar a desindustrialização, pois mesmo com a mão-obra qualificada, antes considerada fator importante para termos uma manufatura mais competitiva, perderemos esta vantagem. Para termos uma indústria forte e competitiva é necessário que ocorram grandes reformas nas questões estruturais, administrativas e tributárias. Caso contrário seremos exportadores de empregos para outros mercados, que fornecerão produtos acabados com maior competitividade.

4) Se pudesse escolher uma pauta para o Legislativo tratar em 2021 qual seria? Por favor justifique a sua opção.

Dan Ioschpe – A pauta deve ser focada na obtenção de trajetória macro-



SEU NEGÓCIO REALMENTE IMPORTA



Quando você pensa em uma empresa que produz ônibus e micro-ônibus para os mais variados tipos de segmentos e aplicações, você lembra da Marcopolo e da Volare. Estamos sempre atentos às suas necessidades para oferecer um portfólio de veículos cada vez mais completo, apresentando soluções que contribuam com o desenvolvimento do seu negócio. Soluções completas, feitas sob medida para o seu mundo e para unir você ao que realmente importa.



Imagens meramente ilustrativas.
Consulte o representante ou concessionária mais próxima da sua região para saber mais sobre os modelos e suas configurações.



[@onibusvolare](#)
www.volare.com.br



[@onibusmarcopolo](#)
www.marcopolo.com.br

“A expectativa é que as reformas estruturantes sejam retomadas com força e senso de urgência ainda este ano, a despeito de movimentações políticas visando as eleições de 2022.”

Luiz Carlos Moraes

38

SÉRIE ESPECIAL » MOTORES

Por Leandro Alves e Márcio Stefani

CAPÍTULO 2

Façam suas apostas, senhores

Inspiração pela manchete de sua primeira capa AutoData prossegue apresentando desafio a alguns dos mais importantes líderes da indústria automotiva



O segundo capítulo da série especial **Façam suas apostas, Senhores** apresenta entrevistas com executivos das empresas fabricantes de motores instaladas no País. Eles apresentaram uma trajetória clara para o transporte e o trabalho das mais diversas operações com veículos pesados nos próximos anos. Errou quem apostou tudo em motores elétricos. A vocação e a disponibilidade, no Brasil e na América do Sul, de diversas fontes alternativas mais limpas está na agenda dos fabricantes. A visão unânime

de que biometano e GNV, principalmente, podem atender de forma competitiva não só as exigências para reduzir emissões mas, também, a complexa equação do operador desses veículos e equipamentos coloca um futuro promissor diante das restrições aos combustíveis fósseis. Confira nas respostas de José Eduardo Luzzi, presidente e CEO da MWM Motores Diesel, Luís Pasquotto, presidente da Cummins Brasil e vice-presidente da Cummins Inc., e Marco Rangel, presidente da FPT Industrial para a América do Sul.

Março 2021 | AutoData

econômica adequada, o que requer equilíbrio orçamentário ao longo do tempo. E na agenda da competitividade e da produtividade. Para isso precisamos da reforma tributária, da reforma administrativa, da aceleração da infraestrutura, do incentivo à pesquisa, desenvolvimento e inovação e da integração do Brasil ao mundo.

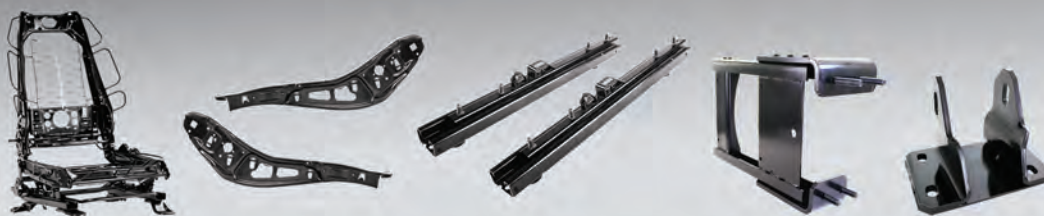
Luiz Carlos Moraes – Desde março de 2020 vivemos sob os pesados efeitos da maior pandemia dos últimos cem anos, o que trouxe uma enorme quantidade de perdas de vidas, acompanhada de uma desestruturação econômica, gerando uma forte neblina de incertezas. Mais de um ano se passou desde a reforma previdenciária, e depois disso a agenda do governo federal e do Congresso Nacional empacou. A expectativa é que as reformas estruturantes sejam retomadas com força e senso de urgência ainda este ano, a despeito de movimentações políticas visando as eleições de 2022. Dentre elas a reforma tributária deve ser prioridade. O sistema tributário brasileiro é complexo, inibe investimentos, prejudica o consumo e destrói empregos em massa.

Marcos Fermanian – Acreditamos que o País deve ter foco na reforma administrativa para promover a desburocratização, desatando as amarras que nos emperram. Na prática isso significaria permitir ao governo avançar no cami-

HOMENAGEM AOS 100 ANOS DA INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA NO BRASIL

A NEO STEEL prima pela inovação, mas acima de tudo valoriza a experiência e a tradição da centenária indústria automotiva brasileira, que ao longo dos seus 100 anos de trajetória se desenvolveu e exportou tecnologia, talentos e projetos para o mundo todo. Apoiamos a indústria automotiva nacional, investindo e participando ativamente do desenvolvimento das tecnologias da mobilidade no Brasil.

PRODUTOS • COMPONENTES ESTAMPADOS E SOLDADOS • SUB-CONJUNTOS PARA BANCOS AUTOMOTIVOS • ESTRUTURAS PARA BANCOS • TRILHOS • RECLINADORES • CONJUNTOS MONTADOS DIVERSOS



ADAMO PUBBLI (11) 99305-6686



Conte com a NEO STEEL e venha fazer parte de mais uma história de sucesso.

NEO
STEEL
www.neosteel.com.br

“Sem dúvida a reforma tributária é importante, mas sem entendimentos e um plano estruturado para ser colocada em prática poderia ser mais prejudicial do que a atual.”

Marcos Fermanian

nho da eficiência, deixando toda a sua estrutura administrativa mais leve. Sem dúvida a reforma tributária é importante, mas sem entendimentos e um plano estruturado para ser colocada em prática poderia ser mais prejudicial do que a atual. Por se tratar de um assunto complexo é fundamental que seja avaliado criteriosamente por especialistas que entendam profundamente do tema de forma abrangente, avaliando as diferenças regionais e os poderes econômicos do País para não aprofundar ainda mais a diferença das classes sociais.

5) A produção combinada de mais de 6 milhões de unidades/ano somados automóveis, comerciais leves, caminhões, ônibus e motocicletas, faz do Brasil um dos dez maiores fabricantes do mundo. Essa capacidade, ainda longe de ser explorada, também faz do Brasil, em teoria, um grande exportador. Quais os prejuízos para a cadeia industrial dos produtos manufaturados brasileiros não serem competitivos internacionalmente? E os reflexos disso nos planos de desenvolvimento da indústria no País?

Dan Ioschpe – O prejuízo principal é o atraso no desenvolvimento socioeconômico do País, refletido no seu baixo crescimento ao longo de tantos anos. O enfrentamento da agenda descrita anteriormente possibilitaria melhor aproveitamento das nossas

potencialidades, gerando mais escala e maior aprimoramento tecnológico, o que resultaria em maior competitividade sistêmica. Esse foi o caminho adotado pelos países que aceleraram o seu desenvolvimento socioeconômico ao longo das últimas décadas.

Luiz Carlos Moraes – O sistema tributário, a logística e o custo Brasil dificultam substancialmente a competição no mercado internacional. Além disso não há política para estímulo à exportação, como a devolução de créditos tributários, financiamentos, seguro de crédito à exportação etc. A consequência para o País é a concentração de exportação em produtos básicos: soja, minério de ferro e petróleo. Isto é muito pouco para um país como o Brasil.

Marcos Fermanian – O prejuízo tem se refletido na realidade, seja por meio do fechamento de indústrias de vários portes ou pela própria saída de montadoras do Brasil. Estamos aguardando há décadas medidas efetivas neste sentido, como a redução do custo Brasil, a criação de um plano nacional de aumento da competitividade, assim como um plano de estímulo às exportações etc. Infelizmente estamos cada vez mais distantes desses objetivos e a tendência, ocorrendo a abertura comercial, é de sermos grandes importadores de veículos. ■



POWERING PROGRESS TOGETHER

Nossa visão

Existimos para inovar e transformar o futuro da mobilidade.

Nossa missão

Trabalhamos junto com os nossos clientes para criar um mundo mais seguro, sustentável e conectado.

Não importa como serão o mundo e a tecnologia no futuro, pode ter certeza que estaremos lá.



MARELLI.COM

DE SOROCABA PARA DUAS DEZENAS DE PAÍSES



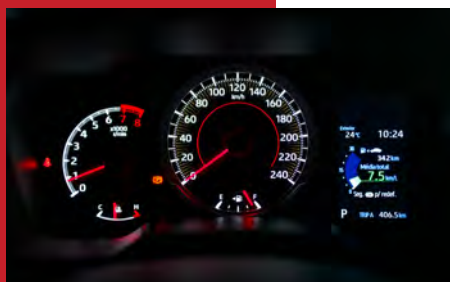
Segundo da fila dos lançamentos de SUVs, Corolla Cross expande participação da Toyota brasileira nas exportações para América do Sul e Central

Conforme AutoData noticiou em sua edição 375, de março, o novo Nissan Kicks apenas abriu a porteira de um vasto programa de lançamentos de SUVs no Brasil, a maioria deles de produção nacional, previsto para esse ano. E o segundo modelo da lista já deu as caras, logo no mês seguinte: o inédito Toyota Corolla Cross.

É o primeiro SUV nacional Toyota, produzido sobre a plataforma TNGA em

Sorocaba, SP. Os volumes projetados por Vladimir Centurião, diretor de operação de vendas, ainda não colocam o modelo na liderança do mercado: 3,5 mil unidades por mês – o campeão da categoria dos SUVs médios, o Jeep Compass, oscilou de 4 mil a 6 mil nos últimos meses. 70% das vendas esperadas são dos modelos com motor 2.0, enquanto os 30% restante serão equipados com o conjunto híbrido flex.

O Corolla Cross é, portanto, o segundo



Divulgação/Toyota

automóvel brasileiro com o sistema híbrido flex, ainda exclusividade da Toyota. O motor flex 1.8 litro de 101 cv é auxiliado por um elétrico de 72 cv nas duas versões topo de linha, XRV e XRX, por R\$ 173 mil e R\$ 180 mil, respectivamente. O Dynamic Force 2.0 flex, produzido em Porto Feliz, SP, equipa as XR, por R\$ 140 mil, e XRE, R\$ 150 mil: esta, segundo Centurião, deverá ser a mais procurada pelos consumidores. A transmissão é sempre CVT de dez velocidades simuladas.

A central multimídia Toyota Play, a mesma do Corolla sedã, está presente em todas as versões.

As versões híbridas oferecem, ainda, pacote de segurança ativa com sistema de prevenção de colisão, assistência de permanência de faixa, alerta de mudança de faixa, faróis altos automáticos e controle de cruzeiro adaptativo.

Edição especial de lançamento limitada a 1,2 mil unidades baseada na XRX híbrida oferece carregador por indução, estribos e soleira.

E ao mesmo tempo em que começou a chegar às concessionárias no Brasil o Corolla Cross aportou também nos showrooms argentinos. O SUV, que consumiu R\$ 1 bilhão em investimento, será o primeiro Toyota brasileiro a atravessar mais de duas dezenas de fronteiras: consumidores de 22 países da América Latina poderão adquiri-lo – antes as exportações a partir de fábricas brasileiras da Toyota alcançavam só o Mercosul.

Argentina, Aruba, Bahamas, Belize, Bolívia, Chile, Colômbia, Costa Rica, Curaçao, República Dominicana, Equador, El Salvador, Guatemala, Haiti, Honduras, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, St Maarten, Uruguai e Venezuela fazem parte da lista. Mas o CEO para a América Latina e região, Masahiro Inoue, confessou que desejava mais: "Nosso sonho é atravessar o oceano e exportar para mais mercados. Mas não temos como fazer isso agora por causa do custo Brasil, vez que competimos com outros países produtores do modelo" – além de Sorocaba produzem o Corolla Cross Taiwan e Tailândia.



Divulgação/Jeep

De todo modo ter o Brasil como centro exportador para a América Latina é uma vitória para a operação nacional. Inoue contou que o Corolla Cross é um SUV Toyota direcionado para mercados emergentes e que, assim, não chegará à Europa e nem aos Estados Unidos e Japão, por exemplo, que contam com outros produtos do portfólio global, maiores.

Exportar, segundo o CEO da Toyota, é importante para a estabilidade dos negócios. Como muitos componentes precisam ainda ser importados, caso de eletrônicos e do conjunto híbrido, as vendas externas garantem faturamento em dólar que ajuda a balancear as operações e reduzir a exposição à moeda forte que, nos últimos anos, tem se destacado não só pela valorização mas, também, pela alta volatilidade, fator que afeta sobremaneira o caixa das empresas.

Se o planejamento efetuado para a exportação do Corolla Cross funcionar o Brasil, que ainda é tido pela matriz como mercado importante e promissor, ganha mais visibilidade e avança algumas casas na briga por novos investimentos:

"O Brasil tem condições de ser base exportadora de veículos", assegura Rafael Chang, presidente da Toyota do Brasil. "Esse é o pensamento, e a vontade, da matriz. Mas precisamos, desde já, começar a trabalhar a competitividade e pensar em uma política industrial que considere as exportações".

REAÇÃO JEEP E CIA.

Assim como ocorreu com o Kicks as concorrentes mexeram em suas peças no tabuleiro do mercado com o lançamento do Corolla Cross, fazendo questão de avisar os queridos consumidores que também terão em breve novidades no segmento. Mas aqui, como tem sido hábito, muitas informações chegam a conta-gotas.

A Jeep aproveitou a oportunidade para ainda celebrar os 80 anos de fundação da marca com série especial alusiva para Grand Cherokee, Renegade, Wrangler e Compass, este já na nova geração e com o inédito motor turbo flex. Todos ganharam novos equipamentos, pormenores em grafite, acabamento interno diferen-

O futuro da indústria é o que nos move

Somos apaixonados por inovação.

Como líder mundial em revestimentos para os diversos ramos da indústria e do setor automotivo, nossas soluções vão muito além da proteção e brilho dos veículos, elas garantem o mais alto desempenho e sustentabilidade dos processos dos nossos clientes.



Escaneie o QR code ou acesse: www.ppgbrasil.com.br



ppgbr



ppgbr



ppgbr





ciado e adesivos e estampas alusivas ao aniversário.

Os preços são R\$ 163 mil para o Compass flex, R\$ 497 mil para Grand Cherokee, R\$ 123,5 mil para Renegade flex, R\$ 164,6 mil o Renegade diesel e R\$ 386 mil o Wrangler.

Também apresentou novo sistema de conectividade e assistência ao condutor, Adventure Intelligence, que estreia no Renegade. Une, segundo Alexandre Aquino, diretor da marca Jeep para América Latina, com conveniência, assistência e entretenimento, com a vantagem de dispensar o uso das mãos: tudo pode ser ativado por meio da voz.

A conveniência está na sua conexão com smartphone e outros gadgets, como o Alexa, da Amazon. É possível verificar nível de combustível, autonomia, travar e destravar portas ou acender os faróis por meio de aplicativos no smartphone ou pela assistente virtual. A assistência se dá pela integração do sistema com serviços de terceiros: exemplo é, no caso de um acidente com acionamento do airbag, realização automática de chamada telefônica para serviços de resgate fornecendo a localização exata do veículo.

O entretenimento é garantido pela integração com aplicativos de música, vídeo e a conectividade com smartphone, como

já é praxe nos últimos lançamentos. A Adventure Intelligence tem conexão nativa com a internet por meio de uma parceria com a TIM. Por um ano os serviços serão gratuitos, prazo que para a internet é só de um mês – mas um não depende do outro para funcionar.

Mas a maior novidade é mesmo o Novo Compass, primeiro Jeep a sair da linha de montagem com o inédito motor turbodiesel T270 produzido em Betim, MG, investimento de R\$ 500 milhões. O motor de 1,3 litro alcança até 185 cv. A apresentação completa ocorrerá em maio.

O T270 terá presença garantida também no cofre do SUV de sete lugares que será produzido em Goiana, PE, a partir do segundo semestre.

Ao mesmo tempo a Caoa Chery mandou avisar que já finaliza os últimos preparativos para colocar em produção, em Jacareí, SP, mais um SUV. A pré-produção começou ainda em março. Em comunicado afirmou que "na contramão da crise segue investindo em novos produtos e na unidade fabril de Jacareí". Ocorreram mudanças na armação da carroceria, na linha principal de solda e na montagem final.

O nome do SUV ainda não foi revelado, mas a empresa antecipou que a novidade ocupará faixa do mercado intermediária do Tiggo 2 ao Tiggo 5X. ■

**CARREGUE
INOVAÇÃO
EM TODAS
AS VIAGENS.**



Temos um grande objetivo: fazer cada vez melhor para você rodar melhor. E só dá para fazer melhor, de verdade, quando conseguimos ir além de tudo o que já existe. Isso se chama inovação. E é isso que nos leva adiante.

**SÓ INOVA
QUEM
SE MOVE.**

randonimplementos.com.br

RANDON[®]
IMPLEMENTOS

Troca de bandeiras

Quase metade das concessionárias que atuavam como Ford Caminhões assumiram outra marca



Pouco mais de dois anos após o fim da produção da Ford Caminhões do Brasil o que aconteceu com sua centena de concessionárias instaladas no País? Quase metade delas, 48, negociaram com outras marcas do mercado, como DAF, Foton, Iveco e VWCO, e assim trocaram sua fachada e o uniforme de seus funcionários para receber novo portfólio de produtos no showroom das revendas, seguindo operando no mercado de caminhões. As novas lojas já trouxeram impactos positivos na participação de mercado de quase todas essas montadoras.

Outras trinta casas continuaram como Ford, mas agora para prestar exclusivamente atendimento de pós-vendas. E 22 revendas fecharam as portas.

A Foton foi a que mais agregou pontos de vendas que eram da Ford Caminhões, com trinta lojas de 24 grupos, seguida pela

Iveco, que abrigou onze revendas de cinco grupos. A terceira marca foi a DAF, que agregou seis pontos administrados por três grupos e a quarta foi a VWCO, que trouxe para sua operação grupo que administrava uma revenda no Rio Grande do Sul.

Ricardo Mendonça de Barros, diretor de vendas e rede da Foton, procurou a Abrafor, ex-associação de concessionários Ford Caminhões, logo após o anúncio da saída, porque "a oportunidade de avançar com sua rede aproveitando instalações já prontas não poderia ser perdida". O executivo chegou com plano pronto: "Criamos um contrato temporário permitindo a saída do negócio após um ano, caso os novos concessionários não estivessem satisfeitos".

Quem gostasse da oportunidade e do modelo de negócio proposto assinaria um contrato definitivo após esse período, mo-

Das 100 concessionárias Ford Caminhões...

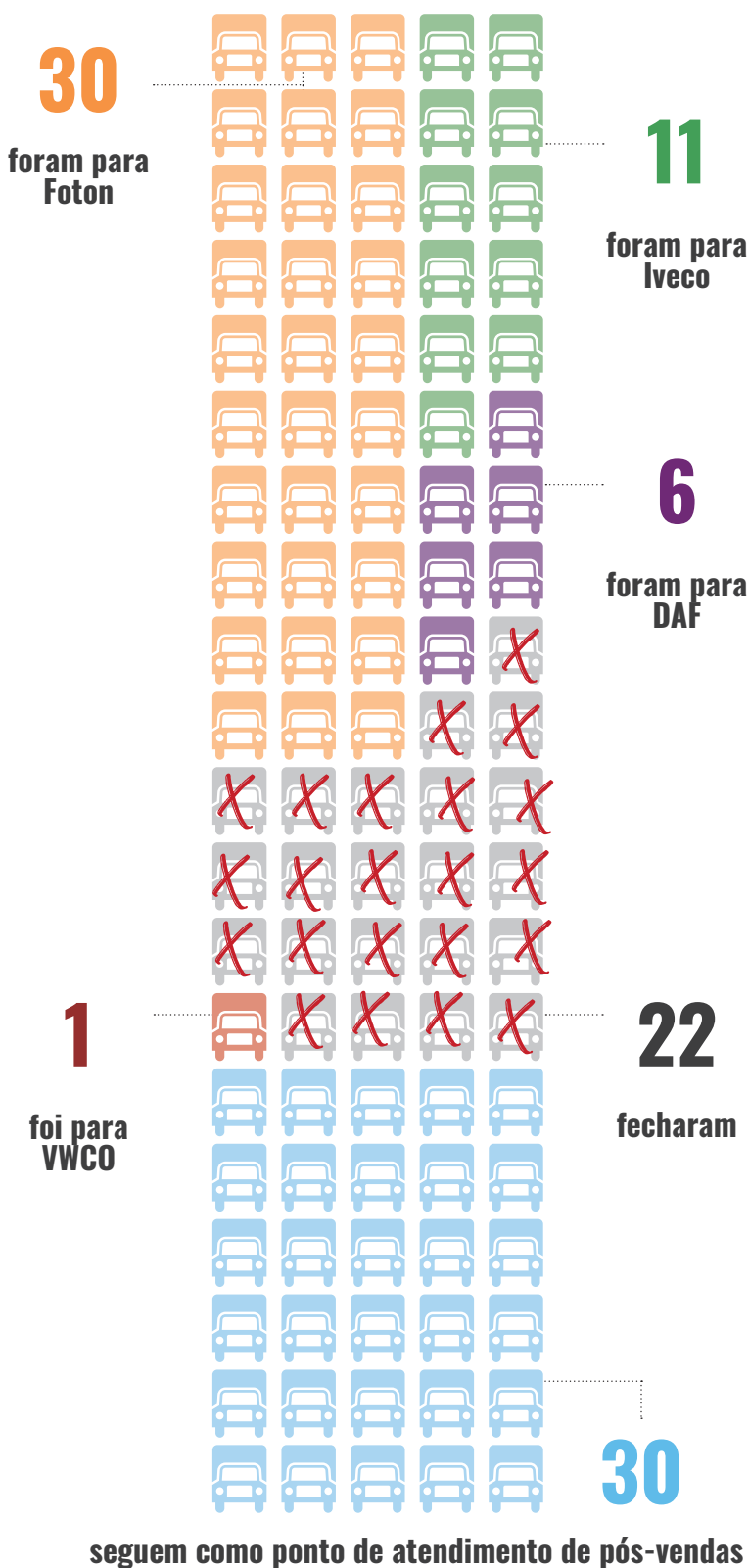
vimento que ocorreu com 100% dos concessionários. A rede da marca saltou assim a quarenta concessionárias, com projeção de chegar a cinquenta até dezembro. De outro lado a marca de origem chinesa aproveitou o movimento para encerrar contrato com oito de seus concessionários que não apresentavam o desempenho esperado, segundo o executivo.

O responsável pela rede Iveco na América do Sul, Marcelo Assis, também viu na saída da Ford a mesma oportunidade e ressaltou mais um ponto positivo nessa negociação: assumir uma instalação pronta reduz de nove para cerca de três ou quatro meses o prazo de nomeação de um novo concessionário, permitindo a aceleração na expansão da rede, hoje formada por 77 pontos de vendas e que deverá chegar a cem até dezembro.

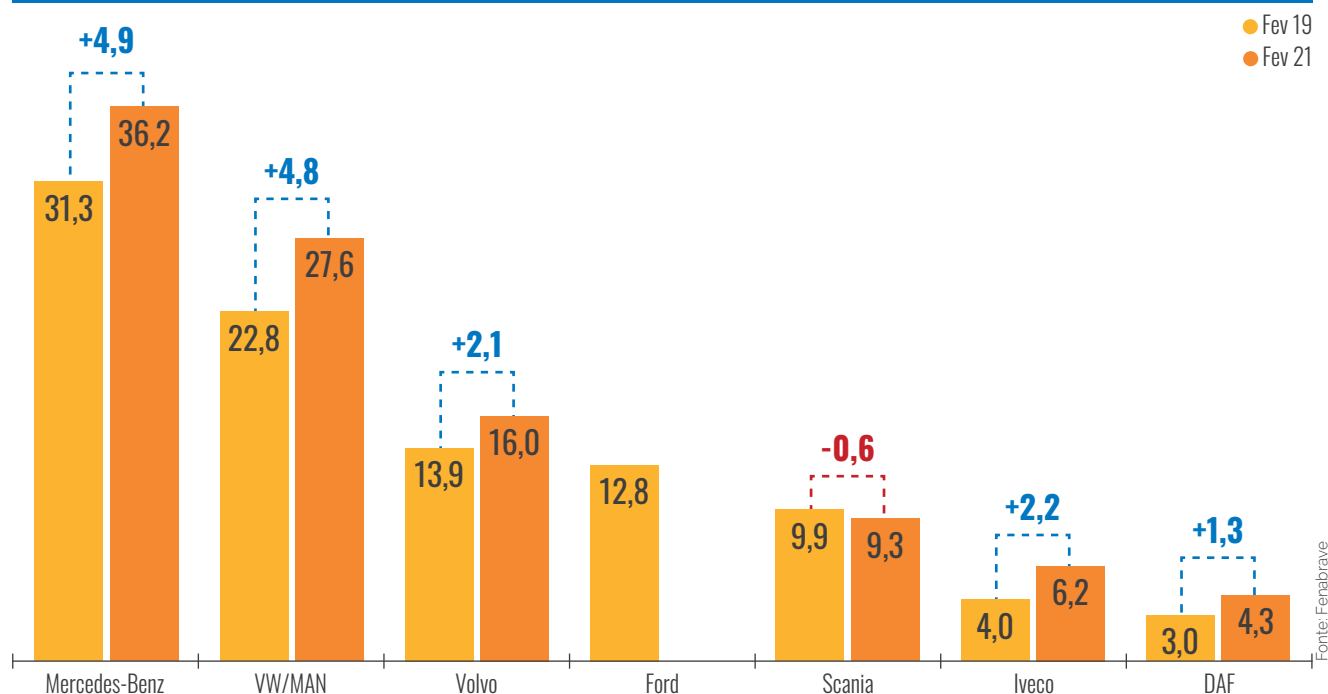
Mas não foram só os grupos concessionários que possuíam interesse em continuar no negócio que atraíram os olhares da Iveco: "Vimos oportunidades em 360 graus. Também fomos atrás das instalações das revendas que saíram do negócio e já conquistamos seis prédios que estão sendo adaptados e serão inaugurados como revenda Iveco: "Outras negociações também estão em andamento".

A DAF fez uma movimentação de negócios parecida, buscando concessionários que gostariam de continuar no mercado nas regiões Nordeste e Sudeste, mas também aproveitando antigas instalações de concessionárias Ford Caminhões em Caxias do Sul, RS, Natal, RN, e São Bernardo do Campo, SP, que passaram a ser novo endereço de revendas DAF que já existiam nessas cidades, porém em instalações menores.

Em Brasília, DF, a saída da Ford trouxe as duas oportunidades juntas: um concessionário DAF tinha interesse em avançar naquela região e conseguiu negociar o aluguel do prédio para começar a operar nos próximos meses. Com as novas casas a rede DAF chegou a 37 unidades,



Participação de mercado – Caminhões (%)



segundo o seu diretor de serviços ao cliente, Adcley Souza: "Temos a nossa linha de peças multimarcas para o mercado de seminovos e usados, com parte do portfólio dedicado aos veículos Ford, que serão vendidas nessas novas casas, que antes eram frequentadas por clientes da Ford, que poderão ir ao mesmo local para buscar uma determinada peça e mão-de-obra para o seu caminhão. Esse foi mais um ponto que nos motivou a aproveitar essa oportunidade".

No caso da Foton seu diretor disse que o processo de busca por prédios fechados pela Ford Caminhões começará nos próximos meses, com o avanço de concessionárias da marca nas regiões Norte e Nordeste. Depois de fechar o contrato com três novos grupos concessionários no começo do ano o executivo recomendou que eles buscassem as instalações prontas que foram fechadas em Recife, PE, São Luís do Maranhão, MA, e no Pará.

Essa movimentação das marcas atrás das estruturas prontas que podem ser alugadas ou compradas reduziu de vinte

e dois para treze o número de unidades fechadas. Os doze pontos foram alugados por DAF, Iveco e VWCO, sendo que outros três estão na mira da Foton.

Os executivos concordaram que, junto com a expansão da rede e o aumento da capilaridade, a experiência que esses concessionários tinham no negócio de caminhões, tanto na venda quanto no pós-venda, o relacionamento com os clientes e a carteira já formada, também foram pontos que pesaram para que as negociações acontecessem.

Outra oportunidade que também interessou DAF, Foton e Iveco foi o grande número de funcionários experientes que ficaram disponíveis no mercado, que na maioria dos casos foram mantidos para seguirem trabalhando nas concessionárias.

A Iveco avançou um pouco mais e buscou a contratação dos ex-diretores e ex-gerentes de vendas regionais da Ford, o que, segundo Assis, também foi importante para o avanço na participação de mercado da companhia no período de fevereiro de 2019 até igual mês em 2021,

exatos dois anos após a saída da Ford, com crescimento de 2,2 pontos percentuais, saindo de 4% para 6,2%, de acordo com dados da Fenabrave:

"Essa estratégia alavancou nossas vendas no período. Com as cem revendas abertas até dezembro dobraremos a nossa capacidade de vendas, graças à maior capilaridade".

Neste mesmo período a participação da DAF cresceu de 3% para 4,3%, o que também ajudou na negociação com os novos concessionários, que acreditam no seu crescimento nos próximos anos. Esse avanço foi puxado pelo plano de expansão de portfólio e de concessionárias, mas as revendas que vieram da Ford estão conseguindo fazer com que clientes antigos da empresa, que compravam caminhões médios e leves, apostem nos pesados

e semipesados, ajudando no volume de vendas.

No caso da Foton o foco nos últimos anos foi quase todo na reestruturação da rede e, agora, a empresa começa a fazer suas contas para ver quanto de mercado será possível conquistar. Barros reconhece que, hoje, a Foton possui uma fatia bem pequena das vendas, mas vê grande potencial de crescimento com os lançamentos previstos para 2021 que completarão seu portfólio no Brasil: "Contratamos um executivo da Ford só para trabalhar nessa área de cálculos de mercado".

A sua expectativa, que ainda depende dos estudos que estão sendo feitos, é vender de 1,5 mil a 1,8 mil unidades por ano, volume que a montadora nunca registrou no País, conquistando algo em torno de 3% a 4% do mercado em que atuará. ■

"No. 1 & Only One."

JTEKT | Koyo

Presentes no mercado brasileiro há mais de 20 anos, a Koyo Rolamentos do Brasil (KBR) e a JTEKT Automotiva Brasil (JABR), a partir de abril de 2021, passarão a formar uma única empresa: **a JTEKT do Brasil Ltda.** Líderes globais nos segmentos de sistemas de direção automotiva e rolamentos automotivos e industriais, ambas as empresas (que fazem parte do Grupo JTEKT, com sede no Japão), através de mais esse importante passo, demonstram o reconhecimento e confiança em nosso país.

As duas localidades existentes serão mantidas - nossa planta produtiva localizada em São José dos Pinhais (PR) assim com o armazém em São Bernardo do Campo (SP).

Qual foi o impulsionador para esta fusão?

"Nosso objetivo com essa fusão é proporcionar aos nossos clientes e demais parceiros comerciais oportunidades para melhorar nossa prestação de serviço e alavancar novos negócios, oferecendo o que o grupo JTEKT tem de melhor em tecnologia para sistemas de direção automotiva e rolamentos automotivos e industriais."

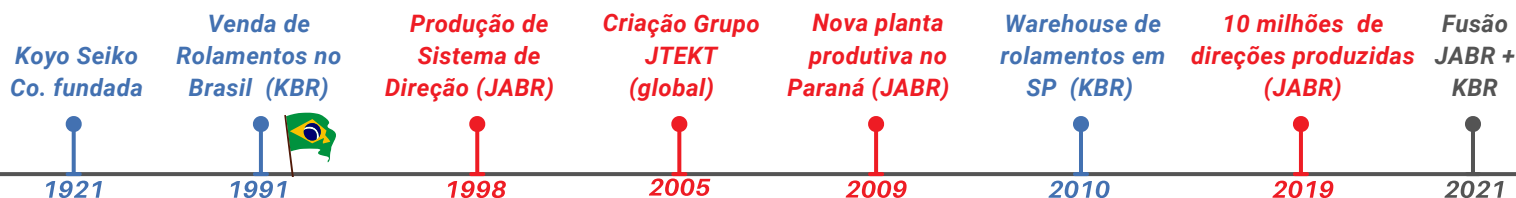


- Eric Tenga
COO, JTEKT Central &
South America

Quais são os maiores benefícios para o mercado que a empresa espera?

"Esta decisão segue alinhada à tendência global do Grupo JTEKT e que já vem acontecendo em outras regiões ao longo dos últimos anos, estando embasada no espírito de 'No. 1 & Only One'."

100 anos de história



Dilemas da eletrificação na Europa

Além de infraestrutura, legislação e grandes investimentos o custo final do carro elétrico entra no rol dos desafios para a década

A onda teve início na Europa em 2015, mas foi em 2017 que as marcas tradicionais começaram a demonstrar os primeiros resultados do investimento que vem sendo feito para que uma nova geração de veículos passe a utilizar propulsores elétricos. A eletrificação é um movimento necessário e ao mesmo tempo um desafio para a sobrevivência das empresas fabricantes de veículos.

Nos últimos três anos os debates foram concentrados na capacidade de investimento em pontos de recarga, na matriz energética dessas estações, na definição da arquitetura dos novos veículos e em como obter as baterias necessárias para essa frota. Agora, empresas e governos trabalham na equação que dará sustentação à mobilidade sem emissões em massa no continente europeu. Dentre muitos desafios o mais relevante neste momento parece ser o custo final do carro elétrico.

Para o CEO de uma gigante na Europa, a Stellantis, faltam tempo, recursos e legislações apropriadas para que a eletrificação atinja seu objetivo. Mais do que isso as empresas têm duas opções para encaminhar seus negócios até a próxima década: proteger as margens e diminuir o acesso da classe média – a maior fatia do mercado europeu –, ou vender carros elétricos a preços de veículos convencionais com margens negativas.

“A primeira opção é contraproducente para o meio ambiente. E temo que possa



Divulgação/Stellantis

“O grande desafio será aproximar os preços dos elétricos para algo perto dos valores cobrados por modelos convencionais.”

Carlos Tavares, CEO da Stellantis

PROMETEON

PIRELLI

TRUCK BUS AGRO OTR

Linha Agro

Tecnologia, Performance, Resistência e
PRODUTIVIDADE



A linha mais completa de pneus **Radiais** e **Diagonais**
para todas as aplicações e necessidades.

Garantia Exclusiva de 10 anos*

*Cadastrando pelo Aplicativo APP Pirelli Agro, conforme regulamento.



haver prejuízos e perda de emprego na indústria europeia sem as margens que sustentam o nosso negócio", disse Carlos Tavares durante sua passagem pelo Brasil, em março.

Mesmo assim todas as empresas e representantes da União Europeia oficialmente dizem que estão perseguindo os objetivos traçados em dezembro de 2015 no Acordo de Paris: zerar as emissões fósseis e de gases de efeito estufa para que em 2050 o continente atinja a neutralidade climática.

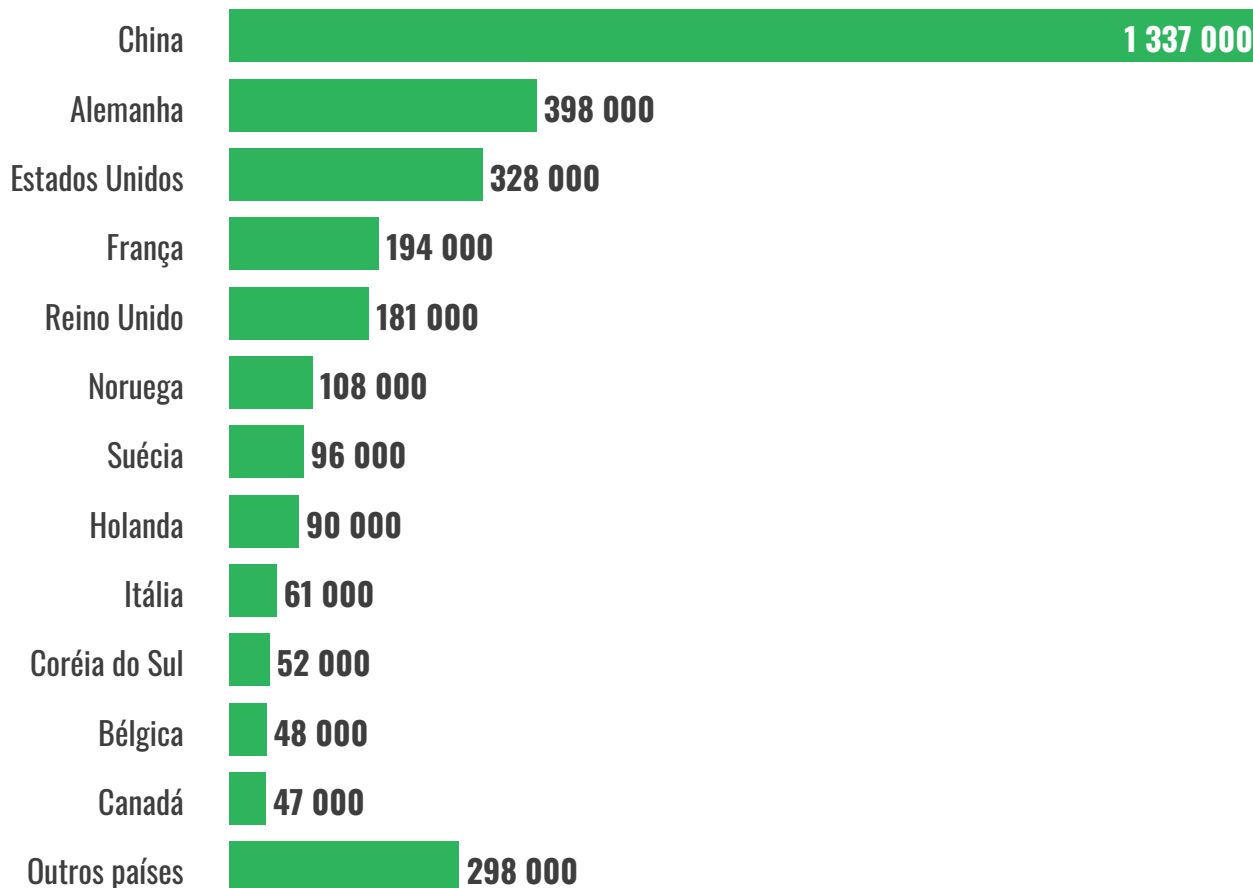
FRANKFURT

O primeiro grande momento do carro elétrico no continente europeu aconteceu em setembro de 2017 no 67º Internationale Automobil-Ausstellung, IAA, ou apenas

Salão de Frankfurt. Ao mesmo tempo em que as manchetes destacavam o "salão do carro elétrico" as montadoras tradicionais relutavam ao apontar o momento exato que seus protótipos e modelos expostos ali ganhariam a escala necessária para atingir as metas do Acordo de Paris, assinado um ano e nove meses antes.

A maior surpresa do salão daquele ano foi um anúncio partido do estande da Volkswagen, quando o então CEO Matthias Mueller revelou o conceito elétrico ID Crozz e mostrou sua campanha de eletrificação até 2025: oitenta novos veículos elétricos seriam lançados pelas diversas marcas do grupo. Além disso teria início investimento de € 20 bilhões, que já foi atualizado para € 30 bilhões, para modificação de fábricas, desenvolvimento

Venda de veículos plug-in, híbridos e elétricos, em 2020



A HISTÓRIA DO SEGMENTO AUTOMOTIVO

É A HISTÓRIA DA BECOMEX.

Quando surgimos, há 13 anos, vocês já estavam aqui, mudando a realidade brasileira.

Inspirados pelas indústrias do setor, e incentivados pela vontade de tornar o Brasil melhor, os fundadores da Becomex embarcaram, em 2007, no desafio de trazer mais competitividade para o país.

Desde então, caminhamos lado a lado com as empresas do segmento automotivo. Ao entrarmos no jogo, conseguimos contribuir com o aumento da competitividade do setor.

Mas, ainda temos muitos desafios pela frente. Nosso objetivo é reduzir os custos das operações e, para isso, acreditamos na importância da colaboração na cadeia produtiva.

**ATENDEMOS
85% DAS MONTADORAS
QUE ATUAM NO BRASIL
E 50% DOS FORNECEDORES;**

**REDUÇÃO DE CUSTO
NA ORDEM DE 3 A 5%
EM CADA VEÍCULO EXPORTADO
POR NOSSOS CLIENTES;**

**AUMENTO DA EFICIÊNCIA
TRIBUTÁRIA DE, EM MÉDIA, 4%
EM RELAÇÃO AO FATURAMENTO
DO SEGMENTO.**

Enfrentamos desafios, alcançamos números e continuamos juntos desenvolvendo estratégias colaborativas para toda a cadeia produtiva, monetizando os créditos acumulados e reduzindo os custos com impostos.

O sucesso da indústria automotiva é também o sucesso da Becomex.

Acesse: becomex.com.br

de duas novas plataformas para veículos elétricos e treinamento dos funcionários.

Mesmo assim, ainda em 2019, no 68º IAA, dois anos após, as desconfianças sobre os reais benefícios dos modelos emissão zero e a capacidade da indústria em fazer dinheiro com esses produtos que demandam alta tecnologia dividiam os especialistas sobre as possibilidades de sucesso da eletrificação na Europa.

Naquele ano começaram, no Parlamento Europeu, sem a participação da indústria automotiva, as discussões que sugeriam redução, em 2030, de 55% das emissões no continente em comparação com os níveis de 1990. Pareceu demasiado ambicioso um objetivo para o veículo elétrico que, em 2019, representava 2,3% das vendas no continente, com 316 mil unidades comercializadas.

Aquele desempenho deixou claro que o consumidor ou não tinha interesse no carro elétrico ou que este novo produto ainda estava muito distante das suas possibilidades econômicas. E é aqui que retomamos a trilha do problema inicial, que é o custo final da mobilidade elétrica.

Considerando que a diretiva da Comissão Europeia de reduzir em 55% as emissões no continente em 2030 seja confirmada este ano, as montadoras precisarão oferecer ao mercado europeu 30 milhões de veículos elétricos até o princípio da próxima década.

O número sugere uma grande oportunidade, mas Carlos Tavares adverte que essa demanda deve gerar aumento de 40% no preço das baterias, porque há pouco estímulo governamental para que esse item seja produzido na região. Importar todas as baterias da Ásia, atualmente o maior fabricante global, além de um equívoco estratégico prejudica sobremaneira a equação de custos: "Não haverá tempo suficiente para preparar essa transição. Se barrarem os outros modelos deixaremos parte dos consumidores fora do mercado".

O desafio atual do executivo que assumiu a liderança da recém-formada quarta maior fabricante global não difere do objetivo das outras montadoras tradicionais,

ou seja, buscar o menor custo possível para os itens elétricos e eletrônicos da nova geração de veículos e tornar esses produtos acessíveis ao consumidor médio europeu.

Mas os caminhos apontados até agora para um alinhamento global dos custos da eletrificação automotiva ainda não encontraram esse denominador comum. Algumas iniciativas sugerem, no entanto, que os pioneiros dentre as montadoras tradicionais podem levar vantagem na próxima década.

Ousada em 2017, depois que mudou os rumos da sua estratégia após o escândalo do Dieselgate, a Volkswagen segue firme em seus planos de eletrificação, demonstrando que pretende ser protagonista na massificação dos carros elétricos. Para o problema das baterias ela mesma decidiu construir seis fábricas na Europa, com capacidade de produção de 240 Gigawatt-hora por ano, o suficiente para abastecer de 4 a 5 milhões de carros elétricos a partir de 2030.

Imediatamente suas ações subiram 5% na bolsa de Frankfurt, em 17 de março. E os papéis dos seus atuais fornecedores de baterias, de origem coreana, tiveram quedas expressivas. A VW não esconde sua ambição de abocanhar 70% das vendas globais de carros elétricos na próxima década. E ela não está sozinha nessa parada.

Neste momento a análise do valor das montadoras tradicionais que apontaram firmemente seus negócios para o rumo da eletrificação tem passado por uma reavaliação pelo mercado financeiro. O que é uma ótima notícia. Ford e General Motors seguem a pioneira Volkswagen com valorizações consistentes de suas ações.

Diante de tamanha complexidade para definir com clareza como serão os negócios automotivos após a transição para a eletrificação – e ainda tendo dúvidas sobre se o veículo elétrico é a solução definitiva contra o aquecimento global – a Europa procura encontrar uma forma de conduzir a sua indústria automotiva nesta disputa que, por enquanto, tem Tesla e China como protagonistas. ■

Toyota Corolla

Tradição & Inovação

...sempre com a JTEKT.

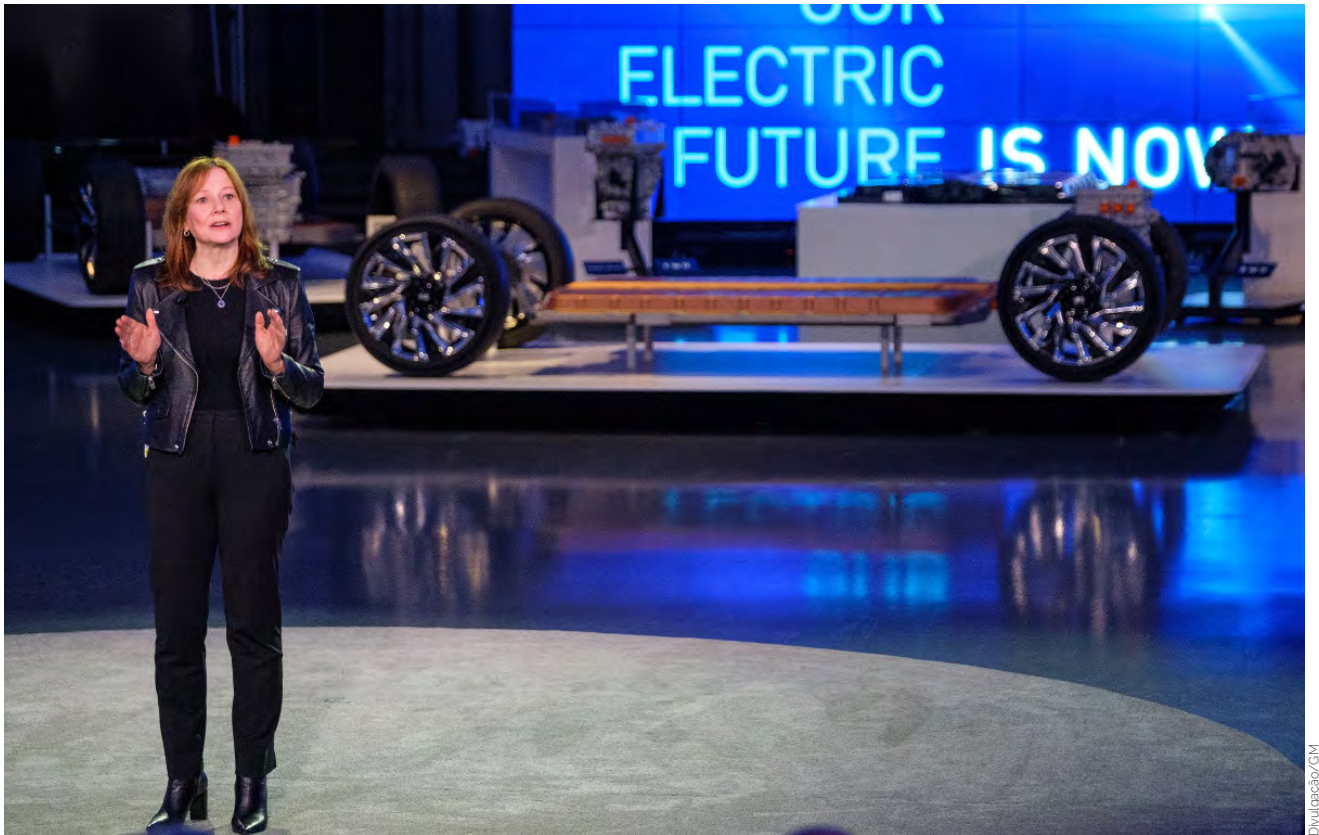


Agora em um novo capítulo com o mais novo SUV do mercado nacional, o Corolla Cross reforça a parceria através da utilização do sistema de direção elétrica da JTEKT, produzido no Brasil com a mais alta tecnologia japonesa.

JTEKT

No. 1 & Only One.

www.jtekt.com.br



São Tomé mandou avisar que...

História indica que nem sempre os compromissos de longo prazo assumidos por montadoras são, necessariamente, cumpridos: as nuances pelo caminho são muitas.

Ainda que os prazos de desenvolvimento tenham sido fortemente enxugados pelas novas ferramentas tecnológicas disponíveis a indústria automotiva, por sua própria natureza, ainda trabalha eminentemente em médio e longo prazos no que diz respeito a novos produtos, sua produção e suas tecnologias embarcadas.

Esses prazos continuam a ser fundamentais para o planejamento estratégico,

e não raramente, por diversas razões, se tornam públicos, especialmente quando tratam da adoção de novas tecnologias ou novas unidades fabris.

Os exemplos globais mais recentes têm se concentrado para o momento em que toda a oferta de modelos de uma determinada marca será integralmente formada por veículos de propulsão elétrica. A General Motors avisou que o fará até 2035, ou seja, daqui a catorze anos, enquanto

Volvo e Mini se comprometeram a fazer o mesmo até 2030, cinco anos antes e, portanto, daqui nove anos.

Porém não exatamente sempre as promessas feitas por montadoras acabam por se tornar realidade.

Há diversos casos na história recente nos quais os prazos prometidos não foram cumpridos, independente das – por vezes diversas – razões.

Um bom exemplo vem da Nissan. Em 2013 a empresa reuniu centenas de jornalistas do mundo todo em Irvine, Califórnia – dentre eles representante de **AutoData** –, para ouvir de Andy Palmer, então vice-presidente, compromisso público de que dali a sete anos, 2020, venderia “de forma massificada e a preços acessíveis” veículos 100% autônomos no mercado global. E que, assim, lideraria mundialmente a oferta desta tecnologia.

Seis anos depois, em 2019, a Nissan admitiu que não cumpriria o tal compromisso. Alegou que a tecnologia em si já estava pronta, mas não a infraestrutura das cidades, tampouco a legislação e nem mesmo o consumidor em si. Passou então a falar então em 2022, mas aboliu da nova promessa os termos “em massa” e “acessíveis”.

Outro caso global semelhante é o da Volvo Cars. Em 2008 a fabricante de origem sueca lançou o programa Volvo Vision 2020, pelo qual estabeleceu que ao fim do prazo, dali a doze anos, não haveria mais nenhum acidente com um veículo da marca que resultasse em feridas graves ou morte de seu motorista ou ocupantes.

Ainda que notáveis avanços no campo da segurança veicular tenham ocorrido de lá para cá, notadamente no que se refere aos materiais aplicados nas carrocerias e nas tecnologias tanto para evitar um acidente quanto para mitigar seus efeitos, os números de fatalidades em acidentes com veículos da marca não registraram nenhuma queda abrupta de lá para cá.

A Volvo Cars ainda prossegue com seu programa Vision e as mesmas metas, mas deixou de se compromissar com uma data específica para alcançá-las, ainda que as

considere “as mais ambiciosas da indústria automotiva”.

No Brasil, especificamente, as promessas não cumpridas geralmente estão ligadas à construção de fábricas. Há uma lista enorme, desde Daewoo até Subaru, passando por Kia Motors, Tata Motors, Mazda, TVR e até Lamborghini. No caso dos caminhões houve os casos de Sinotruck e Shacman.

Os dois exemplos mais lembrados são da Asia Motors e da Jac Motors, coincidentemente ambas com promessa de construir fábrica em Camaçari, BA. Simbólico ainda é o caso da Óbvio, que por duas vezes anunciou fábrica no Brasil para produzir modelo subcompacto que seria exportado para os Estados Unidos. Na primeira oportunidade, em 2005, a empresa garantiu que já tinha fechado um contrato para o embarque de 50 mil unidades.

A promessa de fábrica mais recente é da Tatra Trucks, da República Checa, no Paraná.

RAZÕES

Há justificativas de toda monta para expor os motivos pelos quais as promessas feitas por empresas automotivas não são cumpridas. Podem ir de movimentos globais de fusões e aquisições a marés econômicas, passando por temas tão diversos quanto interesse do consumidor, preço do petróleo ou superestimação da própria capacidade financeira.

Há, porém, na maioria dos casos, elementos comuns a essas promessas que, curiosamente, tornam a questão de cumpri-las quase que uma mera eventualidade. A principal delas é o marketing: todas as marcas, naturalmente, querem ser reconhecidas como pioneiras, avançadas, dinâmicas, inovadoras, futuristas. E muitas vezes, mesmo que não atendam ao prometido, essa impressão permanece – especialmente quando são de prazo mais alongado.

Outro ponto, neste mesmo caso, é que geralmente o dirigente a fazer a promessa não será o mesmo que terá que explicar, quando e se for o caso, uma eventual



falha. "A promessa da GM é para daqui quatorze anos", lembra Warren Browne, ex-executivo da montadora e consultor automotivo sediado nos Estados Unidos. "Nada garante que até lá Mary Barra [atual CEO e porta-voz do compromisso] não estará curtindo sua aposentadoria", observa – a executiva hoje tem 60 anos e assim, em 2035, terá 74.

A regra geral, de qualquer forma, parece ser o fato de que o descumprimento tem um efeito geral infinitamente menor, tanto externa quanto internamente, do que a divulgação da promessa em si. Normalmente o efeito negativo é mínimo quando não irrisório, quando alguém eventualmente se lembra daquilo que foi afiançado tantos anos antes. Exceção cabe justamente à Asia Motors e à Jac Motors, pois as duas se beneficiaram de programas oficiais que previam isenções tributárias para importação de veículos e, diante do descumprimento do compromisso de construir fábrica, receberam multas milionárias da Receita Federal.

Para Andy Gryc, especialista estadunidense em marketing automotivo, as promessas das montadoras, mesmo as descumpridas, têm um efeito positivo dentro de um movimento calculado que ele chama de BHAG, sigla para Big Hair

Audacious Goal. Ele escreveu assim em artigo publicado no ano passado:

"Tenho a certeza de que, no caso da Volvo, a Vision 2020 ajudou a aprimorar a mentalidade de segurança da empresa. Durante doze anos todos os funcionários sabiam, em termos cristalinos, o objetivo da empresa, permitindo-lhes tomar decisões técnicas e de produto que sempre os levariam adiante na construção de carros mais seguros. O impacto é positivo, mesmo que ainda não tenham atingido a perfeição".

Parece ser o caso da GM, no qual até o logotipo da empresa foi drasticamente alterado para ilustrar a mudança de foco rumo aos elétricos. Não resta dúvida que, ao longo dos próximos catorze anos, todas as ações da empresa terão como objetivo atender à promessa de 2035 – mas, de qualquer forma, ao que tudo indica, também nada sério acontecerá se não for alcançada.

Não custa nada, portanto, também considerar um pouco de cautela quando promessas deste tipo, em especial as de prazo mais alongado, forem anunciadas: nem tudo, como mostra a história, acontece ao pé-da-letra. Aparentemente caberá em quase todos os casos a máxima de São Tomé: Ver para Crer. ■

COM VELOE, VOCÊ FAZ TODA A GESTÃO DA SUA FROTA NUM SÓ LUGAR.

veloe

Piscou, passou.


Veloe está cada vez mais completa para o controle eficiente da sua frota. Agora, além da gestão de pedágios, você pode incluir o Alelo Frota e escolher serviços de manutenção, abastecimento, assistência 24h e telemetria, além do Vale-Pedágio.

**Economia e praticidade para sua carga chegar
com mais segurança e agilidade aonde precisa.**

Saiba mais:



BETC | HAVAS

Veloe também é 

veloe.com.br



AutoData é uma das mais admiradas

Revista é a única especializada em economia e negócios no setor automotivo na lista dos finalistas do prêmio + Admirados da Imprensa Automotiva 2021

A revista **AutoData** foi indicada como finalista na categoria Revista do prêmio + Admirados da Imprensa Automotiva 2021, realizado por Jornalistas&Cia Imprensa Automotiva. A lista dos concorrentes foi revelada no fim de março. Agora os finalistas disputam um segundo turno, com eleição aberta e on-line até 12 de abril (veja no box abaixo como votar).

Na categoria Revista foram indicados seis finalistas: além de **AutoData** concorrem, em ordem alfabética, Autoesporte, Motor Show, Quatro Rodas, Roda Rio e Transporte Mundial. Ou seja: **AutoData** é a única publicação especializada na cobertura jornalística do setor automotivo sob o ponto de vista de economia e negócios presente entre os finalistas.

Além disso três profissionais da AutoData Editora concorrem ainda na categoria Jornalistas: André Barros, editor da Agência AutoData de Notícias, Marcos Rozen, editor da revista **AutoData**, e Vicente Alessi, filho, conselheiro.

A eleição em primeiro turno também foi aberta. Segundo os organizadores a participação foi recorde e mais de duzentos veículos dedicados à imprensa automotiva, entre revistas, jornais, sites, programas de TV e rádio etc., e trezentos jornalistas foram indicados nas dez categorias da premiação: Jornalistas, Colunista,



Influenciador Digital, Áudio (Rádio), Áudio (Podcast), Caderno ou jornal automotivo, Revista, Vídeo (Canais de TV), Vídeo (Canais web) e Site/Blog.

Para cada voto será atribuída uma pontuação, que definirá os Top 25 + Admirados Jornalistas da Imprensa Automotiva e os vencedores nas demais categorias. Cada voto em 1º. lugar renderá ao indicado 100 pontos, enquanto as demais posições somam, respectivamente 80, 65, 55 e 50 pontos, pela ordem do segundo ao quinto colocados. Os vencedores serão anunciados em cerimônia on-line a ser realizada no mês de maio.

Como votar

- 1) Acesse o site <https://pesquisa.portaldosjornalistas.com.br/>
- 2) Clique em Votar Agora
- 3) Clique em Cadastre-se e preencha um pequeno e rápido questionário
- 4) Preencha seu login e senha cadastrados e clique em Entrar
- 5) Indique seus votos. As posições têm pontuações distintas do primeiro ao quinto lugar

SOU **CAPRICHOSO**
SOU **VERSÁTIL**
SOU **AÇO**

SOU USIMINAS

O aço, presente nos carros, nas construções, nos eletrodomésticos e na tecnologia aplicada à indústria, faz parte da nossa vida. A Usiminas é feita desse aço sustentável, versátil e indispensável ao nosso dia a dia.

9 de abril, Dia Nacional do Aço.

A Usiminas comemora hoje construindo o amanhã.

#SouUsiminas

usiminas.com



USIMINAS

Aço em dia com o futuro

VWCO Delivery em El Salvador

A concessionária Autozama, da Capital San Salvador, já comercializa o caminhão VW Delivery produzido no Brasil em El Salvador, América Central. De acordo com o gerente regional da Autozama, Juan Carlo Gautreau, "o lançamento da linha Delivery tem sido um sucesso e tem gerado grande interesse dos clientes. Apresentamos as melhores qualidades dessa família de veículos a mais de duzentos clientes potenciais. Confiamos que esse caminhão será ideal para o nosso mercado por sua grande versatilidade e potencial de uso".

Renault investirá R\$ 1,1 bilhão até 2022

A Renault anunciou no início de março investimento de R\$ 1,1 bilhão para renovar sua gama de veículos no Brasil até o primeiro semestre de 2022. Passarão por mudanças relevantes cinco modelos do portfólio atual, será adicionado um novo motor 1.3 turbo, importado, e dois veículos elétricos – um deles, a nova versão do Zoe vendido na Europa, chega ainda neste semestre. Trata-se da primeira parte de um ciclo maior de investimentos, sendo que a segunda etapa ainda está em negociação com a matriz, na França.

Primeiro articulado elétrico nacional



Divulgação/BYD


A BYD apresentou em São José dos Campos, SP, o seu primeiro ônibus articulado 100% elétrico fabricado no Brasil, que será usado no transporte público da cidade. Marcello von Schneider, diretor institucional e dirigente da unidade de ônibus da BYD no Brasil, disse que as prefeituras estão compreendendo a necessidade de investir em veículos não poluentes: "Investir em veículos elétricos melhora a qualidade do ar das cidades, causando impacto direto na saúde da população". O veículo é equipado com baterias de fosfato de ferro lítio que geram autonomia de até 250 quilômetros com uma única carga de três horas. A capacidade é para 168 passageiros.

Parceria Daimler e Volvo

Daimler e Volvo assinaram acordo para criação de joint venture que desenvolva, produza e venda sistemas de células de combustível para veículos pesados. Segundo o acordo, a Volvo terá 50% de participação na Daimler Truck Fuel Cell por meio de aquisição por cerca de 600 milhões de euro, informou a Daimler. A conclusão da transação está prevista para ocorrer no primeiro semestre de 2021 e está sujeita ao crivo das autoridades antitruste europeias. O objetivo das duas empresas é começar com testes em clientes de caminhões com células a combustível em cerca de três anos e iniciar a produção em série durante a segunda metade da década.

Ambev encomenda retrofit

A Ambev encomendou à Eletra a transformação de 102 caminhões com motor diesel em veículos elétricos, em processo denominado como Retrofit, ou a remodelação de um produto antigo. Desde o início de 2020 dois caminhões de distribuição de bebidas, em projeto piloto, foram transformados em elétricos e circularam na Capital paulista com resultados "positivos", que "serviram de incentivo para a extensão da parceria". Segundo a Ambev os caminhões elétricos novos emitem 0,05kg de CO2 por viagem e consomem 1kW/h por quilômetro, economia superior a 70% com relação a seu similar movido a diesel.



Identificamos fortes
tendências e usamos
tecnologias inteligentes



Combustão



Híbrido



Elétrico

Identificando fortes tendências que garantam mobilidade sustentável através de tecnologias inteligentes, é o que estamos fazendo agora mesmo. Todos os dias, nós buscamos inovação tecnológica para oferecer soluções que contribuam para um mundo mais limpo e energeticamente eficiente.

1 milhão produzidos em Goiana



Divulgação/Jeep

O Polo Automotivo Jeep de Goiana, PE, alcançou a marca de 1 milhão de veículos produzidos na primeira quinzena de março. As linhas de Goiana têm capacidade para produzir 280 mil unidades por ano, 1 mil por dia, e atualmente saem da lá os Jeep Renegade e Compass e o Fiat Toro. Ainda em 2021 um quarto modelo, um SUV Jeep com sete lugares, começará a ser produzido na unidade, resultado de parte do investimento de R\$ 7,5 bilhões que está sendo aplicado. São 14 mil os empregos gerados pela fábrica, somados os da Jeep e de seus fornecedores.

50 anos do M-B OF

A Mercedes-Benz comemorou no Brasil os primeiros 50 anos da linha OF de chassis de ônibus. Foram emplacadas, no período, mais de 256 mil unidades: a recordista é a versão 1721, com mais de 99 mil unidades. O primeiro modelo da linha OF, com motor frontal, foi o 1313, de 1971. A oferta corrente da linha OF de ônibus Mercedes-Benz é integrada pelos urbanos 1519, os escolares 1519R, os fretamentos 1621, e pelos urbanos, rodoviários e fretamento 1721 e 1724.



Divulgação/MB

Produção de motores turbo começa em Betim

Por ocasião da visita ao Brasil de seu CEO, Carlos Tavares, a Stellantis anunciou o início da produção de seu motor quatro cilindros turbo, o GSE Turbo, no polo automotivo de Betim, MG. A capacidade inicial será de 100 mil motores por ano, resultado do aporte de R\$ 400 milhões aplicado pela montadora, que faz de Betim o maior centro de produção de powertrain da América Latina, com capacidade para entregar 700 mil motores e 500 mil transmissões/ano. Ainda em 2021 a Stellantis aplicará mais R\$ 100 milhões para instalar outra linha que produzirá os motores turbo três cilindros, o T3 1.0.

Reciclanip coleta 380 mil toneladas

Foram coletadas e destinadas "de forma ambientalmente correta", no ano passado, mais de 380 mil toneladas de pneus inservíveis em 720 municípios brasileiros. A coordenação desse processo foi da Reciclanip, entidade criada pela Anip, Associação Nacional da Indústria de Pneumáticos, com as suas empresas associadas. A tonelagem recolhida e destinada é igual a 42,2 milhões de unidades de pneus de carros de passeio. De acordo com comunicado distribuído pela entidade, o investimento feito pela Reciclanip em 2020 chegou a R\$ 68,6 milhões. Foram coletadas 81 mil toneladas no Estado de São Paulo, 24,9 mil em Minas Gerais, 19,6 mil no Paraná, 19,5 mil no Amazonas e 17,2 mil em Mato Grosso do Sul. A Reciclanip exerce o programa de logística reversa da Anip, de acordo com a Política Nacional de Resíduos Sólidos

Marelli Cofap: novas bandejas de suspensão.

A Marelli Cofap colocou no mercado de reposição novas bandejas de suspensão, ampliando sua oferta de configurações no Brasil, com modelos com e sem pivô. São dezenove novos códigos que atendem a modelos Citroën, Fiat, Honda, Peugeot e Volkswagen. Agora a linha de bandejas de suspensão Cofap, com e sem pivô, cobre 90% da frota circulante o País, segundo a empresa. São trezentos códigos, sendo que alguns possuem mais de uma aplicação.

O FUTURO É TECFIL.

→
Tecfil®

WWW.TECFIL.COM.BR



Todos os dias, conectamos o melhor das pessoas e da tecnologia para antecipar o futuro. Somos a maior fábrica de filtros do continente. São 57.000 m² conectados em tecnologia 4.0 para produzir quase 2 milhões de componentes por dia. Um complexo sistema comandado pela nossa principal força: as pessoas. É assim que atingimos hoje o nível máximo de qualidade em filtros para diferentes segmentos. **E amanhã, faremos ainda melhor.**



O FUTURO É TECFIL

Nissan começa a operar em Suape

A distribuição de veículos importados da Nissan para as regiões Nordeste e Norte passou a ser feita a partir do Complexo Industrial Portuário Governador Eraldo Gueiros, o porto de Suape, Pernambuco. A companhia inaugurou, ali, um posto de vistoria e expedição e recebeu seu primeiro carregamento, um lote de picapes Nissan Frontier produzidas em Córdoba e embarcadas no Porto de Zárate, Argentina. Suape se une ao porto do Rio de Janeiro como destino de veículos importados pela Nissan do Brasil.

Rodobens oferece Toyota carsharing em BH

Em Belo Horizonte, MG, a concessionária Rodobens Automóveis Toyota, localizada no bairro da Raja, passou a oferecer a locação de seus veículos pelo aplicativo Kinto Share, programa de carsharing da própria Toyota. O Kinto Share permite a locação por horas e dias, para pessoas físicas. Estão disponíveis Etios sedã X Plus AT, Yaris hatch XLS AT, Corolla Xei e XRS, Altis híbrido Premium, os SUV RAV 4 SX e SRX 21 e a picape HiluxSRX 21. A concessionária também dispõe do programa Kinto One, para pessoas jurídicas.

C4 Cactus ganha versão Rip Curl



Divulgação/PSA

O Citroën C4 Cactus ganhou uma nova versão, a Rip Curl, desenvolvida em parceria com a marca de esportes radicais, que terá sua produção limitada em 150 unidades e custará R\$ 113 mil. Externamente o SUV será biton, branco e azul, com pormenores exclusivos na dianteira, laterais e traseira. A versão especial é baseada na Feel Pack e oferece bancos revestidos em couro, rodas de liga leve aro 17 pintadas em preto, controle de estabilidade e de tração, quatro airbags, sensor de monitoramento de pressão dos pneus, ar-condicionado digital e automático, sensor de chuva e acendimento automático dos faróis. O motor é o 1.6 flex de 118 cv de potência, acoplado ao câmbio automático de seis marchas da Aisin.

Aston Martin retorna ao Brasil

A Aston Martin será representada, no Brasil, pela UK Motors e tem seu retorno agendado para o segundo semestre, informou a empresa em comunicado. Formada pela união dos controladores das redes Eurobike e Stuttgart a UK Motors representa, também, outra marca britânica, a McLaren. Uma concessionária Aston Martin será aberta no bairro do Itaim, em São Paulo, e atenderá também a proprietários de carros importados no passado. Ainda não foram divulgados os modelos oferecidos neste retorno e a UK Motors projeta comercializar vinte Aston Martin por ano no mercado nacional.

Volvo CE nacionaliza

A Volvo anunciou a nacionalização de três máquinas: um novo rolo compactador de solo, o SD110B, que substituirá o SD105, e as carregadeiras L150H e L180H, que serão produzidas na fábrica de Pederneiras, SP. Com a ampliação do portfólio nacional a unidade produzirá 70% de todos os equipamentos globais da companhia, segundo informou Luiz Marcelo Daniel, seu presidente no Brasil: "O rolo compactador será lançado em breve e já iniciamos a produção desse equipamento. No caso das carregadeiras o Brasil será o primeiro país a produzir essas máquinas fora da Suécia, graças à qualidade reconhecida da operação nacional".



Divulgação/Nissan

NISSAN: COUSSEAU

A Nissan nomeou Airton Cousseau presidente da Nissan Mercosul e diretor geral da Nissan do Brasil.

Ao acumular os cargos o brasileiro buscará sinergias nas operações industriais de Resende, RJ, e Córdoba, na Argentina. Ele sucederá a Marco Silva, que presidia a Nissan do Brasil desde 2017 e deixou a companhia. Cousseau ocupava o posto de vice-chairman para a América Latina. Ele tem mais de trinta anos de experiência na indústria automotiva, sendo oito na Nissan. Passou por áreas como importação e exportação, vendas, pós-venda, marketing, finanças e desenvolvimento de rede de concessionários na América Latina, América do Norte e China. Graduado em administração de empresas pela Universidade Federal do Paraná, com pós-graduação em marketing pela Universidade da República, no Uruguai, e em finanças pela Universidade de Montevidéu, no Uruguai, Cousseau responderá a Guy Rodriguez, presidente e diretor geral da Nissan América do Sul.

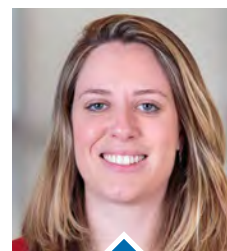


Divulgação/BMW

BMW MOTORRAD: CICONE

Gabriela Cicone é a nova gerente sênior de marketing da BMW Motorrad no Brasil. Ela

terá responsabilidades pelo marketing, pelos produtos e pelos seus preços e se reportará ao diretor, Julian Mallea. Ela já trabalhou na empresa de 2006 a 2013, com as marcas BMW e Mini. Nos últimos oito anos passou por British Airways, Iberia e Copa Airlines na América Latina. É graduada em turismo, pós-graduada em administração de negócios, tem MBA em marketing e extensão em gerenciamento de negócios.



Divulgação/Cummins

CUMMINS: RISHI, SAMPERIO E PIVETTA

A Cummins apresentou os executivos que sucederão a Luis Pasquotto nos cargos de presidente da Cummins Brasil e América Latina. A partir de 1º de maio o engenheiro Adriano Rishi assumirá as funções de Pasquotto na Cummins Brasil e José Samperio estará à frente da divisão de motores latino-americana. Rishi acumulará o novo cargo com a chefia de engenharia para a América Latina, cargo que ocupa desde 2016. Ele entrou na Cummins em 1995, como estagiário, e ocupou diversas posições na engenharia. Samperio assumirá as funções da América Hispânica, todos os países da região com exceção do Brasil. Ele é diretor de vendas on-highway da América do Norte e integrará os negócios dos países hispânicos. E Mariana Pivetta foi anunciada chefe de excelência funcional de vendas no Brasil, como parte da reestruturação organizacional gerada a partir da aposentadoria de Pasquotto. Ela ocupou nos últimos quatro anos a gerência geral da Distribuidora Cummins Brasil. Entrou na Cummins em 2009 e passou por muitos cargos na área de finanças.



Divulgação/VW

**VW: CORASSA E SPINI**

A Volkswagen do Brasil nomeou Roger Corassa como vice-presidente de vendas e marketing no

Brasil, cargo interinamente ocupado por Ricardo Casagrande desde a saída de Gustavo Schmidt, em dezembro. Ele será responsável pelos planos de vendas, pós-vendas, desenvolvimento de rede e marketing da companhia no País. Formado em administração de empresas com pós-graduação em marketing, fez longa carreira na Fiat, depois FCA, onde desde 2019 era o vice-presidente de desenvolvimento de rede para a América Latina. Também chega à VW Sétimo Spini como diretor adjunto de pós-vendas para América do Sul, Central e Caribe, posto vago desde dezembro com a saída de Daniel Morroni. Ele também traz larga bagagem no setor automotivo: BMW, Volvo Cars, quando era divisão da Ford, Chrysler, Fiat e, desde 2013, a Audi do Brasil, da qual era diretor de pós-vendas e de logística. É formado em engenharia mecânica com pós-graduação em gestão empresarial avançada e em engenharia automobilística.

“O movimento de declínio da indústria no Brasil não vem de hoje, já é profundo. E é mais acelerado do que nos países avançados. A desindustrialização é maior aqui do que na França, Inglaterra... o que eles viveram em 30 anos nós estamos vivendo em cinco, seis anos.”

Glauco Arbix, coordenador do Observatório da Inovação da USP, em entrevista ao El País

337 000

brasileiros morreram devido à pandemia de Covid-19. Apenas até o dia 6 de abril.

“O Japão de hoje é um país que considero nacionalista brutal, e isso realmente não ajuda o país a se desenvolver.”

Carlos Ghosn, em entrevista ao programa Conversa com Bial, da TV Globo. O programa na íntegra pode ser assistido [aqui](#)

450 000

veículos é o volume total que as locadoras pretendem adquirir no Brasil em 2021, segundo a Abla

“Esta mudança de nome significa um aceno ao nosso passado como o carro do povo e nossa firme convicção de que nosso futuro é ser o carro elétrico do povo.”

Scott Keogh, CEO da VW of America, em comunicado oficial distribuído à imprensa, falando sobre a mudança local de nome de Volkswagen para Voltswagen, infeliz brincadeira antecipada de 1o. de abril promovida pela empresa

3%

é o atual índice de inadimplência para financiamentos de veículos 0 KM, de acordo com o Banco Central

20%

é a taxa média anual de juros cobrada para financiamentos de veículos 0 KM, de acordo com o Banco Central

10

montadoras instaladas no País paralisaram total ou parcialmente suas atividades produtivas em março exclusivamente por conta do agravamento da pandemia de Covid-19 no Brasil

#ASSINE AUTODATA

Receba diariamente o conteúdo mais relevante sobre a indústria automotiva no Brasil e no mundo!

Newsletters

/mês
com reportagens especiais, entrevistas e tudo que acontece de mais importante no mundo do automóvel!



Além disso, somente os assinantes poderão acessar o banco de dados com todas as edições da revista AutoData.

Estamos oferecendo **condições especiais** para participação em **todos os eventos** com **descontos** que podem chegar até **50%**

TODAS ESSAS VANTAGENS

POR APENAS:

R\$ 27,90 /mês

ASSINE AGORA

AUTO DATA

Os patrocinadores desta edição

