



From the Top
Carlos Zarlenga,
da QLP

AUTODATA

Lançamento: Fiat Pulse

Fiat paga sua promessa



INVESTIMENTO

VW abre o cofre:
R\$ 7 bilhões até 2026.

AUTOPEÇAS

E-commerce anima
mercado de reposição

LANÇAMENTOS

Chevrolet S10 Z71 e
Mercedes-Benz Arocs

NOVA CHEVROLET S10 Z71.

CHEGOU A PICAPE FEITA PRA TODA AVENTURA.



#FEITAPRA TODA AVENTURA

3 ANOS
DE GARANTIA

Suas aventuras no campo ganharam um belo reforço. A bordo da Nova Chevrolet S10 Z71 você encontra a exclusiva grade frontal, MyLink com tela LCD, santo-antônio de série, bancos de couro premium, rodas 18" com pneus all terrain de série e muito mais. Encare todas as aventuras com essa picape.

ENCONTRE NOVOS CAMINHOS

Saiba tudo sobre a Nova Chevrolet S10 Z71 em: chevrolet.com.br/picapes/s10-z71



No trânsito, sua responsabilidade salva vidas.

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



CHEVROLET



EVENTO
CONGRESSO AUTODATA PERSPECTIVAS 2022

18

Projeções de crescimento mesmo que modesto e preocupação com fatores setoriais e macroeconômicos

42

MONTADORAS
APORTES

Novo plano de investimento Volkswagen de R\$ 7 bilhões pelos próximos 5 anos terá outros focos além de apenas novos produtos

LANÇAMENTO
FIAT PULSE

26

Mesmo sem um SUV a Fiat reconquistou em 2021 a liderança do mercado – e a chegada do Pulse pode trazer resultados ainda melhores

46

AUTOPEÇAS
AFTERMARKET

Aumento dos serviços de manutenção pela pandemia, novos sistemas de e-commerce e envelhecimento da frota animam a reposição

LANÇAMENTO
CHEVROLET S10 Z71

32

Chevrolet aposta na força das marcas terciárias Z71 e RS em seus próximos lançamentos no Brasil

50

MARCO
ANIVERSÁRIO

Honda comemora 50 anos no Brasil vendendo de cortador de grama a avião executivo, passando por automóveis e motocicletas

LANÇAMENTO
MERCEDES-BENZ AROCS

34

Modelo inédito em portfólio de caminhões da marca traz tração 8x4 e oferta exclusiva de serviços localizados

56

AUTODATA 30 ANOS
MEMÓRIA

Em outubro de 1994 as projeções para a indústria automotiva nacional eram de crescimento de mercado e acirramento da competição

AUTODATA
Empresarial
60 BECOMEX

Estratégia fiscal e colaborativa viabiliza a eletromobilidade no Brasil

62 CHEMOURS

Inovações permitem fortalecimento de tendências como motor downsizing e eletromobilidade

64 AGÊNCIA AUTODATA NEGÓCIOS

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

67 AGÊNCIA AUTODATA GENTE

8

LENTEs

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

10

FROM THE TOP

Carlos Zarlenga revela as razões para deixar a GM e associar-se a empresa de investimentos

68

FIM DE PAPO

As frases e números mais relevantes e irrelevantes do mês, escolhidos a dedo pela nossa redação

Não é de se duvidar

Por Marcos Rozen, editor

Em 2035, portanto daqui a catorze anos, nenhum grande mercado automotivo mundial venderá veículos novos a combustão. E em 2040, portanto daqui a dezenove anos, nenhum país do mundo. Se isso de fato ocorrerá só o saberemos daqui a catorze a dezenove anos. Mas foi isso que acordou uma aliança de países e fabricantes durante a COP-26, cúpula do clima, em Glasgow, Escócia, no início de novembro.

Assinaram este acordo cerca de trinta países como Áustria, Canadá, Dinamarca, Índia, Noruega, Países Baixos e Reino Unido. Na América do Sul, apenas o Chile. A eles se somaram Ford, General Motors, Jaguar Land Rover, Mercedes-Benz e Volvo.

Alguns destes tais grandes mercados automotivos não fazem parte da lista de signatários, como Alemanha, Brasil, China, Estados Unidos e França. Ocorre que, destes, o Brasil é o único que não tem uma política central estabelecida para o que se convencionou chamar de descarbonização. Não temos uma sinalização clara e definida do governo federal para este tema: "Nosso negócio é o etanol", por exemplo. Ou flex, ou célula de combustível, ou vento. Seja lá o que for. Não sabemos sequer a razão pela qual o Brasil não assinou o acordo: será que não receberam um e-mail avisando da iniciativa, talvez?

Dado este hiato perigoso – catorze anos para a indústria automotiva brasileira, como sabemos, é prazo enxuto em se tratando de desenvolvimento e investimento necessário – restou ao setor privado, como já vimos em outras oportunidades, lutar pela própria sobrevivência futura, carregando por tabela seus impactos sociais, ambientais e econômicos. Exemplos práticos já estão aí, a olhos vistos.

A propósito, e falando em iniciativas isoladas, a cidade de São Paulo também assinou este acordo na COP-26. Será que a administração federal acredita que a indústria possa produzir um tipo de veículo para os paulistanos e outro para os demais brasileiros? Não é de se duvidar...



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 **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação **Capa** Foto: Divulgação/Stellantis **Comercial e publicidade** tel. PABX 11 3202 2727: André Martins, Luiz Gidas e Luiz Martins **Assinaturas/atendimento ao cliente** tel. PABX 11 3202 2727 **Departamento administrativo e financeiro** Isidore Nahoum, conselheiro, Thelma Melkunas, Hidelbrando C de Oliveira, Vanessa Vianna **ISN** 1415-7756 **AutoData** é publicação da AutoData Editora e Eventos Ltda., Av. Guido Caloi, 1000, 4º andar, sala 441, 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

BRAZIL AUTOMOTIVE GUIDE ♦ 2022



No **Brazil Automotive Guide 2022** você encontra mais de **400 empresas** da cadeia automotiva nacional. Com redação e informações das empresas em **português e inglês** é um **guia prático**, pois destaca os **principais executivos** das maiores empresas nacionais e estrangeiras. Além das **análises setoriais** que apresentam o cenário para 2022 o BAG também oferece alguns perfis de empresas que procuram melhorar seu desempenho buscando parceiros na cadeia automotiva.

FIQUE BEM INFORMADO SOBRE
O UNIVERSO AUTOMOTIVO BRASILEIRO.
No BAG 2022 você encontra:

- ◆ Montadora de automóveis e comerciais leves
- ◆ Montadora de veículos comerciais
 - ◆ Importadora de veículos
 - ◆ Montadoras de motocicletas
 - ◆ Montadoras de máquinas agrícolas e de construção
 - ◆ Fabricantes de implementos rodoviários
 - ◆ Fabricantes de carrocerias de ônibus
 - ◆ Sistemistas
 - ◆ Fabricantes de autopeças
 - ◆ Fabricantes de motores
 - ◆ Fabricantes de pneus
 - ◆ Associação de concessionárias
 - ◆ Entidades

AUTODATA

Informações:

📞 (11) 93372 1801 • (11) 3202 2727

vanvianna@autodata.com.br

www.autodata.com.br

RECORDAR É...

Naquela série na qual uma coisa puxa a outra escrever saudades sobre José Edgard Pereira Barretto Filho para a edição anterior de **AutoData** me fez vir à mente outro pioneiro, João Jamil Zarif, que conheci simplesmente como o maior concessionário Ford do Brasil e da América Latina. Claro que doutor João jamais passou por um curso superior mas ninguém deixava de louvá-lo: uma pessoa boníssima, divertidíssima e um incrível ganhador de dinheiro – com isso quero dizer que era, quarenta anos atrás, aquilo que hoje identificam como empreendedor. Como se nos dias correntes as possibilidades fossem as mesmas. Ele era mais: era milionário! Mas a cena que me veio à mente ocorreu em 1992, no Salão do Automóvel, ainda no Pavilhão de Exposições do Parque Anhembi, em São Paulo. Foi o ano em que **AutoData** surgiu para o mundo e o primeiro no qual o presidente do Salão, Caio de Alcântara Machado, nos cedeu estande com infra-estrutura grátis e, por gostar de nós, nos garantia bar, geladeira e despensa cheios o tempo todo. Este é um exemplo de incentivos que nunca mais testemunhei.



Arquivo pessoal

RECORDAR É... 2

Mas a história é a seguinte: a Cia. Santo Amaro, a tal maior Ford da América Latina, tinha um interesse paralelo na forma de empresa modificadora de veículos, a Engerauto, de muito sucesso. Que propôs parceria à Ford em projeto de ônibus urbano. A Ford tinha seus próprios planos e levou as propostas em banho-maria e, aparentemente, aproveitou uma ideia ou outra do projeto. Até que doutor João descobriu – e para ele não existiam interesses da Ford: teria havido uma imensa sacanagem com ele, parceiro histórico da Ford, que lançara, sozinha, seu urbano. E no estande da Engerauto, assim que lá entrei, doutor João gritava: "Cadê o Mello, cadê o Mello!!!". Mello era Luiz Carlos, pensador da indústria e depois, já aposentado, professor de pós-graduação, que dirigia a Divisão Ford da Autolatina na época e que, naturalmente, levou em conta as diretivas da matriz, em Dearborn, MI, e não os interesses da Engerauto.

RECORDAR É... 3

Ouvia os gritos de doutor João e torcia para que Mello me acompanhasse e entrasse no estande da Engerauto. Isto nunca aconteceu mas bem que gostaria de ser testemunha de um embate destes, de titãs. Acredito que os dois tenham feito as pazes anos depois.



Por Vicente Alessi, filho

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

SOMOS POBRES MERMÃO

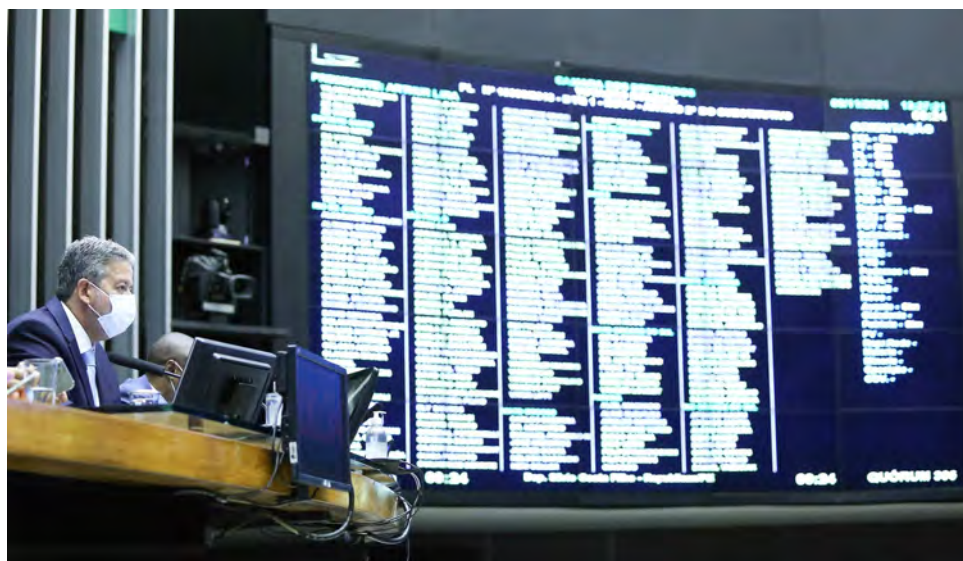
Claro: acompanho o noticiário e muitas vezes acredito, mesmo, pela insistência, que teremos carros híbridos e elétricos às mancheias no mercado, tal o descaso dos jornalistas generalistas com relação à realidade. Fala-se deles, dos carros que virão, como se falasse de iogurte, de pipoca. A verdade é que serão produto para ricos durante muitos anos à frente num país pobre chamado Brasil. Significa que conviveremos, ainda, e muito, com veículos dotados de motor a combustão interna, os tais poluidores do ambiente e dos pulmões das pessoas, pois o preço limitará o acesso das pessoas às novidades. O que pode amaciar estas circunstâncias pouco confortáveis é que o velho álcool, rebatizado de etanol, e os biocombustíveis poderão fazer alguma diferença com relação à saúde dos pulmões de cidadãs e de cidadãos.

SOMOS POBRES MERMÃO 2

Como nem a mídia presta a atenção a si mesma resta àquela que milita na imprensa generalista dar destaque a maravilhas que devem acontecer, em algum instante do futuro, muito longe daqui. Pois em países pobres, apesar da riqueza de recursos, as maravilhas só chegam, mesmo, quando chegam à terceira, ou quarta geração – mas como se fossem, mesmo, de primeira. Ou seja: a última da cadeia alimentar.

PROMESSINHA DE PLANTÃO

Nada como uma boa boquinha e mais um ano de privilégios, e o Promessinha de plantão, já referido aqui na edição 378, de junho, abriu mão de todas as suas fidelidades conceituais ao liberalismo econômico, esculpidos com tanta gravidade com a Turma de Chicago, e se dispôs, para maior glória do presidente, a perfurar, de baixo para cima, o teto de gastos, uma conquista liberal contra governos considerados perdulários. Ao mesmo tempo Promessinha não tem uma palavra a opor a orçamentos secretos que vicejam em espaços dominados pelo Congresso Nacional. Liberal pra cacete, não?, e que atitude bacana! E ninguém fala nada, nem de empresas off shore.



Fotos Públicas

FALAR A SÉRIO

Todos nós, jornalistas, com um pingão de esperteza crítica sobre suas experiências profissionais, sabemos que 2022 será ano daqueles muito difíceis pela conjunção de Plutão e Urano com buracos negros que navegam acima da Via Láctea. Eles mostram aumento do desemprego e da inflação associados a efeitos e a consequências de uma eleição presidencial sem que projetos do interesse da classe empresarial tenham sido votados. Ou seja: é uma conjunção do barulho. E é incrível que nem empresários nem executivos toquem no assunto, como se não existisse. Devem acreditar que tocar no assunto desvelará suas opções inadequadas de quatro anos atrás e preferem manter nobreza sóbria agora, como se não lhes dissesse respeito. Só um recado: a história cobra, sim, atitudes e falta de atitudes.

Janela para a indústria nacional

Na quinta-feira, 26 de agosto, um dia após anunciar sua decisão de deixar a presidência da General Motors América do Sul, o argentino Carlos Zarlenga já estava de casa nova – o que, oficialmente, ocorreria 43 dias depois.

Mesmo assim Zarlenga manteve a rotina dos últimos cinco anos liderando a GM com dez a quinze horas diárias de trabalho naquilo que acredita ser uma "janela de oportunidade para o futuro da indústria na região".

Ele fundou um escritório de aquisições na América do Sul com Barry Engle, executivo bem conhecido por todos nós, além de outros sócios. A Qell Latam Partners, ou apenas QLP, nasce buscando adquirir grandes empresas ou operações automotivas no valor de US\$ 500 milhões a US\$ 3 bilhões.

Barry Engle, ex-Ford, ex-GM e CEO da Qell, fundada por ele mesmo em setembro de 2020, em São Francisco, CA, será o presidente do conselho da QLP com Zarlenga e Fernando Valim, experiente executivo com passagens por diversas empresas brasileiras e multinacionais, como sócios e líderes operacionais na região.

A Qell de Engle é uma empresa de capital aberto na Nasdaq que tem como

objetivo a aquisição de ativos e a execução de investimentos dedicados ao desenvolvimento da mobilidade. A expansão desse novo modelo de negócios para o setor industrial aqui no Brasil parece ser, segundo Zarlenga, "iniciativa lógica" para o futuro da indústria automotiva no País, incapaz de gerar valor enquanto suas matrizes estão ocupadas com seus investimentos na transição para a mobilidade eletrificada.

Zarlenga pretende inovar, propor novas alternativas às já conhecidas maneiras de conduzir os negócios e estabelecer planejamentos de longo prazo a partir da aquisição desses ativos.

Nessa entrevista exclusiva Carlos, como gosta de ser chamado, demonstrou estar à vontade e seguro dos seus novos passos, agora como investidor e gestor de ativos dos mais diversos. Ele se divertiu com as especulações de que poderia assumir a presidência de outra fabricante de veículos: "Não sairia de uma montadora para ingressar em outra".

Agora sua atuação será mais vigorosa nesse universo de captação, investimentos e geração de valor: "Sempre estive ligado nos movimentos da economia. Isso não mudou. Aliás, estou neste momento vendo na TV o que acontece com as empresas nas bolsas de valores".



“A indústria regional precisa de uma rota de transição diferente do que o resto do mundo está tomando.”

Qual foi a motivação para mudar radicalmente a sua carreira profissional?

Eu gosto muito da GM, aprendi muito lá, criei grandes amizades dentro e fora da empresa, foi uma experiência sensacional. Mas também sempre gostei de observar os movimentos de toda a cadeia industrial e de entender como ela é e como poderia ser. Neste momento temos uma diferença no timing das coisas que acontecem na América do Sul e lá fora. Enquanto em 2030 diversos países terão 60% das vendas concentradas em veículos mais modernos de emissão zero, aqui serão 15%. Essa transição, que já está acontecendo, é três, quatro vezes mais lenta na América do Sul. 80% das empresas do setor automotivo na região são multinacionais focadas na transformação que ocorre em suas matrizes. Então há pouco espaço para construir soluções locais, de ponta, realmente novas. Outro problema é que essas operações não estão olhando para o longo prazo dos mercados sul-americanos. Essa é a oportunidade que queremos trabalhar: ir até a matriz dessas empresas e adquirir as operações no Brasil, para criar plataformas grandes com outras empresas nacionais e gerar eficiência, reduzir custos, trazer engenharia para cá, desenvolver tecnologias que nos acompanharão por muito tempo. É um momento único na indústria. Eu quero ficar no Brasil, gosto muito daqui e da indústria e acho que é o momento ideal para lançar uma empresa de aquisições que possa gerar maior valor. Sinceramente, são tantas motivações que não foi uma decisão muito difícil.

Quem foi atrás do outro primeiro: o senhor ou o Barry Engle?

[Risos] Nós nos conhecemos há muito tempo, mas a decisão foi minha e uma vez que tomei a decisão procurei o Barry.

Quem faz parte dessa nova empresa de investimentos?

A Qell Latam Partners, ou QLP, nasceu com quatro sócios: Barry Engle, o fundador e CEO da Qell SPAC, Francisco Valim, ex-CEO da Via Varejo, da NET, da Oi e da Nextel, um executivo com bastante experiência, o investidor Sam Gabbita, também da Qell, e eu.

Qual é o objetivo de adquirir essas empresas? Melhorar as operações, conectá-las em plataformas e depois se desfazer do negócio para obter algum retorno?

Não é possível fazer aquisições na indústria automotiva com mentalidade de curto prazo. Evidentemente no longo prazo há oportunidades para fazer muitas coisas com essas empresas, como IPO, dentre outras opções. O ponto é que somos investidores de longo prazo. Buscaremos os ativos que eventualmente não fazem mais sentido para as multinacionais e que sejam capazes de continuar gerando valor com uma gestão mais eficiente e em plataformas. Queremos construir essas possibilidades, mas não ocuparemos qualquer posição executiva. Acreditamos no nosso potencial como empresa de investimentos porque podemos concentrar os esforços gerando mais competitividade quando o negócio principal é o que está operando aqui, e não perseguindo os objetivos globalizados como o das multinacionais. Todos olham as oportunidades na América do Sul sem necessariamente concentrar seus esforços nessa região.

A ideia é construir novas empresas, ou plataformas, cujo foco estará nas necessidades locais ou regionais. Isso

FIAT **PULSE** 
O SUV QUE PULSA
COM VOCÊ.



FIAT E NEO RODAS

MAIS UM GRANDE LANÇAMENTO COM
A QUALIDADE DOS PRODUTOS NEO RODAS.

neo
RODAS

www.neorodas.com.br



CERTIFICAÇÃO
AMBIENTAL E
SUSTENTABILIDADE

“Temos capital, no Brasil e internacional, com muito interesse para fazer aquisições de empresas de grande porte.”

seria suficiente para criar valor para essas empresas?

A indústria regional precisa de uma rota de transição diferente do que o resto do mundo, ou as regiões mais desenvolvidas, está tomando. Quando digo que não há um olhar de longo prazo na região vejo os reflexos disso: menos emprego, menos localização e investimentos. Queremos gerar mais eficiência operacional e de custos, investir na engenharia nacional, crescer. E o momento é absolutamente este: ocupar esta posição, com aquisições em todos os elos da cadeia em que não há mais espaço para fazer esse trabalho com recursos próprios ou gerado por suas matrizes.

Todos os elos da cadeia? Isso inclui as OEMs?

Exatamente. Inclui operações de autopeças em todos os níveis, sistemistas e até fábricas de veículos que não façam mais parte da estratégia dessas multinacionais. Nosso conceito para criar plataformas é unir os potenciais dessas empresas para oferecer melhores soluções e produtos.

Quais os setores da cadeia de fornecedores que podem ser alvos das primeiras aquisições?

Estamos trabalhando no portfólio em conjunto com uma consultoria global e diria que temos oportunidades em muitos setores da cadeia de fornecimento. Há espaço para promover a





complementariedade de atividades das empresas. Muitas estão focadas na produção de um item, mas podem aumentar o escopo oferecendo melhores soluções para o cliente na própria cadeia ou para o OEM. Atuaremos em elos-chave dessa longa e promissora cadeia, mas ainda não posso dizer quais serão.

Qual o capital financeiro que a Qell Latam Partners possui para fazer essas aquisições?

Também estamos construindo essa equação buscando interessados nos investimentos que estamos propondo. Posso dizer que temos capital no Brasil e internacional com muito interesse para fazer aquisição de empresas de grande porte, com valor de US\$ 500 milhões a US\$ 3 bilhões, que é o nosso foco.

Qual é especificamente o seu papel nesta empresa de investimentos?

Como general partner faço três coisas aqui: a estratégia de investimento, o contato com investidores ou parceiros e trabalhar na gestão para criar valor após a aquisição. O ponto de partida é elaborar uma estratégia de investimento olhando para as oportunidades a partir do conhecimento sobre as empresas que desejam fazer uma transação. Depois selecionaremos as operações que possam gerar valor dentro de uma plataforma criando mais emprego, localização da produção e investimentos. Aí fazemos a conexão com todas essas partes para as transações acontecerem. Especialmente com investidores. Mas sem a estratégia os outros pontos não se conectam.

A Qell SPAC fechou um acordo por meio de outra empresa, a Lilium, com a Azul para operar eVtols. Qual o envolvimento da QLP nessa operação?

A Qell é uma plataforma que fará investimentos em muitos negócios ligados à mobilidade. Essa é uma transa-



Christian Castanho

“O que eu mais gostava na GM era justamente ter que usar a cabeça para solucionar problemas”

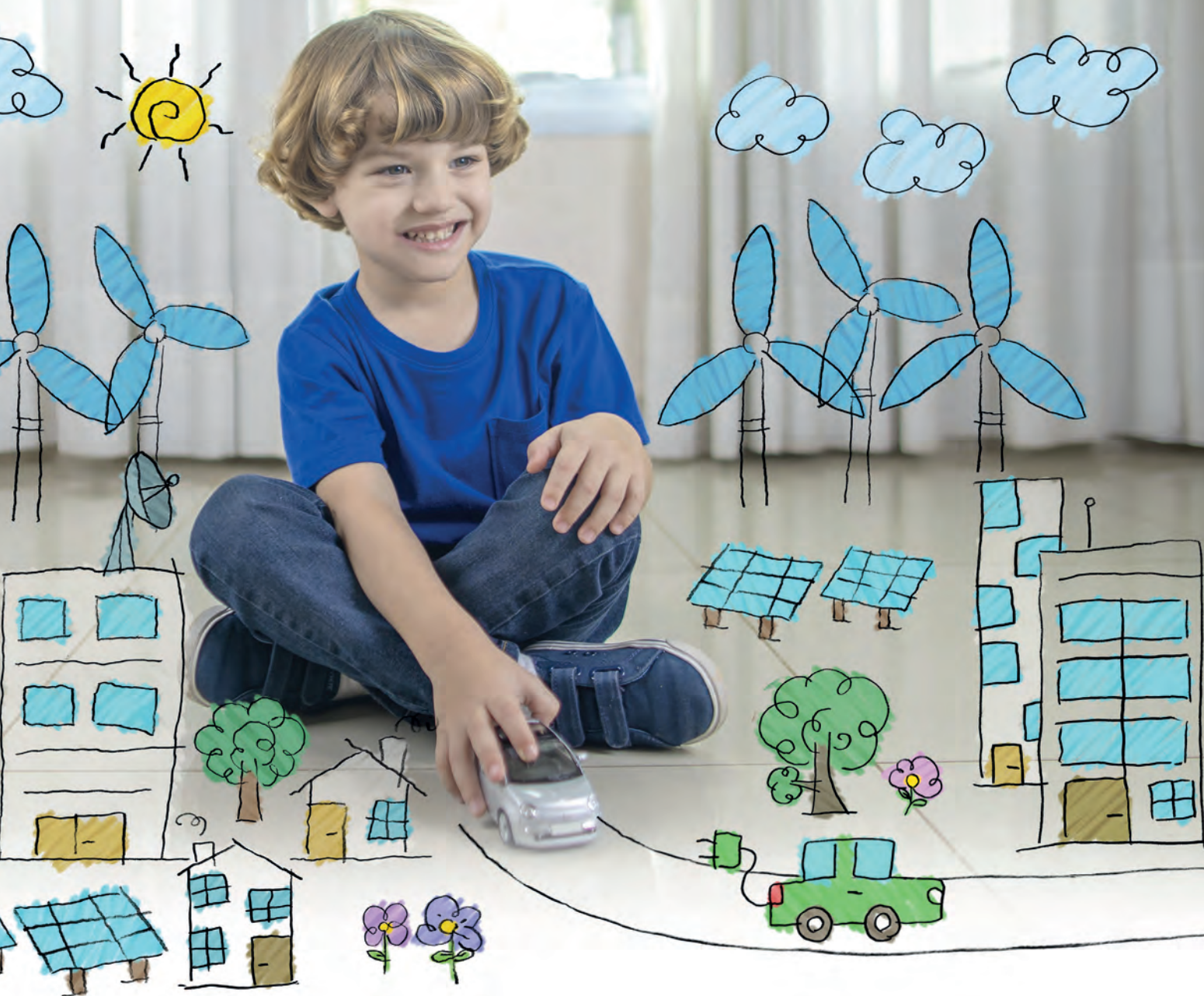
ção SPAC [sigla para Single Purpose Acquisition Company], uma operação de investimentos na bolsa de valores estadunidense Nasdaq, que permitiu a fusão da Qell com a Lilium GmbH no valor de US\$ 3 bilhões, para o desenvolvimento de eVtols. A Lilium e sua equipe estão à frente do acordo com a Azul e Barry Engle faz parte do conselho dessa nova empresa. O foco da QLP está nas aquisições dentro do setor industrial de transformação na região, mais especificamente no automotivo, o que já representa bastante trabalho.

Quais são seus objetivos com essa nova empresa?

O mais importante é conseguirmos concluir a construção das plataformas de negócios com as empresas que pretendemos adquirir. Esse seria um primeiro objetivo. Mas realizaremos investimentos com o objetivo de longo prazo.

Sobre essa mudança radical na sua rotina como executivo: há diferenças na maneira de trabalhar numa estrutura como a da GM e, agora, em uma empresa de aquisição e investimentos?

São coisas bem diferentes. O que eu mais gostava na GM era justamente ter que usar a cabeça para solucionar problemas. E, aqui, o que fazemos o tempo todo é usar a cabeça para solucionar problemas [risos]. As pessoas que se juntaram aqui são profissionais excepcionais. Estou aprendendo bastante e, também, estou muito empolgado com o que poderemos fazer. ■



Não importa **onde**,
estaremos juntos.

Desenvolvimento global disponível localmente. Com presença global, nossas tecnologias são produtíveis em qualquer região do mundo. Para a mobilidade com baixa ou zero emissão, estaremos juntos.



Otimismo moderado

Projeções de crescimento mesmo que modesto e preocupação com fatores setoriais e macroeconômicos marcaram o Congresso AutoData Perspectivas 2022

Um olhar otimista, mas com moderação. Este será o espírito com que a indústria automotiva encarará o ano que vem no conceito de Luiz Carlos Moraes, presidente da Anfavea, que abriu o Congresso AutoData Perspectivas 2022, realizado na segunda quinzena de outubro de forma 100% on-line: "Já temos cerca de 50% da população com a segunda dose. A doença foi a origem do problema, e a vacina é a origem da solução".

Como entraves ele citou a instabilidade do ano eleitoral, a perspectiva de inflação e juros altos e o PIB baixo, além, é claro, dos semicondutores, "a maior preocupação, principalmente no primeiro semestre".

Dan Ioschpe, presidente do Sindipeças, também palestrou e indicou que o setor

acredita em crescimento durante o ano que vem, mas não sem a superação de grandes desafios. Projetou aumento de cerca de 10% no faturamento de suas associadas.

"Este ano devemos fechar com R\$ 158 bilhões e esperamos 2022 de R\$ 174 bilhões. Neste ano tivemos curva acentuada de recuperação dos investimentos, mas nos postos de trabalho não se dará na mesma forma: houve aumento de 3,5% nos quadros em 2021 e queda de 10,2% em 2020."

César Fernando Álvares de Moura, presidente da Assobrav, dos Distribuidores VW, e Hertz Badra Bennesby, presidente da Abrac, dos Concessionários Chevrolet, têm expectativa de um 2022 muito próximo a 2021, em torno de 2 milhões de automóveis e comerciais leves.

Para o presidente da Abrac "em 2022 bateremos, no máximo, no mesmo volume, porque o consumo se contrairá depois do crescimento registrado nos últimos dezoito meses". Já o dirigente da Assobrav crê que "não há mercado para mais do que algo em torno de 2 milhões".

Outro desafio para 2022, entende Fernando Machado Gonçalves, superintendente de pesquisa econômica do Banco Itaú, também palestrante: Para ele há, hoje, demanda reprimida com estoques baixos causada pela crise dos semicondutores. Mas o aumento dos juros poderá espantar o comprador: "Há a preocupação com o endividamento do consumidor, que ainda não o atingiu porque os juros estão baixos. O receio é que quando houver capacidade de produção a demanda esteja mais fraca".

"A eleição não pode parar a economia. Não consigo aceitar que o Congresso desvie o foco apenas para a corrida eleitoral. Precisamos votar as questões importantes para o País."

Luiz Carlos Moraes, presidente da Anfavea

Roberto Leoncini, vice-presidente de vendas e marketing e pós-vendas de caminhões e ônibus da Mercedes-Benz, levou expectativas positivas para o segmento que mais sofreu com a pandemia da covid-19, o de ônibus: projeta aumento de 35% nas vendas em 2022, de 13 mil unidades estimadas para este ano para 18,5 mil no ano que vem.

Ele percebe retorno dos investimentos em urbanos, represados nos últimos dois anos, e melhora no segmento rodoviário dado o retorno de deslocamentos com o aumento da vacinação: "Temos também 7 mil chassis do Caminho da Escola. A de-

manda por fretamento se manterá em alta e existe uma tendência de antecipação de compra por causa da entrada do Euro 6 em 2023".

Roberto Cortes, CEO da Volkswagen Caminhões e Ônibus, projetou expansão do PIB de 1,5% a 3% em 2022, o que puxará, mais uma vez, o crescimento da indústria de caminhões: "A melhora substancial ou até o fim da pandemia da covid-19 também é um ponto importante, assim como a retomada da economia e o bom desempenho do agronegócio".

Christopher Podgorski, CEO para a América Latina, considerou que "hoje é mais fácil falar de 2022 do que do fechamento de 2021. Acredito que no primeiro trimestre do ano que vem o fluxo da nossa cadeia de suprimentos estará mais normalizado. Vejo também um aumento expressivo nos custos, mas a expectativa é de equalização nas entregas".

Já pelos lados da Iveco há estimativa de que a produção de caminhões em 2022 retorne ao volume de 2014, considerando os veículos acima de 3,5 toneladas. Para Márcio Querichelli, presidente para a América Latina, a demanda ainda será puxada pelos semipesados e pesados para o agro-negócio e para a construção civil.

Joel Alberto Beckenkamp, presidente da Assobens, Associação Brasileira de Concessionários Mercedes-Benz, e Guilherme Avellar, presidente da ACAV, Associação Brasileira dos Concessionários Volkswagen Caminhões e Ônibus, estimam que a boa procura por pesados se repetirá no ano que vem.

"2022 será marcado pela velocidade de produção e não de aquisição", afirmou Beckenkamp. Avelar foi adiante: "Quem ditará o ritmo dos negócios será a produção. Os estoques das redes e das fábricas estão baixos".

Eduardo Ferreira Rebuzzi, vice-presidente da NTC&Logística, analisou o atual momento do setor de transporte de carga. E mostrou preocupação com questões macroeconômicas de influência direta nos negócios das transportadoras, como o possível baixo crescimento do PIB e a



“Em algum momento a alta na inflação e nos juros afetará o consumidor. Até agora nosso problema foi produzir e entregar. Quando isso se amenizar teremos melhor leitura da demanda.”

Dan Ioschpe, presidente do Sindipeças

possibilidade da volta do recolhimento do INSS sobre a folha de pagamento, em torno de 20%.

“Tradicionalmente o setor cresce duas ou três vezes o resultado do PIB. Se o esperado é um crescimento menor, consequentemente teremos algo perto da estagnação.”

LEVES

Pablo Di Si, presidente da Volkswagen para a América Latina, avaliou que o descompasso de entregas de semicondutores, a falta de contêineres e de navios e os consequentes problemas logísticos prejudicam a visão de maior prazo, mas de toda forma apostou em crescimento de 5% a 10% ante

2021, “que pode chegar de 2 milhões a 2,1 milhões de veículos dependendo da oferta de semicondutores”.

Ele aposta na continuidade da demanda forte por mais alguns meses. Na sua avaliação as pessoas que deixaram de viajar estão investindo em carros. Mas alertou para a inflação, que pode interromper essa procura mais forte: “Os aumentos de preços chegarão ao bolso do consumidor em algum momento. Acredito que no fim do primeiro semestre a demanda e a oferta ficarão mais equilibradas”.

Santiago Chamorro, presidente da General Motors para a América do Sul, também apresentou projeções otimistas. Ele calcula uma indústria total de 2,6 milhões a 2,8 milhões de veículos no Brasil em 2022 e em torno de 2,3 milhões para 2021.

Para a região sua expectativa é a de que a indústria chegue a 4 milhões de unidades no ano que vem, com crescimento na Colômbia e estabilidade na Argentina. Suas boas perspectivas usam como base pontos positivos do mercado, como disponibilidade de crédito para financiamentos, demanda represada e perspectiva do avanço da vacinação.

Foi de Ricardo Gondo, presidente da Renault no Brasil, umas das projeções mais otimistas para o mercado de automóveis e comerciais leves em 2022 divulgadas no



O FUTURO A GENTE CULTIVA ENQUANTO CONTINUA NA ESTRADA.

Nós não sabemos como vai ser o futuro.
Mas sabemos que o que semeamos hoje vai impactá-lo.
Por isso, o nosso maior objetivo é buscar soluções inovadoras
e eficientes, não só para estarmos preparados para o que vem
pela frente, mas também para colhermos um futuro melhor.
Pensamos sempre assim: do que você precisa para rodar,
mas ainda não sabe que precisa? E aí, nós criamos.
Pode contar com a gente, hoje e no futuro.

randonimplementos.com.br

**SÓ INOVA
QUEM
SE MOVE.**

RANDON[®]
IMPLEMENTOS



“Somando pontos positivos e negativos ainda teremos um crescimento da indústria no ano que vem. Como GM o foco a curto prazo será atender à demanda reprimida.”

Santiago Chamorro, presidente da General Motors para a América do Sul

Congresso AutoData Perspectivas 2022: 2,4 milhões de unidades, crescimento de 15% a 20% ante 2021.

Ele apresentou alguns pontos positivos para o ano que vem, como o avanço da vacinação e o potencial que o mercado tem para crescer. Gondo lembrou das locadoras, que deverão ter forte demanda em 2022 porque deixaram de comprar um grande volume em 2021 e precisam renovar sua frota.

Igualmente animada está a Caoa, com planos robustos para 2022: ao continuar lançando produtos, abrindo lojas e apostando em comunicação massiva o objetivo é vender 115 mil veículos no ano que vem,

sendo até 70 mil da Caoa Chery. Também estão previstos para o início do ano que vem lançamentos de todas as marcas representadas pelo grupo: Caoa Chery, Hyundai, Subaru e Ford.

“Na fábrica de Anápolis serão SUVs e, quem sabe, veículo comercial também, e em Jacareí estamos discutindo novos produtos. SUVs e sedãs”, afirmou o presidente Mauro Correia, que citou ainda a possível chegada de nova marca, a Exeed. “São produtos de alto valor agregado, em uma outra categoria, mais caros do que os que temos hoje. Não se espera grande volume, mas será muito importante para o grupo.”

Rafael Chang, presidente da Toyota do Brasil, acredita em vendas totais na casa das 2,6 milhões de unidades em 2022, com a Toyota respondendo por 200 mil. A companhia projeta produzir 210 mil unidades em suas fábricas no ano que vem, pois Sorocaba abrirá um terceiro turno nas próximas semanas.

Ele contou que negocia um novo ciclo de investimento para a companhia no Brasil. Evitou dizer quais modelos poderiam fazer parte do plano, mas ressaltou o objetivo de ter, até 2025, todo seu portfólio daqui eletrificado.

O segmento de automóveis premium poderá crescer até 20% em 2022 na comparação com 2021, de acordo com as

projeções divulgadas por Aksel Krieger, presidente da BMW no Brasil, e por João Oliveira, diretor de operações e inovação da Volvo Cars. Krieger apresentou padrão de 10% a 20% de incremento nas vendas do ano que vem. Oliveira seguiu na mesma linha e disse que o meio do caminho desses dois índices pode ser um bom patamar, mas lembrou de um ponto de atenção que deverá continuar em 2022: "O que determinará se ficaremos mais perto dos 10% ou dos 20% será o prazo necessário para retomar maiores volumes de produção".

MÁQUINAS E MOTORES

O cenário para o setor de máquinas em 2022 está dividido: para as rodoviárias e de construção a expectativa é de alta de 15% a 20% ante 2021, enquanto que para o segmento agrícola a projeção mais otimista é de um resultado igual ao de 2021.

As projeções foram apresentadas no evento por dois representantes da Abimaq, Alexandre Bernardes, presidente da Câmara Setorial de Máquinas Rodoviárias, e Pedro Bastos de Oliveira, presidente da Câmara Setorial de Máquinas e Implementos Agrícolas.

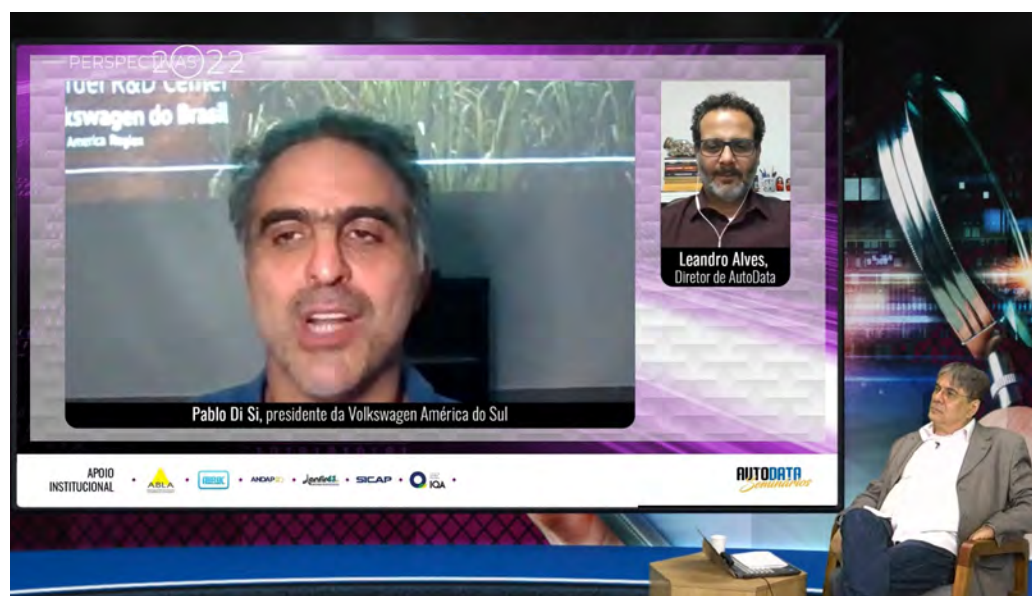
A maior demanda por máquinas rodoviárias e de construção será puxada pelos leilões e pelas concessões de rodovias e ferrovias realizadas no ano passado e

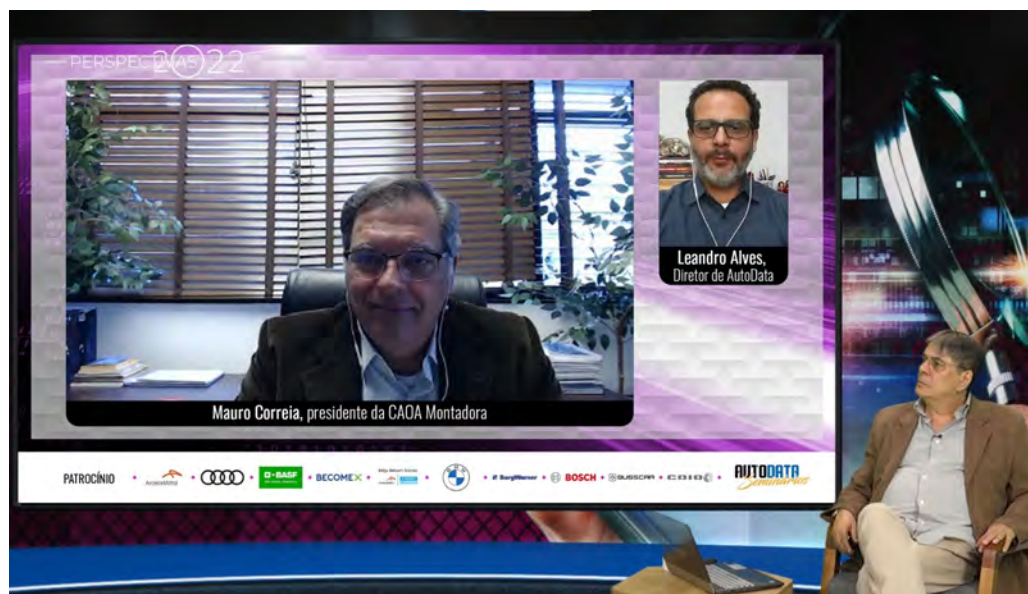
neste, que começarão a gerar faturamento para as empresas do setor. Já as máquinas agrícolas deverão registrar mercado em desaquecimento no segundo semestre do ano que vem, movimento que continuará em 2023. "Estamos no pico da demanda por causa do preço das commodities e desvalorização do real," avalia Oliveira. "Se os preços continuarem em patamar alto essa desaceleração poderá ser menor".

Os presidentes das principais empresas fabricantes de motores pesados acreditam que 2022 será ano de crescimento para o segmento. José Eduardo Luzzi, da MWM, projeta crescimentos variando de 10% a 20% em seus negócios de motores, geradores e reposição. Adriano Rishi, presidente da

"Teremos elétricos, sim, mas eles conviverão com os flex e os híbridos flex. Não podemos desprezar o que o Brasil tem de melhor, que é o etanol."

Pablo Di Si, presidente da Volkswagen para a América Latina





“Precisamos de gente para comprar, de pessoas com poder aquisitivo. Por isso precisamos que a população empregada cresça.”

Mauro Correia, presidente da Caa Montadora

Cummins, repete os índices: “Devemos crescer de 10% a 20%”. E Marco Rangel, presidente da FPT, disse que “para 2022 esperamos alta de 15% a 20%”.

AUTOPEÇAS

Para Besaluel Botelho, CEO da Bosch América Latina, o Brasil terá oportunidade única em termos globais se forem feitos investimentos em P&D visando ao uso do etanol e da biomassa para a geração de hidrogênio verde como fonte de energia elétrica para a mobilidade nos próximos cinco anos.

“Este é o caminho se quisermos ser protagonistas daqui a dez, quinze anos na geração de eletricidade e hidrogênio com etanol, além do uso do etanol também como combustível em veículos flex fuel.”

Frédéric Sebbagh, presidente do Grupo Continental, calcula avanço em 2022 na faixa de 10%. Ele pontuou que “não está claro qual é a matriz energética que o Brasil adotará. Temos uma base de clientes que de fato está indo na direção da eletrificação, mas também outra base mais questionadora que pensa em soluções mais particulares, como o etanol”.

Seu colega Raul Germany, presidente da Dana, apostou em índice semelhante, mas ponderou que “o cenário está muito adverso. Estamos longe dos recordes de crescimento nos últimos sete anos”.

MOTOCICLETAS

Marcos Fermanian, presidente da Abra-ciclo, também palestrou. E considerou que a produção brasileira de motocicletas, em 2022, poderá seguir por dois caminhos: o da estabilidade ante 2021, o mais realista, ou o do crescimento de até 10%, mais otimista.

Para definir sua projeção exata para 2022 a Abra-ciclo monitora alguns pontos de atenção como a inflação, que está alta e segue corroendo o poder de compra: “Ainda temos a taxa de câmbio alta, que pressiona nossos custos de produção, um alto nível de desemprego, tendência de aumento na taxa de juros e as eleições, que sempre trazem emoções. São todos fatores que precisamos considerar”. ■



19
71_

HONDA.
50 ANOS
DE BRASIL



Orgulho em fazer parte dessa história.

impulsa



20
_21

- Viemos do mesmo lugar, atravessamos fronteiras, firmamos compromissos e criamos uma forte parceria no desenvolvimento da mobilidade no Brasil.
- Temos muito orgulho de estar ao lado da Honda nesta trajetória e por fazer parte da sua grande história.
- Reconhecimento da DENSO, empresa japonesa há quase 40 anos no Brasil.

HONDA
The Power of Dreams



DENSO
Crafting the Core

Finalmente um SUV Fiat

Mesmo sem um SUV em seu portfólio a Fiat reconquistou em 2021 a liderança do mercado – e a chegada do Pulse pode trazer resultados ainda melhores.



Os utilitários esportivos superaram os hatchbacks compactos na preferência do consumidor brasileiro em 2021. De janeiro a outubro, segundo a Anfavea, as vendas de SUVs cresceram 34% com relação aos primeiros dez meses de 2020, enquanto a dos automóveis subiram só 2,6%. É de se esperar que a marca líder em vendas, assim, tenha amplo portfólio de SUVs em sua gama, correto? Pois não tem. O primeiro SUV da Fiat, que retomou a liderança do mercado em 2021 e abriu uma confortável vantagem para a vice-líder Volkswagen, foi lançado em outubro.



O Pulse, produzido em Betim, MG, chegou às concessionárias com três versões, dois motores e muita ambição da diretoria e do público: 70 mil pessoas já estavam inscritas no hotsite do modelo, lançado durante o programa de TV Big Brother Brasil.

Diferente do que é usual na indústria automotiva a Fiat revelou o nome e as linhas do Pulse meses antes da chegada ao mercado. Desde maio, quando foi apresentado na final do reality show mais

assistido do País, os brasileiros já conhecem o SUV. Precisaram esperar quase seis meses para, efetivamente, fazer a pré-compra – mas as entregas ainda demoram boas semanas.

Para Herlander Zola, diretor da marca Fiat para o Brasil e das operações comerciais para a América Latina, esse longo tempo de espera ajudará a alavancar as vendas do Pulse no País. Ele fala com entusiasmo do SUV, embora não mencione volumes de expectativa de vendas: “A Fiat foi uma até aqui e será muito melhor a partir do lançamento do Pulse”.

E o que foi a Fiat até aqui? Após liderar por anos consecutivos o mercado foi superada pela Chevrolet com o sucesso da linha Onix e começou, aos poucos, a renovar sua gama. Criou um novo segmento com a Toro, repaginou as suas plataformas de compactos e lançou Mobi, Argo e Cronos e investiu forte na renovação da Strada, quando começou a disparar em vendas. Assumiu a liderança em 2021, quando ficou em primeiro lugar no ranking em todos os meses, mesmo sem um SUV – mas com bom estoque de semicondutores. Suas vendas cresceram surpreendentes 50,4%, somando 364,9 mil unidades, ou 22,5% de todos os emplacamentos de automóveis e comerciais leves do País.



Divulgação/Stellantis



Colaborou muito com o desempenho justamente a gestão do fornecimento de semicondutores, que, no caso da Stellantis, afetou menos suas operações locais, apesar de em outubro, às vésperas do lançamento do Pulse, um lay off de 1,8 mil trabalhadores ter começado, com previsão de duração de três meses.

Ainda assim é compreensível a expectativa de Zola, pois agora a Fiat começa a competir em um segmento completamente novo: o B-SUV, atualmente o mais volumoso do mercado. Com o Pulse o portfólio Fiat passa a abranger 90% do mercado brasileiro. De 2012 a 2021, segundo a empresa, os SUVs compactos passaram de dois a dezoito modelos e ampliaram sua participação de 2,8% para 22,8% do mercado.

Na pré-venda mais de 5,5 mil unidades foram reservadas em menos de 96 horas, segundo cálculos da empresa: "É a consolidação de nossos planos e da ótima receptividade dos nossos produtos junto ao consumidor. E ainda teremos mais novidades em 2021".

O Pulse tem três versões, com dois motores. O portfólio começa na Drive, dotada do motor Firefly 1.3 aliado a câmbio manual, por R\$ 80 mil, com central multimídia, faróis em LED, ar-condicionado automático e digital, quatro airbags e o TC+, sistema que auxilia o veículo a transitar em condições de baixa aderência, equilibrando o torque das rodas e garantindo maior estabilidade.

Com a transmissão automática e o motor aspirado a versão Drive sai por R\$ 90 mil. Ao trocar o motor pelo turbo, R\$ 99 mil. As versões Audace e Impetus só têm opção do motor Turbo 200 e câmbio CVT, por R\$ 108 mil e R\$ 116 mil, respectivamente.

Este motor estreia no Pulse: é o 1.0 turbo produzido em Betim. Com o SUV alcança 130 cv de potência quando abastecido com etanol e 125 cv com gasolina, aliado à transmissão CVT automática de sete marchas. É, de acordo com a companhia, o motor 1.0 turbo mais potente de sua categoria do mercado e alcança 20,4



kgfm a 1 mil 750 rpm de torque, tanto com etanol como com gasolina.

As tecnologias do Turbo 200 são as mesmas do Turbo 270, que estreou no Jeep Compass e que equipa, também, a Fiat Toro. O turbocompressor tem wastegate eletrônica, injeção direta de combustível e o sistema MultiAir III, que torna o controle das válvulas de admissão mais eficientes, segundo a fabricante.


PLATAFORMA DO ZERO

A plataforma do Pulse é o sonho de todo engenheiro: receber uma folha em branco para criar, com liberdade, modos de oferecer tudo o que há e haverá de melhor em termos de segurança, conforto e conectividade. Foi a missão recebida por Leandro Quadros, responsável pela plataforma MLA na Stellantis, há pouco mais de dois anos e meio, quando ainda não havia então sequer conversas de fusão da então FCA com a PSA. Estava nas mãos dele e equipe em Betim desenvolver a base compacta que seria o futuro da Fiat.

PROCESSOS INTEGRADOS PARA A ENTREGA DE **EXCELÊNCIA**



FUNDIÇÃO



USINAGEM



PINTURA



MONTAGEM

A integração das operações de fundição, usinagem, pintura e montagem permite uma entrega com maior agilidade, um controle de alta precisão na qualidade dos produtos e processos, obtendo custos competitivos dentro das especificações dos clientes. Por meio de processos robustos e tecnologicamente atualizados, atendemos a elevados padrões de qualidade e confiabilidade, cumprindo rigorosas especificações de clientes no Brasil e exterior. Assim, fornecemos soluções completas para os mais complexos projetos.

Isso é excelência.

Isso é Schulz Automotiva.

SCHULZ
AUTOMOTIVA

Veja mais em [in somosschulz](https://www.somosschulz.com.br)

Sobre a MLA, sigla para modular architecture, que estreia no Pulse, podem ser montadas diversas carrocerias – de um compacto do segmento A a uma picape do segmento B.

No caso da linha Fiat atual, do Mobi à Strada. Só aí já se pode ter uma ideia da importância do projeto, pensado para atender além das exigências das atuais regras do Proconve e do Rota 2030.

“É uma plataforma completamente nova, mudamos tudo. Se ficou alguma coisa da antiga talvez tenha sido um ou outro parafuso”, assegurou Quadros em entrevista a **AutoData**.

“Ela está pronta, inclusive, para receber veículos híbridos, os HEV. E para os BEV, os 100% elétricos, precisam ser feitos alguns ajustes para acomodar as baterias.”

Na MLA estreou o novo motor Turbo 200 com a nova caixa de transmissão CVT, mas também são totalmente novos as suspensões, freios, estruturas de bancos, ar-condicionado, rodas e pneus, sistemas de exaustão, arrefecimento do motor, alimentação de combustível e pedaleira. Pensando na segurança a parte inferior da carroceria foi reforçada com aços nobres, mais resistentes, com melhor resultado de absorção de força no caso de colisões. Crash testes foram feitos no Centro de Segurança Veicular em Betim, com bons resultados.

“Demos um salto muito grande com relação ao que há no mercado. A vantagem de uma plataforma nova é que podemos buscar tudo o que existe de melhor disponível e aplicar. Antecipamos quesitos ainda não homologados na indústria, sempre pensando nas exigências de regulamentação, do cliente, eficiência energética e motorizações. Ainda assim conseguimos desenvolver uma plataforma 7% mais leve do que a média disponível hoje na indústria.”

O desenvolvimento foi 100% brasileiro, liderado pela equipe de Betim.

O resultado alcançado permite que a MLA seja aplicada em outras fábricas da Stellantis ao redor do globo:

“Está em estudos, e ela tem total con-

dições de ser aplicada em todo o mundo”.

Quadros disse que, além da possibilidade de montar veículos híbridos e elétricos, há uma boa dose de sistemas autônomos compatíveis com a plataforma. Alguns estrearam no Pulse, inclusive, como a frenagem automática de emergência e o assistente de permanência na faixa.

O curioso é que com a fusão da FCA, dona da MLA, com a PSA, que oferece a CMP, common modular platform, a Stellantis tem em seu portfólio agora duas plataformas novas e modulares.

Quadros não vê conflito e está convencido de que com isso a fabricante “está em uma condição privilegiada”. ■

Conta ou não conta?

Ao pé da letra o Pulse não é o primeiro SUV Fiat no País, embora seja o primeiro produzido no Brasil – e fabricado pela própria Fiat. Em 2011, pouco depois de comprar a Chrysler, e sem ainda ter encerrado todo o processo de fusão e consequente criação da FCA, a Fiat começou a importar do México o Dodge Journey: com seu emblema na dianteira, foi rebatizado Freemont. Mas era um legítimo Chrysler do último ao primeiro parafuso, incluindo seu motor 2,4 l já conhecido no PT Cruiser. O modelo permaneceu no mercado brasileiro até 2017.



QUANDO TUDO PARECE PERDIDO, SUA AJUDA VAI FAZER A DIFERENÇA

Seja doador de Médicos Sem Fronteiras



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

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

© Samuel Hauenstein Swan

Ajude Médicos Sem Fronteiras a salvar milhares de vidas.

**Seja um Doador Sem Fronteiras!
Doe assim que chegar ao seu destino.
Acesse msf.org.br**



Prêmio Nobel da Paz 1999

TODA FORÇA ÀS SIGLAS



Chevrolet aposta na força das marcas terciárias Z71 e RS em seus próximos lançamentos no Brasil

A linha Z71 da Chevrolet, de apelo aventureiro, estreou no mercado brasileiro com a picape S10. A ela deram a faixa central do seu portfólio, por R\$ 260,5 mil, e começou a chegar às concessionárias no começo de novembro.

É o primeiro dos quatro lançamentos prometidos pela General Motors até o fim do ano. Completam a lista o novo Bolt, o novo Equinox e o Cruze RS.

Hermann Mahnke, diretor executivo de marketing GM América do Sul, disse

que, por enquanto, o plano para os Z71 é exclusivo da S10: "Se o mercado responder como esperamos poderemos estudar um avanço para outros modelos. Daqui para a frente começaremos a explorar mais nossas marcas terciárias, como a Z71 e a RS".

No caso da RS, inclusive, já foi confirmado o lançamento da versão para o Cruze Sport6, um hatch médio. Nesse caso Mahnke garante que o plano será alongado: "No Brasil a linha RS estreou com o Onix e, em breve, estará disponível também para o Cruze Sport6. Mas não



vamos parar por aí, pois existe um desejo do consumidor para que este conceito seja estendido a outros modelos turbo do portfólio Chevrolet” – ou seja: pode-se esperar um Tracker RS para breve.

A nova versão da picape foi lançada com a intenção de conquistar 10% das vendas do mix de S10, que até setembro somou 26 mil emplacamentos ao longo do ano, de acordo com a Fenabrave.

Pesquisas e dados da GM mostraram que a S10 é um de seus veículos que os clientes mais personalizam. Diante disso a Z71 chega ao Brasil com a opção de vinte itens, além da gama de acessórios disponíveis.

Desenvolvida pelas equipes de engenharia do Brasil e dos Estados Unidos a S10 Z71 se diferencia pelos faróis com máscara negra contornados por led, grade frontal escurecida, assim como os estribos e o santantonio, e rodas aro 18 de desenho exclusivo pintadas em preto.

A versão é equipada com um pneu também exclusivo, desenvolvido em parceria com a Michelin. Ele tem mais borracha e adiciona compostos de pneus para veículos pesados, aumentando assim, segundo a montadora, a sua robustez.

A motorização segue o padrão de outras versões: motor 2,8 L turbo diesel de

200 cv de potência e transmissão automática de seis marchas.

MAIS RECEITAS, MAIOR MARGEM

Enquanto a unidade brasileira prepara o lançamento de mais três modelos até o fim do ano na matriz estadunidense da General Motors a CEO Mary Barra divulgou plano para dobrar as receitas e ampliar as margens de 12% para 14% até 2030. A executiva disse que “a GM já transformou o mundo antes e fará isso novamente”.

Até 2025 a companhia investirá US\$ 35 bilhões para lançar mais de trinta veículos totalmente elétricos no mundo, além de avançar na direção autônoma. A menina dos olhos para ampliar a receita, porém, está nos novos negócios: a GM deixará de ser apenas uma empresa fabricante de veículos para tornar-se, também, uma empresa de tecnologia, com reforço no investimento em plataformas de software.

Hoje a GM tem em seu portfólio vinte startups, algumas já lançadas e outras ainda em gestação. É desta área que virá boa parte dos novos ganhos e onde estão as possibilidades de fazer crescer as margens.

A companhia tem como objetivo, também, liderar o desenvolvimento e a produção de veículos autônomos, por meio de sua divisão Cruise. Barra divulgou pormenores do Ultra Cruise, tecnologia de direção assistida que começará a ser oferecida em 2023 e que promete atender a 95% dos cenários de condução do veículo sem que o motorista coloque as mãos no volante – isso ao menos em estradas pavimentadas dos Estados Unidos e do Canadá.

No campo elétrico foi confirmado o lançamento da Chevrolet Silverado EV, picape elétrica, em janeiro. E os planos de que 50% das fábricas de China e Estados Unidos possam produzir veículos elétricos até 2030.

A GM também anunciou ampliação de investimentos em infraestrutura de recarga de elétricos para US\$ 750 milhões até 2025, para todas as modalidades: residencial, comercial e público, nos Estados Unidos e no Canadá.



Divulgação/GM



Divulgação/MB

Um gigante off-road

Mercedes-Benz lança modelo inédito em seu portfólio de caminhões, o Arocs, com tração 8x4 e oferta exclusiva de serviços localizados

A Mercedes-Benz apresentou no fim de outubro seu novo caminhão extrapesado basculante, o Arocs, com tração 8x4. Sua aplicação é adequada para mineração, construção civil pesada e grandes obras de infraestrutura, três segmentos que estão aquecidos e com boas expectativas no curto prazo.

A prova disso é que antes mesmo do lançamento duzentas unidades já haviam sido encomendadas em sistema de pré-venda, informou Roberto Leoncini, vice-presidente de vendas e marketing caminhões e ônibus.

O número é bastante representativo quando se tem fixa a ideia de que o Arocs competirá em faixa de mercado que em 2021 deverá registrar seiscentas unida-

des vendidas. E que, pelos cálculos da Mercedes-Benz, tem potencial para mais de 1 mil unidades no ano que vem.

Segundo Ari de Carvalho, diretor de vendas e marketing para caminhões, os clientes brasileiros participaram ativamente da nacionalização do modelo, que é baseado em plataforma global da Daimler e que foi adaptado pela engenharia nacional para atender a demandas latino-americanas. O modelo é produzido em São Bernardo do Campo, SP.

"O modelo brasileiro tem peças exclusivas. Testamos sete protótipos em diversas condições, tanto nas operações dos clientes como no Campo de Provas de Iracemápolis, somando mais de 500 mil quilômetros rodados e 15 mil horas de

trabalho, sendo que, destas, 9 mil foram nas operações dos clientes."

Todos os testes são importantes porque o uso de um caminhão deste porte é intensivo: os veículos chegam a rodar dezesseis horas por dia, sete dias por semana: "É um produto que precisa estar sempre 100% disponível para o cliente".

A versão brasileira será exportada para outros países da América Latina e para mercados do outro lado do Atlântico. Leoncini disse que os 47 mercados para os quais a Mercedes-Benz do Brasil exporta, do Accelo ao Actros, são naturais candidatos a receber o novo caminhão. Aqueles que têm a mineração como importante atividade econômica, entretanto, são os que já recebem as primeiras abordagens. A ideia é começar a exportar já em 2022.

O Arocs 8x4 sai de linha equipado com motor OM 460 de 510 cv e câmbio Powershift 6340 de doze marchas. A preparação da fábrica e o projeto consumiram R\$ 300 milhões em investimento, parte do pacote de R\$ 2,4 bilhões programado até o ano que vem.

O modelo é inédito no portfólio de caminhões Mercedes-Benz e substitui o Actros 4844 8x4, com o qual a empresa atendia ao segmento. Ele tem capacidade técnica para até 58 toneladas de PBT, peso bruto total, e 150 toneladas de CMT, capacidade máxima de tração.

SERVIÇOS

O Arocs trouxe consigo uma nova estrutura de oferta de serviços criados especificamente para as operações fora de estrada.

"Nosso objetivo é que o cliente alcance maior produtividade e rentabilidade via disponibilidade maior do caminhão", conta Silvio Renan, diretor de peças e serviços ao cliente. "Onde quer que ele, cliente, precise a Mercedes-Benz e a rede estarão para prestar apoio e assistência técnica, mesmo nas condições severas off-road."

Dentre a nova gama de oferta de serviços está a possibilidade dos clientes do Arocs contarem com uma loja de peças exclusiva e reserva própria de itens agregados: "Além disso há o Truck Off Center, uma estrutura de peças e serviços do concessionário que pode ser levada para dentro das instalações dos clientes, próxima de onde os caminhões operam. Isso é essencial em locais afastados, típicos das atividades de mineração, por exemplo."

A Mercedes-Benz ainda oferece uma oficina ou mecânico dedicado nas instalações que o cliente desejar. Nesse serviço poderá ser utilizada a tecnologia de óculos de realidade virtual, que permite consultoria online da montadora em tempo real.

Outra mudança é a possibilidade da contratação de plano de manutenção em horas de serviço, modalidade exclusiva para o Arocs.



"O Arocs chegará ao mercado com o menor custo operacional total, TCO, e com potencial enorme de ganhos econômicos para os clientes", assegura Renan.

Segundo cálculos seus "a manutenção preventiva demandará menos tempo e

menor custo. O tempo de manutenção de um veículo da concorrência é 2,5 vezes maior e teremos 49% menos paradas para manutenção". Assim, diz, "serão 22 paradas a menos do que os veículos da concorrência."

Até Papai e Mamãe Noel tomaram a vacina

Repetindo ação iniciada em 2020 a Mercedes-Benz fechou parceria com a Coca-Cola Femsa Brasil, maior engarrafadora de produtos Coca-Cola no mundo em volume de vendas, para fornecer os veículos da chamada Caravana Iluminada de natal da Coca-Cola. São cinco Actros que percorrerão 66 cidades de São Paulo, Minas Gerais, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro e Mato Grosso do Sul de 3 de

novembro a 23 de dezembro. Os dois primeiros caminhões à frente do comboio serão conduzidos por motoristas mulheres: Izabel Aparecida Alves de Souza e Marcela Pacheco Costa, ambas do Paraná.

Os caminhões da caravana são iluminados em LED e Black Light. Telas gigantes nas carroçarias trazem imagens super-realistas, como cena em que o líquido do refrigerante transborda na caçamba enquanto o veículo

se movimenta. Segundo comunicado da Mercedes-Benz "neste ano Papai e Mamãe Noel estão de volta já vacinados, em uma ceia representando a união familiar". Porém, como nem todo mundo ainda seguiu o exemplo do casal Noel, os caminhões não farão paradas e toda a programação será surpresa, "não sendo divulgada a fim de evitar aglomerações e zelar pela proteção das pessoas devido à pandemia de Covid-19".



JORNADA DIGITAL



CONECTIVIDADE



COMUNICAÇÃO ENTRE MÁQUINAS E PESSOAS ALIADA A
SEGURANÇA CIBERNÉTICA TORNARÃO A INDÚSTRIA MAIS
EFICIENTE, SEGURA E SUSTENTÁVEL

COMUNICAÇÃO INDUSTRIAL ELEVA COMPETITIVIDADE DA INDÚSTRIA NACIONAL

Criada em 1969 para fins militares, a Internet se popularizou e ganhou a extraordinária dimensão atual a partir dos anos 1990 quando começou a ser utilizada com objetivos mais pacíficos e, naturalmente, comerciais. A partir deste momento, em pouco menos de 30 anos, essa poderosa ferramenta de comunicação passou a fazer parte do cotidiano tanto das pessoas como, também, das empresas.

Hoje em dia a Internet é tão globalmente indispensável como a própria energia elétrica e, nos últimos cinco anos, superou em importância, inclusive o

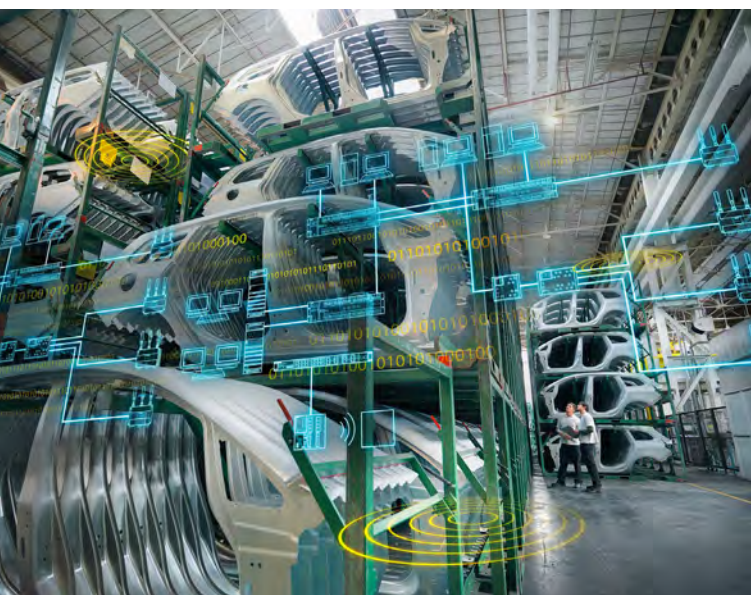
telefone por oferecer uma comunicação muito mais ágil e eficiente. Esse processo acelerado desencadeou a quarta fase da Revolução Industrial, mais conhecido como Indústria 4.0, cuja base, essencialmente, é a digitalização.

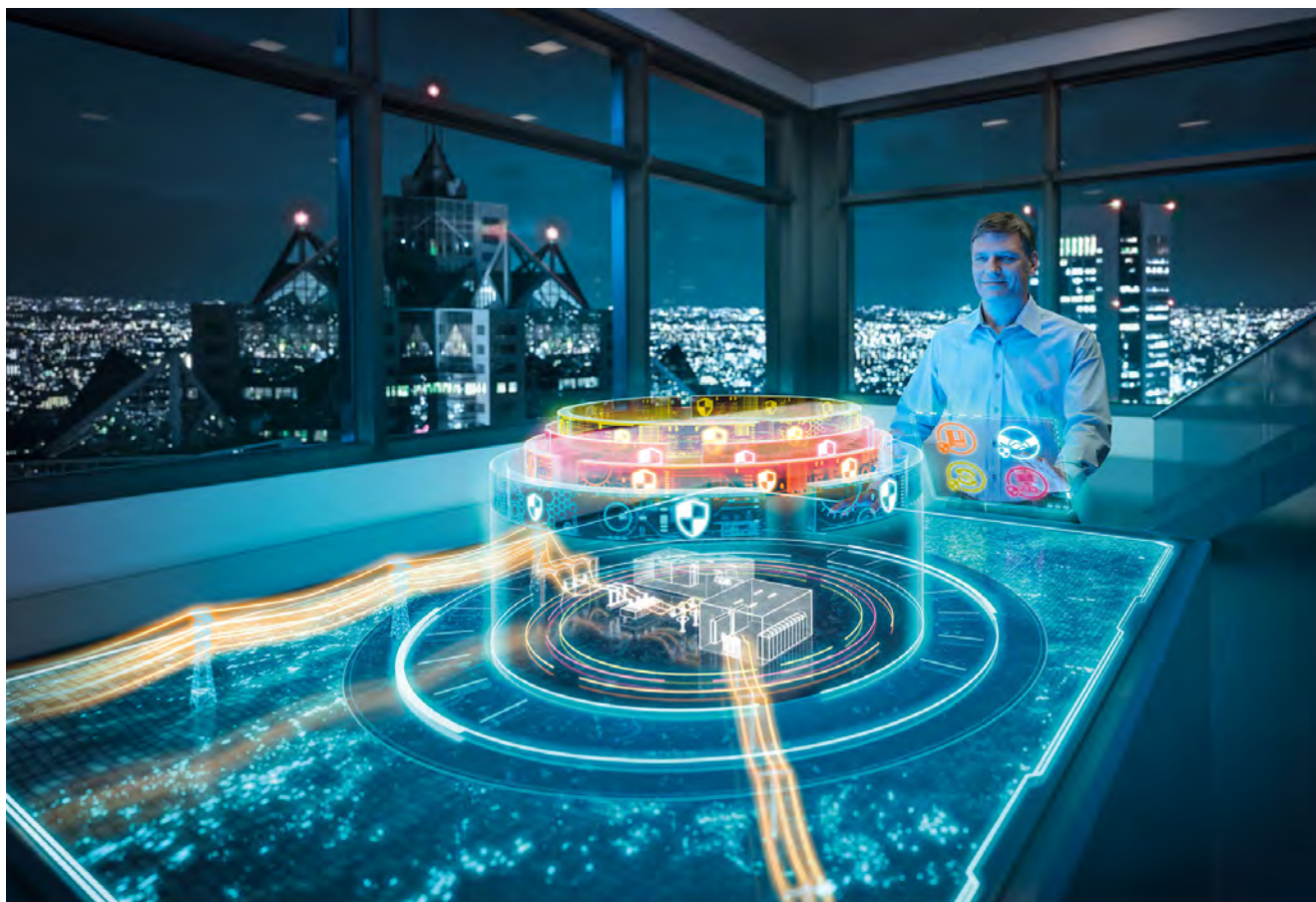
Com a maturidade da Internet, inovações passaram a acontecer não mais a cada novo século, nem mesmo a cada nova década, mas a cada novo ano. Se há pouco tempo essa ferramenta servia para agilizar a comunicação entre pessoas, agora ela já passa a viabilizar a comunicação entre máquinas, equipamentos e objetos com a Internet das Coisas.

Há, ainda, o Big Data, que é a exponencial quantidade de dados gerados a cada segundo e, para não ir tão longe, temos a Inteligência Artificial que permite que máquinas não só sejam capazes de pensar e agir, mas também de aprender e se aprimorar rumo à sonhada perfeição.

A comunicação industrial é a virada de chave capaz de conduzir as empresas rumo à Jornada Digital. Para a Inteligência Artificial funcionar com a tão almejada alta eficiência, é preciso criar um ambiente industrial onde, literalmente, máquinas e pessoas estejam conectadas.

“As redes de comunicação industrial aprimoraram sobremaneira a interação entre profissionais e os e-





quipamentos agregando não apenas mais eficiência ao processo mas, fundamentalmente, mais segurança também”, comenta Márcio Santos, Consultor de Digitalização da Siemens.

De acordo com Robson Santos, Gerente de Produtos da Siemens, a comunicação industrial aumenta a eficiência e a produtividade com base em padrões comprovados. “Sem comunicação industrial, tarefas complexas como controlar máquinas e linhas de produção inteiras, monitorar sistemas de transporte de última geração ou gerenciar a distribuição de energia seriam impossíveis. A transformação digital também seria impossível sem poderosas soluções de comunicação industrial”.

A Siemens é uma das principais empresas do mundo que fornecem soluções de hardware que possibilitam que essa comunicação funcione de maneira segura e confiável. São mecanismos robustos como switches, roteadores e modems, desenvolvidos para aplicações industriais, inclusive as mais severas e que

estão protegidos contra interferências eletromagnéticas (muito comuns em linhas de montagem).

Esses equipamentos permitem interligação confiável e segura em rede entre máquinas, plantas e pessoas e, o que é melhor, a Siemens e seus parceiros, além de executarem cada projeto sob medida, de acordo com as necessidades de cada cliente, garantem sua operacionalização. “Criamos soluções ‘user friendly’ e oferecemos todo suporte a qualquer momento para assegurar sua plena funcionalidade”.

A interligação confiável e segura em rede de máquinas e plantas com base em planejamento e realização profissional usando os componentes de rede SCALANCE, RUGGEDCOM e SIMATIC NET fornece a base para que tudo isso aconteça.

E como nesta era da conectividade “Big Data” e velocidade são determinantes para o sucesso de um negócio, para agregar extrema confiabilidade e segurança aos processos digitais evitando riscos iminentes de ataques de “hackers”, a Siemens investe maciça-

mente no desenvolvimento de cyberssegurança. “Nosso objetivo é garantir que nossos clientes estejam plenamente seguros no ambiente digital”, comenta Robson.

Atualmente, a Siemens emprega cerca de 1.300 especialistas em segurança cibernética, o que garante capacidade de proteger os clientes e a própria empresa com produtos e sistemas seguros. Além disso, os sistemas de segurança cibernética estão entre as “Tecnologias Essenciais da Empresa”; ou seja, áreas de tecnologia e inovação que são de maior importância estratégica e por meio das quais a Siemens está se esforçando para desempenhar um papel tecnológico de liderança.

A cibersegurança é tão importante que, em 2017, a Siemens criou o “Charter of Trust”, documento assinado por empresas e governos que tem três objetivos: proteger dados de indivíduos e empresas; evitar danos a pessoas, empresas e infraestruturas e despertar a confiança de que o mundo digital pode crescer.

Para se tornar mais competitiva globalmente, a indústria brasileira precisa acelerar sua Jornada Digi-

tal. O País ocupa a 57ª posição entre 132 países analisados na edição deste ano do Índice Global de Inovação, levantamento feito pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual (WIPO, na sigla em inglês) em parceria, no Brasil, com a Confederação Nacional da Indústria (CNI). De acordo com avaliação da CNI, “a colocação brasileira é incompatível com o fato de o País ser a 12ª maior economia do planeta, em 2020, e com a realidade de termos um setor empresarial sofisticado”.

Segundo a Associação Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI), quando a indústria brasileira migrar para essa nova tendência, a economia anual será de 73 bilhões de reais. Para Márcio Santos, “toda empresa, seja ela de pequeno, médio ou grande porte, precisa urgentemente modernizar seus processos industriais com tecnologia que permita ampla conectividade entre máquinas e pessoas. Só assim, com uma eficiente rede de comunicação fabril, será possível adotar processos da Indústria 4.0 e assegurar a longevidade de seus negócios”.



» VEJA NA PRÓXIMA EDIÇÃO:

Industrial Edge Computing, Cloud Computing e Inteligência Artificial



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

Ralf Brandstaetter, CEO da Volkswagen (na foto), passou pelo Brasil com duas missões: celebrar o retorno à lucratividade da operação SAM, que já em 2021 fechará no azul, e anunciar investimento de R\$ 7 bilhões na região até 2026.

O novo ciclo, que sucede a outro de R\$ 7 bilhões, mas este apenas no Brasil, já está sendo aplicado e terá seu primeiro produto lançado em 2023, quando chegará às ruas o Polo Track, veículo de entrada montado sobre a plataforma MQB em Taubaté, SP.

O Polo Track será o primeiro de uma nova família de veículos compactos, segundo o presidente da VW América Latina, Pablo Di Si, que não se estendeu em comentários a respeito. Deixou transparecer, porém, que esta família chega para substituir os atuais Gol, Saveiro e Voyage, os anciãos BX, que deixarão as linhas por não se adequarem às novas legislações de segurança e de emissões que entrarão em vigor nos próximos anos (veja box).

"O carro compacto terá mais conteúdo e, por isso, ficará mais caro. É um segmento que deverá reduzir sua participação mas ainda manterá volume importante nos próximos anos. E a nova família, produzida sobre a MQB, será mais segura e oferecerá mais tecnologia."

O desenvolvimento e a produção de uma nova família de modelos compactos não será apenas o foco do novo ciclo. Boa parte do dinheiro será aplicada no que Di Si considera geração de conhecimento para o País: o desenvolvimento de novidades digitais, como uma nova geração do sistema de infotainment VW Play, e em pesquisas com biocombustíveis, dentro do Centro de Pesquisa e Desenvolvimento para Biocombustíveis, que tem sua sede aqui.

A decisão sobre o novo ciclo, e o seu anúncio, só foram possíveis, segundo o presidente, por causa do retorno à lucratividade da região. Ele garante, porém, que todo o investimento será custeado pela própria VW SAM, que buscará financiamentos locais, citando o BNDES como potencial parceiro: "Hoje a Volkswagen é

Volkswagen abre o cofre



Divulgação/VW

Novo plano de investimento de R\$ 7 bilhões pelos próximos cinco anos terá outros focos além de apenas novos produtos – e a nacionalização de peças está nesta lista.

uma empresa sustentável. A virada para a lucratividade não ocorreu em uma só área. Oferecemos hoje bons produtos, com um bom mix, produzimos mais peças localmente e fizemos acordos importantes com os sindicatos”.

Localizar peças será outro ponto de atenção nos próximos anos, segundo Di Si, que não quer mais conviver com instabilidades como a crise dos semicondutores. Para ele um produto, para ser competitivo, precisa ter componentes com produção local, o que garante esta competitividade

de durante todo o ciclo, minimizando os riscos das oscilações cambiais e outros fatores externos.

O presidente da VW justificou também o fato de este plano de R\$ 7 bilhões, mesmo valor do anterior, abranger toda a região, enquanto o que o antecedeu era só para o Brasil. Segundo ele, à época, a Volkswagen precisava renovar todo o seu portfólio: “Partimos de zero para cinco SUVs, fizemos mais de vinte lançamentos. Agora o foco não está tanto em produto, embora tenhamos novidades: nosso direcionamento está no conhecimento, na digitalização, nos biocombustíveis”.

O desenvolvimento da tecnologia híbrido flex faz parte dos R\$ 7 bilhões em investimento prometido pela Volkswagen para a América Latina até 2026. Será, segundo o presidente Pablo Di Si, uma “jabuticaba para exportação”: atenderá também a outros países que, como o Brasil, terão transição mais vagarosa para os veículos elétricos.

Ele não deu prazo para o lançamento da tecnologia, mas calculou ser algo para depois do Polo Track, prometido para 2023. A visão é maior do que simplesmente



atender ao mercado brasileiro: "Por aqui temos o etanol, outros mercados têm outros combustíveis. Os híbridos flex podem, também, por exemplo, ser abastecidos com gasolina".

Di Si segue defendendo o maior aproveitamento dos biocombustíveis em mercados nos quais os elétricos chegarão com menor velocidade. Segundo ele ainda há muito o que fazer com relação aos com-

bustíveis renováveis, inclusive as células de combustível, outro projeto sobre o qual se debruçarão os engenheiros do Centro de Pesquisa e Desenvolvimento de Biocombustíveis que a Volkswagen constrói em São Bernardo do Campo, SP.

"Somos a única empresa a ter um centro de desenvolvimento do gênero. Queremos levar o híbrido flex daqui para o mundo." ■

O começo do fim do Gol

A produção do Volkswagen Gol em Taubaté, SP, parece estar com os dias contados. O presidente Pablo Di Si não decretou com todas as palavras sua extinção, mas deixou no ar a possibilidade de o hatch, por 26 anos o modelo mais vendido no mercado brasileiro, ter o mesmo destino que outros modelos clássicos da marca, como o Fusca e a Brasília. O executivo garantiu sua produção em 2022, mas a chegada do Polo Track, um ano depois, deverá alterar os planos com relação à faixa de entrada no mercado. Com as novas legislações a produção do Gol atual ficaria inviável, pois seria preciso adicionar tecnologias e itens de segurança que a plataforma atual não comporta. "O Gol é um ícone. Estamos passando por um processo de assimilar que nossa estratégia, no futuro, é a plataforma MQB", disse o executivo na entrevista coletiva de anúncio do investimento de R\$ 7 bilhões na região até 2026. "Os carros da categoria do Gol estão subindo um degrau. Nosso desafio agora será comunicar isso aos



nossos clientes históricos." Para bom entendedor é o suficiente.

As mudanças nas legislações de segurança e emissões já fizeram duas vítimas VW este ano: o Up! deixou de ser produzido em Taubaté, SP, e o Fox se despediu do mercado após dezoito anos de produção em São José dos Pinhais, PR, abrindo mais espaço para o T-Cross, agora o único modelo produzido ali.

Embora esteja longe de seu desempenho no passado o VW Gol ainda demonstra fôlego no mercado. Em outubro foi o

décimo mais vendido do País, com 5 mil emplacamentos, repetindo a mesma posição registrada no acumulado do ano, com ao todo 51 mil unidades comercializadas. É, ainda, o Volkswagen mais vendido no mercado brasileiro, mesmo que por uma diferença ínfima, de dezenas de emplacamentos, para o T-Cross.

Mas no caso do Gol, segundo dados da Fenabrave, as vendas diretas respondem por quase 68% do total de 2021, enquanto para o T-Cross representam um pouco menos da metade.



Parabéns Honda pelos 50 anos de presença no Brasil,
anos esses marcados por grandes conquistas
e merecido sucesso!

A nossa sincera homenagem a todas as pessoas que
contribuíram e também aquelas que continuam
contribuindo para o sucesso desta grande Empresa.



www.scorpios.com.br

Reposição em alta

Aumento dos serviços de manutenção pela pandemia, novos sistemas de e-commerce e envelhecimento da frota animam o segmento de aftermarket

O mercado brasileiro de autopeças de reposição está vivendo um momento efervescente. Depois de encerrar 2020 em estabilidade ante 2019 – com uma queda marginal de 0,16%, segundo números do Sindipeças – o avanço neste ano está se mostrando notável: seu o faturamento cresceu 46% no acumulado do ano até setembro, último dado disponível.

A metodologia do Sindipeças utiliza como base de cálculo média móvel trimestral obtida a partir de informações de 42 empresas que atuam no segmento, atendendo as linhas leve e pesada.

Na linha leve o avanço é maior, de 57%, enquanto os negócios do segmento para a linha pesada avançaram menos, 25%. No ano passado a linha leve encerrou em alta muito leve, de 0,5% ante 2019, enquanto a pesada fechou em baixa de 1,3%.

Ainda de acordo com os dados do Sindipeças o segmento de reposição respondeu, em setembro, por fatia de 14,8% do faturamento total das empresas de autopeças. É uma redução de quase 2 pontos percentuais ante o mesmo mês de 2020, de 16,7%. O melhor índice desde ano foi registrado em janeiro, 17,3%, e desde março se mantém estável na faixa de 15%.

O fornecimento OEM, para montadoras, responde pela maior fatia do faturamento do setor, com folga: em setembro, 66%.

As exportações ficaram com 15,2% e as operações intrasetoriais com 3,8%.

O segmento da reposição, assim, está, em 2021, um pouco abaixo da recente média histórica: desde 2015 sua participação no total do faturamento das autopeças está na faixa de 18%. Quem roubou alguns pontos percentuais foi a exportação, em cenário favorável dada a atual taxa do dólar: cresceu de 15% em 2013 para 19% no ano passado.

IDADE MÉDIA CRESCE

O segmento da reposição, de qualquer forma, deve continuar a representar uma parcela importante dos negócios e tende a, no mínimo, retomar sua fatia histórica recente. Isso porque a idade média da frota brasileira – pouco mais de 46 milhões de veículos – tem avançado nitidamente.

Na soma geral de todos os segmentos, incluindo motos, a idade média da frota nacional fechou o ano passado em 10 anos. Em 2013 era de 8 anos e 5 meses, e de lá para cá só aumentou.

Por segmento os mais antigos na média são os caminhões, com 11 anos e 10 meses – em 2013, 9 anos e 6 meses. Depois vem os ônibus, 10 anos e 9 meses, os automóveis, 10 anos e 2 meses, os comerciais leves, 8 anos e 5 meses, e as motos, 8 anos e 4 meses.

Em todas as faixas observou-se enve-

lhecimento da frota desde 2013. Os números são do Sindipeças.

Ainda de acordo com a associação, da frota total 24% têm idade média de até 5 anos, ou seja, cerca de 11,2 milhões de veículos. Outros 58% têm idade de 6 a 15 anos, representando o maior volume, 26,8 milhões de veículos. E 18% já somam idade média acima de 16 anos.

Além destes números relevantes, que devem manter a tendência registrada nos últimos anos dado o forte aumento dos preços dos 0 KM e a clara caminhada rumo à maior oferta de veículos de maior valor agregado e desinteresse nos segmentos mais de entrada, outro fator promete impulsionar ainda mais o segmento de reposição: o comércio eletrônico.

O avanço ganhou corpo durante a pandemia no ano passado, graças ao fechamento do varejo físico. De acordo com Roberto Fantoni, consultor da McKinsey,

em recente evento do setor de autopeças, "os canais digitais foram aprimorados e, principalmente, assimilados pelo consumidor, que passou a comprar mais produtos via internet".

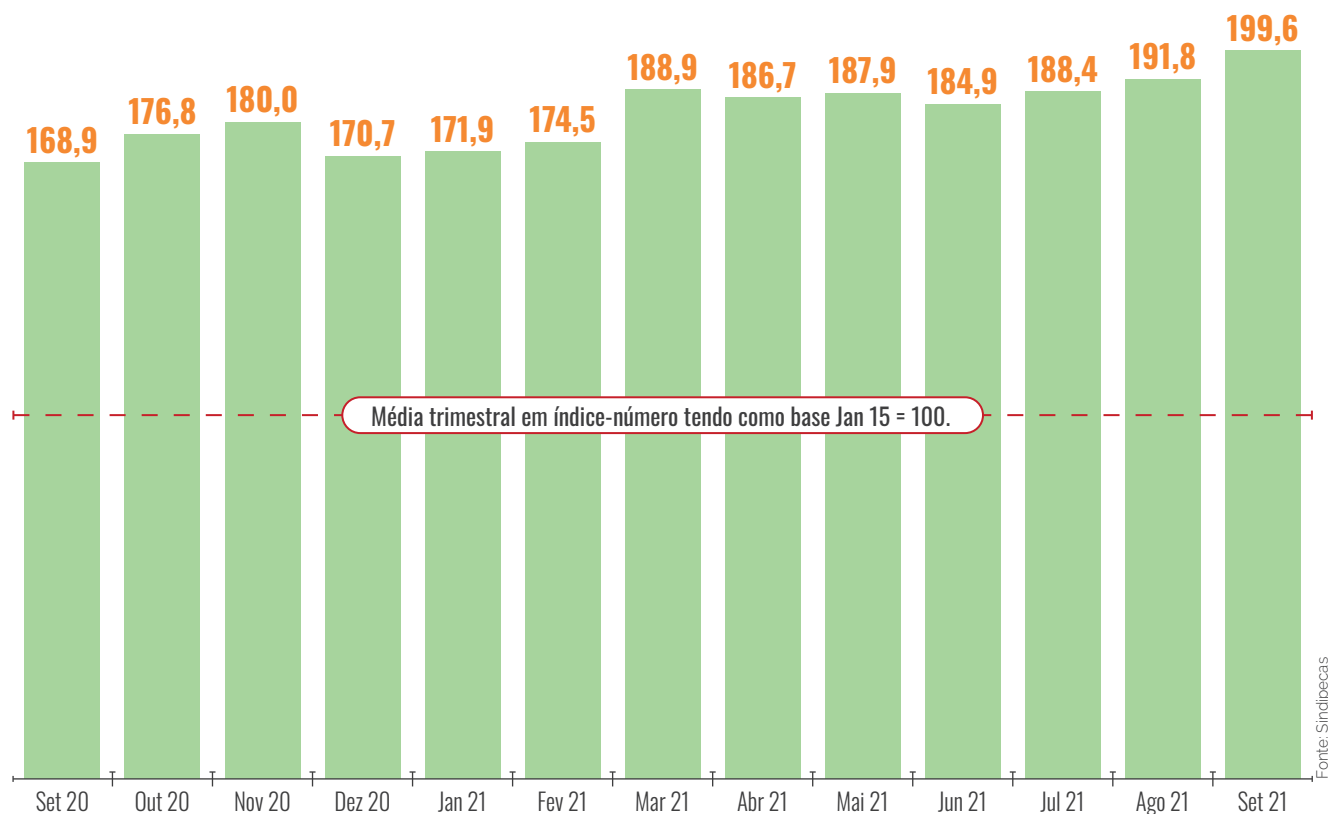
Para Delfim Calixto, vice-presidente de aftermarket da Bosch, "o e-commerce de partes e peças é um caminho sem volta. As principais empresas do setor deverão direcionar investimentos na ampliação do alcance das ferramentas online".

A Bosch prevê crescer 12% na reposição em 2021, índice que se somará à alta já registrada no ano passado, de 8%.

O executivo conta que "diante da redução da disponibilidade e do uso de transporte público [por causa da pandemia] quem tinha carro passou a usá-lo mais, o que gerou mais manutenção. O mercado está com muitas oportunidades, demanda alta e o estoque não para".

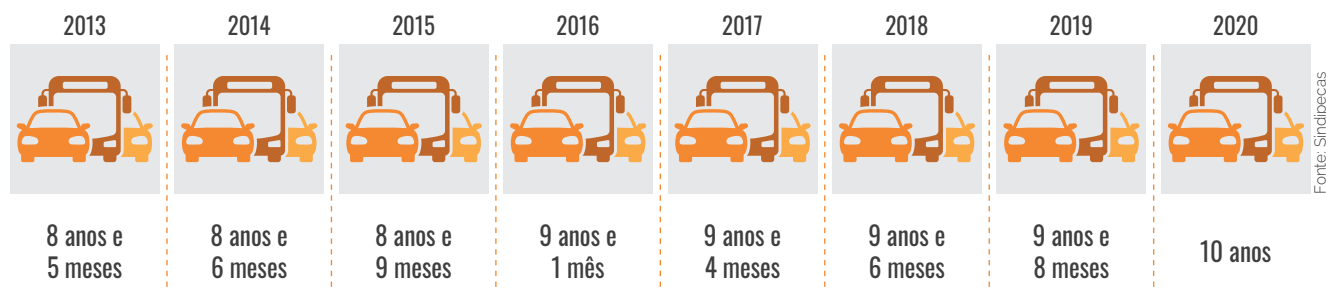
Além de investir em plataformas di-

Faturamento nominal do mercado de reposição



Idade média da frota brasileira

Automóveis, comerciais leves, caminhões, ônibus e motocicletas



gitais como o Mercado Livre a empresa aplicará cerca de R\$ 40 milhões até 2028 na sua própria rede de serviços de manutenção, a Bosch Service. A ideia é chegar a 1,8 mil oficinas na América Latina – hoje são 1,4 mil no Brasil, sendo 950 Bosch Car Service e 390 Bosch Truck Service, além de casas especializadas em sistemas de direção para pesados. O gerente da rede de oficinas Bosch Service, André Astini, calcula que o investimento em uma unidade, se construída do zero, pode chegar a R\$ 700 mil, mas se a oficina já existir e apenas sofrer adaptação para os padrões da rede o custo pode cair para algo em torno de R\$ 20 mil.

Na mesma linha foi lançada recentemente a Bosch Car Service Express, para serviços rápidos como troca de filtro, pastilha e bateria.

Quem também comemora resultados colhidos na reposição é a Meritor: crescimento de 160% no mercado de reposição nos últimos cinco anos, sendo que em 2020 houve expansão de 34% e de 63% no primeiro semestre deste ano.

Gerson Backrany, gerente nacional de vendas do mercado de reposição da Meritor América do Sul, projeta resultado final para 2021 em avanço de 25% a 30% – a redução ante a primeira metade do ano é justificada pela base de comparação menor dado o período mais ativo da pandemia e suas consequências.

ATÉ NAS MONTADORAS

Até mesmo as fábricas de veículos não querem perder a possibilidade de operar com maior fôlego no e-commerce de peças de reposição.

Um exemplo é o da SDLG, que produz máquinas de construção em Pederneiras, SP, dentro da fábrica da Volvo CE, sua controladora.

Desde maio a empresa realiza operação comercial via internet com oferta de componentes para escavadeiras e carregadeiras. Diz Daniel Campos, gerente de pós-venda, que “afora a pandemia precisávamos consolidar nossa rede de distribuição para criar um canal de vendas online. Também foi um pedido dos clientes, uma vez que eles operam em regiões remotas e precisam que as peças estejam disponíveis”.

Outro caso é o da Iveco, que também optou por criar uma loja própria dentro do Mercado Livre.

Seu diretor de marketing de pós-venda, José Queiroz, observa que “esta nova experiência de negócio chega em momento em que temos um aumento expressivo da demanda no comércio eletrônico. Nós nos comprometemos a continuar atendendo com a mesma excelência e qualidade da rede e aprimorar, constantemente, a oferta de componentes para suprir as demandas dos consumidores que buscam as compras on-line por maior praticidade”. ■



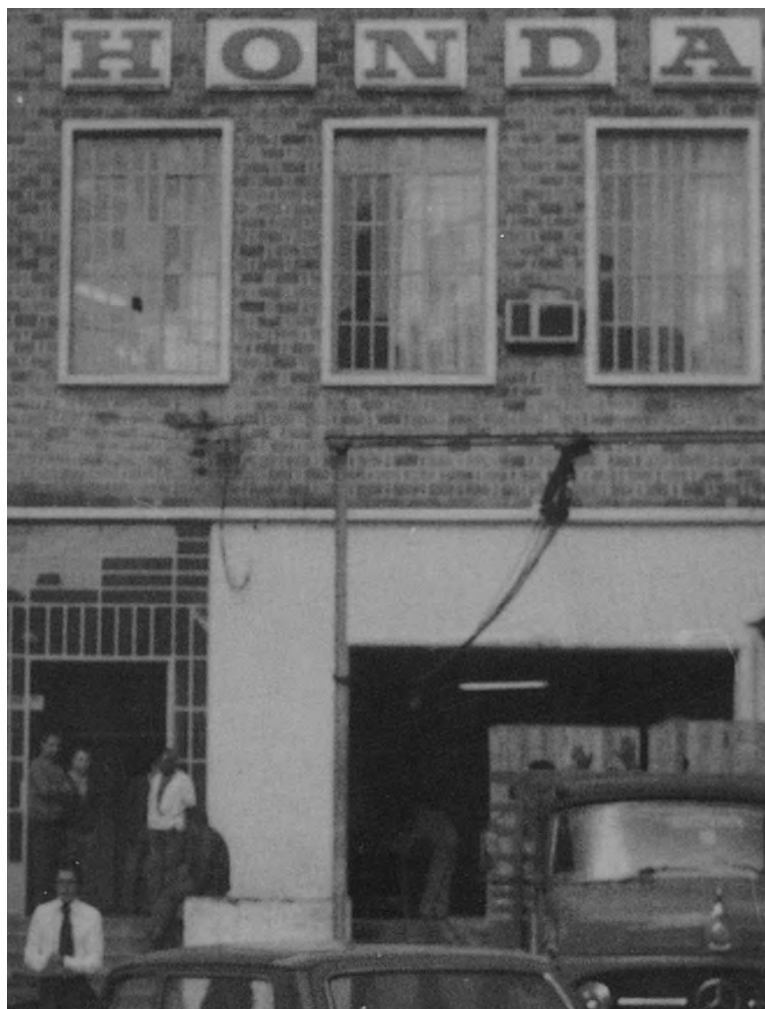
PARABÉNS HONDA, PELOS 50 ANOS DE BRASIL!

A Honda é líder e pioneira no segmento de motos, e vem transformando o mercado automotivo com uma cultura de produção baseada em inovação e sustentabilidade.

É uma realização fazer parte dessa trajetória de sucesso.

UMA HOMENAGEM DA AXALTA
PARA UMA DAS MAIORES
MONTADORAS DO BRASIL.





Meio século de Honda no Brasil

Linha de produtos da empresa por aqui hoje é tão vasta que vai de cortador de grama a avião executivo

Contando os dias para o lançamento do novo City, agendado para o fim de novembro e que contará com inédita versão hatch, a Honda comemora também 50 anos de Brasil.

Tudo começou em 26 de outubro de 1971, com a inauguração de um pequeno escritório no bairro da Pompéia, na Zona Oeste de São Paulo, Capital, dedicado à importação e à distribuição de motocicletas importadas do Japão. As primeiras unidades desembarcaram no porto de Santos, SP.

Percebendo que as motos tiveram boa aceitação no Brasil e que aquele era bom negócio o passo seguinte foi construir uma fábrica. Foi inaugurada em 1976 em Manaus, AM, produzindo a clássica CG 125.

"Quando a Honda foi instalada no Brasil iniciou-se um extenso programa de desen-

volvimento local", recorda Issao Mizoguchi, atual conselheiro executivo da Honda South America e o primeiro brasileiro nomeado CEO da empresa na América do Sul, cargo que ocupou de abril de 2014 até este março. "Além da construção de uma fábrica e da atividade fabril em si houve capacitação de profissionais e aprimoramento conjunto com a cadeia de fornecimento, contribuindo para o incremento socioeconômico de toda região."

Julio Koga, vice-presidente industrial da Moto Honda da Amazônia, diz que hoje a unidade "é a mais verticalizada em produção de motos Honda no mundo, além de ser uma das maiores do Polo Industrial de Manaus e um dos centros de produção mais representativo das Américas". Ali são fabricados desde embalagens metálicas, moldes, ferramentas e tubos estruturais



Linha do tempo da Honda no Brasil

até diversos componentes das motos, como escapamentos, rodas, guidões, chassis e outras peças.

Em Manaus desde 2001 também são produzidos os chamados produtos de força: são dois modelos de motores estacionários e três de motobombas. Há ainda a importação de roçadeiras, geradores e cortadores de grama.

EM 1992, AUTOMÓVEIS

Apesar de planejar sua entrada também no mercado de automóveis praticamente desde o início da operação local o primeiro passo nesse sentido veio só em 1992: o mesmo porto de Santos que recebeu as primeiras motocicletas Honda viu chegar o primeiro automóvel importado oficialmente por aqui, o Accord.

Em caminho semelhante ao percorrido pelos produtos de duas rodas cinco anos depois começava a produção de automóveis Honda no Brasil, desta vez com o Civic, em Sumaré, SP – a empresa já possuía o terreno desde os anos 70.



Divulgação/Honda

- 1971** Início das atividades da Honda Motor do Brasil Ltda., responsável pela importação e distribuição de motocicletas
- 1973** Início da importação e distribuição de produtos de força
- 1976** Inaugurada a fábrica de motos em Manaus, AM, com produção da CG 125
- 1981** Produção da CG 125 a álcool e início das atividades de consórcio
- 1987** Início das atividades de seguros
- 1992** Início das importações de automóveis, com o Accord
- 1997** Inauguração da fábrica de automóveis em Sumaré, SP, com produção do Civic
- 1998** Inauguração do Centro Educacional de Trânsito Honda, em Indaiatuba, SP
- 2000** Fundação do Banco Honda
- 2006** Inauguração do centro de distribuição de peças e o segundo Centro Educacional de Trânsito Honda, ambos em Recife, PE
- 2008** Inauguração da área de motores em Sumaré, SP
- 2013** Inauguração da terceira unidade do Centro Educacional de Trânsito Honda e do novo Centro de Desenvolvimento e Tecnologia de motocicletas, ambos em Manaus, AM
- 2014** Inauguração do parque eólico Honda Energy em Xangri-Lá, RS, e do Centro de Pesquisa e Desenvolvimento de automóveis em Sumaré, SP
- 2015** Inauguração da nova sede da Honda South America, em Sumaré, SP
- 2019** Inauguração da fábrica de automóveis de Itirapina, SP
- 2020** Marco de 25 milhões de motocicletas e 2 milhões de automóveis produzidos no Brasil

O começo foi relativamente tímido, com produção de vinte unidades ao dia. Com o tempo a unidade foi sendo expandida, incluindo, em 2008, área de motores, onde ocorre fundição e usinagem dos blocos e cabeçotes.

Em 2019, depois de um hiato causado pela crise de mercado registrada nos exercícios anteriores, a Honda inaugurou a fábrica de Itirapina, também no Interior paulista, para onde transfere toda a produção de automóveis.



Desde então foram mais de 2 milhões de automóveis fabricados por aqui.

A empresa conta ainda com outras ramificações: Consórcio Honda, responsável por entregar mais de 6 milhões de veículos, somados motocicletas e automóveis, desde 1981, corretora de seguros e banco.

A rede de concessionárias conta hoje com 1,3 mil pontos de venda no Brasil, auxiliada por três depósitos de distribuição de peças: Sumaré, Jaboatão dos Guararapes, PE, e Manaus, AM.

Para Marcelo Langrafe, diretor de peças e serviços pós-vendas, "a qualidade do serviço pós-vendas e a oferta de peças de reposição são aspectos fundamentais para a satisfação plena do cliente. A filosofia da marca é estabelecer relacionamentos duradouros com base em confiança".

ATÉ AVIÕES

Desde 2015 outra área da Honda funciona no Brasil: a HondaJet, que comercializa um jato executivo fabricado pela Honda Aircraft Company nos Estados Uni-



Seu leão pode colorir a vida de muitas crianças

Até
30 de
dezembro
de 2021

Doe seu Imposto de Renda para o Hospital Pequeno Príncipe



No Brasil, apenas 3,15% do potencial de doação de IR da população foi destinado para instituições filantrópicas em 2020. Isso representa mais de R\$ 7,7 bilhões que poderiam impactar o cenário da saúde no país.

E você, ao destinar até 6% do seu Imposto de Renda para os projetos do maior hospital pediátrico do Brasil, pode contribuir para mudar essa realidade, de forma fácil e sem custos.

Ajude a transformar a vida de milhares de crianças e adolescentes. Acesse doepequenoprincipe.org.br, simule seu potencial de doação, preencha o formulário e solicite seu boleto.

Contamos com você!

(41) 2108-3886 [WhatsApp icon] (41) 99962-4461

doepequenoprincipe.org.br



HOSPITAL
pequeno
PRÍNCIPE

dos. A operação conta com representante local, a Lider Aviação.

E um ano antes, 2014, a empresa inaugurou um parque eólico em Xangri-Lá, RS, que produz energia para abastecer as unidades produtivas de automóveis. A Honda ainda mantém uma RPPN, Reserva Particular do Patrimônio Natural, em Manaus, com 16 hectares de mata preservada, e três centros educacionais de trânsito que, juntos, alcançaram mais de 350 mil

pessoas em ações de conscientização.

De acordo com Atsushi Fujimoto, presidente da Honda South America, "estas iniciativas estão alinhadas às metas globais da Honda de atingir a neutralidade de carbono para todos os produtos e atividades corporativas em que a empresa está envolvida até 2050, assim como a de zerar os acidentes fatais de trânsito envolvendo automóveis e motocicletas da marca no mesmo ano". ■

Os loucos anos 70 na comunicação corporativa

Aniversários são excelentes oportunidades para revisar materiais antigos e de época e, por meio deles, observar como também as empresas, além das próprias pessoas, acompanham os movimentos e as tendências de cada período, bem como suas particularidades e peculiaridades.

A Honda não foge à regra. Nos anos 70, portanto logo quando de sua chegada ao País, a fabricante editava o jornal Por Dentro da Honda, dedicado a seus funcionários e à rede de concessionários. O número 1 foi publicado em 1973.

A edição de número 24, de setembro de 1975, mostra exemplarmente como a comunicação corporativa era então fortemente influenciada pela realidade daquela época. Uma das principais manchetes da publicação apontava: "Conheça alguns brotos do departamento de peças": "Gladys Regina é paulista, tem 18 anos, solteirinha, mora no Bairro Cerqueira César...", "Ilda é mais uma paulista, solteira também, conta com 23



primaveras, mora no Jaguaré, não fornece seu telefone..." e por aí vai.

Havia uma seção dedicada a entrevistas com o pessoal que trabalhava na Honda na época. Na citada edição o personagem foi Sérgio Duarte, então responsável pelo departamento de imprensa – e muitos anos depois um dos fundadores desta revista **AutoData** –, tratado por seu apelido, Bigó. Trecho publicado: "– Bigó, um 'malho' em três coisas aqui dentro que em sua opinião poderiam melhorar?

– Em primeiro lugar a estrutura administrativa, um tanto estranha nessa fase transitória da empresa, em segundo lugar o depto. de imprensa, que sofre com falta de pessoal, e em terceiro (desculpe, mas foi você quem perguntou) esse jornal...

– Cretino... Três coisas que o irritam, de um modo geral?

– Trabalho mal pensado, falsidade no campo profissional e falta de entusiasmo.

– Bom, agora você pode elogiar pelo menos uma coisa aqui da Honda?

– Em tempo de 'puxadinha', mas incontestável, os dois homens mais incríveis aqui da Honda: Tanaka e Iida. A força de trabalho e a capacidade de decisão são de fazer inveja a qualquer um..."

No editorial, que celebrava a vigésima-quarta edição do jornal, o título apontava: "2 anos de jornalismo amador". É para fazer qualquer responsável por comunicação corporativa em uma montadora hoje, 46 anos depois, desmaiar de nervoso. Mas, ali, tudo bem: eram os loucos anos 70...

FIAT

PULSE



**SEGURANÇA
COM O ALERTA
DE SAÍDA
DE PISTA.**



**PERFORMANCE
COM O MOTOR
TURBO 200 FLEX.**



**CHEGOU O FIAT PULSE.
O SUV QUE PULSA COM VOCÊ.**



NO TRÂNSITO, SUA RESPONSABILIDADE SALVA VIDAS.



MONTE O SEU.

Mais crescimento e muita competição



Tão logo depositaram seu voto na urna, em 3 de outubro, concessionários Ford de todo o Brasil passaram em casa, pegaram as malas e passaporte e, acompanhados das esposas, embarcaram para Lisboa, Portugal.

Foram conhecer de perto o Fiesta e o Mondeo, os dois modelos que a ainda Divisão Ford da Autolatina apresenta neste Salão do Automóvel e começa a importar até o final do ano.

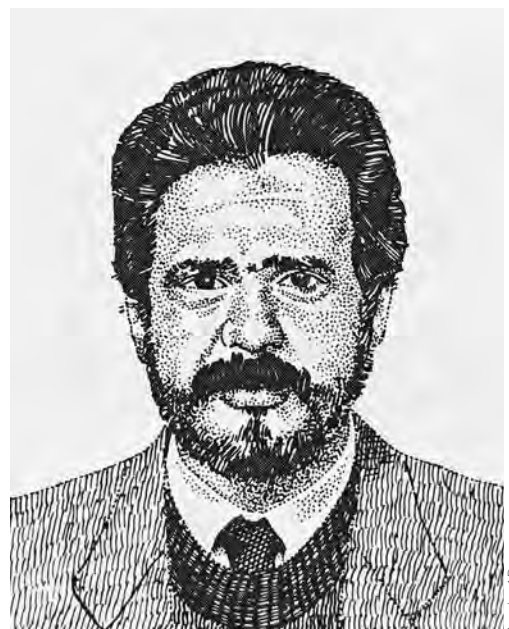
E foram, sobretudo, saber do presidente Udo Kruse e de gente importante de Dearborn, que já os esperavam, o que deve ser feito daqui para a frente para que, já em 1995, devidamente apoiada nos novos produtos, a rede e companhia possam recuperar pelo menos parte do terreno perdido nos últimos anos.

META

No meio da manhã de terça-feira, 4, pouco antes de embarcar para Lisboa, Ricardo Strunz, diretor adjunto de vendas e marketing, antecipou a meta que os concessionários conheceriam em Portugal: dominar, já no próximo ano, uma fatia da ordem de pelo menos 17% do mercado doméstico, cinco pontos percentuais acima do que deve ser obtido este ano.

“A rede vai ser informada de que não temos qualquer limitação de oferta do Fiesta, e que vamos trazer tudo o que eles conseguirem vender”, disse.

Para uma empresa que estava praticamente fora do segmento A, o que mais tem crescido no Brasil nos últimos dois anos,



Arquivo AD

poder contar com o Fiesta em quantidade ilimitada é um trunfo capaz, de fato, de fazer a rede alcançar a meta.

Não fosse por uma pequena, porém importante e incômoda, constatação: todas as montadoras e também os importadores declaram ter razões concretas para acreditar que seus respectivos trunfos são mais que suficientes para lhes permitir aumentar, ou no mínimo manter, o tamanho de sua fatia em 1995.

PREVISÕES

Ao abrir a primeira entrevista coletiva que concedeu como diretor comercial da Mercedes-Benz, no final de setembro, no estande da empresa na Expobus, em



Reprodução na íntegra de texto de **AutoData** publicado em outubro de 1994

São Paulo, Roberto Bógus brincou com os jornalistas presentes:

"Se vocês somarem as previsões de participação de todas as empresas, vão chegar a um mercado cujo tamanho é 130%", disse ele, em tom de brincadeira. "Podem esquecer todas as outras previsões porque os únicos números verdadeiros são os nossos."

Bógus errou. A soma das previsões individuais de participação no mercado em 1995 até ultrapassa esses 130%.

E em muito.

Forma um bolo cujo tamanho total teria de ser de quase 200%.

É isso mesmo sem contar a própria Mercedes-Benz, cujo presidente, Rolf Eckrodt, tal como já fizera em outubro do ano passado, optou por deixar para dezembro a divulgação dos números oficiais com os quais a empresa trabalha.

Tanto no caso dos automóveis, quanto no de caminhões e ônibus, fica evidente que, em todos os segmentos, a marca registrada do próximo ano será uma grande competição.

De longe, a maior competição jamais vista neste setor no Brasil.

Essa provavelmente não será, porém, a única marcada registrada de 1995 – ano que, aliás, promete ser repleto de novidades.

Há quem acredite que a presença dos importados, por exemplo, deverá saltar dos 8% desse para algo próximo de 20%, com as próprias montadoras respondendo pela maior parte desse incremento.

Por outro lado, é do próprio Emilio Julianelli, presidente da Abeiva, associação que representa os importadores sem fábricas instaladas no País, a previsão de que 1995 possivelmente marcará a passagem de uma, talvez duas, das empresas associadas à sua entidade para a Anfavea, a associação das montadoras que já produzem no Brasil.

INFORMAÇÕES

Será, também, o ano que marcará o início efetivo do processo de separação, dentro da Autolatina, das áreas tidas como estratégicas e que poderiam implicar na indesejável passagem antecipada de informações da Ford para a Volkswagen e vice-versa.

Um ano que poderá ser caracterizado, ainda, pela adoção de nova posição estratégica da General Motors no Brasil, com vistas a alcançar, ainda que com um ano de atraso, 30% da participação no mercado brasileiro pretendida por seu presidente, Mark Hogan.

RECORDES

Será, além de tudo, a julgar pelos números preliminares com os quais todos estão trabalhando, um ano marcado por novos recordes. Recordes de produção, de importações, de vendas domésticas e, dependendo do comportamento da economia da Argentina – que hoje tem forte participação nas vendas externas do setor – talvez até mesmo de exportações (veja box).

Tudo leva a crer que 1995 poder ser, acima de tudo, o ano da consolidação de iniciativas como as que foram tomadas pela Scania em meados deste ano, de substituir gradativamente a linha de montagem tradicional por células de produção que possibilitam a participação bem maior dos funcionários nas decisões.

Tudo a partir de negociações prévias com os trabalhadores e seus sindicatos, num processo que foi definido por Mauro Marcondes, diretor da empresa, como "um grande passo, um grande avanço".

As perspectivas parecem permitir, em síntese, uma boa dose de otimismo com relação ao próximo ano. Mas a prudência recomenda não descuidar de algumas nuvens que insistem em permanecer no horizonte, como é o caso do descompasso da oferta com a demanda nos populares, que ainda gera a cobrança de um sobrepreço tido como inaceitável pelo governo, hoje empenhado no sucesso plano de estabilização econômica.

PRUDÊNCIA

É uma situação que, se não resolvida rapidamente pelas montadoras, por certo poderá levar a uma redução ainda maior das alíquotas de importação de acordo com advertências do governo.

A prudência igualmente recomenda maior cuidado nas relações com o setor de autopeças, um parceiro incondicional em toda a fase inicial do ciclo de modernização hoje atravessado pelo setor mas que, agora, começa a emitir sinais de que sua taxa de contribuição ao processo pode estar próxima do limite.

E aos consumidores, de qualquer forma, a quem certamente caberá, em 1995, o maior de todos os dilemas.

O maior e também o melhor.

O dilema de ter que escolher sue automóvel, caminhão, ônibus entre dezenas de marcas e centenas de modelos em oferta. Todos de primeiro mundo.

Sem qualquer traço de semelhança com uma carroça. ■

Fatia dos importados aumentará

Por S. Stéfani

A falta de um melhor conhecimento acerca de quais serão, exatamente, as diretrizes do novo governo impede que haja consenso sobre o desempenho que pode ser esperado do setor automobilístico em 1995. Todas as montadoras trabalham, contudo, com a projeção de que as vendas do setor deverão apresentar um crescimento mínimo de 10% a 15%, tanto na área de automóveis quanto na de veículos comerciais, caminhões e ônibus. O que varia, no caso, é a

expectativa de cada uma com relação ao máximo que poderá ser alcançado. Há quem aposte em 15%. Mas há também, quem arrisque previsões de 20%, 25% e até de 30%.

Ao prever um crescimento mínimo de 10%, vale ressaltar, todos já levam em consideração a hipótese, tida como mais provável, de que o novo governo tenderá a manter a economia nas rédeas curtas, como forma de evitar a retomada da inflação via descompasso da demanda com a capacidade de oferta. Ou seja, há o sentimento generalizado, no setor, de que a demanda reprimida é, hoje,

tão marcante que as vendas domésticas crescerão, no próximo ano, por mais que o governo mantenha as taxas de juros elevadas e o crédito limitado.

Também é relativamente comum, entre os executivos do primeiro escalão do setor, a impressão de que os automóveis importados deverão ficar com pelo menos a metade, senão a maior parte, do crescimento das vendas que será registrado em 1995. As vendas domésticas, em síntese, possivelmente apresentarão crescimento razoável no próximo ano. Mas a produção, nem tanto.

AUTO DATA

Empresarial

60

BECOMEX

Estratégia fiscal e colaborativa viabiliza a eletromobilidade no Brasil

62

CHEMOURS

Inovações permitem fortalecimento de tendências como motor downsizing e eletromobilidade



OPORTUNIDADES COM A ELETROMOBILIDADE NO BRASIL

Para viabilizar veículos elétricos e híbridos no País será preciso buscar estratégia fiscal e colaborativa envolvendo toda cadeia automotiva

Com grandes empresas globais aderindo em massa à Pauta ESG, a eletromobilidade passou a ser a resposta mais eficiente para tornar a indústria automotiva nacional não só mais competitiva globalmente mas, também, mais sustentável. Por isso mesmo, até 2030, grandes transformações tecnológicas serão deflagradas por montadoras, sistemistas e fabricantes de autopeças,

buscando reduzir emissões de carbono a índices próximos a zero.

Veículos elétricos ou mesmo híbridos são mais caros em função, principalmente, dos altos custos das baterias. “Aqui no Brasil, por conta das elevadas tributações, esses veículos, embora eficientes sob o ponto de vista ambiental, ficam com preços exorbitantes, o que os tornam distantes do alcance do grande público”, comenta Denys Cabral, Head de Inovação Automotiva da Becomex.

Cabral defende que é preciso que toda cadeia automotiva faça uso pleno dos incentivos fiscais disponíveis no País, especialmente os Regimes Especiais, para popularizar, ainda nesta década, o máximo possível veículos elétricos e, também, os híbridos, tecnologia com forte tendência de se expandir consideravelmente no País nos próximos anos.

Incentivos fiscais podem tornar veículos elétricos e híbridos mais populares



Denys Cabral, Head de Inovação Automotiva da Becomex



As vendas de veículos elétricos no mundo demonstram que a tendência de crescimento é irreversível. Dados da ABVE (Associação Brasileira de Veículos Elétricos) apontam que em 2010 a frota global de veículos elétricos era em torno de 17 mil unidades. Nove anos depois, em 2019, a frota ultrapassou 7,2 milhões de unidades.

A entidade projeta que, neste ano, 30 mil veículos elétricos serão emplacados só no Brasil, registrando crescimento de 52% sobre o volume emplacado no ano passado (19.745 unidades). De acordo com Cabral, “em estudo feito pela PNME – Plataforma Nacional de Mobilidade Elétrica, no cenário mais agressivo de projeções de vendas, estima-se que 35% da frota de veículos de passeio no Brasil será composta por híbridos ou elétricos até 2030”.


“Essas grandes mudanças envolvendo eletromobilidade estão ocorrendo de maneira muito rápida também aqui no Brasil e já estão impactando toda cadeia automotiva nacional. Será preciso se reinventar para não perdermos oportunidades que se abrem”, analisa Cabral.

De acordo com o executivo da Becomex, veículos mais tecnológicos demandarão maior quantidade de componentes importados tanto para suprir o mercado interno como, também, o externo. “Todo item importado sem similar no País conta com benefícios tributários e, igualmente, se for manufaturado para fins de exportação”. O grande problema, segundo estudo feito pela Becomex, é que apenas 43% desses benefícios são utilizados pela cadeia automotiva.

“Por conta da complexidade de regimes especiais como Drawback, Recof e Ex-tarifário, muitas empresas deixam de utilizá-

los e isso, por fim, eleva o ‘Custo Brasil’ encarecendo o produto no mercado interno e comprometendo substancialmente a competitividade da indústria nacional no mercado global”, alerta Cabral.

A tendência de crescimento da demanda por veículos elétricos (híbridos e 100% elétricos) no mercado nacional nos próximos anos certamente vai levar à nacionalização de muitos componentes por parte dos sistematistas e fabricantes de autopeças e, como já está acontecendo, montadoras igualmente passarão a produzir aqui seus modelos eletrificados. Outros itens mais tecnológicos, como semicondutores, por exemplo, seguirão sendo importados.

“Fazendo-se uma leitura mais acurada dessas tendências de curto, médio e longo prazo, entendemos o quanto é importante aplicar o mais urgente possível estratégia tributária colaborativa, eficiente e abrangente, envolvendo toda cadeia automotiva nacional, de modo a tornar a indústria mais competitiva tanto no mercado interno quanto, também, no externo”, finaliza Cabral. 

INOVAÇÕES DA CHEMOURS PERMITEM AVANÇO DA ELETROMOBILIDADE NO BRASIL

Parceria entre a indústria automotiva e o setor químico permite o fortalecimento de tendências como o downsizing e o desenvolvimento de veículos elétricos e híbridos

A indústria automotiva é movida pela inovação. Anualmente o setor investe na modernização de sua produção para criar veículos mais avançados com melhor desempenho, maior potência, resistência e economia além de serem cada vez mais seguros e ambientalmente amigáveis.

Para implementar cada vez mais essas ino-

vações no mercado brasileiro, a indústria automobilística conta com indústrias como a Chemours, líder global em Tecnologias de Titânio, Soluções Térmicas Especializadas, Materiais de Performance Avançada e Soluções Químicas, para desenvolver e fornecer os insumos que possibilitam que as tendências tecnológicas sejam colocadas em prática nos veículos, acompanhando a evolução do setor automotivo.

“A parceria entre a indústria química e a indústria automotiva é essencial para que carros inovadores com componentes de qualidade sejam entregues aos consumidores”, explica Diego da Silva Angelo, representante

Diego da Silva Angelo, representante
de vendas técnicas da Chemours





de vendas técnicas da Chemours. Segundo o especialista, para projetar veículos com essas novas tendências é necessário que haja o desenvolvimento de materiais que apresentem resistência e durabilidade, para evitar que o consumidor tenha futuros desconfortos.

Nesse sentido, a Chemours desenvolve materiais como o Viton™, borracha fluorada que apresenta resistência química e ao calor, que pode ser aplicada em diversas peças dos automóveis, desde juntas de cabeçote de motor, O-Rings e mangueiras de turbocompressor, até peças de vedação da bomba de combustível.

Por conta dessas características, o Viton™ é um dos componentes que contribui para a tendência do downsizing dos veículos, por exemplo. O downsizing apresenta vantagens como rendimento superior, melhores índices de consumo de combustível e a redução dos níveis de emissões de dióxido de carbono. Por consistir na diminuição do tamanho físico dos motores, os componentes precisam suportar altas temperaturas.

"Devido à combinação das propriedades de

isolamento elétrico, temperatura e resistência química, o Viton™ também é uma das principais alternativas estudadas para a aplicação em carros híbridos e elétricos, por exemplo, na aplicação de cabos automotivos de alta tensão", afirma Diego. De acordo com dados da Anfavea, as vendas de elétricos vem crescendo no Brasil. Isso porque, segundo a entidade, somente neste ano foram vendidas 26.940 unidades de veículos híbridos e elétricos até outubro, um número consideravelmente maior do que o apresentado no ano anterior inteiro, que teve 19.745 unidades comercializadas.

Além disso, outras pesquisas demonstram o interesse crescente dos brasileiros por esses tipos de veículos: um recente estudo sobre descarbonização apresentado pela Anfavea e pela consultoria BCG estima que até 2035 a venda de carros com essas tecnologias deve representar de 32% a 62% do total de vendas. "Esse panorama demonstra a importância de investir nas inovações químicas, que direcionarão o futuro do mercado automobilístico", finaliza Diego. ▶

Bridgestone: 440 milhões de pneus nacionais.

A Bridgestone celebrou a marca de 440 milhões de pneus produzidos no Brasil, em suas duas fábricas, em Santo André, SP, e Camaçari, BA. O feito ocorreu no primeiro semestre e considera a produção desde a instalação da primeira planta da companhia no Brasil, na Região do ABC, em 1940. Segundo Rioji Hirokawa, diretor executivo de manufatura da Bridgestone do Brasil, a companhia investe constantemente na equipe e nas plantas para cumprir missão de servir à sociedade com qualidade superior. Com mais de 5 mil colaboradores a empresa produz pneus para diferentes veículos e destina sua produção ao mercado nacional e de exportação para países da América Latina e para os Estados Unidos.

Caio fornecerá para ônibus elétrico

A Caio será a fornecedora da carroceria para o chassi do ônibus elétrico desenvolvido pela Mercedes-Benz no Brasil, o eO500U, encarroçado com a quarta geração do modelo Millennium, do tipo padron 4x2, com capacidade para transportar de 87 a noventa passageiros. Paulo Ruas, diretor comercial da Caio, disse que parcerias como essa com a Mercedes-Benz são importantes para oferecer as melhores soluções aos clientes e usuários. O eO500U foi apresentado em agosto, com investimento de R\$ 100 milhões, e possui autonomia de 250 quilômetros a 300 quilômetros com uma única carga, dependendo da quantidade de packs de baterias. A expectativa é a de que esse veículo seja lançado no ano que vem, quando passará a operar na cidade de São Paulo.

Bosch: três milhões de FlexStart.

Três milhões de sistemas FlexStart foram produzidos pela Bosch em Campinas, SP, nos últimos dez anos. A solução desenvolvida pela empresa sistematista substituiu a necessidade do tanquinho de gasolina para a partida a frio em veículos com motores flex, quando abastecidos com etanol. O FlexStart é composto por um distribuidor de combustível com câmaras de aquecimento e aquecedores, unidade de controle de aquecimento e um software com o plano de aquecimento. Com o sistema os veículos conseguiram, também, alcançar as regulamentações L7 e L8 do Proconve e evitaram emissões de poluentes na atmosfera.

Caterpillar exporta para Oceania

A Caterpillar avançou para mais um mercado na Oceania: Vanuatu, país formado por oitenta ilhas localizadas no Oceano Pacífico. A negociação foi fechada por um representante da montadora na região e envolveu algumas unidades da retroescavadeira Cat 416, que é a primeira exportação desse equipamento para a região. Segundo a empresa esse avanço ajudará em negociações futuras. A empresa exporta máquinas produzidas no Brasil para mais de 120 mercados.

Continental: garrafa PET na produção de pneus.

A Continental anunciou que passará a usar poliéster reprocessado, obtido a partir da reciclagem de garrafas plásticas, em sua produção de pneus já em 2022, começando pelas suas fábricas europeias. De acordo com a companhia, no entanto, ainda não há prazo para incorporar esse material aos pneus produzidos no Brasil, em Camaçari, BA. Os fios sustentáveis de poliéster das garrafas PET serão usados na construção da carcaça do pneu, com a possibilidade de substituir todo o poliéster convencional. A Otiz, especialista em fibras, foi a empresa parceira da Continental nesse projeto para desenvolver tecnologia especial de reciclagem de garrafas PET sem etapas químicas intermediárias para conseguir extrair o fio de poliéster capaz de atender aos altos requisitos mecânicos do pneu.

Volkswagen São Carlos 25 anos



Divulgação/VW

A fábrica de motores da Volkswagen completou 25 anos de sua fundação no dia 12 de outubro. Desde a inauguração, em 1996, elevou sua área construída em mais de 200% em diversas etapas de ampliação e hoje soma 87 mil m² de área construída. E já produziu mais de 12,5 milhões de motores. Lá existem linhas de usinagem de blocos, cabeçotes e virabrequins e de montagem de cabeçotes e motores. Os motores EA111 e EA211, que equipam Gol, Nivus, Polo, Taos, TCross, Tiguan e Virtus são produzidos na fábrica, que exportou, já, 450 mil unidades para o México – e algumas delas circulam nos Estados Unidos.

Tupy aumenta presença no Brasil e Europa

A Tupy iniciou, no princípio de outubro, o processo de integração das plantas fabris de componentes estruturais em ferro fundido da Teksid, subsidiária integral da Stellantis, em Betim, MG, e em Portugal. O negócio, de 67,5 milhões de euro, foi anunciado em 1º de julho. Fernando Cestari de Rizzo, CEO da

Tupy, afirmou que a aquisição "é parte de nossa estratégia de crescimento global, que visa a ampliar a oferta de produtos e serviços de alto valor agregado direcionados a bens de capital. Essa primeira etapa é fundamental para conectar as pessoas e iniciarmos o processo de troca e aprendizado".

Pirelli na Argentina

A Pirelli inaugurou em Merlo, Argentina, uma linha de produção de pneus para motocicletas com capacidade para 450 mil unidades/ano, informou o Autoblog, parceiro da Agência AutoData no país vizinho, com base em informações da Subsecretaria de Indústria do governo argentino. A produção abastecerá o crescente mercado local e parte será destinada à exportação. O investimento faz parte do plano da Pirelli de aportar US\$ 10 milhões na unidade e metade foi direcionada para a linha de motocicletas. Dali sairão 80% das especificações de pneus consumidas pelos argentinos. Segundo o governo são comercializados 1,2 milhões de pneus para motocicletas por ano e, somente este ano, a projeção é que sejam emplacadas 390 mil motocicletas.

Automec fica para 2023

A Automec, que seria realizada de forma presencial em novembro, foi adiada para 2023 e sua nova data é de 25 a 29 de abril, de acordo com informações confirmadas por sua organizadora, a RX que, em nota informou que a medida "está alinhada com as expectativas e as recomendações de entidades que apoiam o evento, patrocinadores e empresas que integram o setor". A edição 2021 estava confirmada para de 9 a 13 de novembro, no Expo Center Norte, em São Paulo, em formato presencial, inclusive com abertura de credenciamento, e em tese marcaria a retomada das grandes feiras de negócios do setor automotivo. Mas a organização optou pelo adiamento. No ano que vem estão confirmadas duas edições online, em maio e setembro.

ZM nacionaliza

A ZM investiu cerca de R\$ 500 mil para nacionalizar mancais de acionamento de motores de partida, aplicados em veículos leves e pesados. Foram desenvolvidas novas ferramentas de fundição e dispositivos de usinagem para produzir os itens em Brusque, SC, como forma de não mais depender da instabilidade de fabricação na China. "Nossa empresa já tem a cultura de uma estrutura de produção verticalizada, na qual buscamos depender minimamente de fornecedores externos", disse Alexandre Zen, CEO da ZM. "Com a pandemia não podíamos deixar nossos clientes e mercado desabastecidos, então estudamos a melhor conduta e concluímos que seria investir e agregar mais esse componente em nossa produção interna."

Toyota 25 mil híbridos flex



Divulgação/Toyota

A Toyota atingiu o marco de 25 mil veículos híbridos flex vendidos no Brasil, dois anos após o início das vendas do primeiro modelo equipado com essa tecnologia, o Corolla sedã. Desde março o modelo, produzido em Indaiatuba, SP, ganhou a companhia do Corolla Cross, que sai das linhas de Sorocaba, SP. A demanda pelas versões híbridas superou as projeções internas da Toyota, que mirava algo em torno de 15% a 20% do mix. No caso do SUV o índice já é 32%. O conjunto híbrido flex é composto por dois motores elétricos e um a combustão, que juntos reduzem em até 78% as emissões de CO₂.

Governo publica portaria que cria o MiBi

Em 17 de setembro a Secretaria Especial de Produtividade e Competitividade do Ministério da Economia publicou a portaria 9 035, que cria o Made in Brazil Integrado, ou MiBi como é conhecido na indústria. Seu nome oficial é Rede Colaborativa para Aumento da Produtividade e da Competitividade do Setor Automotivo Brasileiro e foi apresentado em março pela SAE Brasil no Seminário AutoData Megatendências 2021, quando ainda estava em formação. Tem como objetivo a busca por oportunidades de nacionalização de componentes, mas agora em seis, não mais em cinco, grupos de trabalho, liderados pelo setor privado. Aos de componentes metálicos, componentes eletroeletrônicos, conjuntos mecânicos, componentes plásticos e transmissões automáticas juntou-se o de semicondutores.

Scania investe em centro tecnológico

De olho no futuro e nas novas tecnologias, especialmente as sustentáveis, a Scania terá no ano que vem um centro de desenvolvimento tecnológico em sua sede em São Bernardo do Campo, SP. A novidade integra ciclo de investimentos de R\$ 1,4 bilhão iniciado neste ano e que vai até 2024. Conforme contou com exclusividade à Agência AutoData o presidente das operações da Scania no Brasil e na América Latina, Christopher Podgorski, o centro está em obras e começará a operar ao longo do ano que vem: "Como somos a única unidade da Scania fora da Europa que tem um braço de pesquisa e desenvolvimento, dentro desse ciclo de investimentos nós estamos construindo novo centro tecnológico em São Bernardo, no nosso site, e tem muito a ver com as novas tecnologias que vão ser introduzidas."

Yazaki inaugura em Bonito

No final de outubro, Bonito, PE, fez festa. Na cidade de pouco mais de 45 mil habitantes, localizada a 130 quilômetros da Capital, Recife, começou a operar a Yazaki, fornecedora de chicotes automotivos que tem como sua principal, e até agora única cliente, a fábrica da Stellantis, a cerca de 200 quilômetros dali. A expectativa do presidente da Yazaki para o Mercosul, Lázaro Figueiredo, é gerar, quando a fábrica estiver a todo vapor, 1,6 mil postos de trabalho na região. Por enquanto foram abertas setecentas vagas, em dois turnos, o suficiente para suprir a demanda atual da Stellantis, de cerca de 1 mil veículos/dia.

Kia adota novo nome e logotipo

A Kia relançou sua marca no Brasil como parte de seu movimento global focado em tornar-se uma empresa de mobilidade e, não, apenas, em ser uma fabricante de veículos. A primeira mudança relevante está no nome, que agora é apenas Kia, abandonando o Kia Motors Corporation, seguida por novo logotipo que fará sua estreia no mercado brasileiro ainda este ano no lançamento de um SUV híbrido, que também marcará o avanço da empresa no segmento da eletrificação.



Divulgação/Mercedes-Benz



MERCEDES-BENZ: PUCHERT, FERRAREZ, GARCIA

Achim Puchert, 42 anos, será o novo presidente para caminhões e ônibus da Mercedes-Benz da América Latina a partir de 1º. de janeiro de 2022. Ele sucede a Karl Deppen, que fará parte do Conselho de Administração da Daimler Truck AG a partir deste 1º. de dezembro, responsável por Caminhões na China, Japão e Índia. Deppen ocupava o posto desde julho de 2020. Puchert é o atual head de vendas Daimler Trucks & Buses Overseas e head de vendas internacionais, marketing e serviços ao cliente da Daimler Trucks Asia. Ele iniciou carreira na Daimler Escandinávia em 2002. Atuou nas regiões da Europa Central e Oriental, África e Ásia e na Mercedes-Benz Rússia. Em 2015 passou a chefiar as operações internacionais da Mercedes-Benz Caminhões e em 2019 e 2020 foi promovido aos cargos atuais.

Ainda na Mercedes-Benz Brasil, mudanças a partir de 1º. de dezembro para os segmentos de Automóveis, Vans e Caminhões. Jefferson Ferrarez, CEO da Mercedes-Benz Cars & Vans Brasil e Head de Marketing & Vendas MBC Brasil, irá para a área de Veículos Comerciais na Mercedes-Benz do Brasil, sucedendo Ari Gomes de Carvalho como Head de Marketing & Vendas Trucks Brasil. Carlos Garcia, atualmente Head de Vendas Mercedes-Benz Vans Middle East FZE, assumirá a posição de CEO da Mercedes-Benz Cars & Vans Brasil e Head de Marketing & Vendas MBC Brasil a partir de 1º. de janeiro de 2022.



Divulgação/Volkswagen

VW: SANCHES E KUCH

Novidades na Volkswagen do Brasil: Miguel Sanches assumirá a vice-presidência de operações para Brasil e Região SAM em 1º. de dezembro, substituindo Antônio Pires, que se aposenta; e Joern Kuch foi nomeado novo diretor de qualidade assegurada para Brasil e Região SAM, sucedendo a Jorge Paulo, nomeado head da qualidade assegurada da FAW-Volkswagen China. Sanches, 52 anos, é graduado em Engenharia de Materiais. Iniciou carreira na Autoeuropa em Portugal em 1993. Ocupou diversos cargos até a vice-presidência de produção e logística em Puebla, no México, em 2014. Em 2016 volta a Portugal promovido a head da Autoeuropa. Kuch, 53 anos, possui graduação em Engenharia Mecânica e MBA em Administração. Em 2009 chegou à VW alemã como consultor interno de Lean Management. Em 2014 foi transferido à Rússia como diretor de produção e da fábrica de motores e em 2017 passou a responsável pela qualidade central em Wolfsburg.



Divulgação/Adefa

ADEFA: GALDEANO

O presidente da Ford Argentina, Martin Galdeano, foi eleito, por unanimidade, novo presidente da Adefa, associação que representa as empresas fabricantes de veículos na Argentina. Ele ficará por um ano no cargo e terá Daniel Herrero, da Toyota e antigo presidente, como primeiro vice-presidente. Federico Ovejero, da General Motors, é o segundo vice-presidente, e Marcos Chistwer, da Iveco, o secretário. Galdeano tem 45 anos e ingressou na Ford em 1998, na tesouraria. Acumulou experiência internacional, com cargos de gerência e direção na América do Sul, Estados Unidos e Europa. Tornou-se presidente da Ford Argentina em julho do ano passado.

“Dezenas de milhares de autopeças atualmente de metal serão feitas [no futuro] de plástico criado a partir de materiais colhidos na fazenda.”

Henry Ford, em 1941

“A GM continuará investindo em veículos movidos a motores de combustão interna, que são essenciais para o fluxo de caixa da empresa e o financiamento da transição para os veículos elétricos.”

Mary Barra, CEO da General Motors

R\$ **14 bilhões**

será a perda no PIB brasileiro em 2022 devido ao aumento no preço da energia elétrica, segundo estudo da CNI, Confederação Nacional da Indústria.

“Jabuticaba também se exporta.”

Ricardo Abreu, consultor para mobilidade da Unica, ao rebater tese de que biocombustíveis são exclusividade brasileira, assim como a fruta

“Compensa vir [abastecer] na Argentina.
[A gasolina] Está metade do preço.”

Jhonatan de Oliveira, motorista, em entrevista ao G1 durante fila para abastecer em posto de combustíveis em Porto Iguaçu, na Argentina, na fronteira com o Brasil

7º.

lugar foi a posição obtida pelo Brasil no ranking de vendas globais de veículos 2020, segundo levantamento da consultoria Jato.

68%

foi o aumento das viagens de carro pelo País em setembro deste ano na comparação com o mesmo mês de 2019, segundo pesquisa do Waze.

63,5%

foi o aumento do número de consorciados de máquinas agrícolas nos últimos sete anos, de acordo com levantamento da Abac.

Para chegar aos
50 anos, trilhamos a rota
da inovação. Por esse
caminho, passaram os
nossos Automóveis,
Motocicletas, Produtos de
Força, Serviços Financeiros
e o HondaJet. É assim,
construindo as mais
diferentes soluções para as
necessidades das pessoas,
que avançaremos para o
futuro. E não vamos
sozinhos: levaremos cada
brasileiro que nos inspirou
nesse caminho.

INOVAR É O QUE
NOS MANTÉM EM MOVIMENTO.
DEVE SER POR ISSO
QUE SEMPRE CHEGAMOS
MAIS CEDO AO FUTURO.



20
21



19
71

Honda.com.br



50
ANOS

SONHOS
QUE MOVEM
GERAÇÕES

HONDA
The Power of Dreams

AUTO DATA

Os patrocinadores desta edição

