

AUTODATA

Prêmio
AUTODATA
2022
Melhores
automotivo
Empresa do Ano
Stellantis

LUIZ CARLOS MORAES
Mercedes-Benz e Anfavea
Liderança Empresarial Montadoras



Prêmio AutoData 2022

CARLOS DELICH
ZF América do Sul
Liderança Empresarial Fornecedores



NOVO POLO EM PERNAMBUCO

Stellantis cresce, atrai fornecedores e patrocina transformação econômica e social no Estado

CARROS POR ASSINATURA

Locadoras e montadoras exploram demanda por locações de longo prazo

GREAT WALL LANÇA PLANO

Fabricante nomeia concessionários e apresenta o SUV Haval H6, seu primeiro produto no Brasil

NOVA MONTANA

GM mostra a picape sem disfarces e divulga preços

BRASIL ELÉTRICO + ESG

Seminário abre debates sobre eletrificação e governança socioambiental

30 ANOS

AutoData reúne personalidades para comemorar sua história

Conheça a Nova **Volkswagen Caminhões e Ônibus.**

Agora com ainda mais eficiência,
conforto, segurança e tecnologia.



Volkswagen Caminhões e Ônibus



Volkswagen Caminhões e Ônibus



@vwcaminhoes

Acesse nosso QR code ou www.vwco.com.br e saiba mais.

Juntos salvamos vidas.



Sob medida para conectar você ao futuro.



Caminhões
Ônibus

PRÊMIO AUTODATA 2022
OS VENCEDORES

20



Foram entregues em novembro os troféus às 22 empresas vencedoras do Prêmio AutoData 2022 e anunciados os dois executivos do ano, de montadora e de fornecedor, e a Empresa do Ano.

AUTODATA 30 ANOS
TRÊS DÉCADAS EM UMA NOITE

36

AutoData comemorou seus trinta anos de circulação contando a história do setor automotivo nacional e homenageando suas personalidades.

MERCADO
ASSINATURAS DE VEÍCULOS

46

Locadoras e montadoras apostam na demanda crescente da locação de carros por longo prazo, em contratos de um a três anos.

POLO AUTOMOTIVO
DECOLAGEM EM PERNAMBUCO

58

Stellantis cresce e promove transformação econômica e social em Goiana e cidades ao redor, com adensamento da cadeia de fornecedores.

66

GREAT WALL
ESTRATÉGIA E PRODUTOS

Fabricante chinesa nomeia concessionários no Brasil, traça plano comercial e apresenta primeiro produto no País, o SUV médio Haval H6.

76

LANÇAMENTO
NOVA CHEVROLET MONTANA

Divulgação/GM

A GM apresentou sua nova picape compacta por inteiro, já deu os preços e abriu encomendas, mas entregas só começam em fevereiro.

80

SEMINÁRIO
BRASIL ELÉTRICO + ESG

Evento de AutoData abordou o desenvolvimento da eletrificação no País em combinação com práticas de governança socioambiental.

86

PRÊMIO
BMW SOCIOAMBIENTAL

Fabricante premia programas e iniciativas de responsabilidade social e ambiental de sete empresas fornecedoras do grupo no Brasil.

8

LENTES

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

12

FROM THE TOP

Luiz Carlos Moraes e Carlos Delich, os eleitos executivos do ano do Prêmio AutoData 2022.

88

GENTE & NEGÓCIOS

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

94

FIM DE PAPO

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

Nem tão ruim, nem tão bom

Por Pedro Kutney, editor

No apagar das luzes de 2022 fica a sensação dúbia: não foi tão ruim quanto se esperava, nem foi tão bom quanto poderia ser. Na economia o crescimento projetado do PIB este ano, na casa de 3%, é bem melhor do que o 0,5% esperado em janeiro passado. Dizem os economistas que o ano foi salvo pela valorização das commodities, principalmente as agrícolas, e medidas de estímulo ao consumo e à complementação de renda, fatores que não estão mais no horizonte de 2023, quando o País deverá enfrentar ventos contrários da provável recessão global e mercado interno deprimido por juros altos, renda baixa, crédito caro e restrito, famílias endividadadas e inadimplência em ascensão.

Ou seja: a expansão deste ano não foi suficiente para compensar o fraco desempenho de anos anteriores, muito menos para reduzir os índices de pobreza do País, e nos próximo doze meses não se espera nada melhor.

Na gestão o Brasil colhe os frutos da obscuridade política que dominou o cenário nos últimos quatro anos, que transformou o País em pária internacional do meio ambiente, das relações internacionais e da tragédia da covid-19 que ceifou quase 700 mil vidas. Ao menos as eleições de outubro apontaram para o fim do descalabro socioeconômico, elegendo gente mais civilizada para o Executivo, com esperança de a partir de 1º de janeiro recuperar, ao menos em parte, tudo que foi perdido.

Para o setor automotivo 2022 foi mais um ano de estagnação, prejudicado pela falta de microchips que fez o mercado recuar no primeiro trimestre para níveis de vinte anos atrás. Ainda assim as vendas domésticas fecham no patamar de 2 milhões de unidades, quase igual a 2021, o que é um milagre levando-se em consideração a renda média do brasileiro e o tiquete médio de um carro vendido no Brasil hoje: R\$ 140 mil. Vendeu-se menos por muito mais e assim só perdeu dinheiro quem não tinha produtos caros para vender.

Para 2023 o grande desafio será negociar políticas para recuperar os volumes do mercado brasileiro, o que só poderá ser feito pela parte de baixo, pois os ricos já compraram todos os carros que podiam até agora.



autodata.com.br



AutoDataEditora



autodata-editora



@autodataeditora

AUTODATA

Diretor de Redação Leandro Alves **Conselho Editorial** Isidore Nahoum, Leandro Alves, Márcio Stéfani, Pedro Stéfani, Vicente Alessi, filho **Redação** Pedro Kutney, editor **Colaboraram nesta edição** André Barros, Caio Bednarski, Fábio Arantes (fotos), Lúcia Camargo Nunes, Soraia Abreu Pedrozo, Pedro Damian, Ricardo Rollo (fotos) **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação

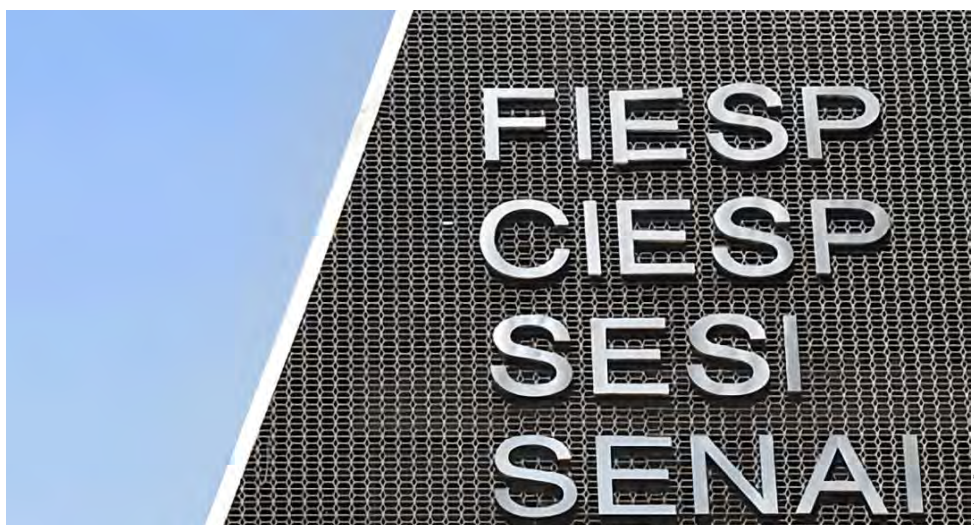
Capa Fotos Ricardo Rollo **Comercial e publicidade** tel. PABX 11 3202 2727: André Martins, Luiz Giadas e Luiz Martins **Assinaturas/atendimento ao cliente** tel. PABX 11 3202 2727 **Departamento administrativo e financeiro** Isidore Nahoum, conselheiro, Thelma Melkunas, Hidelbrando C de Oliveira, Vanessa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





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

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



Divulgação

DEIXA QUEIMAR

No instante em que a disputa política pela Fiesp alcança um inesperado segundo turno, e em alta temperatura, com o ex-presidente por quase vinte anos e patrono da chapa vencedora liderando turma grande pela destituição do presidente Josué Gomes da Silva, Anfavea e Sindipeças têm atitudes diferentes diante da sedição. Nem sempre foi assim. Eu me recordo que as duas entidades mantinham encontros constantes visando à sintonia fina de suas demandas junto à Federação e que este tipo de relação, de contato próximo, foi muito útil e produtivo em mais de uma situação. Reduzida à sua menor expressão o que detonou o movimento destituente foi manifesto coordenado pela Fiesp e que granjeou assinaturas e muitos apoios em defesa da democracia e da Justiça divulgado no início de agosto – pois houve quem nem assinou e quem definitivamente não concordou com ele. Um deles foi o ex-presidente da Fiesp, apoiador clássico da escuridão.

DEIXA QUEIMAR 2

O Sindipeças manifestou-se, por meio de sua assessoria, pela "preservação dos mandatos, legalmente conquistados e de acordo com os estatutos, e pela normalidade no cotidiano da entidade". Da Anfavea obtive manifestação extra-oficial de um de seus delegados representantes junto à Fiesp, e ex-presidente, Luiz Carlos Moraes: "Este assunto não está na pauta da Anfavea, que continua trabalhando na Fiesp nos temas prioritários da indústria: descarbonização, reforma tributária, redução do custo Brasil". Para a direção da Anfavea, aparentemente, é razoável deixar o incêndio correr solto: talvez não disponha de apaziguadores à altura da ocasião. Mas no âmbito do Sinfavea sabe-se que há quem busque e apoie posição de consenso, de conciliação e de ajustes de rumo.



Por Vicente Alessi, filho

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

BRASIL É OITAVO NO WORLD TOP TEN

A informação certamente me passou despercebida, provavelmente no primeiro trimestre, mas me chamou a atenção agora, gerada por pesquisa realizada pela GoShorty, empresa inglesa especializada em vender seguros temporários, de curto prazo, e baseados em números fornecidos pela OICA: o ranking dos países produtores de veículos referente a 2021. Nele o Brasil ocupa o oitavo lugar no Top Ten, com um total de 2 milhões 248 mil 253 unidades, das quais 1 milhão 707 mil 851 foram carros e 540 mil 402 foram comerciais leves e pesados. Veja o quadro geral:

Os números da China, que são impressionantes mesmo depois da passagem da covid 19, representam crescimento de 3% sobre o resultado de 2020 e a pesquisa acredita que cheguem a pelo menos 35 milhões, no total, em 2025. A produção estadunidense cresceu 4% e a do Japão declinou 3%. De qualquer maneira o domínio destes três países na produção mundial de veículos é notável: representa 64% a mais do que a produção somada dos outros sete países constantes na relação, 36 milhões 36 mil 389 unidades contra 20 milhões 347 mil 952 unidades. Toda a pesquisa está em <https://goshorty.co.uk/blog/motoring-production-capitals/>.

Posição	País	Carros produzidos	Veículos comerciais produzidos	Total produzido 2021
1	China	21 407 962	4 674 258	26 082 220
2	Estados Unidos	1 563 060	7 604 154	9 167 214
3	Japão	6 619 242	1 227 713	7 846 955
4	Índia	3 631 095	768 017	4 399 112
5	Coreia do Sul	3 162 727	299 677	3 462 404
6	Alemanha	3 096 165	212 527	3 308 692
7	México	708 242	2 437 411	3 145 653
8	Brasil	1 707 851	540 402	2 248 253
9	Espanha	1 662 174	435 959	2 098 133
10	Tailândia	594 690	1 091 015	1 685 705

BRASIL É OITAVO NO WORLD TOP TEN 2

Outra informação relatada pela pesquisa da GoShorty é a relação dos dez países cujos resultados, em 2021, significaram as mais altas variações da produção, para cima. Esta lista é liderada pela Argentina, que produziu 69% a mais e chegou a 434 mil 753 unidades, seguida por Indonésia, 63%, e Índia, 30%. Vêm depois Cazaquistão, Marrocos. Tailândia, África do Sul, Brasil com 12%, Portugal e Áustria.

BRASIL É OITAVO NO WORLD TOP TEN 3

E há, também, na pesquisa dados sobre os países que menos produziram veículos em 2021, uma lista que é encabeçada pela Sérvia, que produziu 9% a menos do que no ano anterior e não ultrapassou 21 mil 263 unidades. Vem depois o Egito, com 23 mil 754, e o Cazaquistão, com 92 mil 417. Os outros sete são Finlândia, Eslovênia, Áustria, Uzbequistão, Bélgica, Taiwan, e Portugal. A pesquisa avançou para os países que tiveram, na relação 2020 com 2021, as maiores quedas na produção de veículos. Esta lista é aberta pela Eslovênia, com queda de 32%, para 95 mil 797 unidades, acompanhada por Canadá, com menos 19%, e pelo Uzbequistão, com 15%. Depois vêm Alemanha, Sérvia, Espanha, Reino Unido, Romênia e República Tcheca.

BRASIL É OITAVO NO WORLD TOP TEN 4

Outro dado curioso, este relativo apenas aos 27 países que integram a União Européia, é a respeito do grau de dependência dos trabalhadores destes países de seus empregos na indústria de veículos. Os três primeiros mais dependentes são Eslováquia, 16,2%, Romênia, 15,2%, e República Tcheca, 13,8%, seguidos de Suécia, Hungria, Alemanha, Eslovênia, Espanha e Polônia. E os países menos dependentes? são Grécia, Chipre, Croácia, Dinamarca, República da Irlanda, Letônia, Lituânia, Estônia e Finlândia.

NOVO CHEVROLET BOLT EV. O FUTURO CHEGOU.

3 ANOS
DE GARANTIA

Mais que um carro 100% elétrico, o Novo Bolt EV surpreende em tudo. A maior autonomia da categoria com 459 km*, a segurança dos 10 airbags, a praticidade da câmera 360° e a potência dos 203 cv que atingem 100 km/h em 7,5 segundos. Isso sem falar no Controle de Cruzeiro Adaptativo e na exclusiva tecnologia OnStar.

ENCONTRE NOVOS CAMINHOS

chevrolet.com.br/eletrico/bolt-ev



Juntos salvamos vidas.

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

*Autonomia estimada de 459 km no ciclo WLTP e 416 km no ciclo EPA. A autonomia real poderá variar de acordo com vários fatores, como modo de condução do veículo, temperatura externa, tipo de terreno e idade da bateria.



CHEVROLET

O homem que fatiou o elefante

Executivo enfrentou o pior momento da pandemia na presidência da Anfavea

Aos 63 anos o senhor é atualmente diretor de comunicação e relações institucionais da Mercedes-Benz do Brasil, na qual trabalha há quase 45 anos. Na presidência da Anfavea, de 2019 ao início de 2022, liderou a entidade no momento mais crítico da pandemia. Como recebeu sua eleição como Executivo do Ano de Montadora pelos leitores de AutoData?

Eu não esperava, até porque estava concorrendo com três CEOs de grandes montadoras [Antonio Filosa, Stellantis; Pablo Di Si, Volkswagen; e Rafael Chang, Toyota]. Foi uma surpresa agradável. Mas preciso dizer que neste período intenso tive grande suporte da equipe da Anfavea e da Mercedes. Foi graças a todo o apoio que recebi na empresa na qual trabalho que consegui me dedicar à entidade e enfrentar tudo que aconteceu.

Como foi sua experiência na presidência da Anfavea?

Lembro que começamos em abril de 2019 e aprovamos com todos os CEOs das associadas as ações prioritárias, com propostas para reduzir custos e aumentar nossa eficiência. Então a covid começou na China, no fim de 2019, e o maior problema vislumbrado na época seria a falta de peças, que poderia parar fábricas a partir de março ou abril de 2020. Mas a pandemia chegou forte e em 14 de março tudo parou. Tivemos de esquecer dos projetos para tratar da crise. Eu não sabia de todas as consequências, mas percebi que aquele era um enorme problema, o mundo sairia menor daquilo tudo. E assim foi. Para além da tragédia da sanitária, com centenas de mortes todos os dias, veio a crise de emprego, crise financeira, concessionárias e fábricas fechadas... Depois, quando contornamos o problema sanitário e voltamos a produzir, fomos atingidos pela falta de matérias-primas. Minha função foi gerenciar a crise. Tinha reuniões com os CEOs quase todos os dias para eleger as prioridades. A cada momento tinha um problema novo: negociar a abertura de linhas de financiamento, a Medida Provisória 936 [que garantia parte do pagamento dos salários pelo governo durante o período de afastamento do trabalho], a falta de peças, adiamentos de legislações, teve de tudo.

O senhor dizia na época que precisava “fatiar o elefante”, em referência aos muitos problemas a resolver. Sobrou ainda muitas fatias desse elefante?

Acho que sim. As cadeias logísticas foram desorganizadas e isto não está completamente resolvido, ainda faltam semicondutores e teremos desafios em 2023. Também há o impacto financeiro da pandemia. Muitos governos, inclusive no Brasil, injetaram dinheiro na economia, deram auxílios emergenciais, garantiram pagamentos de salários... Tudo isso tinha de ser feito, mas provocou inflação

Foto: Ricardo Rollo



“A indústria tem futuro no Brasil: temos uma boa base de produção e engenharia, nossos produtos já estão bastante atualizados. O grande desafio é a recuperação de volumes.”

sem precedentes no mundo inteiro, cujo remédio aplicado agora é o aumento das taxas de juro. O grande desafio do novo governo será estimular a economia em uma situação em que muitos ainda não recuperaram o emprego ou a renda que tinham antes da pandemia. Não vejo solução para isso em 2023.

E qual parte do elefante o senhor julga que conseguiu fatiar?

A Anfavea participou da elaboração de medidas de emergência que foram bem-sucedidas, como a edição da Medida Provisória 936 para preservação de empregos e renda, bem como a aprovação de linhas de financiamento a pequenas e médias empresas, o que ajudou nossa cadeia de fornecedores. Conseguimos em pouco tempo encontrar soluções para reabrir fábricas e voltar a produzir com padrões de segurança sanitária. Também demos nossa contribuição com doações, manutenção de respiradores e outras ações, todos se juntaram nisto.

O estudo O Caminho da Descarbonização do Setor Automotivo no Brasil, elaborado pela Anfavea com a BCG, é uma conquista da sua gestão?

Foi muito importante, nada parecido tinha sido feito antes. Em consenso com todas as empresas associadas conseguimos mostrar que o setor nem é o maior responsável pelas emissões de CO₂ no País, mas cumprirá com sua parte na descarbonização e aponta os caminhos que podem ser seguidos nesta década,

com uso combinado de eletrificação e biocombustíveis. Apresentamos este estudo a entidades, imprensa e governo. Creio que com isto ajudamos bastante a balizar medidas que deverão ser tomadas nos próximos anos.

Como foi sua trajetória profissional?

Comecei muito cedo na Mercedes-Benz na área financeira, em 1978, ainda fazendo a faculdade de Economia. A maior parte do tempo atuei nas áreas financeiras da empresa, como fiscal, auditoria, planejamento, tesouraria e composição de preços. Algo que me deu muito prazer na minha carreira é que além da minha atividade sempre estive envolvido em algum projeto paralelo. Ajudei nas negociações para construir a fábrica de Juiz de Fora [MG], trabalhei na criação do Banco Mercedes-Benz e do consórcio, na integração com a Chrysler e o fechamento da fábrica de Campo Largo [PR], modelagem de linhas de financiamento para exportações. Em 2013 fui nomeado diretor de relações governamentais, participei do projeto da fábrica de automóveis de Iracemápolis [SP]. Logo assumi, adicionalmente, a diretoria de comunicação corporativa e exerço ambas as funções até agora. Também continuo na Anfavea, na qual atuo desde 2012 como vice-presidente representante da Mercedes. Após o período na presidência da entidade voltei este ano a me dedicar à empresa, na qual tenho muito trabalho a realizar dentro do plano de reestruturação que estamos aplicando.

Como o senhor projeta o futuro do setor automotivo no Brasil?

A indústria tem futuro no Brasil: temos uma boa base de produção e engenharia, nossos produtos já estão bastante atualizados. O grande desafio é a recuperação de volumes, com um olhar também para aumentar as exportações. Outro grande desafio é a transformação tecnológica de descarbonização da indústria que o Brasil precisa acompanhar. ■



Chegamos ao final de um ano repleto de desafios, conquistas e aprendizado. Mais uma página de uma **história em movimento**, que escrevemos **juntos**. Neste momento de reflexão por tudo que passamos, convidamos você a olhar para a frente, planejar, torcer e mais uma vez, **sonhar**. Que o novo ano nos traga alegrias, saúde, inspiração, sucesso e prosperidade. Obrigado por continuar confiando no nosso trabalho conjunto e por estarmos juntos em mais um ano dessa jornada, onde unidos, **movemos o que importa**. Conte conosco sempre, como contamos com você.



Feliz Natal e Próspero 2023, dos seus amigos na Dana!



Use seu celular e assista
ao vídeo que preparamos.



Problemas superados e toda força à nacionalização

Executivo defende localização agressiva da produção de componentes no Brasil

O senhor foi eleito Executivo do Ano de empresa fornecedora de componentes no Prêmio AutoData 2022. Como recebeu esta premiação?

Fiquei surpreso e agradecido, porque na ZF não trabalhamos para ganhar prêmios individuais, nunca investimos em relações públicas para promover um nome mas, sim, para promover a empresa e seus resultados. Para nós este prêmio mostra que o trabalho que a ZF está fazendo no Brasil está dando resultados.

O senhor ocupava posição na empresa na Alemanha e chegou à presidência da ZF América do Sul no início de 2019, um ano antes do início da pandemia aqui. Como foram estes últimos anos no Brasil?

Em qualquer parte do mundo teriam sido momentos muito demandantes. Aqui não foi diferente. Tínhamos reuniões todos os dias, ouvimos todos e tomamos algumas decisões que, hoje, podem ser consideradas demasiadamente conservadoras, mas tudo foi em comum acordo. No fim acho que fizemos um trabalho bem feito. Nossos resultados falam por si. Tivemos vários problemas no início da pandemia, contornamos e continuamos a trabalhar, depois veio a falta de microchips e seguimos trabalhando com clientes e fornecedores para reduzir as perdas.

Qual grande desafio o senhor relembra de ter enfrentado na empresa quando a pandemia ainda matava centenas de pessoas por dia mas todos já estavam de volta ao trabalho?

O primeiro desafio foi como enfrentar o pessoal que não queria tomar vacina. Entendemos que as pessoas têm o direito de escolher o que fazer, mas também devemos ponderar como as decisões individuais podem afetar os outros. Não demitimos ninguém por causa disto mas começamos a exigir testes destas pessoas a cada três dias para que entrassem no local de trabalho. Hoje avalio que isto, talvez, foi uma pressão exagerada, mas naquele momento, com todos os óbitos, era o mais acertado a fazer. Com o tempo conseguimos convencer muitos a se imunizar. Hoje temos apenas nove pessoas que não tomaram vacina no meio de 6 mil funcionários, mas eram cinquenta. Conversamos com todos e superamos o problema.

A ZF nos últimos anos vem nacionalizando a produção de novos sistemas, como a transmissão automatizada TraXon, direção elétrica, centrais de processamento e freio de estacionamento elétrico. Como foi possível contornar a falta de componentes e manter os lançamentos?

Foto: Ricardo Rollo



“É fundamental continuar a nacionalizar com muita agressividade. A indústria automotiva brasileira não sobreviverá tralhando em CKD, apenas montando conjuntos semimontados. Estou certo de que este é o caminho.”

Posso dizer que fizemos muito mais do que tinha de ser feito. Compramos componentes eletrônicos de muitas fontes alternativas, fomos bater na porta do varejo de diferentes partes do mundo. Nossos colegas na Alemanha nos ajudaram nisso. Assumimos certos riscos. Tivemos de verificar a qualidade desses itens e, quando não encontrávamos exatamente o que estávamos procurando, fizemos modificações em questão de dias, tudo em acordo com os clientes – esta é uma flexibilidade que em tempos normais demoraria de nove meses a um ano [para aprovar um novo componente]. Se não fosse isto o problema teria sido muito pior. Nosso pessoal de logística, qualidade e operações se desdobrou. Muitas vezes mandávamos motoqueiros esperar no aeroporto por componentes que o pessoal na fábrica esperava chegar para continuar produzindo. É inacreditável quantas horas perdemos por tudo isso. Mas nosso objetivo sempre foi não parar a produção dos clientes.

E conseguiram atingir este objetivo? Ou algum cliente parou a linha por falta de peças da ZF?

Muitas vezes simplesmente não tínhamos componentes para produzir e as entregas atrasaram. Claro que os clientes fizeram pressão, mas tinham compreensão do problema, no mundo inteiro faltaram chips, por isso entenderam e nos deram todo o suporte para reduzir as perdas.

A ZF seguirá mais adiante com a nacionalização de sistemas e componentes no Brasil nos próximos anos?

Depois de todos os problemas que tivemos na pandemia, com a falta de eletrônicos, é fundamental continuar a nacionalizar com muita agressividade. A indústria automotiva brasileira não sobreviverá tralhando em CKD, apenas montando conjuntos semimontados com partes importadas. Nós precisamos fazer mais localização. Alguns anos atrás tínhamos dúvidas a esse respeito mas agora estou certo de que este é o caminho. Neste sentido estamos muito orgulhosos de já ter aqui linhas completas de produção de ECUs [unidades de processamento eletrônico que controlam diversas funções nos veículos]. Também produzimos transmissões automáticas TraXon e as exportaremos.

A ZF conseguiu manter o nível de exportações nestes últimos anos?

Tivemos uma perda importante. Exportávamos transmissões para a Kamaz, na Rússia, era um ótimo negócio, mas com a guerra na Ucrânia tivemos de cancelar. Estamos conquistando novos clientes para a transmissão TraXon na Turquia e na Espanha. Nosso objetivo é ocupar toda a capacidade que está sobrando aqui com vendas externas. Também estamos prospectando o fornecimento de componentes para veículos leves no México e nos Estados Unidos. Todos esses negócios garantem investimentos aqui.

Qual sua visão sobre o futuro da cadeia automotiva no Brasil? Vai crescer?

A América do Sul perdeu importância no cenário global, mas o mercado sul-americano tem potencial para 3,5 milhões a 4 milhões de veículos/ano, é uma questão de tempo chegar a esta produção. Então a questão não é se a indústria automotiva vai crescer ou não no Brasil: nós temos de crescer porque temos massa crítica para isso, um mercado perto de 400 milhões de habitantes para atender. ■

ÔNIBUS ELÉTRICO COM TECNOLOGIA 100% BRASILEIRA



Há mais de 20 anos, a Eletra fabrica os melhores ônibus elétricos da América Latina.

A Eletra está preparada para atender à demanda de transporte público sustentável das principais cidades brasileiras.

Até o final de 2022, lançará cinco novos modelos 100% elétricos, com tecnologia nacional.

E em 2023 estará em condições de produzir 1.800 ônibus elétricos/ano em sua nova área industrial de 27 mil m² na Via Anchieta (SP).

Não fará isso sozinha, e sim em parceria com empresas como WEG, Caio, Mercedes-Benz, Scania e outras.

Ou seja, com empresas instaladas no Brasil, que pagam impostos e geram emprego no Brasil.

A Eletra é uma empresa brasileira comprometida com um país mais saudável e um mundo melhor. Com emissão zero e tecnologia nacional. Com muito orgulho.





Fotos Ricardo Rollo

Stellantis é a Empresa do Ano

Foram distribuídos 22 troféus às empresas vencedoras e aos dois Executivos do Ano

Redação AutoData

No mesmo evento em que comemorou seus primeiros 30 Anos de existência (veja a próxima reportagem desta edição) AutoData realizou também a entrega dos troféus da vigésima-terceira edição do Prêmio AutoData – Melhores do Setor Automotivo 2022, que este ano contou com 94 cases finalistas de cinquenta empresas, em 24 categorias. E não deu outra: o troféu especial de Empresa do Ano foi para o Grupo Stellantis, escolhido pela equipe de jornalistas da editora por seu excepcional desempenho.

Os vencedores de 22 das 24 categorias do prêmio já tinham sido anunciados no começo de novembro e os representantes das empresas foram receber no evento do dia 17 os seus troféus – este ano especialmente encomendados ao artista plástico Daniel Rogério de Paulo, que moldou à mão cada peça feita com retalhos de aço fornecidos pela Trufer, empresa especializada na coleta e no encaminhamento de sucatas metálicas para reciclagem,

que foi uma das patrocinadoras do Prêmio AutoData 2022 ao lado da TIM.

No evento foram anunciados os premiados que faltavam: além da Empresa do Ano os dois Executivos do Ano eleitos pelos leitores de AutoData, um de fabricante de veículos e outro de autopeças, ambos entrevistados na seção From The Top deste mês.

"Este ano tivemos recorde de votação com mais de 10 mil acessos ao site do prêmio", disse o sócio Márcio Stéfani. "Decidimos, então, unir a comemoração pelos 30 anos de AutoData com o prêmio, que consideramos como um tributo especial tanto para a Empresa do Ano como para as lideranças de fornecedor e de montadora."

EXECUTIVOS DO ANO

Carlos Delich, presidente da ZF América do Sul, foi eleito Executivo do Ano Fornecedores: "Gostaria de agradecer a AutoData por toda a energia que dá a todos que estão nesta indústria, para todo o pessoal que está envolvido em nosso trabalho, que se multiplica por quatro, cinco, seis vezes. Não acho que exista oportunidade melhor para desejar a todos um próximo ano um pouco melhor que este".

O prêmio de Executivo do Ano Montadoras foi para Luiz Carlos Moraes, diretor de comunicação e relações institucionais da Mercedes-Benz do Brasil e ex-presidente da Anfavea na gestão 2019-2022: "Parabenizo AutoData pelos seus 30 anos e agradeço o prêmio. Agradeço à equipe da Mercedes que segurou o rojão na minha ausência, e, claro, à equipe da Anfavea, vice-presidentes, à sua equipe técnica e aos CEOs da indústria, porque a participação deles no meio da pandemia foi muito maior, muito intensa, conversamos muito sobre os problemas. Sozinho ninguém faz nada e com a ajuda deles foi mais fácil atravessar esta fase tão complexa".

A EMPRESA DO ANO

Finalizando o Prêmio AutoData o troféu de Empresa do Ano 2022 foi para o Grupo Stellantis, representada no evento por Márcio Tonani, vice-presidente de desenvolvimento de produto na América do Sul: "Parabéns a AutoData pelos 30 anos, pela construção e ajuda que deram à indústria automobilística. Todos sabemos que a Stellantis é movida por pessoas e pela diversidade, que traz muitos benefícios".





Foto Fábio Arantes

O executivo dedicou o prêmio a duas lideranças da companhia: "Peço licença para homenagear duas pessoas que fazem parte desta história: a primeira é a quem sucedi há cinco anos, e que infelizmente nos deixou este ano, Claudio Demaria, que foi protagonista de um modelo de desenvolvimento de produto e de pessoas que trouxe para o Brasil conhecimento, competência e tecnologia. A segunda pessoa que quero homenagear é Antonio Filosa (presidente da Stellantis

América do Sul, que com a sua competência e a sua gerência conseguiu fazer a Stellantis chegar hoje a este ponto onde a gente está, com um grande volume de lançamentos de produtos que estão transformando a indústria automotiva".

O Brasil e a América do Sul formam a região onde a fusão dos grupos FCA e PSA, que deu origem ao Grupo Stellantis no início de 2021, possibilitou o maior crescimento da nova empresa no mundo. Todas as marcas da corporação vendidas nos mercados sul-americanos anotaram recordes de vendas.

Os modelos Fiat, Jeep, Peugeot e Citroën produzidos em três fábricas no Brasil e em duas na Argentina anotaram desempenhos acima da média. No Brasil a Fiat consolidou sua liderança e aumentou sua participação de mercado em 2022, para 22%, com três dos dez carros mais vendidos do País. A Jeep, só com veículos premium, estabeleceu-se como sexta marca mais vendida. Peugeot e Citroën, que no antigo Grupo PSA tinham menos de 1% do mercado brasileiro, registraram os maiores crescimentos percentuais de emplacamentos: as duas somadas já têm quase 4% este ano. ■



Foto Ricardo Reillo



POWERING PROGRESS TOGETHER

Marelli Automotive Lighting

Tecnologia de iluminação e sensores de detecção perfeitamente integrados que suportam todos os níveis de direção autônoma sem comprometer o estilo do veículo.

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



MARELLI.COM

Stellantis

Montadora de automóveis e comerciais leves



Nascido da fusão de FCA e PSA, em janeiro de 2021, o Grupo Stellantis converteu-se no maior fabricante de veículos na América do Sul, com a produção de carros de quatro de suas catorze marcas – Fiat, Jeep, Peugeot e Citroën – em três fábricas no Brasil e duas na Argentina, além de importar para a região modelos Ram, DS e Opel. No mercado brasileiro o grupo terminou 2021 com 500 mil veículos emplacados, alcançou quase 33% de participação, com cinco dos dez veículos mais vendidos do País, incluindo a líder picape Strada. A Fiat retomou a liderança com quase um quarto das vendas, a Jeep esteve o ano todo no Top 10, e Peugeot e Citroën voltaram a anotar crescimentos expressivos.



Fotos: Ricardo Rolto



Mercedes-Benz

Montadora de veículos comerciais



Divulgação/MB

A Mercedes-Benz mantém planos ambiciosos. Após lançar, em 2019, a nova geração do extrapesado Actros desenvolvida no Brasil, em 2021 lançou o Arocs nacional, dedicado a aplicações pesadas em mineração e na construção civil. Este ano passará a produzir seu primeiro chassi de ônibus elétrico, o eO500u, em São Bernardo do Campo, SP, em iniciativa que consome R\$ 100 milhões do ciclo de R\$ 2,4 bilhões que a montadora aplica no País no período 2018-2022. A empresa sustenta forte presença em todos os segmentos de veículos comerciais e vem ampliando as exportações a partir da fábrica brasileira.

CNH Industrial

Montadora de máquinas agrícolas e de construção



O Grupo CNH Industrial acena com orçamento de compras de US\$ 1,5 bilhão na América Latina em 2022, valor 50% maior do que o de 2021. O aumento confirma a aposta em mais um ano de forte crescimento da construção civil e do agronegócio, segmentos em que a empresa opera com tratores, colheitadeiras e máquinas Case e New Holland. O avanço da localização de componentes também abre oportunidades para exportar a operações da companhia em outros mercados. No segmento de cana-de-açúcar a Case IH lançou nova colheitadeira, a Autosoft Série 9000, que recebeu investimento de R\$ 100 milhões para desenvolvimento realizado na fábrica de Piracicaba, SP.



Bosch

Sistemista



A área automotiva da Bosch faturou R\$ 5,4 bilhões na América Latina em 2021, cifra 34% superior à obtida em 2020, consolidando-se como a maior empresa sistemista instalada na região. Mais de 70% das receitas vieram da operação brasileira e um quarto foi originado em exportações para o continente e a Europa. A empresa investiu R\$ 180 milhões em 2021, incluindo no valor a transferência de linha de produção de bicos injetores dos Estados Unidos para o Brasil. A sistemista também comemorou a produção de 3 milhões de sistemas FlexStart fabricados em Campinas, SP, ao longo de dez anos. A solução substitui o tanquinho de gasolina para a partida a frio com etanol.

Bridgestone

Fornecedor de peças, partes e componentes



A Bridgestone, que celebrou em 2021 a marca de 440 milhões de pneus produzidos no Brasil em suas duas fábricas de Santo André, SP, e Camaçari, BA, anunciou investimento de R\$ 700 milhões para modernização e ampliação da produção de pneus para veículos leves na Bahia. As obras começaram no ano passado e a empresa promete gerar mais 420 novos empregos diretos. Com o novo aporte a capacidade produtiva no País será expandida em 20%, para 4,3 milhões de pneus/ano. A fábrica da Bahia, inaugurada em 2006, produz pneus de automóveis e picapes para atender montadoras, mercado de reposição e exportações.



Eletra

Powertrain (motores, eixos e transmissões)



Tradicional fabricante de veículos comerciais pesados eletrificados a Eletra está expandindo a operação em São Bernardo do Campo, SP, para converter ônibus com motor diesel em elétricos, atendendo à demanda crescente de prefeituras em adotar esses modelos nas frotas de transporte público para reduzir emissões. A empresa desembolsou R\$ 10 milhões para acomodar os planos de crescimento em novo endereço com espaço maior, com mudança do bairro do Montanhão, onde tinha capacidade de produzir 25 unidades/mês, para galpão de 27 mil m² onde poderá fazer até 150/mês. O local pertencia à Conexel e ficou fechado por cinco anos no km 16 da via Anchieta, vizinho à Mercedes-Benz.

Marcopolo

Fabricante de carroçarias e implementos (caminhões e ônibus)



A empresa já está preparando suas linhas para iniciar a produção em série, em 2022, do ônibus 100% elétrico Attivi, que foi homologado depois de passar por testes internos em campos de prova. O modelo será ofertado ao mercado na versão integral, com chassi produzido pela própria Marcopolo, ou somente a carroceria sobre chassis de terceiros. O início de produção, com um lote piloto para a validação do processo de manufatura e logística, deve acontecer até o fim do ano. A entrega das primeiras unidades está prevista para o início de 2023.



Renault

Gestão/Montadoras



Após crescer no Brasil com modelos de entrada, como Logan, Sandero e Kwid a Renault anunciou que adotará estratégia em linha com o plano global da companhia, de focar em modelos de maior valor e margens mais generosas. Sem abandonar os carros compactos a montadora passará a apostar em versões com preços mais elevados. Após o programa de investimentos de R\$ 1,1 bilhão, que se esgota até o fim de 2022 e que já renovou boa parte do portfólio, a Renault confirmou um novo ciclo, ainda sem valor nem prazos divulgados, para introduzir a plataforma global CMF-B na fábrica de São José dos Pinhais, PR, que dará origem a um novo SUV e a outros modelos, incluindo veículos híbridos flex.

SKF**Gestão/Fornecedores**

O plano de avançar na descarbonização de seus processos de produção fez a fabricante de rolamentos SKF apostar em solução que trouxe melhoria de produtividade e oportunidade de ganhos extras. A empresa passou a recondicionar o óleo lubrificante usado do maquinário e, como consequência desta experiência bem-sucedida, agora também oferece o serviço aos clientes. O sistema de recondicionamento de óleo RecondOil foi patenteado pela SKF na Suécia, país sede da empresa, na década passada, e passou a ser utilizado na fábrica brasileira de Cajamar, SP, em abril de 2020.

**Volkswagen****Sustentabilidade/Montadoras**

A Volkswagen colocou os biocombustíveis no centro de seu plano de descarbonização no Brasil. A montadora investe em um centro global de pesquisa em etanol e biocombustíveis na fábrica de São Bernardo do Campo, SP, para desenvolver motores mais eficientes, powertrain híbridos flex e elétricos com células de hidrogênio. Em outra iniciativa fechou com a Raízen o fornecimento de gás biometano renovável para abastecer suas fábricas, em substituição ao gás natural fóssil. A parceria também envolve o desenvolvimento de novas fórmulas de etanol – eleito o único combustível para abastecer a frota da montadora – e o fornecimento de energia renovável para a rede de concessionárias.

Moura

Sustentabilidade/Fornecedores



Com o objetivo de ampliar o descarte correto de baterias de automóveis a Moura selou parceria com a Mapfre para recolher nos pátios da seguradora em Suzano, SP, e em Belo Horizonte, MG, as baterias de veículos que serão destinados à destruição como sucata. Após retiradas são identificadas e enviadas para o centro de reciclagem da Moura, em programa de logística reversa em que boa parte dos materiais é reaproveitada na produção de novas unidades, obedecendo a legislação ambiental. Mais de 8 toneladas de baterias de chumbo-ácido sucateadas já foram encaminhadas para reciclagem até o fim de 2021.



Divulgação/Moura



General Motors

Inovação Tecnológica/Montadoras



Divulgação/GM

A General Motors está ampliando a estrutura de engenharia na América do Sul para reforçar as áreas de pesquisa e desenvolvimento no Brasil, com o objetivo de ampliar as oportunidades de negócios, incluindo exportação de serviços. Os novos 250 engenheiros contratados vão compor as equipes do Centro Tecnológico de São Caetano do Sul, SP, do Campo de Provas da Cruz Alta em Indaiatuba, SP, e dos parceiros da empresa, atuando nas áreas de carroceria e estrutura, exterior, interior, chassis, motor, transmissão, eletrônica, controladores, software e simulação virtual. A expansão faz parte do ciclo de investimentos da companhia, de R\$ 10 bilhões no período 2021-2024, anunciado em 2019.

Goodyear

Inovação Tecnológica/Fornecedores



A Goodyear começou a produzir pneus para picapes e SUVs com óleo de soja em sua composição, em substituição a derivados de petróleo. Trata-se do Wrangler Workhorse AT, fabricado pela empresa em Americana, SP. A novidade melhorou o desempenho na comparação com seu antecessor, o Wrangler Armortrac. Em testes realizados em laboratório e no campo de provas da Goodyear o pneu com óleo de soja apresentou durabilidade 20% superior em quilometragem e reduziu em 4,6% o consumo de combustível. Na análise de desempenho e dirigibilidade houve redução de 22% em aquaplanagem em curvas e de 4% na distância de frenagem em piso molhado.



Mercedes-Benz

Exportador/Montadora



A Mercedes-Benz do Brasil encerrou 2021 com aumento de 53% nas exportações e 11,1 mil veículos embarcados. Foram 8 mil caminhões, número 77% superior ao de 2020, e 3,1 mil chassis de ônibus, 13% a mais. O volume de caminhões exportados para países do Oriente Médio e para o Norte da África mais do que dobrou, com alta de 117%, chegando a 571 unidades. Houve crescimento de 243% nas vendas de caminhões para países da América Latina, sem contar a Argentina, com 2,8 mil embarques, além de 821 chassis, em alta de 78%. Também foram vendidos 3 mil 669 kits semidesmontados, para montagem em destinos como Argentina, México, Egito, Quênia, Argélia, África do Sul, Indonésia, Taiwan e Vietnã.

Marcopolo

Exportador/Fornecedores



As exportações da Marcopolo continuam crescendo e compensaram em parte a grave crise do mercado brasileiro de ônibus nos últimos dois anos, o mais afetado pela pandemia de covid-19. No fim de 2021 a empresa fechou o seu maior negócio externo do ano, um contrato para exportar 472 ônibus urbanos para a Costa do Marfim, África. Para realizar a entrega foi necessário contratar um navio de grande porte, com decks altos e estrutura parecida com a de um estacionamento vertical, pois os veículos têm 13 m de comprimento, 3 m de altura e 2,6 m de largura. A África é hoje o segundo maior mercado de exportação da Marcopolo, depois da América Latina.



Nissan

Marketing, comunicação e propaganda/Montadoras



A Nissan recebeu do Reclame Aqui o selo RA1000, concedido para empresas com boas práticas no pós-vendas. Para ter o certificado a empresa precisa atingir alguns critérios como avaliações acima de 50 pontos no site, responder a mais de 90% das solicitações dos consumidores, ter acima de 90% de solução dos casos e obter nota média acima de 7 na avaliação dos consumidores. Em outras ações de comunicação a empresa adaptou seu site institucional para libras, a língua brasileira de sinais. A linguagem está disponível para mais de 10 milhões de surdos e deficientes auditivos do País para computadores e smartphones.

Goodyear

Marketing, comunicação e propaganda/Fornecedores



Em iniciativas para contribuir com instituições culturais a Goodyear confirmou dois patrocínios importantes para 2022. Em ação institucional incentivada patrocina o Museu do Futebol, localizado em São Paulo pelo período de um ano. De acordo com a fabricante de pneus a temporada 2022 é especial por ser ano de Copa do Mundo, o que atrai ainda mais os olhares e instiga visitas ao local que conta, de forma interativa, a história dessa paixão nacional. A empresa também renovou seu patrocínio ao MASP, Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand.

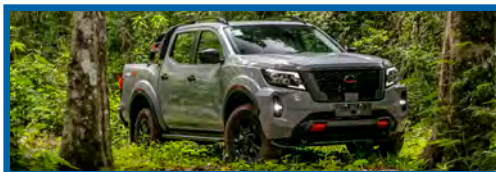


Honda City

Veículo automóvel



A quinta geração global e terceira nacional do Honda City foi lançada no Brasil nas versões sedã e hatch. Ambas chegaram ao mercado em 2022 com a difícil missão de substituir o Fit e o Civic, que deixaram de ser produzidos no País. Além de visual, motorização e equipamentos para atender os consumidores dos outros dois modelos, a maior novidade é a chegada da inédita versão hatch, para ocupar exatamente o espaço do Fit. Para cumprir a missão os novos City fabricados em Itirapina, SP, tanto hatch como sedã, cresceram em tamanho, garantem mais conforto interno e usam o motor 1.5 flex com injeção direta de combustível e 126 cv.

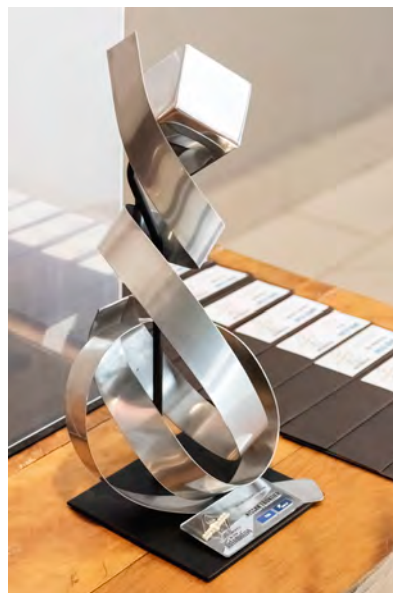


Nissan Frontier

Veículo comercial leve



A nova Nissan Frontier produzida na Argentina foi apresentada com grandes mudanças visuais e motor diesel Euro 6 para atender às novas normas de emissões Proconve L7 que entraram em vigor em 2022. A picape também ganhou reforços no chassi para garantir mais robustez. Com todas as mudanças a Nissan busca ser protagonista no segmento de picapes médias na América do Sul. Em 2021 a Frontier somou 11 mil 821 emplacamentos no Brasil, atingindo seu recorde de vendas no seu maior mercado na região. Para 2022 a expectativa é de novo recorde, uma vez que em 2021 a demanda superou a oferta por causa da falta de componentes de produção.



Volvo FH 540

Veículo caminhão



O Volvo FH 540 foi o caminhão mais vendido no Brasil em 2021, considerando todas as categorias, com 8 mil 935 unidades emplacadas, ou 41% das vendas da Volvo no País no ano. A linha FH de extrapesados foi totalmente renovada e seguiu gerando redução de consumo e confiabilidade, o que vem garantindo a demanda em alta pelo modelo, procurado principalmente para operações de transporte do agronegócio. O FH 540 sustenta a liderança geral do mercado de caminhões desde 2019. No segmento de pesados liderou o mercado pela nona vez nos últimos treze anos e garantiu à Volvo o topo do ranking da categoria.



Scania K 320 4x2 a gás

Veículo ônibus



Na rota da descarbonização, após começar a produzir caminhões a gás no País, a Scania desenvolveu o primeiro chassi de ônibus rodoviário do Brasil com motor movido a gás natural veicular ou biometano. O modelo K 320 4x2 já é usado para fretamento pela Turis Silva no transporte de trabalhadores da usina de aços especiais da Gerdau em Charqueadas, RS. O chassi tem motor traseiro Euro 6, de 320 cv, que funciona com gás natural metano ou biometano, ou a mistura de ambos.



BMW iX

Veículo importado



Primeiro SUV da marca concebido para utilizar somente powertrain elétrico no Brasil possui a maior autonomia, de até 630 quilômetros. São dois motores elétricos, um em cada eixo, que oferecem 523 cv de potência e 78 kgfm de torque na versão mais equipada, a xDrive50. Outra novidade para o mercado de luxo é que o iX possui todos os elementos utilizados em sua produção inseridos na cadeia da economia circular. Além disso oferece muitas novidades como o interior luxuoso e minimalista.

APOSTA ALTA EM INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS

Modernização das fábricas, reforço no time de engenharia e aceleração rumo à eletromobilidade levaram leitores de AutoData a eleger marca como a mais inovadora na categoria “Inovação Tecnológica/Montadoras”

A GM concentrou esforços e investimentos para modernizar sua icônica fábrica de São Caetano do Sul, no ABC paulista. A montadora também ampliou, no ano passado, sua estrutura de engenharia na América do Sul reforçando as áreas de pesquisa e desenvolvimento do Centro Tecnológico, que fica nesta fábrica.

Cerca de 250 engenheiros foram contratados e estão trabalhando em áreas como carroceria & estrutura, exterior, interior, chassis, motor, transmissão, eletrônica, controladores, software e simulação virtual. A expansão da engenharia de produtos faz parte do plano de investimentos da companhia, de 10 bilhões de reais, até 2024 no País.

A ação visou maior integração da engenharia nacional com os centros tecnológicos de pesquisa e desenvolvimento da

GM nos Estados Unidos, China e Coreia do Sul. E o primeiro resultado prático, culminou com o lançamento da Nova Montana que passa a fazer parte da família de veículos globais da Chevrolet, já composta pelas atuais gerações de Onix, Onix Plus e Tracker, desenvolvidas também com o protagonismo da engenharia brasileira.

O motor da Nova Montana, produzido na fábrica da empresa em Joinville, SC, é um 1.2 Turbo Flex com 133 cavalos de potência e 21,4 kgfm (210 Nm) de torque, com uma calibração customizada para melhor performance considerando a proposta do veículo. Uma das características desse propulsor é que ele trabalha numa faixa de rotação mais baixa, o que contribui para um maior silêncio a bordo e redução das emissões.

Além dos veículos produzidos no Brasil, a Chevrolet vai importar, a partir do próximo ano, três novos modelos elétricos: Bolt EUV, Blazer EV e Equinox EV. Essa jornada acelerada de modernização, aposta em engenharia nacional e ambição de liderar a eletromobilidade no País, rendeu à GM o cobiçado Prêmio AutoData na categoria Inovação Tecnológica/Montadoras.



Três décadas de história automotiva em uma noite

AutoData comemorou 30 anos de circulação relembrando sua trajetória, e a da indústria, com homenagens aos personagens que ajudaram a construir o setor automotivo nacional

Por Pedro Damian

O Espaço Armazém, em São Paulo, reuniu em 17 de novembro mais de duzentas personalidades no evento que comemorou os 30 anos da AutoData Editora. Boa parte dos presentes faz parte da história da indústria automotiva no Brasil, que AutoData, por meio de revista, site, agência e eventos, ajudou a contar, analisar e contextualizar nas últimas três décadas.



Foto Fábio Arantes

Nos muitos reencontros que o evento proporcionou amigos das antigas relembavam o começo de AutoData, quando Fred Carvalho, S Stéfani, Sérgio Duarte e Vicente Alessi Filho fundaram a publicação, dedicada à economia, aos negócios e à política, que veio ao mundo no formato de newsletter, que seria sustentada só por assinaturas. O ano era 1992, o Brasil estava mergulhado em profunda crise econômica e o setor automotivo – termo, aliás, cunhado na redação de AutoData – engendrava formas de voltar a crescer em meio às dificuldades.

A fórmula que refundou o setor automotivo no País foi encontrada pela união de representantes de empresas, governo e trabalhadores, reunidos na Câmara Setorial da Indústria Automobilística, onde foram firmados acordos inéditos que criaram a base para o crescimento do setor nos anos futuros – e abriu a oportunidade para o surgimento de um veículo de informação especializado na cobertura desta indústria.

Márcio Stéfani, que ingressou na sociedade em seus primeiros anos, em sua apresentação lembrou da importância do momento histórico que tornou viável

o surgimento de AutoData: “A Câmara Setorial era um assunto que merecia uma publicação que falasse sobre a indústria. Então aquilo que era para ser um brincadeira só para a gente escrever sobre algo de que gostava alcançou credibilidade tão forte que acabou virando um negócio. Os sistemistas, quando chegaram ao País, escolheram AutoData para se apresentarem ao mercado, e isso tornou viável o início da nossa história”.

Não só os sistemistas se aproximaram da publicação: o primeiro anúncio de AutoData foi de uma montadora, a Scania. A própria associação dos fabricantes também via com bons olhos a chegada de uma publicação especializada no setor automotivo, como lembra o presidente da Anfavea na época, Luiz Adelar Scheuer, que também dirigia os trabalhos Câmara Setorial: “Foi importante o surgimento da AutoData para a Anfavea. Tínhamos jornais generalistas como Estadão, Gazeta Mercantil e DCI, mas AutoData focou na nossa indústria com a atualidade de quem conhece bem o setor e de quem tinha os contatos certos. Eu sempre me encantei pela divulgação feita pela publicação”.

No evento Márcio Stéfani, publisher e sócio de AutoData, apresenta a trajetória da revista, de seus fundadores e do setor automotivo, com homenagens a alguns dos executivos que integram esta história.



Foto Fábio Arantes

Os sócios Vicente Alessi Filho e Márcio Stéfani mostram a capa do primeiro número de AutoData ao receber no palco Janaína, filha de S. Stéfani, um dos quatro fundadores da revista, falecido há um ano: “Meu pai estaria cheio de orgulho”.

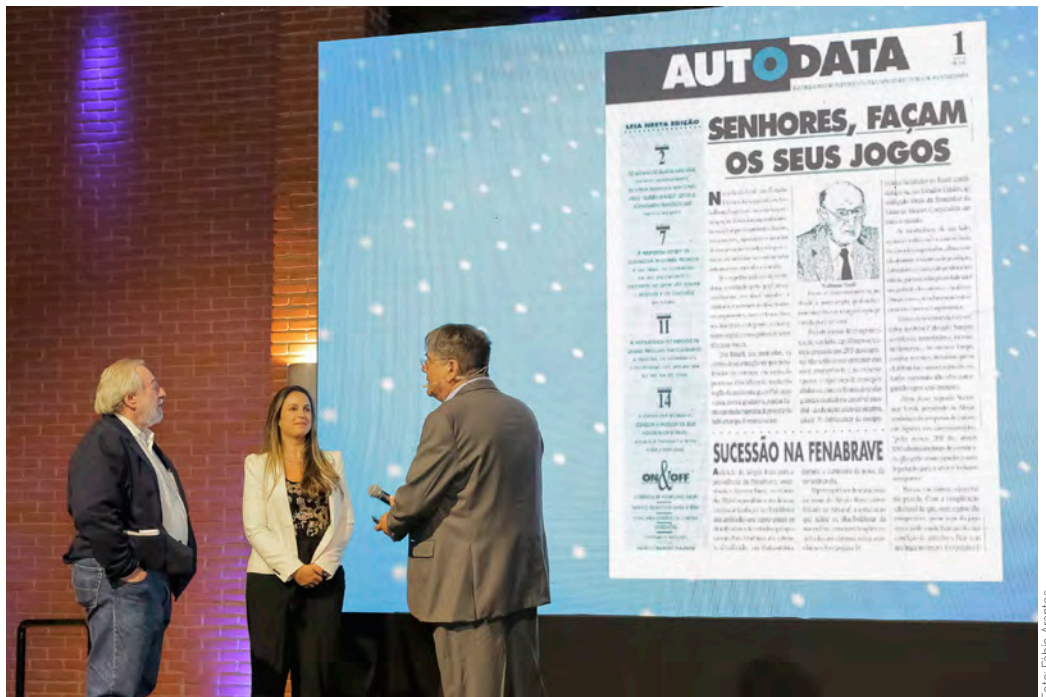


Foto: Fábio Azeiteiro

Mais: “A confiança não vinha só das montadoras mas, também, da indústria de autopeças, um segmento que a mídia em geral não cobria e que AutoData passou a cobrir e a mostrar sua importância para o desenvolvimento econômico brasileiro”.

Também presente ao evento Luís Pasquotto, ex-presidente da Cummins do Brasil, que ficou na empresa por 29 anos, liga AutoData ao seu início na indústria automotiva: “Acompanho AutoData há trinta anos: entrei no setor automotivo dois meses antes de ser lançada. Vinha da indústria aeronáutica, estava entrando na Cummins e não conhecia o setor. Por isto a publicação foi, para mim, um veículo de educação, muito didática. Lia muito nos primeiros anos para acelerar o meu conhecimento”.

HISTÓRIAS E HOMENAGENS

Em sua apresentação formal no evento Márcio Stéfani intercalou a narrativa da história de AutoData e do setor com homenagens aos muitos empresários e executivos que contribuíram para o desenvolvimento da indústria no País e da publicação que, nas suas palavras, vem acompanhando a evolução do setor com

“coragem, desenvolvimento, pioneirismo, credibilidade e relevância”.

Stéfani prosseguiu: “Naquele 1992 foi preciso muita coragem para assinar o acordo da Câmara Setorial, assim como foi para criar a primeira publicação especializada no setor. Depois disso o mundo mostrou confiança no futuro do mercado brasileiro e investiu muito na indústria local. AutoData acompanhou todo este processo de desenvolvimento ganhando a confiança de seus atores. Foram vários os pioneirismos da indústria nestes trinta anos, principalmente industriais e tecnológicos. AutoData não ficou atrás e, pioneiramente, criou os primeiros seminários econômicos do setor automotivo, lançou o primeiro serviço de informações on-line segmentado, criou o primeiro guia empresarial do setor automotivo brasileiro. Conquistamos credibilidade, uma palavra muito importante no mundo jornalístico que é a base do trabalho de AutoData. Nenhuma outra fonte de informação conseguiu o nível de confiança alcançado por AutoData nestas três décadas. Por isto temos relevância, todas as reportagens que publicamos são importantes para o planejamento das empresas”.

As homenagens começaram com Luiz Carlos Secco (mais abaixo), que mostrou aos fundadores a revista Wards, que inspirou a publicação brasileira. Também recebeu uma placa de agradecimento Luiz Adelar Scheuer, ex-presidente da Anfavea que participou das negociações da Câmara Setorial Automotiva, em 1992, mesmo ano de nascimento de AutoData.

Chamando ao palco o fundador Vicente Alessi Filho e a sobrinha Janaína, Márcio pergunta à filha de seu irmão, S. Stefani, falecido há pouco mais de um ano, o que ele diria sobre aquele dia: "Meu pai estaria cheio de orgulho".

O primeiro homenageado da noite foi Luiz Carlos Secco, figura lendária no jornalismo do setor automotivo e ex-gerente de imprensa da Ford. Foi Secco quem sugeriu o exemplo de como AutoData poderia ser, como relembrou Stefani: "O grupo de cinco tinha o saudoso Sérgio Duarte [falecido em 2018], que criou o nome AutoData, e o meu irmão, que

virou estrela no ano passado. No início de 1992 Fred e meu irmão entraram na sala do Secco mostrando o projeto de uma revista econômica. O Secco pegou no armário uma revista chamada Wards Auto e mostrou a eles: é isso o que vocês devem fazer".

Segundo o homenageado "o jornalismo automotivo deve ser analisado antes e depois de AutoData, porque AutoData contribuiu para o jornalismo e para o desenvolvimento da indústria do País de forma que nunca havia acontecido. Esses meninos nos ensinaram como deveria ser o caminho para o sucesso. Tenho o maior amor por AutoData porque o que ela faz para a comunicação é fantástico".

Outro homenageado com história para contar é Mauri Missaglia, ex-presidente da Abrac, Associação Brasileira de Concessionárias Chevrolet. Márcio Stefani contou que "na edição do Salão do Automóvel de 1992 o Mauri gostou de AutoData e comprou assinatura para todas as concessionárias. Isto permitiu a AutoData sobreviver por um ano. Não fosse este empurrão talvez não estivéssemos comemorando este aniversário. Ele faz parte de nossa história e hoje ainda é uma de nossas fontes".

Ao receber a placa Mauri afirmou que "AutoData acreditou em algo que não existia no Brasil: um órgão especializado no setor automobilístico. Estamos sempre juntos e sempre acreditamos em vocês. Chegaram aos 30 anos e vão mais longe ainda".

DIRIGENTES DE ONTEM E HOJE

Dentre os muitos executivos que foram – e ainda são – fontes de informação das páginas de AutoData compareceram ao evento e também receberam homenagens muitos dos dirigentes, de ontem e de hoje, das entidades representativas do setor automotivo. Pela associação dos fabricantes, a Anfavea, estavam presentes o atual presidente, Márcio de Lima Leite, e seus antecessores Luiz Adelar Scheuer, Antônio Megale e Luiz Carlos de Moraes. José Mauricio Andreta Júnior representou



Fotos: Ricardo Rolio



Fotos: Ricardo Rolio

Mauri Missaglia recebe o agradecimento de Márcio Stefani: comprou assinaturas da newsletter AutoData para toda a rede Chevrolet.

a federação que reúne os distribuidores oficiais de veículos, a Fenabrave. Pelo Sindipeças, que representa as empresas fornecedoras de autopeças, estiveram lá o presidente Cláudio Sahad e o conselheiro Paulo Butori, o mais longo dirigente da entidade, que ficou por 22 anos na presidência.

A receber sua placa Butori destacou a importância de seu setor, sempre relatada nas páginas de AutoData: "Tivemos que acreditar que era uma realidade aquele movimento em que o Stefani, o Vicente e tantas outras pessoas que ali trabalhavam acreditavam. Nós somos hoje um setor importante no mundo inteiro, com empresas de grande porte".

Na sequência Waldey Sanchez, executivo que trabalhou por quarenta anos no setor automotivo e se aposentou como presidente da fabricante de motores MWM International, destacou a importância de AutoData em sua trajetória: "Vocês estão homenageando, mas os grandes homenageados deviam ser vocês. O trabalho que fizeram ao longo destes trinta anos conta a história da indústria automotiva deste País. Direta ou indiretamente me ajudaram de forma extraordinária".

Também homenageado Roberto Cortes, CEO da Volkswagen Caminhões e Ônibus, disse que espera continuar dando

boas notícias a AutoData: "Tenho a alegria de ter trazido, e espero continuar trazendo, novos investimentos, novos produtos, novas fábricas e trabalhando com os fornecedores. Procuramos isso em nossa jornada e esperamos continuar com vocês nessa caminhada de sucesso".

Quando Márcio Stefani chamou ao palco Antônio Megale lembrou que "foi em um seminário de AutoData que ele [como presidente da Anfavea na ocasião] falou pela primeira vez do Rota 2030, que mudou o patamar da indústria automobilística". Megale agradeceu a homenagem e relembrou a contribuição de AutoData para o desenvolvimento do setor:

"A publicação é leitura obrigatória para todos que trabalham no setor. Em nosso período da Anfavea pegamos uma indústria declinante e foi um desafio liderar o processo do Rota 2030, a política industrial que sucederia ao Inovar-Auto, visando ao desenvolvimento tecnológico, a melhoria de nossos produtos. Vocês, de AutoData, sempre nos prestigiaram nisso, tivemos muitas discussões, vocês nos trouxeram vários problemas que nos ajudaram a pensar o Rota 2030, como poderíamos melhorar, ajustar. Tenho muito a agradecer a AutoData por sempre nos ajudar a encontrar o melhor caminho".

Ao receber sua placa o atual presidente da Anfavea, Márcio de Lima Leite, citou

Waldey Sanchez (esquerda) e Paulo Butori: executivos que participaram da história e foram fontes frequentes nas páginas de AutoData.





Antonio Megale (ao centro à esquerda), ex-presidente da Anfavea que negociou o Rota 2030, ao lado de Roberto Cortes, CEO da VWCO, também foram homenageados por suas contribuições ao setor.

Foto: Fábio Arantes

o escritor pernambucano Ariano Suassuna para definir suas expectativas para o futuro da indústria automotiva: "Quando questionaram Suassuna ele respondeu com um ponto certo: 'O pessimista é um chato, o otimista é um tolo, eu prefiro ser um realista esperançoso'. Acho que a frase de Suassuna representa bem o nosso momento: o realismo esperançoso, de quem espera dias melhores. Nosso setor tem suas dificuldades, mas temos motivos de sobra para acreditar em uma retomada, em dias melhores, e investir".

Ao lado de Lima Leite no palco Claudio Sahad, presidente do Sindipeças, destacou a importância do entrosamento da cadeia automotiva nacional: "Estamos olhando o nosso setor cada vez como cadeia e entendemos que não adianta um lado estar bem se o outro não estiver. Temos trabalhado nesse sentido, para que todos os elos dessa cadeia estejam bem e a sintonia é muito grande. Estamos vivendo um momento ímpar no mundo, de oportunidades para o Brasil, que é candidato a ter uma participação muito maior no setor automotivo do que temos hoje. Temos de trabalhar a nossa competitividade para assumir esse posto".

Dividindo o palco com os representantes dos fabricantes de veículos e o de seus fornecedores José Maurício Andreta Júnior, presidente da Fenabrave, encerrou



a sequência de homenagens com um resumo da trajetória de AutoData: "Dou meus parabéns pela história de todos vocês da qual eu participei desde o começo. Estamos vivendo as consequências de AutoData aqui hoje. Um trabalho profissional, bem-feito, de sucesso, que vocês fizeram nestes trinta anos, escrevendo a história da indústria automotiva e todas as nuances que aconteceram, as crises pelas quais passamos".

Acesse o QR Code ao lado para conhecer a história de AutoData e do setor automotivo na edição especial comemorativa dos 30 anos da publicação. ■

Cláudio Sahad (esquerda), José Maurício Andreta Jr. (centro) e Márcio de Lima Leite: presidentes do Sindipeças, da Fenabrave e da Anfavea representaram todos os elos da cadeia automotiva no evento de comemoração dos 30 anos de AutoData.



Foto: R/Cardo Rollo

VOCÊ SABE PRA ONDE VAI SUA SUCATA?

Destinação é uma das palavras de ordem para qualquer empresa que leve ESG a sério. Se a empresa não tem controle sobre os resíduos gerados por seu processo produtivo (que pode ser descartado incorretamente), causando prejuízos ao meio ambiente, comete-se um erro básico.

E é mais comum do que parece e/ou deveria. Os potenciais riscos pela destinação irregular de resíduos alastram-se por agressões ambientais ou uma questão sanitária que coloca em risco a saúde pública. A destinação irregular pode comprometer a qualidade do solo, água e ar, até expor a população a substâncias tóxicas.

Caminho percorrido pela coleta de resíduos nas indústrias, reciclagem dos materiais e venda desse conteúdo transformado como matéria-prima para fundições e siderúrgicas revela a engenhosa logística promovida por empresas como a Trufer, que atua como parceira da indústria automotiva desde o início de sua atividade

Os resíduos oriundos das linhas de produção de montadoras, autopeças e diversos outros segmentos de manufatura, precisa ser tratada de forma adequada. E isso, mais do que se imagina, envolve alta tecnologia nos processos, na seleção dos mais variados resíduos e na destinação documentada de cada quilograma de material reciclado.

Por permitir a reciclagem, o aço e o ferro podem (e devem) ser reutilizados. Devem, e muito, ressaltar-se. Cálculos da EPA (Environmental Protection Agency), a agência ambiental norte-americana, dão conta que a reciclagem de uma tonelada de aço gera a economia de 1.115 kg de minério de ferro, 625 kg de carvão e 53 kg de calcário. Cada tonelada de aço obtida por fornos elétricos nas siderúrgicas, que utiliza as sucatas, consome 1.700 kWh a menos do que em altos-fornos.

Mas antes de chegar ao destino e ganhar nova utilização pela sociedade sob a forma de uma nova “peça”, os conteúdos reciclados iniciam um longo caminho que se inicia lá atrás, nas linhas de

montagem das manufaturas. Na opinião de Márcio Trujillo, CEO da Trufer Comércio de Sucatas, gigante do setor que atua há 60 anos como parceira da indústria automotiva, as empresas de recolhimento e reciclagem de sucatas funcionam como um elo importantíssimo da cadeia produtiva de qualquer empresa.

“Somos especialistas em just in time. Se eu deixar de coletar a sucata na ponta de uma linha de montagem de qualquer fabricante por algumas horas, a produção para. Simples assim. Há montadoras em que chegamos a resgatar dez caçambas de sucata por dia”, explica, ressaltando que cada caçamba acondiciona dez toneladas de resíduos. “No total, a Trufer possui cerca de 3 mil caçambas”. A empresa recicla dezenas de milhares de toneladas de materiais mensalmente, com rigoroso controle de qualidade.

Essa sucata toda é recolhida dos “fornecedores” pela frota de 150 veículos da Trufer e direcionada a um dos sete pontos de reciclagem da



“Somos especialistas em just in time. Se eu deixar de coletar a sucata na ponta de uma linha de montagem de qualquer fabricante por algumas horas, a produção para. Simples assim”

Márcio Trujillo, CEO da Trufer

empresa, posicionados estrategicamente junto aos principais polos automotivos do país. Lá, após serem descarregados, são separados por origem de materiais, tamanho, densidade, composição química e empilhados.

É quando entra em ação uma máquina para os resíduos graúdos, que a Trufer já possui há mais de 20 anos, chamada Shredder. Capaz de trabalhar 80 toneladas de sucata por hora e processar um automóvel inteiro em impressionantes 30 segundos, ela faz uma segunda e rigorosa, seleção de materiais, triturando o conteúdo. Além disso, há outros equipamentos de prensagem ou beneficiamento da sucata, capazes de compactar e/ou enfardar em pacotes de 30 cm até 60 cm, direcionados a fundições e siderúrgicas, respectivamente.

“A Shredder é apenas um dos nossos recursos para reaproveitar a sucata gerada na produção dos nossos parceiros, bem como é capaz de agir na sucata de obsolescência e na destruição de peças e automóveis velhos, proporcionando um produto final de sucata limpa, de alta densidade e qualidade”, explica Trujillo.

Ou seja, as possibilidades de reaproveitamento e reutilização dos resíduos são incontáveis. Objeto direto do conceito de economia circular, a aquisição desse tipo de matéria-prima baseia-se no prolongamento da vida útil dos resíduos de produzidos pelas mais diversas manufaturas.



Para quem vende a sucata gerada em sua linha de produção, a contratação de parceiros responsáveis na destinação dos resíduos é preponderante, de acordo com as regras básicas do ESG. “Um descarte mal feito, que exponha um conteúdo qualquer ao meio ambiente, pode ocasionar um arranhão de imagem seríssimo em qualquer montadora”, adverte o executivo da Trufer.

Licenciada pela Cetesb e possuidora de todas as certificações exigidas para sua atividade, a Trufer sofre auditorias constantes em seus pátios, sendo capaz de apurar, através de seus registros internos, cada quilograma recolhido de uma linha de montagem, sua exata composição, quando foi reciclado e qual o cliente que o reaproveitou.

A Trufer executa a reciclagem de qualquer material ferroso extraído das linhas de montagem de montadoras: desde sobras de bobinas de aço até cavacos gerados na estamparia



ESG NA PRÁTICA OU NA PROPAGANDA?

O mercado de reciclagem tem sofrido um período de baixa ao longo dos últimos meses por vários fatores como a guerra entre Rússia e Ucrânia, que fez cair o preço das commodities, a crise energética e consequente inflação na Europa, mudança de governo no Brasil...

Diante desse cenário, principalmente motivados pela grande oferta de gusa, os compradores vêm optando por deixar de dar preferência ao material reciclado em razão do custo, conforme explica Trujillo: “Ora, o lucro ainda fala bem mais alto do que o ESG. Por mais que a aquisição de ferro reciclado garanta as boas práticas relacionadas ao meio ambiente, na prática as empresas redirecionaram suas compras para o gusa”.

A tendência é que esse cenário ainda persista por mais alguns meses, quando se espera que o preço internacional do ferro retorne à cotação histórica e a concorrência com as sucatas torne a compensar a aquisição do ferro reaproveitado. “ESG, como se vê, só em 2023”, destaca o CEO da Trufer.



Rápido crescimento do aluguel de automóveis por longo prazo atrai investimentos de fabricantes e locadoras

Por Lúcia Camargo Nunes

As assinaturas de veículos leves, locações de longo prazo por um a quatro anos, existem no Brasil há pouco mais de cinco anos, mas foi após a pandemia que a modalidade decolou. Este canal de escoamento de carros ao mercado ganhou volume nas locadoras e agora se consolida com as próprias fabricantes de automóveis, que

têm, também, a companhia de empresas seguradoras e grupos empresariais ligados ao setor automotivo.

Cássio Pagliarini, diretor de estratégia da Bright Consulting, aponta alguns motivos para o crescimento: "O aluguel funciona para pessoas que não têm reserva de dinheiro para dar na entrada de um carro". Outra vantagem, observa, é a

inclusão na mensalidade da assinatura dos custos de seguro e manutenção, que são negociados por empresas em grandes volumes por valores baixos, que o cliente individual não conseguiria. E ao fim do contrato ele não precisa se preocupar com a revenda.

Para Pagliarini a operação é lucrativa porque tudo está sob o controle das empresas: o preço do veículo novo, valor do usado ao fim do contrato, prêmio do seguro, custos de manutenção: "Então o custo para o cliente individual é um pouco maior, mas ele tem várias seguranças: sabe o que vai acontecer, ao contrário do que se ele fosse comprar o carro".

Dentre os diversos segmentos de veículos Pagliarini enxerga maior potencial das assinaturas para os modelos de luxo, elétricos e comerciais leves populares: "Mais no luxo porque essas pessoas são early adopters, querem ver novidade, dirigir um carro de alta tecnologia".

MAIS BARATO DO QUE FINANCIAMENTO

Para Milad Kalume Neto, diretor da Jato, o crescimento das assinaturas de

veículos no Brasil é forte e gradativo, mas ainda não consolidado: "O caminho é justamente o desta consolidação". Na sua opinião os preços elevados dos carros novos, o aumento da disponibilidade dos serviços de locação de longo prazo pelas próprias montadoras e a mudança da mentalidade do consumidor são fatores que alavancarão este novo canal de vendas.

A modalidade é lucrativa e ao que tudo indica só tende a crescer, segundo avalia Kalume Neto: "É tão lucrativa que grandes montadoras estão com operações ou planos de operação de empresas por assinatura, bem como instituições financeiras e empresas tradicionais que já estão no mercado há anos".

Para o consultor as montadoras pretendem atuar cada vez mais neste segmento não apenas como fornecedoras de veículos mas em todas as fases do processo e buscar uma parte da participação deste segmento competindo justamente com as empresas já existentes e consolidadas.

Outro aspecto observado por Kalume Neto é que as fabricantes de veículos conseguem captar dinheiro no mercado de capitais por custos muito menores do que um consumidor pagaria para financiar um veículo, que hoje já bate nos 30% ano:

"Os planos de assinatura estão se tornando mais atrativos do que a aquisição do carro por financiamento, e talvez também seja por isso que as vendas à vista estão aumentando significativamente com relação aos financiamentos". Segundo levantamento da Anfavea as vendas à vista atualmente representam 65% do faturamento. Historicamente este percentual era o oposto, com 65% a 70% dos carros vendidos por financiamento.

Números sugerem que as assinaturas têm ligação direta com o aumento das vendas diretas à vista (veja tabela ao lado), pois em muitos casos as montadoras faturam à vista os carros destinados a este tipo de locação diretamente para suas divisões ou empresas de assinaturas.

A força do pagamento à vista nas vendas diretas

Marca	Participação de vendas diretas	Pagamento à vista das vendas diretas
Audi	52,7%	64,2%
Chevrolet	50,5%	72,0%
Fiat	66,5%	78,9%
Jeep	79,7%	58,5%
Renault	69,6%	71,5%
Toyota	23,2%	49,7%
Volkswagen	65,4%	41,7%

Fonte: Jato (novembro/2022)

CRESCIMENTO ACELERADO

De acordo com o Sindipeças, que reúne os fabricantes orneceadores de autopeças, o mercado brasileiro de carros por assinatura cresceu 22% de 2021 a 2022. O porcentual representa o triplo do crescimento de todo o mercado de aluguel de veículos, que no mesmo período foi de 7%.

A Abla, Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis, informa que atualmente o volume locado para assinaturas por empresas do segmento supera os 106 mil veículos, alta de 16,4% no período janeiro-setembro deste ano. No mesmo período de 2021 o volume era de 91 mil unidades assinadas.

Nem todas as fabricantes informam os números de suas divisões de locação, portanto a quantidade de veículos assinados deve ser bem maior. As locadoras, que são parceiras das montadoras e ajudam a absorver volume importante de veículos no mercado nacional, ao mesmo tempo também são suas maiores concorrentes na oferta de contratos de assinaturas.

Marco Aurélio Nazaré, presidente da Abla, tem expectativa de que o volume dos carros assinados dobre no médio prazo: "É uma modalidade recente e que veio para ficar", diz, comparando ao serviços de streaming de filmes e séries de TV.

O aluguel por um a quatro anos é uma mudança de comportamento do brasileiro, que encontra alguma resistência, mas aos poucos se rende ao jargão do uso-ao-invés-da-posse.

"O cliente acabou descobrindo, experimentando e aprovando benefícios extras", observa Paulo Miguel Júnior, conselheiro gestor da Abla. "Como os de deixar de ter preocupação e gastos com seguro, manutenção, revisões, tributos e, principalmente, com os desgastes que tinha na hora de revender o próprio carro."

MONTADORAS NO JOGO

Nos últimos dois anos as empresas fabricantes de veículos decidiram entrar para valer no mercado de assinaturas de veículos aproveitando o potencial de expansão do mercado que até então vinha sendo aproveitado por seus maiores clientes: concessionários e locadoras.

Atualmente boa parte das marcas de automóveis presentes no País tem programas de locação de longo prazo, normalmente por meio da abertura de empresas dedicadas a este negócio, em associação com as divisões financeiras desses grupos empresariais, que financiam a formação da frota para locação. As vendas das assinaturas são feitas por meio on-line e nas próprias concessionárias das marcas.

A Toyota foi a primeira no Brasil a pisar no terreno das locações, oferecendo mobilidade como serviço, no fim de 2019, com a criação da Toyota Mobility Service, de compartilhamento de seus veículos.

Em meados de 2020 surgiu a Kinto Brasil, associação da Toyota Financial Services com a Mitsui. O programa de assinaturas da empresa é relativamente novo: o Kinto One Personal foi lançado em setembro de 2021 para pessoas físicas e jurídicas e agora está disponível em todas as concessionárias Toyota no Brasil.

A Kinto já locou mais de 6,5 mil unidades no Brasil. Agora, com o fim de contratos e retorno de carros seminovos para serem ofertados em contratos de



Divulgação/Toyota

**AUTONOMIA
EXTRAORDINÁRIA**
MAIS DE 40 KM NO MODO
100% ELÉTRICO.

**POTÊNCIA
EXTRAORDINÁRIA**
MOTOR ELÉTRICO E MOTOR
A COMBUSTÃO COM 240CV
DE POTÊNCIA COMBINADA.

4xe

UMA NOVA ERA DE LIBERDADE CHEGOU. JEEP COMPASS 4xe.

O PRIMEIRO 4X4 HÍBRIDO
PLUG-IN DA JEEP.



JEEP.COM.BR
CAC 0800 7037 150
facebook.com/jeepdobrasil



Jeep® é marca registrada da Stellantis-FCA US LLC.
Juntos salvamos vidas.

**EXTRAORDINARIAMENTE
SILENCIOSO**
MENOS RUÍDO E ZERO EMISSÃO
DE CO₂ NO MODO ELÉTRICO.

Ligado na tomada
e carregando

68%

Jeep



Divulgação/Localiza

assinatura, cerca de quatrocentos contratos de usados já foram aprovados. A expectativa é que os negócios com assinatura dobrem de volume em 2023, seguindo este ritmo nos próximos quatro ou cinco anos.

Para Roger Armellini, diretor comercial da Kinto e diretor de mobilidade, transformação digital e cadeia de valor da Toyota para América Latina e Caribe, "a Toyota está se transformando em uma empresa de serviços de mobilidade e nossa expectativa é crescer e integrar os serviços em nosso negócio. Cada vez mais a Kinto fará parte do ecossistema das concessionárias Toyota".

O executivo observa que a assinatura tem muito a ver com o momento do cliente: "Depende da forma como ele usa, da frequência com que troca de carro, da taxa de juros, de quanto o banco paga no investimento. Para o cliente, conforme a combinação, pode valer a pena assinar". Em um cenário de taxa de juros nas alturas, como agora, a assinatura é uma alternativa ao financiamento, principalmente se o usuário roda pouco e escolhe um plano de mais longo prazo, o que influencia diretamente no cálculo da tarifa mensal:

"Para a locadora estão envolvidos os custos da aquisição, que também são

afetados pelos juros altos. Só que a locadora tem uma capacidade de captação de dinheiro no mercado melhor que um cliente pessoa física, porque compra em quantidade, tem linha de crédito com o banco ou capital próprio. Então tem custo de aquisição menor".

Da Toyota o Yaris, hatch ou sedã, é o modelo mais alugado pela Kinto. Hoje é um carro de alto giro dos seminovos que voltam do primeiro ciclo de locação em alguma das modalidades de aluguel da Kinto e são ofertados para aluguel de longo prazo por. Há ofertas de Yaris, com pouco mais de 10 mil quilômetros rodados, a partir de R\$ 1,6 mil por mês.

"Nosso modelo de negócio é diferente das locadoras que compram carros com altos descontos das montadoras para depois ganhar na venda do seminovo", conta Armellini. "Nosso foco é na cadeia de valor, de oferecer opções em um portfólio completo, seja comprando, financiando ou alugando um carro. Minha preocupação é estender a vida útil deste ativo, para atingir cada vez mais clientes."

MAIS CONCORRÊNCIA

A Fiat e a Jeep lançaram o Flua! no mesmo momento em que nascia o Grupo Stellantis. De lá para cá o programa de assinaturas agregou mais modelos ao portfólio e multiplicou a presença física de seus pontos de venda nas concessionárias das marcas. Em novembro acresceu à lista de ofertas o elétrico Peugeot e-2008.

Sem revelar o volume de contratos a empresa informa que a perspectiva é de crescimento para 2023, pois este mercado, de acordo com a Flua!, é o que mais cresce no Brasil, muito em função da aceitação do público mais jovem.

O Grupo Caoa também criou uma subdivisão para alugar modelos Hyundai e Caoa Chery. E foi além: em outubro anunciou a oferta de um modelo inédito no País, disponível apenas para assinatura, o Hyundai Ioniq Hybrid.

Jack Nunes, diretor executivo comercial da Caoa Locadora, revelou que a frota locada já supera 4 mil veículos e a

As muitas ofertas de assinatura no mercado

Empresa	Modelos disponíveis	Prazos (meses) e franquias (km)	Mensalidade (preços mínimos e máximos)
Audi Luxury Signature	A3 Sedan, A3 Sportback, A4, Q3, Q3 Sportback, A5, Q5, Q5 TFSIe, Q7, e-tron, e-tron sportback, Q8, e-tron S Sportback	18 ou 24 meses com 1.500 km; 36 meses com 1.000 km	De R\$ 5.980 (A3 Sedan) a R\$ 17.905 (e-tron S Sportback)
Caoa Locadora	Caoa Chery Tiggo 5x Pro Híbrido, Tiggo 7 Pro, Tiggo 7 PRO Max Drive, Tiggo 8 TXS Max Drive, iCar; Hyundai New Tucson GLS, Ioniq	12, 24 ou 36 meses com 1.000 a 2.500 km	De R\$ 2.876,64 (Tiggo 5x Pro Híbrido em 36 meses com 1.000 km) a R\$ 6.545 (iCar em 12 meses com 2.500 km)
Flua! Jeep	Renegade, Compass, Commander, Gladiator	12, 24 ou 36 meses com 1.000 2.000 e 3.000 km	De R\$ 2.756 (Renegade Flex Sport) e vai até R\$ 19.500 (Gladiator)
Flua! Fiat	500e, Mobi, Argo, Pulse, Strada, Toro, Fiorino, Ducato	12, 24 ou 36 meses com 1.000, 2.000 e 3.000 km	De R\$ 1.999 (Mobi) a R\$ 7.063,90 (Toro Flex Endurance)
Flua! Peugeot	e-2008	12, 24 ou 36 meses com 1.000, 2.000 e 3.000 km	R\$ 5.999 a R\$ 8.599
Ford Go	Ranger, Territory, Transit	12 meses com 2 mil ou 3 mil km	De R\$ 5.050 (Territory) a R\$ 9.400 (Bronco)
Kinto One Personal	Toyota Yaris hatch e sedã, Corolla, Corolla Cross, Hilux, RAV4, SW4	12, 24 ou 36 meses com 1.000, 1.500, 2.000, 2.500 e 3.000 km	De R\$ 2.492,21 (Yaris) a R\$ 13.307,87 (SW4)
MIT Assinatura	Mitsubishi Eclipse Cross, Pajero Sport, L200	12, 24 ou 36 meses a partir de 1.000 km	De R\$ 3.975 (Eclipse Cross) a R\$ 9.250 (Pajero Sport)
Nissan Move	Kicks, Leaf, Frontier, Versa	12, 18, 24 e 36 meses com 1.000, 1.500 e 2.000 km	De R\$ 2.299 (Versa) a R\$ 10.199 (Frontier Pro-4X)
Renault on Demand	Kwid, Duster, Oroch Logan, Stepway, Sandero, Captur, Zoe E-Tech e Master	12, 18, 24 e 36 meses com 1.000, 1.500 e 2.000 km	De R\$ 1.549 (Kwid) a R\$ 6.919 (Zoe E-Tech)
VW Sign & Drive	Gol, Voyage, T-Cross, Nivus, Taos	12, 18 ou 24 meses com 1.000, 1.800 ou 2.500 km	R\$ 1.669 (Voyage) a R\$ 5.949 (Taos)
Porto Seguro Carro Fácil	Hyundai HB20, Nissan Kicks, VW Nivus, Chevrolet Tracker, VW T-Cross, Toyota Corolla e Caoa Chery Tiggo 8	12, 18 ou 24 meses com 1.000, 1.500, 2.000 e 2.500 km	De R\$ 2.499 (Hyundai HB20 Comfort) a R\$ 5.469 (Fiat Toro Freedom TD)
Localiza Meeo	Econômico (Kwid e Mobi), Intermediário (Onix e Cronos), Utilitário (Strada, Oroch), SUV (Pulse e C4 Cactus), Executivo (Corolla, Cruze) e Premium (Audi A3 e BMW 320)	18, 24, 36 e 48 meses com 1.000, 1.500, 2.000, 2.500 e 3.000 km	A partir de R\$ 1.599
Unidas Livre	Modelos de entrada, médios, sedãs e SUVs, como Onix, HB20, T-Cross, Pulse, Tracker, Nivus Taos	12 a 24 meses, com 1.000, 1.500, 2.000 ou 2.500 km	De R\$ 2.236 (Onix) a R\$ 4.464 (Taos)
Movida Zero Km	Trabalha com todas as marcas disponíveis, novos e seminovos, incluindo elétricos e blindados	12, 18, 24 ou 36 meses com 1.000, 1.500 e 2.000 km	A partir de R\$ 1.559 (Mobi seminovo)
Osten	Modelos premium como BMW 320i e iX40, Mini Cooper e Jaguar F-Pace	24 meses e 1.000 km	Não divulgada. É preciso preencher cadastro e solicitar orçamento.
UseCar	Entrada (Voyage, Kwid), Intermediário (HB20S, Onix Plus), Utilitário (Frontier 4x4, S10) e SUV (Tracker)	12, 18 ou 24 meses com 500 a 3.000 km	R\$ 1.620 (VW Gol) a R\$ 5.020 (VW T-Cross 1.0 Turbo)

Fonte: Locadoras / Montadoras (Valores cotados em 5/12/22)
Preços baseados em Brasília, podem variar conforme o ICMS de cada Estado

expectativa é de crescimento: "Em 2023 pretendemos expandir ainda mais nossa operação abrindo mais lojas e aumentando a sua capilaridade com o objetivo de dobrar nossa frota locada. Avançaremos, também, na modalidade do car sharing".

A HPE, que monta veículos Mitsubishi e Suzuki em Goiás, tem atualmente cerca de 1,4 mil veículos locados das duas marcas, para pessoas físicas e empresas. Para explorar a falta de carros para pronta entrega no mercado em setembro a empresa lançou o compromisso de entregar ao cliente o veículo assinado com prazo máximo de sete dias úteis. O programa abrange algumas concessionárias-piloto, mas a intenção é expandir para toda a rede.

A Nissan é uma das mais recentes a entrar no segmento de assinaturas com o programa Move, no mercado desde julho em concessionárias de quarenta cidades, diz Ana Marques, gerente de inovação, processos e sistemas e customer experience: "A intenção é ampliar ao máximo os pontos. Temos pelo menos um concessionário com o serviço em cada Estado brasileiro". A empresa não informa o volume de modelos assinados: diz que está dentro das expectativas.

FINANCEIRA NO COMANDO

Marcas sob o guarda-chuva do Grupo Volkswagen contam com programas de

assinaturas administrados pela VWFS, Volkswagen Financial Services, incluindo veículos leves e pesados.

"Estamos passando por uma fase bastante intensa em nossos programas por assinatura", afirma Simone Moras, diretora de marketing da VWFS. "Para caminhões lançamos recentemente o VW Truck Rental. Para Volkswagen, que tem o VW Sign&Drive, incluímos mais modelos. Já no Audi Luxury Signature digitalizamos o processo de contratação na concessionária."

A perspectiva para 2023 é duplicar as carteiras de clientes por assinatura: "Por um lado temos clientes cada vez mais interessados na proposta de mobilidade como serviço. Por outro lado nós estamos trabalhando fortemente para evoluir cada vez mais os nossos serviços de assinatura".

A empresa investe nos canais digitais alinhados ao perfil de clientes que buscam a assinatura: "Queremos fomentar e facilitar o acesso à contratação e ao autoatendimento em pós-vendas de toda a proposta de mobilidade, desde o uso do carro até, por exemplo, a gestão de multas. Trabalhamos para os nossos programas de assinatura serem, de fato, soluções de mobilidade, fáceis e transparentes".

TECNOLOGIA E PARCERIAS

O programa Meoo, da Localiza, investe em tecnologia e muita publicidade – inclusive na TV aberta – para acelerar a venda de contratos de assinatura. O aplicativo da locadora dobrou o número de funcionalidades disponíveis para os clientes nos últimos doze meses, saltando de vinte para quarenta. Nele consulta-se faturas, datas de vencimento da mensalidade, multas e altera-se meios de pagamento.

No segundo trimestre de 2022 a divisão da Localiza dedicada à gestão de frotas atingiu o maior nível de venda trimestral, especialmente no Meoo, que se manteve com mais de 20 mil carros pedidos em processo de fabricação pelas montadoras.



Divulgação/UseCar

NOVO RENAULT KWID E-TECH

100% elétrico

Juntos salvamos vidas.



DPZ



**mais um sinal de que a revolução
elétrica está acelerando nas ruas**

obrigado a todos que votaram e tornaram a Renault vencedora na categoria Gestão Montadoras, do Prêmio Autodata. ganhar o reconhecimento mais importante da indústria automotiva é eletrizante.



renault.com.br



Glauco Zebral, diretor da Meoo, cita um levantamento da Similarweb, plataforma de análise de dados de mercado: a busca pelo serviço de assinaturas de veículos cresceu 56,5% no início de 2021 e a tendência é de que cada vez mais pessoas conheçam e prefiram o sistema em vez da compra tradicional.

"O programa tem evoluído para oferecer ao cliente uma experiência que vai além de ter um carro zero-quilômetro sem as dores de cabeça que o carro próprio dá, como gestão e gastos com multas, revisão e manutenção", argumenta Zebral, indicando os benefícios do Tudo Meoo, clube de descontos da plataforma que recebeu novos parceiros: no último ano passaram de seis para 24 empresas, nas quais o cliente economiza ao utilizar os serviços como descontos em aluguel diário de carro, tag de passagem automática de pedágios e estacionamentos, lavagem do veículo.

MAIS OPÇÕES

Conforme crescem os serviços ampliam suas funcionalidades. A locadora Movida, que lançou o programa Movida Zero KM, acrescentou recentemente novas funções no portal do cliente, como pagamento por PIX. O número de assinantes do serviço avançou 40% em 2022

na comparação com o mesmo período de 2021. A estimativa é que a modalidade continue com este ritmo de crescimento em 2023.

"Outra novidade é a locação de veículos seminovos", lembra Marcelo Rosal, gerente da Movida Zero KM, "para atender quem busca opções com preços mais acessíveis, tendo em vista a escalada dos preços dos zero-quilômetro no Brasil."

Veículos seminovos também estão entrando na lista de opções das montadoras que entraram no segmento das assinaturas. Hoje muitas têm programas próprios, com a criação de novas empresas ou serviços comandados por suas divisões financeiras. É o caso da Kinto, divisão da Toyota, que incluiu seminovos e ampliou sua oferta de locações para todo o País, aproveitando a capilaridade da sua rede.

Uma das pioneiras a oferecer assinaturas de veículos no Brasil foi a seguradora Porto Seguro, por meio do Porto Seguro Bank, divisão que administra o programa Carro Fácil desde 2016. Em 2022 o serviço foi expandido para mais quatro cidades, que se juntam a cinco capitais e a todo o Estado de São Paulo. Atualmente a frota de assinaturas da Porto Seguro é de 12,4 mil veículos.

Gustavo Fahlberg, CEO da MobiTech Locadora de Veículos, conta que "em 2021 tivemos aumento de novas vendas de 72%, comparado ao ano anterior. Este ano continuamos registrando forte crescimento. No segundo trimestre de 2022 atingimos aumento de 80% nas receitas trimestrais do Carro Fácil [vs 2T21]. A perspectiva é de expansão para o próximo ano e seguimos investindo em novidades".

A oferta de assinaturas de veículos também já é explorada por locadoras que atuam na administração de frotas terceirizadas de empresas, como é o caso da UseCar, uma das empresas do Grupo Carbel, que atende a clientes como Correios, Banco do Brasil, governo da Bahia, Andrade Gutierrez e Construtora M Martins.



Divulgação/Movida



Divulgação/Unidas

"Nascemos com a terceirização de frotas e fomos pioneiros na oferta de assinatura neste modelo. Metade de nossa frota hoje é de assinaturas", afirma Bruno Linhares, diretor da UseCar. "É um mercado que triplicou em um ano. Acreditamos muito nessa modalidade e o mercado também."

A UseCar tem quase 4 mil carros assinados por todo o País. O grupo, sediado em Minas Gerais, tem quinze concessionárias de veículos, além de corretora de seguros, consórcio, financeira e banco, com faturamento anual em torno de R\$ 1,2 bilhão. Comercializa mais de 3 mil veículos por mês. Linhares diz que os volumes da UseCar já fazem a empresa ter relevância na negociação com as montadoras.

FOCO PREMIUM

Se uma das propostas da locação de veículos por longo prazo é oferecer uma experiência descomplicada e comodidade ao cliente também é uma oportunidade de o consumidor experimentar um carro de alto valor, com nova tecnologia de propulsão, que ele não tem certeza se compraria. A oferta de carros elétricos por assinatura atende a esta necessidade.

"O Go Signature é pioneiro ao oferecer Tesla em contrato de assinatura e agora o BMW ix40 100% elétrico. Estamos trabalhando também com seminovos e veículos da linha premium", conta Liandra Boschiero, executiva responsável pela Osten GO.

A Osten GO é divisão do Grupo Osten, que há vinte anos abriu sua primeira loja BMW na Zona Leste de São Paulo e hoje é um grande grupo concessionário premium representando, além de BMW, Jaguar Land Rover, Jeep, Chrysler, Dodge e Ram, e motos BMW Motorrad e Triumph.

O grupo enxergou rápido o potencial dos contratos de assinatura para carros de alto valor. Hoje a empresa conta com 510 contratos ativos, com alto valor médio, incluindo modelos Volvo e Porsche. A perspectiva é de crescimento, de acordo com Liandra Boschiero, porque clientes deste perfil não querem mais ter a gestão da propriedade:

"Tivemos crescimento de 40% nos resultados em relação a 2021".

A Osten também passou a oferecer carros por assinatura: "Nos últimos meses verificamos que surgiu esta demanda, sendo uma estratégia para atendimento de pedidos que não estavam tendo produção ou com demora no faturamento". ■



Clube AutoData VIP

Você no radar

Seja sócio do “Clube AutoData VIP”.



Aproveite o mega desconto de 75% na compra dos sete eventos promovidos por AutoData em 2023. E receba também um newsletter diário com as notícias do setor automotivo em horário antecipado, acesso a memória de todos os conteúdos jornalísticos da editora e receba um boletim especial, todas as terças-feiras, que abordará temas exclusivos.

Faça as contas
e confira as vantagens
do "Clube AutoData
VIP"

Dicas

Para participar
dos sete eventos
mais relevantes do
setor automotivo
de 2023 você vai ter
que desembolsar R\$
7.100. Fazendo parte
do Clube, pagará
apenas R\$ 1.777; ou
seja: 25% do valor ou o
equivalente a 75% de
desconto.

Promoção por
tempo limitado.

Informações/inscrições:

 (11) 93372 1801
vanvianna@autodata.com.br
seminarios@autodata.com.br
www.autodata.com.br

AUTODATA
• SEMINÁRIOS •

EVENTOS 2023

**SEMINÁRIO MEGATENDÊNCIAS,
OS DESAFIOS DO NOVO BRASIL**
EVENTO ON-LINE, 20, 21, 22, 23 E 24 DE
MARÇO

Valor da inscrição: R\$ 825,00

**FÓRUM AUTODATA
DE VEÍCULOS COMERCIAIS**
EVENTO ON-LINE 24 e 25 DE ABRIL

Valor da inscrição: R\$ 625,00

**SEMINÁRIO COMPRAS AUTOMOTIVAS,
A NORMALIZAÇÃO DA PRODUÇÃO
E AS NOVAS OPORTUNIDADES DE
NACIONALIZAÇÃO**

EVENTO ON-LINE, 22 E 23 DE MAIO

Valor da inscrição: R\$ 625,00

**SEMINÁRIO REVISÃO
DAS PERSPECTIVAS 2023**
EVENTO ON LINE, 10, 11 E 12 DE JULHO

Valor da inscrição: R\$ 825,00

**5º. CONGRESSO DE NEGÓCIOS DO SETOR
AUTOMOTIVO LATINO-AMERICANO**
EVENTO ON LINE, 14, 15, 16, 17 E 18 DE
AGOSTO

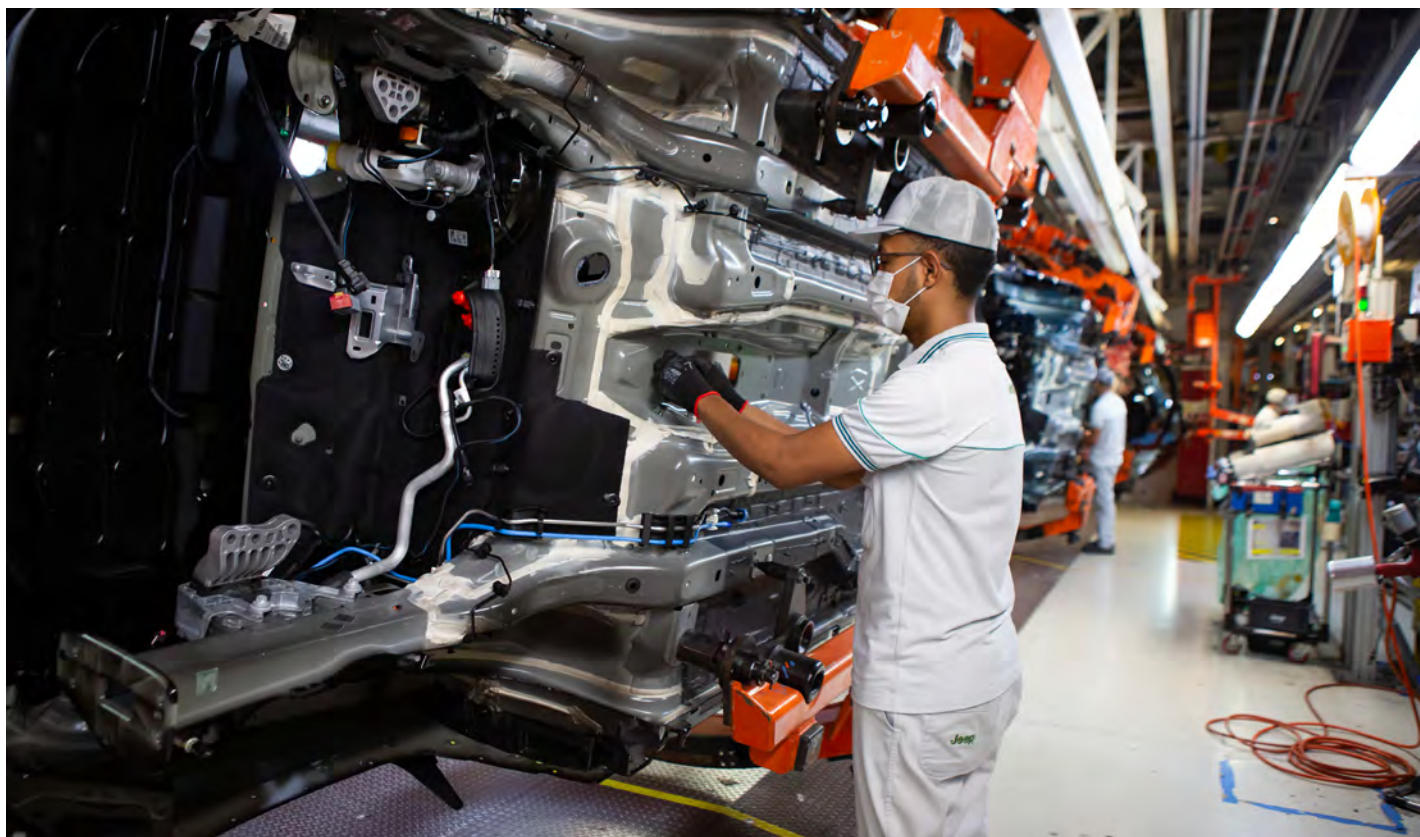
Valor da inscrição: R\$ 825,00

**SEMINÁRIO AUTODATA
BRASIL ELÉTRICO 4 + ESG**
EVENTO ON-LINE 25 E 26 DE SETEMBRO

Valor da inscrição: R\$ 625,00

**CONGRESSO AUTODATA TENDÊNCIAS
E PERSPECTIVAS 2024 DO SETOR
AUTOMOTIVO BRASILEIRO**
EVENTO PRESENCIAL 21, 22 E 23 DE
NOVEMBRO

Valor da inscrição: R\$ 2.750,00



Divulgação/Stellantis

Polo automotivo de Pernambuco decola com incentivos e Stellantis

Com quase oito anos de operação fábrica de Goiana e fornecedores puxam crescimento acelerado do PIB industrial no Estado

Por Pedro Kutney, de Belo Jardim, Goiana e Recife, PE

Muito se questiona sobre a necessidade e efetividade dos generosos incentivos concedidos à indústria automotiva desde a primeira onda de investimentos do setor no País, ainda no fim dos anos 1950. O Regime Automotivo, de 1995 – e seu recorte regional para o Nordeste, de 1997 – trouxe novos aportes bilionários e mais que triplicaram o número de fabricantes no Brasil, contudo a opacidade de seus concedentes públicos e beneficiários privados deixam



Divulgação/Moura

desconfianças quanto à real contribuição que essas empresas trouxeram ao desenvolvimento nacional.

No caso do mais novo polo automotivo regional, em Pernambuco, devidamente estimulado por benefícios tributários federais e estaduais, os livros abertos mostram que a renúncia fiscal garantiu, de fato, a rápida aceleração do PIB industrial do Estado e, o que é mais relevante, acompanhada de importante evolução social.

Puxado pela Fiat – FCA a partir de 2014 e Grupo Stellantis desde 2021 – que em 2011 decidiu instalar complexo industrial em Goiana, PE, com investimentos de R\$ 11,2 bilhões e mais de R\$ 1 bilhão vindos de fornecedores que se instalaram na mesma fábrica, o setor automotivo decolou para voos altos em Pernambuco, que já conta com cinquenta empresas fornecedoras de peças, sistemas e serviços.

O professor e economista Jorge Jatobá, especialista em políticas públicas e diretor da consultoria Ceplan, foi um dos coordenadores de recente estudo a respeito

dos impactos da Stellantis e seus fornecedores na economia de Pernambuco. Ele afirma que o empreendimento atingiu os resultados esperados muito antes do esperado: “Em apenas três anos a fábrica de Goiana atingiu capacidade máxima de mais de 240 mil carros ano e atraiu uma base de fornecedores importante, é um sucesso raro de acontecer em tão pouco tempo em um local que não tinha tradição industrial automotiva”.

Nos seis primeiros anos de operação da fábrica Jeep, inaugurada em abril de 2015, foram produzidos mais de 1 milhão de SUVs Renegade, Compass e Commander, além da picape Fiat Toro – todos modelos na faixa de alto valor agregado – e 123 mil deles foram exportados, o equivalente a pouco mais de 10% da produção e da exportação de veículos do País no período.

Operando no topo da capacidade com 14,7 mil empregados diretos, trabalhando em três turnos desde março de 2018, montando 48 carros por hora e, em média, 1 mil por dia, a fábrica de Goiana deve produzir



222 mil unidades neste 2022, com recorde estimado de 28 mil carros exportados. E tudo com elevado grau de produtividade, segundo **Mateus Marchioro**, diretor da planta: "Temos aqui o segundo melhor custo de transformação de todo o Grupo Stellantis no mundo".

Com 260 mil m2 de área fabril a unidade é uma das mais produtivas do mundo, com processos completos de estamparia, com prensas automáticas que desferem dezoito golpes por minuto, linhas de solda com mais de seiscentos robôs, pintura automatizada com tintas à base d'água e sem aplicação de primer, montagem final computadorizada com mais de 2 mil funcionários, que alimenta até 110 carretas-cegonhas por dia, que saem carregadas de veículos para todo o País e para exportação.

FORNECEDORES

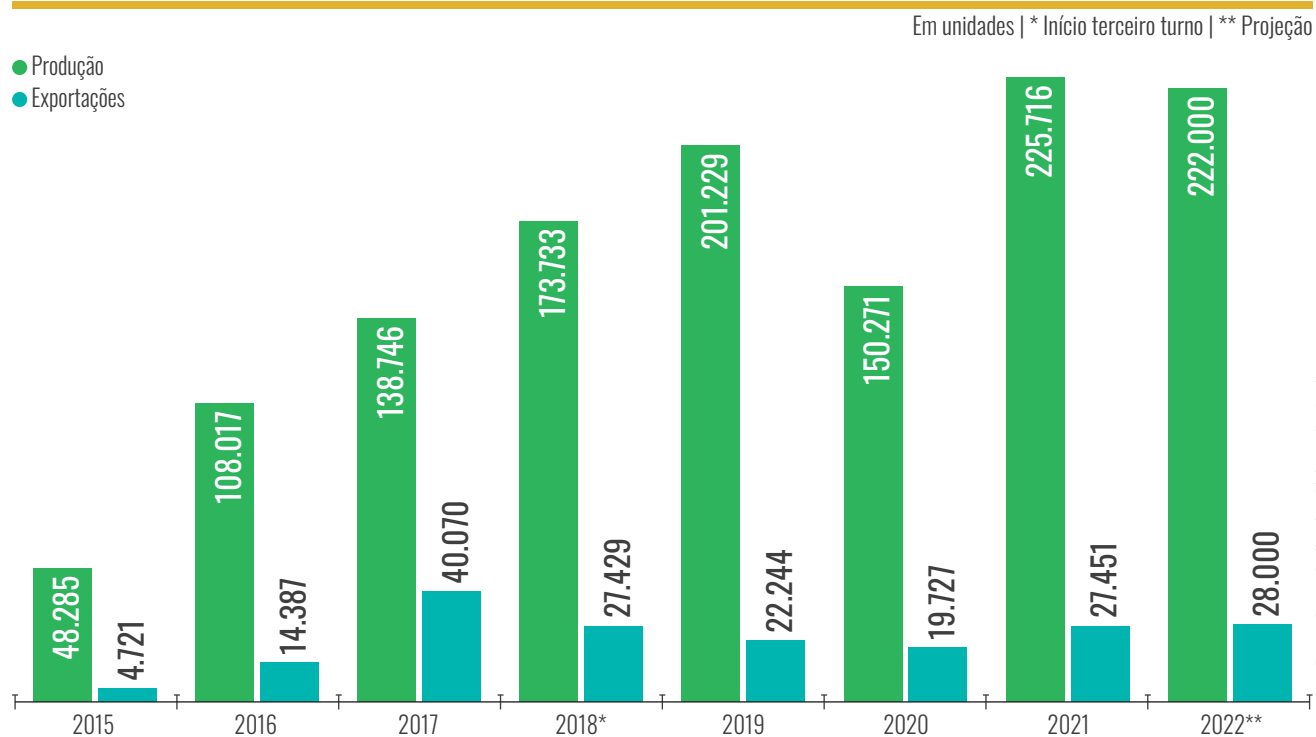
O rápido crescimento da Stellantis trouxe uma revoada de fornecedores a Pernambuco, para muito além dos poucos que já estavam no Estado, dentre eles

a Baterias Moura, fundada em 1957 em Belo Jardim, no Agreste pernambucano, e a fabricante de chicotes elétricos TCA, que operava em uma antiga fábrica em Jaboatão dos Guararapes, que nos anos 1980 produzia, vejam só, Jeep Willys. Coincidência do destino a TCA foi comprada pela Fiat em 2010, que assim herdou da empresa os benefícios do Regime Nordeste para produzir os novos Jeep.

A política de desenvolvimento regional foi aberta em 1997, com isenção de IPI para produtos automotivos produzidos na região, mas somente Moura, TCA e Troller – esta no Ceará – aderiram ao programa, que foi reaberto duas vezes, a primeira em 2006 para a Ford com a compra da Troller, que assim gozou dos incentivos por vinte anos em Camaçari, BA, e a segunda vez para a Fiat/FCA, hoje Grupo Stellantis, no fim de 2010, por meio da compra da TCA, dando assim início ao novo polo automotivo.

De cara o empreendimento em Goiana atraiu uma dúzia de empresas que montaram fábricas dentro do mesmo terreno.

Produção e Exportação Stellantis Goiana





Divulgação/Moura

Hoje dezesseis fornecedores de autopeças operam no Supplier Park, responsáveis por cerca de 70% do fornecimento de componentes e sistemas para os modelos produzidos bem ao lado. Apenas em 2019 as compras da Stellantis destes sistemistas somaram R\$ 3,1 bilhões, o equivalente a 30% do PIB de Goiana, segundo o recente estudo elaborado pela Ceplan.

Também é relevante o aumento de fornecedores de componentes externos à planta em Pernambuco, cujo número mais do que dobrou, de cinco, em 2015, para doze em 2022, somando assim atualmente 28 empresas fornecedoras de peças no Estado. Ainda segundo o levantamento da Ceplan de 2015 a 2022 a fábrica de Goiana gastou R\$ 91,6 bilhões em aquisição de insumos e contratação de serviços, o equivalente a 46% do orçamento de compras do Grupo Stellantis na América do Sul no período, e 26,7% dos recursos foram alocados em fornecedores instalados no próprio Estado.

POTÊNCIA ELÉTRICA NO AGRESTE

A veterana Moura, também signatária do Regime Nordeste, é a mais antiga e maior das fornecedoras automotivas em Pernambuco. Fundada em 1957 por Édson Mororó Moura e sua esposa, Conceição Moura, em Belo Jardim, no Agreste de Pernambuco, é uma das pioneiras repre-

sentantes da desconcentração da indústria automotiva do Sudeste do País, e há tempos fornece para todas as montadoras no País e não dependia de uma delas instalada no Estado, mas a chegada do polo deu ainda mais energia aos negócios: de 2007 a 2021 a receita líquida quadruplicou, alcançando R\$ 2 bilhões no último ano, com produção de cerca de 10 milhões de baterias/ano, fazendo da empresa a principal responsável pela economia do município, hoje o décimo-terceiro maior PIB de Pernambuco.

Com 6 mil empregados no Brasil, 3,5 mil deles trabalhando em três turnos nas fábricas de Belo Jardim, a Moura responde por 20% dos empregos e por 33% da massa salarial de Belo Jardim. A empresa soma investimentos de R\$ 1,6 bilhão nos últimos doze anos. A mais nova unidade na cidade, em área de 420 hectares, abriga linha de produção que consumiu investimento de R\$ 290 milhões, pode produzir 3 milhões de baterias/ano e tem espaço para dobrar esta produção. Já foram iniciadas as obras de uma nova linha de reciclagem com investimentos de R\$ 600 milhões, que entra em operação no fim de 2023.

Hoje a Moura é a maior fornecedora de baterias ao Grupo Stellantis no Brasil e na Argentina, fornece 100% das baterias EFB, de maior valor, para sistemas start-stop dos modelos Jeep produzidos em Goiana. A

empresa tornou-se uma potência: é a maior fabricante de baterias da América do Sul, domina 45% do mercado de reposição de baterias e 55% do fornecimento direto de baterias a montadoras no País, com participação de 95% na Volkswagen, 90% na GM e 70% no conjunto de marcas da Stellantis.

A empresa já entrou na era do lítio e monta em Belo Jardim, com células importadas CATL na China, módulos para o primeiro caminhão elétrico projetado e produzido no Brasil, o Volkswagen e-Delivery, que tem toda a montagem e ativação do powertrain elétrico feito pela própria Moura em unidade avançada dentro da própria fábrica da VWCO em Resende, RJ. O próximo passo da eletrificação deverá ser a produção de baterias de lítio para carros híbridos a serem produzidos no País – inclusive pela Stellantis.

O diretor geral da Moura, **Antônio Júnior**, afirma que atualmente a empresa não é só mais uma fabricante de baterias mas, também, uma desenvolvedora de tecnologias, com engenharia própria: “Temos o ITEM (Instituto Tecnológico Édson Mororó Moura) onde nossos engenheiros se dedicam a desenvolver soluções para o futuro. Estamos evoluindo em vários projetos, inclusive as baterias para híbridos que

devemos começar a fornecer no horizonte dos próximos três anos”.

ADENSAMENTO DO POLO

Não faltam exemplos de empresas estão sendo atraídas pela alta produção da Stellantis, adensando a cadeia local de suprimentos. Já em 2012, antes mesmo da conclusão do complexo de Goiana, a WHB Automotive instalou unidade de usinagem de bielas e virabrequins na vizinha Glória do Goitá, que hoje fornece não só à Stellantis mas também à Volkswagen e à CNH Industrial. No início de 2021 se instalaram em Igarassu, município vizinho de Goiana, Benteler e Itaesbra, que investiram R\$ 357 milhões em fábricas para fornecer peças estampadas. No mesmo ano, em outubro, com investimento de R\$ 60 milhões, a Yazaki inaugurou unidade de chicotes elétricos em Bonito, a 200 quilômetros da Stellantis, onde deverá empregar até 1,6 mil pessoas.

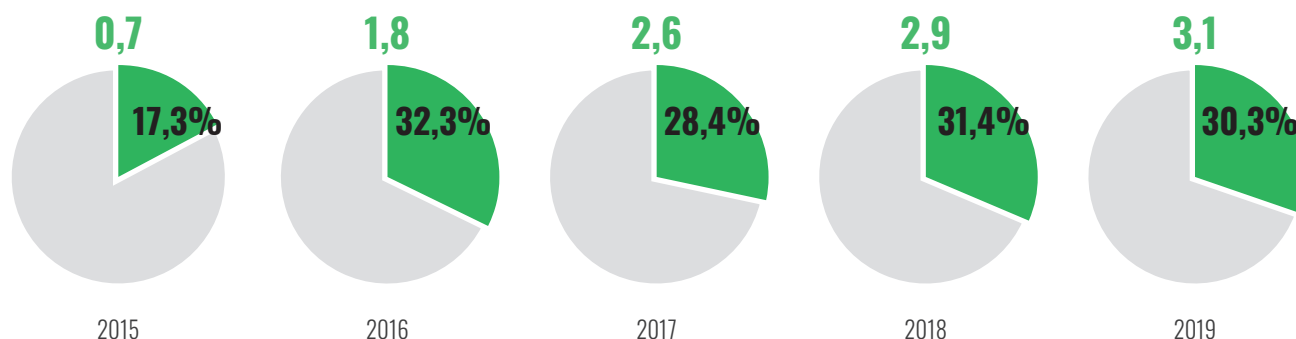
Presidente da Adepe, Agência de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco, Roberto de Abreu e Lima Almeida revela que há mais fornecedores interessados em instalar unidades no Estado para aproveitar a demanda da Stellantis em combinação com os incentivos locais:



Divulgação/Stellantis

Compras da Stellantis em Goiana

Valores em R\$ bilhões e % do PIB do município



Fonte: Grupo Stellantis / Elaboração Ceplan

"Estamos muito felizes com a expansão do polo automotivo. De 2021 para cá já conversamos com seis fornecedores interessados em vir, três deles apresentados pela Stellantis e outros três que nós fomos procurar. Mais dois devem confirmar investimentos aqui. Queremos espalhar mais este parque para o Interior do Estado".

Dentre os benefícios oferecidos Almeida conta que, dependendo do local escolhido, a Adepe oferece de 30% a 80% de desconto no valor do terrenos para as fábricas, e os fornecedores da Stellantis pagam alíquota de ICMS de 4%.

O relatório da Ceplan aponta que, com aumento ano a ano de nacionalização, em 2022 quase 30% das compras de insumos e serviços da fábrica de Goiana já são feitas em Pernambuco, sendo 22,4% de empresas instaladas no Supplier Park e 6,3% em outras localidades do Estado, 34,2% são de fornecedores de outros estados e 37,1% são importações – a maioria dos componentes importados chega pelo Porto de Suape, 111 quilômetros ao Sul de Goiana.

MAIS EMPREGOS, PIB E ARRECADAÇÃO

O estudo da Ceplan demonstra muito visíveis e robustos os impactos socioeconômicos positivos a partir do adensamento do polo automotivo em Pernambuco, a começar pela geração de empregos. Enquanto no Estado, de 2015 a 2022, houve

declínio de 3,5% no número de vagas, no complexo da Stellantis houve aumento de 46% no período, totalizando 14,8 mil funcionários trabalhando na fabricante e no parque de fornecedores.

Em Goiana, de onde vêm 21% dos trabalhadores da Stellantis e seu Supplier Park, o número de empregos formais evoluiu de 12,5 mil, em 2013, para mais de 20 mil, em 2015, no primeiro ano de atividade do complexo industrial, que neste 2022 já responde por cerca de metade das vagas de trabalho ocupadas no município, preenchidas também por pessoas de mais de dez cidades vizinhas, que representam 50% da força de trabalho da montadora e fabricantes de componentes.

Em 2010 Goiana representava menos de 1% do PIB de Pernambuco, era a vigésima-quarta economia do Estado, e hoje é a quarta, respondendo por 5,2% do PIB estadual, o que correspondeu a cerca de R\$ 10 bilhões em 2019, em crescimento de 110% em uma década.

Enquanto o PIB médio de Pernambuco avançou 0,5% ao ano de 2015 a 2019 na região sob influência da Stellantis a evolução foi de 6,3% ao ano, e de 20,5% ao ano em Goiana. Tamanho desempenho econômico se reflete nas contas públicas: hoje o município é superavitário, com receitas registradas em 2021 de R\$ 505 milhões – 60% dos recursos vieram da cota de

participação no recolhimento de ICMS do Estado – e despesas de R\$ 337,3 milhões.

A arrecadação de ICMS de Pernambuco evidencia a forte contribuição do polo automotivo para a economia do Estado. Apesar dos generosos descontos tributários oferecidos pelo governo estadual às empresas – no caso da Stellantis é cobrado apenas 5% do ICMS devido – de 2015 a 2021 o recolhimento do imposto estadual arrecadado do setor cresceu 28,4% ao ano, de R\$ 204 milhões para R\$ 917 milhões.

"Mesmo com desconto de 95% a Stellantis é sempre uma das três maiores pagadoras de ICMS do Estado", endossa Roberto Almeida, da Adepe, "o que comprova o acerto na concessão dos benefícios."

TRANSFORMAÇÃO SOCIAL

O crescimento econômico, trazido por mais empregos qualificados e aumento exponencial da arrecadação dos municípios sob influência do polo automotivo, impulsiona todas as atividades e é transmitido aos indicadores sociais, com melhoria da qualidade de vida da população de várias cidades. A abertura de vagas de emprego que exigem melhor qualificação, e são mais bem remuneradas, abriu perspectivas de evolução profissional antes inexistentes nessas regiões.

Esta evolução é refletida nos crescentes níveis educacionais na região. Dados consolidados pela Ceplan demonstram que, nos dez municípios sob influência da Stellantis, nos últimos dez anos houve aumento nas taxas de aprovação, que passam dos 90% no ensino fundamental e médio, com substancial redução da evasão escolar, cujo índice em 2010 chegava a 6%, caso de Goiana, e baixou em 2021 para menos de 1% em quase todas essas cidades – foi zerado no ensino médio de Goiana.

Filha de mãe lavadeira e pai fotógrafo em uma família de oito irmãos [Elisabeth Henrique de Melo](#) é um exemplo humano de transformação social patrocinada pela Stellantis. Ela era balconista de uma padaria em Recife, PE, e perdia, todos os dias, seis horas no transporte público para ir e voltar do trabalho.



"Não tive muitas oportunidades. Quando a fábrica da Jeep chegou me inscrevi no processo seletivo sem muita esperança. Mas em 2016 fui contratada como auxiliar de produção. Nem sabia como se fazia um carro e nem tinha habilitação", relata Elisabeth, aos 40 anos e mãe de três filhos. "Aprendi tudo aqui. Hoje sou líder na linha de montagem final, tirei a carteira de habilitação e estou terminando a faculdade de administração de empresas: sou a primeira da família com curso superior."

Assim como a de Elisabeth é crescente a procura por formação em cursos superiores, que vêm sendo alimentados por programas de parcerias da Stellantis com universidades federais de Pernambuco e da vizinha Paraíba, envolvendo UFPE, UFRPE, UFPB e UFCG. De 2015 a 2022 a empresa já investiu cerca de R\$ 8 milhões em iniciativas de extensão profissional e desenvolvimento tecnológico para o setor automotivo – a maior parte dos recursos já aplicados, R\$ 6,6 milhões, foi para a instalação do Laboratório de Inovação Veicular da UFPE em Recife.

Em Belo Jardim a Moura investe anualmente cerca de R\$ 2 milhões em projetos de educação, como o patrocínio de cursos técnicos para filhos de funcionários, programas de estágio com oferta de residência em repúblicas na cidade, captação de novos talentos e transformação de escolas municipais em integrais. O Instituto Conceição Moura desenvolve mais de cinquenta projetos de transformação social no município, com atuação desde a primeira infância até a capacitação de jovens para o mercado de trabalho. De 2017 a 2022 o instituto investiu R\$ 20 milhões em seus programas.

Assim o mais novo polo automotivo do País evolue fazendo jus aos incentivos que recebe. Conforme conclui o relatório da Ceplan "os resultados revelados reafirmam a importância de políticas de estímulo a iniciativas estruturantes e de potencial transformador das realidades regionais". De fato, transformação é o que não faltou nas cidades automotivas de Pernambuco em menos de uma década. ■

Seu leão pode colorir a vida de muitas crianças

ATÉ
29/12

Doe seu Imposto de Renda para o Hospital Pequeno Príncipe



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

E você, ao destinar 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 📞 [41] 99962-4461

doepequenoprincipe.org.br



Great Wall aposta em plano comercial inovador no Brasil



Divulgação/Great Wall Motor

Empresa nomeia concessionários e vai vender o SUV híbrido plug-in Haval H6 importado. Produção nacional só começa em 2024.

Por Pedro Kutney, do Rio de Janeiro, RJ

Cerca de um ano após comprar a fábrica da Mercedes-Benz em Itapeva, SP, a Great Wall Motor fez o lançamento oficial de sua marca e de seu plano comercial no mercado brasileiro, no fim de novembro, em evento no Museu do Amanhã, no Rio de Janeiro, RJ, para concessionários, convidados, imprensa e futuros fornecedores. A ideia é apostar em um modelo inovador, em que

concessionárias oferecerão atendimento remoto e poderão, com a mesma margem de ganho, tanto vender os veículos como alugá-los em planos de assinaturas, que serão financiados com recursos da própria fabricante.

A GWM também aproveitou o evento para apresentar seu primeiro produto a ser vendido por aqui, o SUV urbano médio Haval H6, que chega às concessionárias brasileiras da marca no início de 2023, ainda importado da China.

Inicialmente o modelo virá em versão única, sem opcionais, recheada de sistemas de segurança ativa e assistência à direção, com powetrain plug-in híbrido que combina motor 1.5 turbo a gasolina e dois elétricos, um em cada eixo, que somam potência de 393 cv.

A autonomia do H6 em modo elétrico chega a 170 quilômetros – já medida pelo padrão brasileiro NBR –, a maior do mundo para um híbrido plug-in, cerca de quatro vezes maior do que outros fabricantes oferecem em modo 100% elétrico, e que

por isto tem consumo cinco vezes menor e emite dez vezes menos CO₂ do que qualquer outro carro do mesmo porte, segundo medições da própria fabricante.

PRODUÇÃO NACIONAL SÓ EM 2024

Ao contrário do que muitos esperavam a produção nacional da fabricante no Interior paulista só será iniciada no primeiro semestre de 2024, e não será com um SUV Haval, mas com uma picape média Poer. Para concorrer com as picapes a diesel, que hoje dominam este segmento de mercado no Brasil, a GWM aposta em oferecer mais economia de combustível com seu sistema híbrido elétrico com motor a gasolina ou flex.

O chefe comercial da GWM Brasil, Oswaldo Ramos, confirma o plano de lançar dez modelos, todos de carrocerias diferentes, nos próximos três anos, incluindo os diversos tipos de SUVs Haval e Tank e as picapes Poer, todos somente em versões híbridas, com sistema fechado ou plug-in recarregável na tomada.



Haroldo Nogueira Jr

Em 2023, segundo Ramos, serão lançados somente os SUVs urbanos Haval importados. Os modelos Tank – utilitários 4x4 de luxo para encarar terrenos mais difíceis – só devem chegar a partir de 2024, assim como as picapes Poer, a começar pelo modelo nacional.

"A produção de nossos veículos em Iracemápolis será decidida pela demanda dos consumidores brasileiros", informa Ramos, indicando que o volume esperado para iniciar a montagem no Brasil "é algo a partir de cinco dígitos."

Algo acima de 10 mil unidades/ano portanto.

REDE DE R\$ 1 BILHÃO

Para vender seus carros aqui a GWM afirma ter feito uma criteriosa escolha de concessionários, que insiste em chamar de partners, dispostos a embarcar em um novo modelo de negócio de distribuição. Após reuniões com 122 candidatos a distribuidores 28 foram nomeados. Eles abrirão 51 concessionárias em todas

as regiões do País até o fim do primeiro semestre de 2023. Também serão os mesmos escalados para abrir 133 pontos de vendas e de atendimento até o fim de 2024.

Segundo Alexandre Oliveira, responsável por vendas e desenvolvimento de rede, "os partners investirão, até 2025, R\$ 1 bilhão nas novas lojas, que empregarão diretamente cerca de 2 mil pessoas em todo o País". Oliveira contou que a ideia é ficar somente com estes 28 distribuidores, alinhados com a proposta da marca: "Acreditamos em menos grupos com área maior de atuação para cada um. Não temos pretensão de aumentar o número [de concessionários]".

Todas as concessionárias Great Wall venderão e prestarão assistência técnica para os modelos Haval, Poer e Tank, tanto para vendas como para contratos de assinatura, que serão oferecidos igualmente em toda a rede. O atendimento será digitalizado e a recepção é a mesma para vendas ou serviços.





A ZF acelera o mundo para o futuro da mobilidade.

Hoje, somos líderes globais em desenvolvimento e fornecimento de tecnologia para veículos comerciais e de passageiros. Contamos com um time de mais de 150 mil colaboradores, trabalhando nos 5 continentes e comprometidos com o objetivo de promover o melhor para a humanidade.

Mais que o discurso, vemos, pensamos e agimos por um mundo com mais autonomia e sustentabilidade, viabilizando o crescimento da eletromobilidade e de veículos autônomos.

Com gestos que vão dos mais simples aos grandiosos, nosso maior orgulho é saber que, quando o assunto é mobilidade, estamos trazendo para o hoje o amanhã que queremos para todos.



Para aumentar o raio de ação das concessionárias em suas áreas de atuação regional todas elas prestarão serviços remotos, como entrega de carros e busca para manutenção. Os veículos terão garantia de cinco anos sem limite de quilometragem e a GWM promete não deixar faltar peças e nem empurrar itens desnecessários.

TOPO DE LINHA

Conforme já havia sido adiantado no começo de 2022, quando a GWM assumiu a fábrica de Iracemápolis, o foco no Brasil será em veículos topo de linha, de alto valor, todos híbridos e fartamente equipados com sistemas de assistência ao motorista e infoentretenimento de última geração: praticamente não há opcionais, exatamente como o Haval H6 que será vendido a partir de 2023: "Competiremos com os produtos topo de gama no Brasil de Toyota, Volkswagen e Jeep", garante Ramos.

E todos, diz o executivo, serão adaptados para as condições do mercado brasi-

leiro: "O Brasil é tão importante para o plano de internacionalização da Great Wall que a matriz chinesa nos deu prioridade total. Teremos quantos carros pedirmos e, mais importante, eles fizeram todas as alterações de projeto que propusemos para agradar ao consumidor brasileiro. E gostaram tanto que vão adotar essas modificações globalmente".

O Haval H6 que está dando suas voltas no Brasil, ainda na forma de protótipo em desenvolvimento, é exatamente como foi prometido, já conta com as modificações propostas pela subsidiária brasileira, principalmente no acerto de suspensão, ajuste de rigidez da direção elétrica, uso de dois motores elétricos – um em cada eixo, em vez de um como na versão original –, bem como diferenciações visuais das rodas e substituição de cromados por acabamento em preto.

O preço do Haval H6 só será divulgado em janeiro mas a GWM deu algumas pistas: como SUV de porte médio competirá em tamanho com Jeep Compass, Volkswagen Taos e Chevrolet Equinox





Juntos salvamos vidas.



Esforço dobrado todo dia. Reconhecimento triplicado por vocês. Obrigado.

Mercedes-Benz, vencedora em 3 categorias do Prêmio AutoData 2022.

- Categoria - Montadora de Veículos Comerciais
- Categoria - Exportador
- Categoria - Liderança Empresarial

Continuaremos trabalhando em dobro para merecer sua confiança.
Obrigado pelos votos.

Mercedes-Benz



mas, em preço, o alvo parece ser o contrerrâneo híbrido plug-in Song Plus DM-i, recém-lançado pela BYD no Brasil em pré-venda por R\$ 270 mil. Segundo consta o esforço da equipe comercial da GWM é lançar o H6 abaixo deste valor.

FALANDO PORTUGUÊS

Outra modificação em curso é a tradução para o português de toda a inteligência artificial do carro, inserida nos muitos sistemas embarcados, incluindo a interface do quadro de instrumentos digital, do head up display – que projeta à frente dos olhos do motorista informações de navegação, velocidade e monitoramento de faixa – e da tela tátil central de 12,3 polegadas de alta definição, que integra configurações do veículo e o sistema multimídia, bem como os muitos comandos de voz que podem acionar vidros, teto solar, climatização ou volume do som e escolha da música.

O H6 é programado como um chatbot para entender expressões, sotaques e atender pedidos: basta dizer “olá Haval” e ordenar ações como “abrir o vidro” ou “estou com calor” para reduzir a temperatura do ar-condicionado.

Também está sendo selada parceria com a Claro para instalação de chip que vai conectar o Haval H6 à rede de telefonia móvel e fornecer conexão wi-fi para os ocupantes. Os sistemas do carro serão atualizados via internet e um aplicativo de smartphone monitora as informações do veículo e pode acionar controles à distância, como ligar o motor para climatizar a cabine.

ALTO NÍVEL TECNOLÓGICO

Um SUV elétrico com motor a gasolina – e não o contrário. Assim a GWM define seu SUV híbrido plug-in equipado com o sistema E-Traction, que pode rodar até 170 quilômetros só com tração elétrica, alimentada pela longa autonomia de sua bateria de lítio de 34 kW/h, que é recarregada pelo motor a combustão a partir dos 60 km/h ou na tomada de casa em 10 horas, ou 5 horas no wall box, que será vendido à parte com serviço de consultoria para instalação, ou em 29 minutos em uma estação de carga rápida.

Ao que parece a GWM embarca no Haval H6 toda a tecnologia que tem disponível, acima do nível 2 de condução





semiautônoma, que envolve controle de velocidade adaptativo com relação do veículo à frente, com função anda-e-para no trânsito, e assistência no volante para permanência na faixa de rodagem, possibilitando que o motorista dirija sem os pés e as mãos levemente apoiadas na direção, só por segurança.

É bastante refinado o sistema de radares e câmaras que conduz a direção autônoma ou aciona o sistema de frenagem automática de emergência, com reconhecimento do tipo de veículo que vai à frente – carro, caminhão ou moto – e de pedestres, ciclistas ou objetos, como cones de sinalização. Em condução lenta, nas manobras, são acionadas câmaras que simulam na tela central a projeção do alto de todo o entorno do veículo, bem como imagens da traseira e da dianteira.

Os refinados sensores também orientam o sistema de estacionamento automático, que identifica com precisão vagas laterais ou perpendiculares e, ao toque de um botão, estaciona o veículo sem que o motorista precise colocar a mão no volante ou o pé no freio.

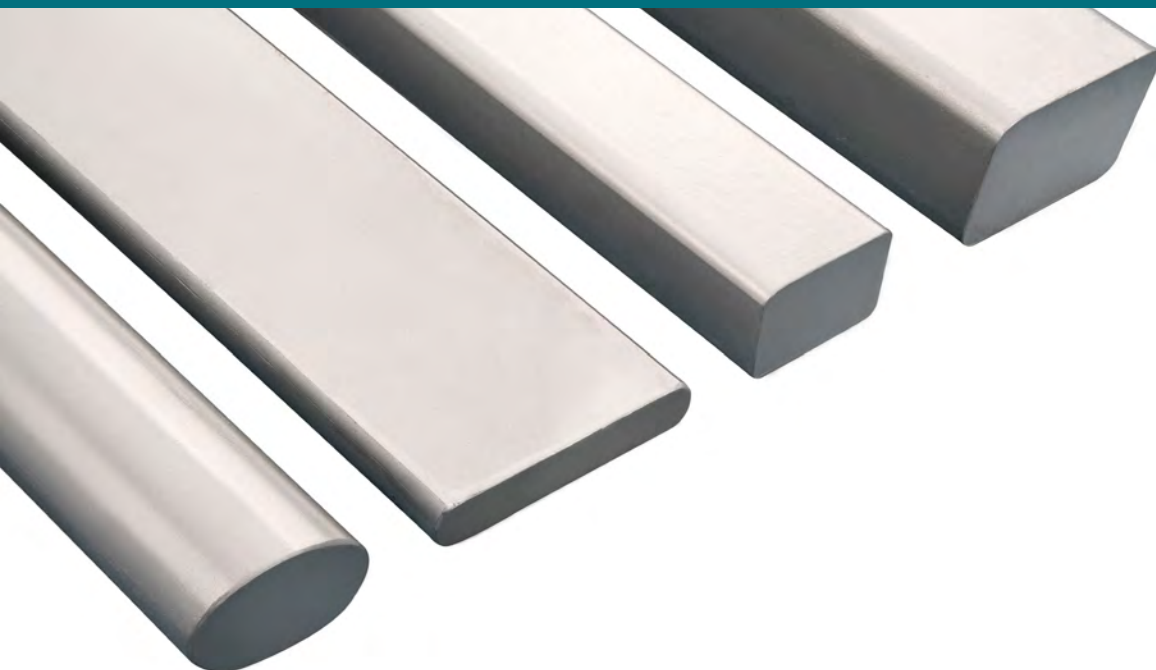
O sistema também grava na memória da central de gerenciamento os últimos 50 metros percorridos pelo carro a até 30 km/h, guardando os ângulos exatos de todas as curvas feitas. Se quiser o motorista pode acionar o Autoreversing que faz o veículo voltar de ré pelo mesmo caminho que percorreu, sem necessidade de colocar as mãos no volante.

Combinando a tração elétrica com o motor a gasolina turbo 1.5, que entra em ação em velocidades superiores a 70 km/h ou quando o pedal do acelerador passa da metade de seu curso, o Haval H6 mostra na primeira pisada no acelerador toda a disposição de seus 393 cv bem-distribuídos na tração integral. Foi o que sentiu este e os demais jornalistas que tiveram oportunidade de dirigir o protótipo brasileiro do H6 em curto trajeto na pista expressa do Aterro do Flamengo, no Rio de Janeiro.

Conforme aferição da GWM na comparação com a concorrência o Haval H6 tem a maior potência e o menor gasto de combustível, de R\$ 17,40 a cada 100 quilômetros rodados, contra R\$ 35,02 do Jeep Compass 4xE, também um híbrido plug-in, e R\$ 34,15 do Toyota Corolla Cross híbrido flex fechado. Isto porque devido à maior autonomia de sua bateria a fabricante estima que 80% do uso do veículo será com tração 100% elétrica.

Além da tecnologia a GWM também caprichou no desenho e acabamento do novo Haval H6, o SUV mais vendido da China e o sétimo no mundo. As formas do veículo usam fórmula já bem conhecida para o segmento, que mistura traços fluidos com linha de cintura alta e vincos na carroceria, para denotar robustez que um utilitário esportivo deve ter. A dianteira com a grade avantajada reforça este aspecto, com trama que lembra o Peugeot 3008, que tem proporções parecidas. ■

A MODERNIZAÇÃO DO AÇO COM VISÃO DE FUTURO



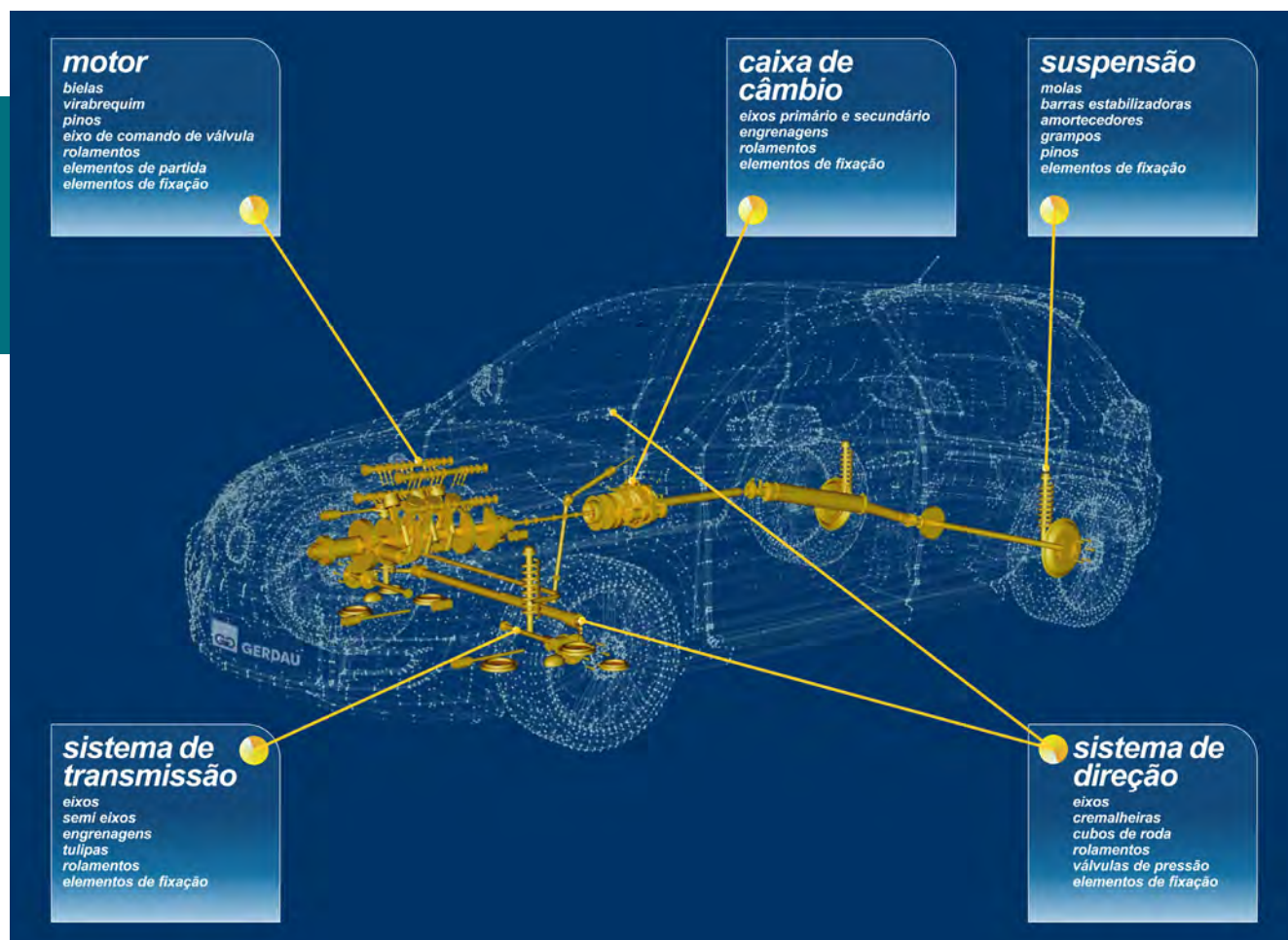
A Gerdau é a maior multinacional brasileira produtora de aço. Com mais de 120 anos de atuação, a empresa fornece aços de alta qualidade para todos os segmentos industriais e, naturalmente, também para o setor automotivo que, segundo a empresa, ainda tem muito espaço para crescimento no Brasil.

Com um mercado cada vez mais exigente e inovador, aliado com a aspiração da Gerdau de ser uma das empresas da cadeia de aço mais rentáveis e admiradas do mundo, e uma das mais relevantes nas Américas, a Gerdau inicia, em 2022, a operação de dois dos seus principais investimentos em aços especiais que superam meio bilhão de reais.

O primeiro, na Usina de Pindamonhangaba (SP), com a ativação do novo lingotamento con-

tínuo de blocos e tarugos. Esse investimento irá proporcionar ao mercado produtos com qualidade superior devido a tecnologia aplicada no processo de fabricação na aciaria. O segundo, na usina de Charqueadas (RS) compreende a ativação do novo forno de tratamento térmico.

“Estamos acompanhando a evolução da demanda e da transformação tecnológica dessa indústria e investimos fortemente para oferecer produtos com maior grau de redução, permitindo uma melhoria da limpeza inclusionária do aço além de aumentar sua resistência, em atendimento à demanda por automóveis mais leves, seguros e uma cadeia mais sustentável”, explica Vinicius Antunes Coelho Junior, gerente executivo das usinas de Pindamonhangaba e Mogi das Cruzes



A Gerdau inicia,
em 2022, a
operação de dois
dos seus principais
investimentos em
aços especiais
que superam meio
bilhão de reais

“A Gerdau trabalha com foco em inovação e estabelece uma relação próxima com os clientes com o intuito de gerar cada vez mais valor para estes consumidores e de entender como pode contribuir para o aumento de sua competitividade, além de melhorar o nível de qualidade e trazer uma diferenciação para que o cliente tenha um produto único”, Rubens Fernandes Pereira, vice-presidente da Gerdau.

Com fortes investimentos em novas tecnologias e em seus processos industriais visando mais eficiência com respeito às pessoas e ao meio ambiente, a Gerdau é uma das empresas mais inovadoras do mundo na produção de aços especiais. ■

Primeira temporada da Montana chega ao fim



Divulgação/GM

Após dezoito meses de apresentações a conta-gotas GM revela visual e preço da nova picape que será lançada em fevereiro

Por Leandro Alves

As séries nas plataformas de streaming têm feito sucesso, viraram febre mundial e se tornaram temas obrigatórios para longas conversas com os amigos: já assistiu todas as temporadas de House of Cards? O que achou de The Walking Dead? Quem está acompanhando A Casa do Dragão, umas das mais acessadas este ano? No setor automotivo a série da vez é a tática da General Motors para apresentar e lançar a Chevrolet Montana.

A picape, que da versão anterior carrega apenas o nome, já teve mais de dez episódios veiculados, somente em AutoData, em reportagens que vão desde o anúncio da produção do novo veículo em São Caetano do Sul, SP, em maio de 2021, até a curiosa informação do desenvolvimento de um novo sistema de vedação da caçamba, meses atrás.

O plano de comunicação não é novo. Foi inaugurado no Brasil pela Ford no lan-

çamento do EcoSport global, em 2012. A ideia de apresentar o produto a conta-gotas em diversos capítulos cumpre uma função importante: mostrar pormenores que certamente ficariam perdidos ou relegados a um segundo plano em apenas um evento de lançamento. Além de a empresa fabricante ganhar mais espaço na mídia o consumidor tem a oportunidade de conhecer cada novidade e comparar com produtos já disponíveis no mercado, antes mesmo do lançamento.

No caso da Montana a revelação de seu visual, bem como as informações técnicas e o preço, ocorreram, finalmente, no início deste dezembro, após quase dois anos inteiros de divulgações aqui e ali. Porém o consumidor terá de esperar até o episódio final, em fevereiro, quando o veículo começa, finalmente, a ser entregue aos clientes.

Em 1º de dezembro a GM iniciou um programa de pré-venda das versões LTZ e da topo de linha Premier da nova Montana – outras configurações serão lançadas no ano que vem. O preço sugerido é de R\$ 134 mil 490 pela LTZ e de R\$ 140 mil 490 para Premier, mas poucos puderam reservar o veículo nesta primeira rodada. O interessado precisava depositar sinal de R\$ 2 mil para entrar na fila, mas, segundo

a GM, as 2 mil unidades disponíveis se esgotaram em apenas três horas.

Ao longo dos últimos dezoito meses, de fato, a campanha de apresentação da nova Montana gerou bastante interesse. As primeiras fotos camufladas, a revelação da caçamba prometendo versatilidade no compartimento para cargas, a possibilidade de atualização remota dos softwares – o primeiro veículo nacional com esta função – e o processo de desenvolvimento do interior com ergonomia e espaço interno de SUV criaram certa expectativa no mercado.

COMPARAÇÃO DE PRIMEIRO GRAU

Já a divulgação da picape sem a camuflagem não deve ter causado tanta surpresa, pois a dianteira – que a GM informa incorporar a nova identidade visual global da Chevrolet – é muito parecida com a face do que deve ser sua principal rival no mercado brasileiro, a Fiat Toro. A nova Montana tem faróis duplos e desenho que, não fosse pela gravata no centro da grade frontal, bem poderia ser confundida com a concorrente, quase uma prima de primeiro grau.

Esta nova Montana tem cabine dupla, pela primeira vez incorporada numa picape compacta Chevrolet, assim como a Toro e a outra rival, a Renault Oroch.





Produzida sobre a plataforma GEM da GM, para mercados emergentes, a mesma do SUV Tracker e dos líderes Onix e Onix Plus, a Montana tem 4 m 72 de comprimento, 2 centímetros maior do que a Oroch e 23 centímetros mais curta do que a Toro. Olhando de perto, como aconteceu em setembro, quando este repórter teve contato com uma unidade camuflada, no Campo de Provas de Cruz Alta da GM, em Indaiatuba, SP, deu para perceber que ela é um palmo menor do que a Fiat líder do segmento.

Mesmo sendo a picape com as menores medidas na largura – são 1,8 m contra 1 m 82 da Oroch e 1 m 84 da Toro – a Chevrolet informa que o interior da Montana será um diferencial. No material distribuído para a imprensa a empresa classifica o resultado como “o melhor aproveitamento do espaço interno do segmento”. A empresa diz que são “pelo menos 20 milímetros [de espaço] a mais para o joelho do passageiro traseiro com

relação à concorrência”. A GM promete que a ergonomia é um dos destaques deste projeto, que “se traduz na melhor acomodação dos até cinco ocupantes”.

Outra novidade que foi antecipada em novembro é a opção da motorização 1.2 turbodiesel de 133 cv para todas as versões da Montana. Trata-se do motor mais moderno da linha Chevrolet e que faz sucesso no SUV Tracker.

Para a picape a fabricante fez uma calibração específica para as condições particulares de utilização multiuso do veículo. Assim como para o motor, transmissão automática, direção e suspensão tiveram desenvolvimento e calibração específicos. De acordo com as projeções em testes a fabricante diz que oferecerá a melhor relação de aceleração e consumo de combustível do País. A conferir a partir de fevereiro.

DISPUTA

Nesta primeira temporada da série Montana ficamos sabendo que a Chevrolet pretende disputar as primeiras posições no segmento de picapes compactas. Situou o preço das suas versões de topo em patamar intermediário da tabela da Toro, a mais cara, da Oroch e até das opções mais equipadas da Fiat Strada – a líder de vendas não só em picapes mas de todo o mercado brasileiro de veículos.

A Montana tem em seu porte, a princípio, um argumento interessante para o consumidor deste tipo de picape: pouca coisa menor que a Toro. Oferecerá espaço e um bom convívio no interior, incluído aí o sistema multimídia MyLink atualizado em uma tela integrada no painel de 8 polegadas, conexão sem fio para smartphones e wifi a bordo para conectar até doze dispositivos. A caçamba, com 874 litros, deve ser a maior da categoria e por isto terá muitos acessórios multifunções para explorar essa vantagem.

A segunda temporada da nova Montana começa em fevereiro, quando colocará à prova no mercado todos os atributos apresentados em muitos capítulos até agora. ■

DOIS PRÊMIOS E UM ORGULHO ENORME.

A Marcopolo venceu em duas categorias no Prêmio AutoData: Produtor de Carroçaria e Implementos (Ônibus e Caminhões) e Exportador/Fornecedores.

A premiação destacou a produção do Attivi, **ônibus 100% Elétrico da Marcopolo**, além da atuação da empresa nas exportações e operações em países como Argentina, China, África do Sul, dentre outros.



marcopolo.com.br
@onibusmarcopolo

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



Seminário debate rumos da eletrificação e governança socioambiental

Executivos e consultores discutiram os dois temas da moda no mundo da indústria

Redação AutoData

Em dois dias de debates o ESG, sigla em inglês para governança socioambiental, tema que está na moda em todas as empresas e governos, foi pauta do seminário Brasil Elétrico + ESG, organizado pela AutoData Editora em formato on-line no fim de novembro. Executivos e executivas de empresas, entidades e consultores apresentaram seus

cases e opiniões, apontando caminhos para o desenvolvimento da indústria automotiva no País em consonância com a agenda combinada de descarbonização e responsabilidade social.

O presidente da Anfavea, Márcio de Lima Leite, apresentou ponto que considera essencial: o S do ESG. Segundo ele muito se fala em responsabilidade ambiental e

governança corporativa, mas a integração do setor com a sociedade não pode ser deixado de lado pois, apenas no Brasil, são 1,2 milhão de profissionais, ao menos, diretamente ligados à cadeia automotiva.

"Não dizemos não à eletrificação, até porque ela já é presente e está no futuro da mobilidade, mas temos algumas opções a mais com características verdes que nos permitem fazer uma transição mais lenta."

Ele ponderou que é preciso que a eletrificação venha combinada com a sigla ESG como um todo, com a mesma veemência que para as questões ambientais: "A eletrificação custa dinheiro e, se a população já tem dificuldade para comprar seu carro a combustão, imagine o elétrico. Não adianta criar tecnologia para descarbonizar e, por outro lado, criar um rombo no S do ESG, que é o social. Além dos 1,2 milhão de empregos no setor temos pelo menos quinhentas empresas que fornecem componentes às montadoras e que têm capacidade global, geram trabalho e conhecimento, e que seriam ameaçadas por uma transição apressada. Vale lembrar que um carro elétrico tem, em média, 3 mil componentes a menos".

NOVOS EMPREGOS

Para a sócia especialista em ESG da KPMG, Nelmara Arbex, essa transformação por certo eliminará empregos, mas criará outros:

"Precisaremos de muito mais gente que entenda como adaptar um edifício inteiro para que seja abastecido com energia renovável ou que descubra como se produz eletricidade em todos os corredores de água", ela, que é física por formação, exemplificou.

Este movimento propiciará o surgimento de novas profissões com a demanda de pessoas para trabalhar com economias de baixo carbono, circular, regenerativa dos ecossistemas e inclusiva: "A agenda como um todo é promissora para o desenvolvimento, mas, por se tratar de uma transição, tem disrupções. Algumas cidades na Alemanha levaram vinte anos para fechar as minas de carvão e as usinas de energia com base nuclear".

Esse período de adaptação é carregado de discussões sobre como preparar a próxima geração de trabalhadores para servir as demandas que se imagina que existirão, ao mesmo tempo em que é

Brasil Elétrico
ESG
Rumo à Descarbonização

KPMG

Medir impacto para maximizar progresso
Porque a maneira como você progride importa!

Nelmara Arbex, sócia especialista em ESG da KPMG

PATROCINADORES + **SCANIA** + **SCHAEFFLER** + **TOYOTA** + **TRUFER** + **VALIOUREC** + **VOLVO** + **VW** Camionhões Ônibus + **ZF** + **AUTODATA SEMINÁRIOS**



preciso pensar também como manter esses profissionais incluídos socialmente.

"A Idade da Pedra não terminou por falta de pedra. Encontramos outras tecnologias e começamos a aprender outras habilidades para mover a história da humanidade para a frente. E estamos em um momento desses."

OPORTUNIDADES

Fornecedores enxergam duas oportunidades para o mercado brasileiro, que também preservariam e criariam novos empregos: tornar-se polo de exportação para peças e componentes de veículos a combustão e, também, elétricos.

No ponto da combustão o pensamento é de que muitos mercados seguirão por muito tempo utilizando essas tecnologias, pois suas populações não têm poder aquisitivo para uma transição direta para os elétricos – ao menos não por enquanto. Assim o Brasil, que tem conhecimento e qualidade, poderia ser base de fornecimento global.

Outro argumento válido para alongar a vida dos motores a combustão por aqui é o etanol, pois o biocombustível é uma

solução tão ou mais limpa que a eletrificação, dependendo da forma de medir as emissões.

"Teremos muitos mercados ainda usando motores a combustão interna", afirmou César Alarcon, presidente da Pirelli. "No Hemisfério Sul o Brasil pode liderar esse fornecimento."

Gílson Piovesan, gerente comercial de e-mobility da WEG, empresa nacional que produz motores elétricos, levantou a possibilidade de, também, criar este polo de componentes elétricos: "Temos a possibilidade de criar uma cadeia de subfornecedores no Brasil para que a indústria não faça apenas a montagem final, como hoje, mas passe a fornecer mais componentes. Temos lítio, temos ímãs de terras raras, podemos fazer essa mineração e industrializar estes metais para a indústria local e exportação".

MONTADORAS

Representantes de três montadoras trouxeram visões distintas de seus planos para a eletrificação. No caso da General Motors não há alternativa: o caminho é o 100% elétrico.

"A eletrificação virá de cima para baixo, começando em veículos mais premium e avançando para os demais segmentos", disse Paulo Leandro Santos, gerente de marketing de produto. "Nossa nova plataforma modular de modelos elétricos pode produzir desde um compacto até um comercial, com custos 40% menores na comparação com a primeira plataforma do Bolt."

O posicionamento de Cláudio Rawicz, diretor de comunicação e marketing da Audi, uma marca premium, corrobora com a opinião de Santos: no caso da empresa o plano já está bem definido, com o lançamento do último modelo dotado de motor a combustão interna em 2025. A partir de 2026 novos modelos Audi serão 100% elétricos e, em 2033, sairão de linha os modelos a combustão e híbridos plug-in, quando a marca se tornará 100% elétrica.

"No mercado de luxo existe uma tendência de aceleração por híbridos e elétricos na comparação com o segmento de maior volume. Em 2024, falando do mercado premium global, 52% das vendas serão de híbridos e elétricos. Em 2025 este índice já avança para 66%."

Já a Stellantis acredita que haverá mais um bom tempo de transição tecnológica e o etanol surge como uma opção de descarbonização para esse período. De acordo com João Irineu Medeiros, diretor de compliance de produto e regulamentação no Brasil, a meta da companhia é ser neutra em seus produtos e operações até 2038, com uma redução de 50% das emissões de CO₂ em 2030 ante 2021.

Aqui o etanol será uma rota: "O trabalho no Brasil e região passará pela evolução do etanol, melhorias nos motores de alta eficiência, híbridos com etanol, veículo elétrico a bateria e até célula de combustível a etanol. A curto prazo o híbrido a etanol é uma ótima oportunidade porque já temos infraestrutura para isso e a indústria está preparada".

ALTERNATIVA INOVADORA

Foram apresentados também alguns cases que pegam carona na rota da descarbonização e do cuidado com o meio-ambiente. O diretor da LMG Consulting, Carlos Lamega, mostrou a proposta da ESF Rio de La Plata, que patenteou tecnologia de um filtro ativo para carbono e

Brasil Elétrico
ESG
Rota à Descarbonização

Carlos Lamega, diretor da LMG Consulting

PATROCINADORES * SCANIA * SCHAEFFLER * TOYOTA * TRUFER * VALIOUREC * VOLVO * VOLKSWAGEN * ZF * AUTODATA SEMINARS



AUTODATA

Marcio Trujillo

CEO

hidrocarbonetos que, a partir do processo de eletrossíntese, promete neutralizar emissões de CO₂.

"Essa tecnologia, chamada de ciclo Accossato, em homenagem ao seu criador, Sebastian Accossato, um argentino de 47 anos e CEO da ESF, pode ser aplicada em motores a diesel e a gasolina. A proposta é que a emissão de CO₂ seja reduzida em mais de 90% e, no caso de motores Euro 5, esse percentual vai a 99%."

O custo, segundo Lamega, é muito baixo se comparado aos dispositivos que vão nos motores Euro 6: "Pode ser uma tecnologia que substitua o Euro 6 e que reduza os custos dessa adaptação, que encareceu, em média, em 15% os preços dos veículos".

CASE DE RECICLAGEM

A Trufer mostrou seu case de sucesso na reciclagem de metais ferrosos. Seu presidente, Márcio Trujillo, busca reconhecimento para além disso: "Hoje, na classificação do IBGE, somos um comércio porque compramos material reciclável, e existem outras 6 mil empresas classificadas como a nossa. Mas o nosso trabalho

vai muito além disso. Temos uma grande estrutura dedicada à separação correta do material, nos preocupamos com a fonte dos materiais comprados e para onde venderemos. É muito diferente de uma pequena empresa que apenas compra e vende material reciclado".

Para atender aos clientes a Trufer oferece frota própria com mais de 110 veículos para retirada de resíduos ferrosos recicláveis, oferecendo também a logística para esse trabalho de forma que não afete a operação da fábrica, unidades de operação em pontos estratégicos, profissionais capacitados e gestão profissionalizada dos recursos: "Também mostramos para os nossos clientes como obter os créditos de reciclagem que estão sendo regulamentados pelo Ministério do Meio Ambiente".

O trabalho da Trufer envolve a coleta dos materiais nas indústrias, a automotiva e outras como a de linha branca, para depois separar os tipos de ferro e vender no mercado interno ou exportar. A operação da Trufer é reconhecida globalmente: por duas vezes foi premiada como um das dez melhores empresas de reciclagem do mundo. ■



Que você possa chegar
a tempo para não perder nada,
é o que realmente importa.

O clima pode ser imprevisível, mas seu carro não.
Os pneus Turanza T005 combinam um design
otimizado para o escoamento de água com
materiais avançados que criam uma experiência de
direção e frenagem mais segura.

TURANZA™
Controle e segurança
em condições adversas.

BRIDGESTONE
Solutions for your journey



BMW premia iniciativas socioambientais

Sete fornecedores do grupo no Brasil foram reconhecidos por adotar políticas ambientais e sociais em suas operações

Por Redação AutoData



**Prêmio
BMW
Group
Supplier
Day 2022**

O Grupo BMW premiou sete fornecedores de suas operações no Brasil por suas iniciativas de governança socioambiental, dedicadas à conservação do meio ambiente e à responsabilidade social. As empresas receberam o reconhecimento no no Supplier Day 2022, realizado no fim de novembro, na Academia BMW Group Brasil Senai SP.

Os fornecedores foram premiados em duas categorias: três empresas receberam o reconhecimento por Diversidade e Inclusão, outras quatro por Sustentabilidade.

Segundo o Grupo BMW, para a premiação, foram avaliados 34 projetos conduzidos por fornecedores diretos e indiretos. Scheila Hunsche, gerente sênior de compras no Brasil, destacou a importância da agenda de diversidade, inclusão, e sustentabilidade inserida na cadeia de valor da fabricante de automóveis e motos: "Gostaria de parabenizar todos os inscritos, por entenderem que esta iniciativa premia o alinhamento de ideias de nossos fornecedores ao BMW Group Brasil".

Diversidade e
Inclusão
Algar Tech
Lear
Netza
Sustentabilidade
Bosch
Porto de Itapoá
PWC
Weidplas Brasil



CNH Industrial. Eleita a Montadora de Máquinas Agrícolas e de Construção do ano de 2022.

Impulsionada por seu propósito Breaking New Ground, que é focado em Inovação, Sustentabilidade e Produtividade, a CNH Industrial busca constantemente soluções sustentáveis para alimentar e abrigar uma população em constante crescimento, atuando nos segmentos essenciais ao desenvolvimento do país: Agricultura e Construção.



Stellantis encerra produção de motores em Campo Largo

A Stellantis anunciou o encerramento de produção de motores E.torQ em sua fábrica de Campo Largo, PR. A unidade emprega cerca de duzentos colaboradores que poderão ser transferidos para outras fábricas do grupo ou terão ajuda da companhia para se recolocar no mercado. A planta, originalmente chamada Tritec, foi construída no fim da década de 1990 a partir de associação da BMW com a Chrysler, depois DaimlerChrysler, que vendeu a unidade ao Grupo Fiat, em 2008. Curiosamente, em 2010, a Fiat juntou-se à própria Chrysler e formou a FCA, em 2014, que tornou-se Stellantis a partir de 2021 após a fusão com o Grupo PSA. Agora a unidade está novamente à venda, pois o motor 1.8 aspirado que produzia lá não é mais utilizado por nenhum carro da fabricante e não houve interesse em renovar a linha. Segundo

a companhia a decisão segue o planejamento global de neutralizar globalmente suas emissões até 2038: para isso a Stellantis investirá na produção de motores mais modernos e eficientes, como os das famílias que saem das linhas de Betim, MG, e equipam veículos Fiat, Jeep, Peugeot e Citroën.



Divulgação/Stellantis

Honda lançará quatro importados



Divulgação/Honda

A Honda Automóveis anunciou o lançamento de quatro modelos importados para 2023. Além das novas gerações de Civic e CR-V, disponíveis também em versões híbridas e:HEV, os outros dois são inéditos no mercado brasileiro: o esportivo Type R e o SUV médio ZR-V. O primeiro a desembarcar no País, importado da Tailândia, será a 11ª geração do Civic, em versão híbrida, no início do ano que vem. Ainda no primeiro semestre será a vez do Civic Type R, esportivo fabricado no Japão detentor de recorde de tempo de volta em carros com tração dianteira no autódromo de Suzuka. No segundo semestre o ZR-V será trazido do México. O veículo, com porte intermediário do New HR-V ao CR-V, foi desenvolvido com base no novo Civic. Já o CR-V híbrido também chegará até o fim do ano, para que a montadora cumpra compromisso de oferecer no País três híbridos até 2023.

Mercedes-Benz quer eletrificar 10% das vendas no Brasil em 2023



Divulgação/MB

A Mercedes-Benz Cars e Vans traçou meta de ter ao menos 10% do seu volume de vendas no Brasil, em 2023, de veículos elétricos, cinco vezes acima dos 2% que deverá somar em 2022. Para isto a marca anunciou, no início de novembro, a chegada ao Brasil de mais três modelos a bateria: o EQA 250, o EQB 250 e o EQE 300. Agora o portfólio local conta com cinco opções 100% elétricas – além deles têm o EQC e o EQS. Os cinco serão comercializados por treze concessionárias certificadas como EQ.

BorgWarner prestes a produzir baterias no Brasil para veículos comerciais elétricos

A BorgWarner vai produzir em Piracicaba, SP, na antiga Delphi, sistemas de baterias para veículos comerciais elétricos. O primeiro cliente no País é a Mercedes-Benz, que vai usar os módulos em seu chassi elétrico eO500U, que começa a ser produ-



Divulgação/BorgWarner

zido em São Bernardo do Campo, SP, no próximo semestre. A BorgWarner reconfigurou um dos prédios no Interior paulista para iniciar a operação da Akasol, empresa especializada na fabricação de baterias de lítio que foi adquirida pelo grupo em fevereiro. Será a quarta planta da Akasol no mundo. Na fase inicial, no primeiro trimestre de 2023, as células serão importadas e integradas a outros três componentes do sistema: o BMS, módulo de gerenciamento da bateria, o DCU, que regula a energia vinda do carregador, e o Junction Box, caixa que integra todos os sistemas elétricos do veículo. Nesta fase a capacidade será de 4 mil conjuntos por ano. O desenvolvimento de fornecedores locais está programado para a segunda fase de produção, ainda sem data, quando a BorgWarner planeja iniciar a produção local das baterias.

Randon vende três primeiros implementos com eixo elétrico



Divulgação/Randon

A Randon deu o primeiro passo na venda de carretas com eixo auxiliar elétrico, o e-Sys, desenvolvido pela Suspensys, uma das empresas do grupo gaúcho. Foram comercializadas três unidades: dois semirreboques da linha Hybrid R da Randon foram vendidos para a mineradora chilena SQM, que aplicará as unidades em operações de minério de lítio no Deserto do Atacama; e um modelo florestal foi comercializado para a produtora de celulose CMPC, que o utilizará para o transporte de cargas. Segundo a fabricante de implementos rodoviários, o uso dos semirreboques Hybrid R proporciona redução estimada em 60% nos custos operacionais do cliente.

TEVX Higer aumenta produção de ônibus elétrico para atender demanda em São Paulo



Divulgação/TEVX Higer

A TEVX Higer aumentou a produção do ônibus elétrico Azure A12BR, na China, para atender à demanda da cidade de São Paulo, que decidiu só aceitar a entrada de novos modelos elétricos para operar no transporte público da cidade. A intenção da empresa é conseguir atender boa parte da demanda dos 2,6 mil veículos que as operadoras deverão comprar até 2024. Segundo a empresa, já existe programação com fornecedores de componentes e baterias para atender, em curtíssimo prazo, até duzentas unidades. O Azure A12BR já foi homologado pela SPTrans e a Higer Bus trará mais dez unidades do modelo para testes. No mundo este modelo soma 6 mil unidades em operação.

BMW i4 chega ao Brasil em versão M inédita

Mais um modelo elétrico BMW chega ao Brasil: o i4. O sedã-cupê foi apresentado à imprensa no fim de novembro e chegará em duas versões, sendo que a mais cara é o primeiro elétrico M, marca da divisão esportiva da fabricante, que completou 50 anos em 2022. Para os próximos anos novos elétricos M poderão chegar ao Brasil, de acordo com o presidente para América Latina, Reiner Braun. O i4 é o quinto elétrico do Grupo BMW no mercado brasileiro, que também oferta aqui o i3, iX, iX3 e Mini Cooper SE. O i4 é equipado com baterias de cobalto e lítio mais modernas do que as usadas no passado, consumindo menos materiais raros, de acordo com a companhia. Na versão de entrada, a eDrive40, a autonomia é de 590 km, equipada com motor elétrico no eixo dianteiro de 340 cv e preço de R\$ 496,9 mil. A topo de linha é a M50, por R\$ 596,9 mil com dois motores elétricos, um em cada eixo, que geram 544 cv.

BMW começa a produzir a F 900 R em Manaus

O Grupo BMW anunciou a produção de sua nona motocicleta em Manaus, AM, a F 900 R, que chega à rede em janeiro, abrindo a fila de sete lançamentos de motos montadas no País. A fábrica começa a receber pacote de investimento de R\$ 50 milhões até 2025, que prevê aumento de mais de 25% na capacidade produtiva, que saltará de 15 mil para 19 mil unidades/ano. O número de empregados será ampliado em 20% e a área útil de produção crescerá 50%.



Divulgação/BMW

Chevrolet Tracker recebe cinco estrelas do Latin NCAP



Divulgação/GM

O SUV compacto Chevrolet Tracker, produzido no Brasil e na Argentina, com seis airbags e controle eletrônico de estabilidade como itens de série, recebeu cinco estrelas após testes de segurança realizados pelo Latin NCAP, na Alemanha. O carro atingiu 91,1% de segurança para ocupantes adultos e 91,2% para crianças, de acordo com comunicado divulgado pela entidade independente. O modelo da GM foi avaliado em testes de impacto frontal, lateral, lateral em poste, traseiro, proteção de pedestres, frenagem autônoma de emergência urbana e interurbana, controle de estabilidade, detecção de ponto cego e sistemas assistentes à velocidade.

Jeep alcança 400 mil Compass produzidos em Goiana

O Jeep Compass alcançou a marca de 400 mil unidades produzidas em Goiana, PE, desde 2016. Cinco anos depois o modelo passou por reestilização, que o manteve com bom volume de vendas: de janeiro a outubro foram mais de 51 mil emplacamentos no mercado nacional. Além do Brasil, o Compass produzido em Goiana é vendido em dezesseis países: Argentina, Bolívia, Chile, Colômbia, Costa Rica, El Salvador, Equador, Guatemala, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela.



Divulgação/Jeep

Neo Rodas investe em fábrica de rodas de alumínio na Argentina

A Neo Rodas anunciou a instalação de sua primeira fábrica fora do Brasil: na Argentina. A empresa, que faz parte do Grupo ABG, tem parceria com produtor local para construir uma unidade na região de Buenos Aires, onde vai produzir rodas de alumínio. A expectativa é que o atendimento às montadoras locais seja iniciado em até dois anos, prazo estipulado para que a planta fique pronta, quando deverá empregar em torno de trezentas pessoas. Segundo a Neo Rodas a demanda do país vizinho está na casa das 2 milhões de rodas por ano e quase todo o volume, hoje, é atendido por meio de importação. De acordo com o CEO do Grupo ABG, Alexandre Abage, "produzir rodas de alumínio em solo argentino nos permite aumentar os laços

com as montadoras e promover o desenvolvimento da economia e da geração de postos de trabalho no país vizinho. Esse contexto torna a Neo Rodas e o Grupo ABG ainda mais relevantes na América Latina".



Divulgação/Neo Rodas

Volkswagen utiliza energia elétrica renovável e certificada



Divulgação/VW

As quatro fábricas e o centro de peças e acessórios da Volkswagen no Brasil são totalmente abastecidos por eletricidade gerada por fontes renováveis e certificadas. A companhia anunciou a obtenção da I-REC, certificação internacional de energia renovável. Além de comprovar que toda a energia elétrica consumida nas unidades provém de fonte renovável o documento ainda demonstra compromisso da empresa com a redução da emissão de gases que poluem e que causam efeito estufa. Todas as unidades contam, igualmente, com ISO 50.001, outro reconhecimento internacional de que a montadora é energeticamente responsável.

Castertech adquire fundição por R\$ 40 milhões em Mogi Guaçu

A Castertech Fundição e Tecnologia, uma das Empresas Randon, comprou unidade de fundição em Mogi Guaçu, SP, com investimento de R\$ 40 milhões. A compra foi realizada por meio de arremate em leilão das instalações industriais da Fundição Balancins. O negócio faz parte do plano da Castertech de elevar sua capacidade. A expectativa é de que a nova unidade comece a operar no segundo semestre do ano que vem, dedicada ao desenvolvimento de novas tecnologias de ligas fundidas por meio de nanopartículas.

Parque eólico da Honda em Xangri-Lá completa oito anos

O parque eólico da Honda Energy em Xangri-Lá, RS, está completando oito anos de operação. Os dez aerogeradores instalados suprem toda a demanda de energia elétrica das duas fábricas da Honda Automóveis no Brasil, no Interior de São Paulo, e do escritório administrativo da Capital. A eletricidade produzida no Sul do País já foi empregada na fabricação de 900 mil carros Honda. A usina eólica foi iniciativa pioneira do Grupo Honda em todo o mundo e no setor automotivo nacional.



Divulgação/Nissan

NISSAN: AIRTON COSSEAU

Após pouco menos de dois anos na presidência da Nissan do Brasil, Airtón Cosseau deixou a companhia no fim de novembro, alegando motivos pessoais. Até que seja nomeado um substituto as operações locais estarão nas mãos de Guy Rodriguez. Cosseau assumiu a operação local em março de 2021, no lugar de Marco Silva, que aceitou um convite para ser presidente da Nidec Automotive, em Auburn Hills, nos Estados Unidos. Na ocasião o brasileiro ocupava o posto de vice-chairman da Nissan para a América Latina.



Divulgação/Daimler Truck

DAIMLER TRUCK: JOANNA BUTTLER

Joanna Buttler foi nomeada em novembro chefe do Grupo de Tecnologia Autônoma Global da Daimler Truck. Em sua nova função, baseada em Portland, Estados Unidos, ela vai liderar a estratégia global de tecnologia de direção autônoma da empresa. O objetivo é tornar viável a produção em série de caminhões autônomos nível 4 nos Estados Unidos ainda nesta década. Bacharel em administração de empresas e comunicação pela Universidade de Ciências Aplicadas em Mainz, Alemanha, a executiva ingressou na empresa em 2006.



Divulgação/Cummins Meritor

CUMMINS MERITOR: ADALBERTO MOMI

Adalberto Momi, vice-presidente da Cummins Meritor América do Sul, anunciou sua aposentadoria a partir de janeiro, após 46 anos na companhia. Ele ingressou na Meritor em 1976 e passou por diversas funções na área de controladoria até assumir o posto de CFO na região. Em 2017 foi nomeado diretor geral e, em 2021, tornou-se vice-presidente da Meritor até a conclusão de sua aquisição pela Cummins. Com a aposentadoria de Momi o diretor de vendas e marketing Kleber Assanti passa a responder pelas demandas comerciais da fabricante de eixos na região.



Divulgação/SAE Brasil

SAE BRASIL: ANDRÉ GASPAROTTI

Em 1º de janeiro o engenheiro civil André Gasparotti, de 46 anos, sucede a Camilo Adas e assume a presidência da SAE Brasil no biênio 2023-2025. Responsável pela estratégia de desenvolvimento tecnológico da Embraer, Gasparotti é formado pela Unicamp e tem MBA em gestão empresarial pela FAAP. Ele integra também o conselho de administração da Anpei, Associação Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento das Empresas Inovadoras.



Divulgação/VW

VOLKSWAGEN: CRISTINA CESTARI

Cristina Cestari é a nova CIO, Chief Information Officer, da Volkswagen América do Sul. A executiva, que trabalhou por duas décadas no Banco Itaú e, nos últimos cinco anos, no Brasil Warrant, chega com a missão de contribuir com a transformação digital realizada pela montadora. Graduada em processamento de dados pela Fatec Santos, Cristina Cestari tem MBA em gerenciamento de processos pela ESPM e certificado de formação de conselheiros de administração no IBGC.



Divulgação/CNH Industrial



CNH INDUSTRIAL: VILMAR FISTAROL + RAFAEL MIOTO

Rafael Miotto assumirá a presidência da CNH Industrial América Latina em janeiro, sucedendo a Vilmar Fistarol, que já ocupava a posição desde antes da cisão da Iveco do grupo. Fistarol vai liderar as operações da companhia na América do Norte, no lugar de Brad Crews, que ocupará nova função na empresa. Miotto estava à frente da New Holland Agriculture nos últimos cinco anos. Em dezoito anos na CNH passou por posições em vendas, marketing, pós-vendas e operações comerciais. Já Fistarol trabalha na CNH e nas empresas predecessoras do Grupo Fiat há mais de 31 anos, ocupando diversos cargos de liderança no período.



Divulgação/VWCO

VWCO: LÍVIA SIMÕES

Pela primeira vez uma mulher integrará o board da Volkswagen Caminhões e Ônibus: Livia Simões será a nova vice-presidente de recursos humanos, a partir de 1º de janeiro, no lugar Lineu Takayama, que vai se aposentar. Aos 40 anos também será a mais jovem a integrar a diretoria da empresa. Engenheira de produção formada pela UERJ, com especializações na ESMT Berlim, USP e FGV, Livia Simões iniciou sua carreira na própria VWCO, como estagiária, e passou por diversas funções nas áreas de engenharia, vendas e marketing e, mais recentemente, serviços.



Divulgação/Eaton



EATON: GUSTAVO ORRÚ + CARLOS CARVALHO

Gustavo Orrú ocupa, a partir de dezembro, a diretoria geral de aftermarket da Eaton nos mercados sul-americanos. Ele assume o posto de Carlos Carvalho, que foi nomeado para chefiar a diretoria de compras, programas e desenvolvimento de fornecedores da empresa na América do Sul. Orrú ingressou na Eaton em 2000, é formado em engenharia mecânica pela Unicamp e tem MBA de gestão de negócios pela FIA. Para a sua antiga função de diretor industrial da fábrica de Valinhos, SP, foi escolhido Luciano Beltrame.



Divulgação/Iveco

IVECO: REINALDO ROSSONI

A Iveco nomeou Reinaldo Rossoni diretor comercial para os mercados importadores da América Latina, o que engloba todos os países da região com exceção de Brasil e Argentina. Ele sucede a Daniel Calderoni, que passa a ser gerente comercial para a Região Sul do mercado brasileiro. Rossoni é formado em comunicação social e tem pós-graduação em gestão empresarial pela Universidade Metodista de São Paulo. Tem mais de uma década de experiência na indústria automotiva, com passagens por Ford e Daimler, e pelo Itaú Unibanco.



Divulgação/ACEA

ACEA: LUCA DE MEO

A diretoria da ACEA, associação que representa as montadoras na Europa, elegeu o CEO do Grupo Renault, Luca de Meo, seu novo presidente. Ele assume o cargo em 1º de janeiro e sucederá a Oliver Zipse, CEO da BMW, que esteve à frente da entidade nos últimos dois anos. Nascido em Milão, Itália, De Meo acumula mais de trinta anos de experiência no setor automotivo, com passagens por Toyota, Fiat, Volkswagen e Renault. Desde julho de 2020 é o CEO e chairman do Grupo Renault.

- ESG

Os 10 maiores fundos ESG do planeta, compostos por ações de empresas com boas práticas de governança socioambiental e corporativa, registraram perdas bilionárias de janeiro a novembro deste ano, acima dos 15%, segundo levantamento da Bloomberg.

-16,9%

Perda de valor acumulada de janeiro a novembro do iShares ESG Aware MSCI USA, maior fundo de ações de empresas estadunidenses com boas práticas de governança socioambiental, avaliado em US\$ 20,7 bilhões e administrado pela BlackRock.

-20,6%

Perda de valor acumulada de janeiro a novembro do ESG US Stock ETF, segundo maior fundo de ações de empresas estadunidenses com boas práticas de governança socioambiental, avaliado em US\$ 5,9 bilhões e administrado pelo Vanguard Group.

“A Idade da Pedra não terminou por falta de pedra. Encontramos outras tecnologias e começamos a aprender outras habilidades para mover a história da humanidade para frente. E estamos em um momento desses.”

Nelmara Arbex, sócia-especialista em ESG da KPMG, sobre a eliminação de empregos que os carros elétricos podem provocar, durante o seminário Brasil Elétrico + ESG, organizado por AutoData Editora no fim de novembro.

“Os desafios são grandes e as oportunidades maiores ainda. Vamos fazer o Brasil crescer com responsabilidade e justiça social.”

Fernando Haddad, novo ministro da Fazenda a partir de 1º de janeiro, ao ser anunciado para o posto pelo presidente eleito Luiz Inácio Lula da Silva.

“O Estado brasileiro nunca parou para pensar no que a floresta é capaz. Um projeto de País digno, que tenha ambição de ser relevante, seria compreender essa riqueza e a partir dela transformar o Brasil naquilo que muito pouca gente pode ser, que é uma potência ambiental dos trópicos.”

João Moreira Salles, documentarista e autor do livro-reportagem Arrabalde – Em Busca da Amazônia, em entrevista ao NeoFeed.

“O Brasil vai se reindustrializar com o dinheiro ambiental e com energia renovável barata. O País tem dois ativos imprescindíveis da economia do futuro: um é a natureza mais produtiva do mundo – água, plantas, vento, tudo isso produz energia –, o segundo é que tem aqui 50% das florestas do mundo, e elas estão valendo cada vez mais dinheiro.”

Jorge Caldeira, escritor, historiador e sociólogo especialista em desenvolvimento, autor do livro Brasil, Paraíso Restaurável.

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

AUT'ODATA

Os patrocinadores desta edição

Conheça a Nova
Volkswagen Caminhões e Ônibus.
Agora com ainda mais eficiência,
conforto, segurança e tecnologia.



Seu mundo para conectar você ao futuro.

Volkswagen

USADOR NA UNILBO



Organizações que buscam por um novo jeito de trabalhar, de inovar, de crescer, de se conectar, de se transformar, precisam de pessoas que tenham a mesma visão. É por isso que a Unilbo, a Universidade de Brasília, busca profissionais que tenham a mesma visão. É por isso que a Unilbo, a Universidade de Brasília, busca profissionais que tenham a mesma visão.

Unilbo

ÔNIBUS ELÉTRICO COM TECNOLOGIA 100% BRASILEIRA



100 anos de 25 anos e 250 milhões de brasileiros. A tecnologia 100% brasileira é a resposta para o futuro da mobilidade urbana.

elettra

MARELLI



POWERING PROGRESS TOGETHER

Marelli Automotive Lighting

IVECO

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



IVECO

UMA NOVA ERA DE LIBERDADE CHEGOU. JEEP COMPASS 4xe.



Jeep

NOVA RENAULT KWID E-TECH



Renault

Sua taxa pode cobrir a taxa de muitas crianças.

Do seu imposto de Renda para a Hospital Pequena Princesa



Hospital Pequena Princesa

NOVO CHEVROLET BOLT EV. O FUTURO CHEGOU.



CHEVROLET

DOIS PRÊMIOS E UM ORGULHO ENORME.



Mercedes-Benz

A ZF acelera o mundo para o futuro da mobilidade.



ZF

Esforço dobrado todo dia. Reconhecimento triplicado por vocês. Obrigado.



Mercedes-Benz

Qual você precisa chegar a tempo para não perder nada, é o que realmente importa.



Yokohama

CNH Industrial, Eleita a Melhor de Máquinas Agrícolas e de Construção do ano de 2022.



CNH Industrial