

AUTODATA



José Maurício Andreta
Júnior, presidente da
Fenabrave



RETOMADA DE LANÇAMENTOS

Honda HR-V, Hyundai
HB20, Kia Sportage,
JAC E-JV 5.5

PRÊMIO AUTODATA 2022

Conheça melhor
as empresas que
concorrem este ano

VW SOB NOVA DIREÇÃO

Grupo promove
mudanças na cúpula
de comando



ROTA ELÉTRICA

Brasil encara alternativas de descarbonização

Nova Geração VW Delivery **EXPRESS+**

Seu parceiro nas entregas.



/ Novo Motor /



Accesse
nosso QR code
ou www.vwco.com.br
e saiba mais sobre
o Delivery Express+

Juntos salvamos vidas.



+ Segurança / + Conforto /



Caminhões
Ônibus

 Volkswagen Caminhões e Ônibus  Volkswagen Caminhões e Ônibus  @vwcaminhoes

LANÇAMENTO
NOVO HONDA HR-V
24

Modelo chega renovado em quatro versões, com duas motorizações, aspirada e turbo, para concorrer em duas faixas de preços do mercado de SUVs.

ÔNIBUS
SCANIA LANÇA CHASSIS
28

Fabricante antecipou linha K de modelos rodoviários e urbanos com motorização Euro 6 diesel e a gás, que atendem a legislação de emissões Proconve P8.

RENOVAÇÃO RÁPIDA
HYUNDAI ATUALIZA HB20
30

Montadora investiu R\$ 200 milhões para mudar o design e introduzir novas tecnologias nos modelos hatch e sedã produzidos em Piracicaba.

ANIVERSÁRIO
KIA FAZ 30 ANOS DE BRASIL
34

Coreana que chegou com a rústica Besta coroa sua evolução tecnológica e de design com o mais recente lançamento: o novo Sportage híbrido leve.

O DÉCIMO ELÉTRICO
JAC LANÇA O E-JV 5.5
44

Marca chinesa tem a maior linha de elétricos do País e com novo furgão reforça aposta no mercado de veículos comerciais a bateria para entregas urbanas.

DESCARBONIZAÇÃO
ROTAS DA ELETRIFICAÇÃO
48

Veículos elétricos não vão resolver o problema do aquecimento global, mas o mundo converge para eles. Brasil ajusta suas opções.

PRÊMIO AUTODATA 2022
EMPRESAS CONCORRENTES
57

Primeira parte do perfil dos 50 fabricantes de veículos e fornecedores que concorrem à premiação deste ano, para ajudar os eleitores na escolha.

EXECUTIVOS
NOVA DIREÇÃO NA VW
86

Grupo fez importantes trocas em postos de comando: Pablo Di Si é o novo CEO nos EUA, Herbert Diess foi demitido e Oliver Blume assume a direção global.

FORNECEDORES
IVECO E DAF PREMIAM
90

Dois fabricantes de caminhões reconheceram as melhores empresas de sua cadeia de suprimentos em 2021 no Brasil e na América Latina.

ESPECIAL AUTODATA 30 ANOS
MÁQUINAS RODOVIÁRIAS
94

Três décadas de evolução no País dos fabricantes de carregadeiras, retroescavadeiras e outros equipamentos de construção civil.

SENHORES FAÇAM SUAS APOSTAS
CARROS POPULARES
102

Fabricantes dos carros mais baratos à venda no País, Fiat e Renault falam de suas estratégias para oferecer opções em mercado que ficou muito caro.

MEMÓRIA
FUTURO ANTECIPADO
104

Em 2011, quando a indústria comemorava bons resultados, a edição de agosto de AutoData apontava a necessidade de investir na inovação do setor.

AUTODATA
 Empresarial
116 RESFRIAR

Empresa conquistou primeiro lugar na categoria Inovação e Tecnologia do "Suppliers of the Year na América Latina", evento realizado pelo Grupo Iveco

8**LENTES**

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

12**FROM THE TOP**

José Maurício Andreta Jr., presidente da Fenabreve, conversa sobre os rumos das concessionárias.

118**GENTE & NEGÓCIOS**

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

126**FIM DE PAPO**

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

Foco na descarbonização

Por Pedro Kutney, editor

Parece excessivo o peso colocado sobre os ombros da indústria automotiva como maior culpada pelas emissões globais de carbono e o catastrófico aquecimento do planeta. Também parece equivocada a solução empurrada goela abaixo por legisladores, especialmente da União Europeia, para eletrificar todos os veículos e banir motores a combustão no horizonte da próxima década.

O mundo desenvolvido aposta na eletrificação dos veículos, mas eles nem são o maior problema do aquecimento global. O grande vilão das emissões de gases de efeito estufa reside na matriz energética, não na forma como ela é consumida na mobilidade sobre rodas. Nos três maiores emissores do mundo, pela ordem China, Estados Unidos e o bloco de 27 países da União Europeia, a geração de energia responde respectivamente por 76%, 58% e 59% das emissões líquidas de CO₂, não compensáveis.

De que adianta eletrificar a frota se esta vai continuar consumindo energia gerada

a partir de fontes sujas? E quanto mais o número de veículos elétricos crescer, será necessário aumentar ainda mais esta mesma geração de eletricidade suja, como as usinas a carvão da China que vão alimentar a maior frota eletrificada do mundo.

Esta edição de AutoData aborda este tema e aponta possíveis caminhos para o Brasil, que tem matriz energética muito mais limpa que o resto do mundo. Estão em desenvolvimento no País alternativas que combinam eletrificação com o uso de etanol e outros biocombustíveis, como carros híbridos flex. São soluções rápidas e viáveis, que podem servir de exemplo para boa parte do mundo que não pode pagar pelos caros veículos elétricos.

Essas iniciativas podem até expiar a parcela de culpa da indústria automotiva, mas nem de longe resolvem o problema das emissões de CO₂ por aqui, onde a maior parte delas vem das queimadas/derrubadas de florestas e da atividade agropecuária. Descarbonizar é preciso, eletrificar nem tanto assim.



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, Lúcia Camargo Nunes, Roberto Hunoff **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação **Capa** Lightspring/shutterstock.com (foto) **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

ESCREVENDO O FUTURO A PARTIR DO ZERO.

Zero acidente.

Zero emissão.

Zero congestionamento.



Juntos salvamos vidas.

A GM tem um compromisso com a história da próxima geração de veículos. Lideramos o caminho investindo em tecnologias de conectividade e oferecendo mais controle no futuro da mobilidade. Sempre avançando também na produção de veículos elétricos, com o compromisso de parar a fabricação de carros a combustão até 2035. Que orgulho escrever um futuro com zero acidente, zero emissão de gases e zero congestionamento.





Divulgação/VW

FÊNIX CHAMADA VW GOL

E todos se surpreendem quando o velho Gol, decano da indústria de automóveis no Brasil, o mais antigo produto da Volkswagen em plena atuação no mercado, torna-se, em julho, o carro mais vendido – mesmo já tendo sido anunciada sua resignação em favor de produto moderno e contemporâneo sob o nome de projeto Polo Track, um novo carro de entrada. Pois o Gol, velho de bons 42 anos, vendeu 11 mil 925 unidades no mês, deixando Fiat Strada em segundo lugar, com 10 mil 897. No acumulado do ano ocupa retumbante quinto lugar, com 35 mil 531 unidades contra 61 mil 942 da primeira colocada, a mesma Strada. Esta reação do Gol chamou a atenção de todos os analistas, e também de jornalistas curiosos, que buscaram entender que diabos o mercado pandêmico, e com falta de peças e de sistemas, dos quais o mais famosos são os semicondutores, quer dizer com isto: seria uma tendência ou apenas um momento?



Por Vicente Alessi, filho

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

FÊNIX CHAMADA VW GOL 2

Provavelmente a estrutura de manufatura do Gol é mais simples, e certamente muito mais barata do que a de qualquer concorrente, e sua estrutura digital menos complexa, exigindo poucos itens em falta, como os tais semicondutores. Mais: ele, o Gol, ainda é um vitorioso no mundo de empresas frotistas e locadoras, responsáveis, no mesmo julho, pela metade das vendas diretas, faturadas pelas empresas fabricantes de veículos diretamente aos consumidores – e 81,3% das vendas do Gol foram exatamente nesta modalidade. Como lembrou a jornalista Lúcia Camargo Nunes em seu ViaDigital não se pode esquecer, também, a escalada da taxa Selic e as consequentes restrições ao crédito para a classe média, particularmente no que diz respeito ao CDC. Ou seja: não se trata de jabuticaba e sim de efeitos das circunstâncias dos tempos e da política econômica.

BATALHA POR SEMICONDUTORES

O Jornal da Ciência Especial, editado pela SBPC, Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, número 799, referente ao biênio junho-julho, traz texto com o título A Batalha dos Semicondutores, assinado pela editora assistente Janes Rocha. Alguns excertos para ponderação: "Enquanto as guerras civis e militares se desenrolam com armas uma disputa gigante e sem armamentos acontece no campo comercial, porém fortemente afetada pelas batalhas de armas. É a disputa dos Estados Unidos com a China que, na visão de Sérgio Robles Reis de Queiroz, professor do Departamento de Política Científica e Tecnológica do Instituto de Geociências da Universidade de Campinas, é muito maior e mais desafiadora para o mundo do que todas as outras, pois altera as cadeias de valor na área tecnológica. Um dos principais artefatos da disputa são os semicondutores, os chips".

BATALHA POR SEMICONDUTORES 2

"(...) A pandemia de covid-19 teve efeito devastador sobre a produção mundial, com as principais fábricas, a TSMC de Taiwan e a Samsung da Coreia do Sul, forçadas a parar a produção. (...) Como muitos produtos de consumo relevantes possuem chips várias cadeias de produção foram afetadas pela falta deles, em especial as indústrias automobilísticas e de celulares. (...) Informações da Anfavea para a Agência Brasil de Notícias indicam uma quebra estimada de produção de pelo menos 10% dos celulares e cerca de 7,5 milhões de automóveis em todo mundo. (...) Segundo Queiroz a China está avançando em termos de ocupar parcelas cada vez maiores da cadeia de produção e de suprimento de chips na medida em que vem internalizando a produção de componentes críticos, que antes eram feitos apenas no Japão e na Coreia do Sul. A China é uma grande produtora e vai se

tornar cada vez mais dominante nesse mercado. Sancionado pelos Estados Unidos, desde os anos 90 o país vinha estocando chips para garantir seus suprimentos quando a pandemia chegou. (...) A guerra Rússia-Ucrânia agravou o cenário já que ambos são países altamente fornecedores de insumos para a produção de chips, como lítio, silício e produtos químicos, conta o economista Wallace Moreira, professor da Faculdade de Economia da Universidade Federal da Bahia e pesquisador visitante do Ipea: 'Já havia antes da pandemia uma preocupação com essa dependência antiga da China, tanto na Europa como nos Estados Unidos'. Ele lembra que embora as empresas de semicondutores sejam privadas os governos dos países onde elas estão sediadas aportaram a maior parte dos investimentos, direta ou indiretamente, por considerarem um setor estratégico".

BATALHA POR SEMICONDUTORES 3

"O Brasil, nesse cenário, vai no sentido contrário. No início de 2021 o governo (...) anunciou a dissolução do Centro de Excelência em Tecnologia Eletrônica Avançada, estatal que era a única fabricante de semicondutores na América Latina. O tema ainda está em discussão na Justiça e, mais recentemente, o ministro das Comunicações (...) revelou a intenção do governo de retomar a produção, para atender à demanda criada com a chegada do 5G. Ricardo Augusto Rabelo de Oliveira, professor do Departamento de Computação da Universidade Federal de Ouro Preto, destaca que Alemanha, França, Estados Unidos e Japão estão retomando a construção de plantas de semicondutores como política pública, com altos investimentos estatais, uma estratégia que eles haviam abandonado nos anos 1980: "Só que a produção de semicondutores é tão cara e tão demorada que só vamos ter isso funcionando em 2025".



Divulgação/USP

OBSCURIDADE, AUSÊNCIA

A nossa Anfavea mais uma vez teve a possibilidade de posar bem em foto histórica, aquela que o 11 de agosto registrou em todo o País, assinando manifestos pelo respeito à Constituição e em apoio a atos pela democracia e em sua defesa. E mais uma vez a entidade que coordena atividades setoriais da indústria fabricante de veículos no País não foi vista em lugar algum. Até a Fiesp, rediviva das cinzas e sob nova direção, ignorou o ridículo do pato amarelo para reassumir seu papel e voltar a coordenar o mundo empresarial, do qual a Anfavea e suas associadas fazem parte, com sinal de atitude e um manifesto, Em Defesa da Democracia e da Justiça. Estaria a Anfavea na companhia honrosa de outras 106 entidades e associações, academias de ciências, universidades, centrais

sindicais, sindicatos, a ABI, a OAB São Paulo, a UNE. Mas a entidade optou pela obscuridade.

OBSCURIDADE, AUSÊNCIA 2

Há quatro frases a destacar no manifesto coordenado pela Fiesp e que muito bem poderiam ser motivo de reflexão por aqueles que se reúnem naquela comprida mesa de reuniões no casarão da avenida Indianópolis: "No ano do bicentenário da Independência reiteramos nosso compromisso inarredável com a soberania do povo brasileiro expressa pelo voto e exercida em conformidade com a Constituição", "Elas [as instituições] foram sólidas o suficiente para garantir a execução de governos de diferentes espectros políticos. Sem se abalarem com as litâneas dos que ultrapassam os limites razoáveis das críticas construtivas, são as nossas instituições que continuam garantindo o avanço civilizatório da sociedade brasileira", "É importante que os poderes da República – Executivo, Legislativo e Judiciário – promovam, de forma independente e harmônica, as mudanças essenciais para o desenvolvimento do Brasil".

OBSCURIDADE, AUSÊNCIA 3

E a última, fecho do manifesto: "Todos os que subscrevem este ato reiteram seu compromisso inabalável com as instituições e as regras basilares do Estado Democrático de Direito, constitutivas da própria soberania do povo brasileiro que, na data simbólica da fundação dos cursos jurídicos no Brasil, em 11 de agosto, estamos a celebrar".

OBSCURIDADE, AUSÊNCIA 4

Tanta obscuridade e tanta ausência chamaram a atenção dos observadores pois mesmo empresas e personalidades estrangeiras percebem, com facilidade, a importância da soberania dos povos de acordo com suas constituições e a fundamental necessidade do avanço civilizatório. Assim como o papel dos que respeitam e têm compromisso com o Estado Democrático de Direito. Tanto percebem que jamais foi questionado seu apoio às obras de saneamento básico no País: sempre se manifestaram a favor da água encanada e das redes de esgotos.

RENAULT KWID

o SUV dos compactos

DPZ



faça seu dia ser grande

design robusto que você já conhece
carro mais econômico da categoria
mais segurança com 4 airbags de série
tranquilidade também no pós-venda



Juntos salvamos vidas.



renault.com.br



Matemática da adaptação

José Maurício Andreta Júnior diz que foi um adolescente prodígio da matemática, que discutia equações com o professor e passava de ano com meses de antecedência. Mas não usou o talento para ser matemático ou engenheiro. Aos 14 anos, com o falecimento de seu pai, ele herdou a concessionária Chevrolet que levava o sobrenome de sua família em Amparo, SP, onde já trabalhava eventualmente desde os 12 anos.

Foi assim que Andreta Jr. começou sua carreira como empresário

do setor de distribuição de veículos – hoje seu grupo representa dez marcas e tem trinta concessionárias no entrono da região de Campinas, SP. O segredo da multiplicação? A adaptação do negócio a qualquer cenário com precisão matemática e vigilância estrita sobre as empresas.

É com esse espírito que Andreta Jr. também exerce, há quase vinte anos, uma das vice-presidências da Fenabrave. Em janeiro foi eleito pela primeira vez para assumir a cadeira de presidente com apoio unânime da 52 associações de marcas de

veículos que compõem a entidade e representam mais de 1 mil grupos empresariais, que têm 7,3 mil concessionárias em mais de 1 mil cidades brasileiras.

Nesta entrevista o presidente da Fenabrave conta como equacionou o consenso na entidade para trabalhar em ações de interesse dos distribuidores, fala sobre a matemática da adaptação para sobreviver aos altos e baixos do mercado e explica sua aritmética para prever vendas este ano iguais ou até pouco melhores do que em 2021.

Entrevista a
André Barros,
Leandro Alves,
Márcio Stéfani e
Pedro Kutney

Ao assumir a presidência da Fenabrave este ano quais foram as primeiras ações?

Durante onze anos, de 1994 a 2005, fui vice-presidente da Fenabrave e depois voltei a ser vice nos sete anos da gestão de Alarico [Assumpção Júnior, 2015-2021], que fez um grande trabalho. Minha intenção era sair e cuidar dos meus negócios, mas resolvi aceitar o desafio porque recebi o apoio de todas as 52 associações de marca que compõem a Fenabrave: todas elas mandaram 52 cartas indicando o meu nome para assumir a presidência e nomear a diretoria que eu escolhesse. Obtive consenso para aprovar um plano de ação de doze pontos e montei uma estrutura de sete vice-presidentes totalmente alinhados com a nossa proposta. Então estou focado em cumprir essa missão, de agregar o setor [de distribuição

de veículos], e quero sair daqui com 21 anos dedicados à entidade e objetivos cumpridos. Sou uma pessoa acelerada e impus o mesmo ritmo aqui: estamos todos trabalhando muito.

Pode dar exemplos de quais são esses pontos de ação?

Um deles foi adotar comunicação mais rápida e ampla. Tenho um celular conectado com os 52 presidentes de marcas associadas. De tudo que acontece aqui fazemos uma foto ou gravamos um vídeo e mandamos. Nós informamos tudo a todos, porque precisamos nos juntar nesses pontos, no que é bom para a cadeia automotiva. Outra ação foi montar grupos de trabalho para formular propostas, como por exemplo a legislação da retomada do veículo em caso de inadimplência: hoje



“Hoje as concessionárias estão ganhando dinheiro, mas o custo do capital subiu muito. Se antes para ter um estoque de cem carros eu precisava de R\$ 5 milhões hoje preciso de R\$ 10 milhões e isso pode causar prejuízos adiante.”

os bancos podem demorar dois anos para retomar o bem de alguém que parou de pagar o financiamento porque precisa da autorização de um juiz. Isso encarece e restringe o crédito, atrapalha nosso negócio. Chamamos aqui a Febra- ban e entramos em acordo para unificar o modelo de contratos com os bancos associados da entidade. Também trabalhamos para acelerar o Renave (Registro Nacional de Veículos em Estoque), que para carros novos já funciona em todo o País, para usados está funcionando em cinco estados e começará em breve em São Paulo. Isto tornará as transferências muito rápidas, assim que o carro entra na loja, e legalizará a posse transitória do estoque de veículos das concessionárias [que hoje, em regra, continuam no nome de antigos proprietários até a revenda ao próximo comprador para contornar a burocracia de longo processo que pode levar vinte a trinta dias para colocar o bem no nome do revendedor e depois no do novo proprietário].

Como a tendência de eletrificação dos veículos causará impactos sobre a atividade das concessionárias?

Nós nos prepararemos para atender os carros com novas tecnologias assim que isso seja necessário. O Brasil caminha mais para os híbridos flex e eles vão requerer mais assistência porque têm dois

sistemas. Os elétricos também precisam de manutenção e de lugares qualificados para fazer isso. A questão é que a eletrificação ainda demorará para acontecer aqui: o País precisa montar toda uma nova infraestrutura, mas estaremos prontos quando acontecer.

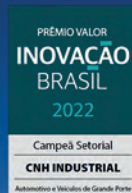
Os preços de carros zero-quilômetro subiram muito depois da pandemia, as montadoras só oferecem modelos carros e equipados. Nenhuma montadora parece estar interessada em lançar populares. Hoje o tíquete médio de venda por unidade é de mais de R\$ 120 mil. Com isso o carro zero virou sonho para a maioria e será difícil sustentar mercado acima de 2 milhões ou chegar a 3 milhões de veículos por ano. Qual o impacto desse achatamento na visão dos concessionários?

O concessionário compra carro da montadora e vende com lucro. Enquanto ele conseguir fazer isso está tudo bem. Claro que os volumes caíram muito e o que fazemos é adaptar nosso tamanho à realidade do momento. Hoje as concessionárias estão ganhando dinheiro, mas por outro lado o custo do capital de giro subiu muito. Se antes para ter um estoque de cem carros eu precisava de R\$ 5 milhões, hoje preciso de R\$ 10 milhões e isso pode causar prejuízos adiante. Depois que a produção voltar ao normal o distribuidor pode ficar sem capital, sem o mesmo número de carros para vender e perde rentabilidade. Só quem profissionalizar a gestão sobreviverá neste cenário.

Em julho a Fenabrave revisou para baixo as projeções de mercado este ano, prevendo que as vendas de veículos leves e pesados devem empatar com 2021. Mas o senhor disse que ainda achava possível um pequeno crescimento. O que o leva a prever resultado melhor?

No começo deste ano já tínhamos identificado que o mercado não cresceria muito porque já estavam faltando produtos para entregar e isto continua até hoje. Por isso reajustamos as projeções para baixo. As

CNH Industrial.



A empresa mais INOVADORA DO SETOR.

E não é a gente que está dizendo.



Vencedora do Prêmio
Valor Inovação Brasil
como a 1ª do setor
e a 7ª entre
as 150 empresas
mais inovadoras.



montadoras não estão produzindo os carros que o consumidor quer, mas o que conseguem. Com a opinião de alguém como eu, que tem o umbigo colado no balcão da concessionária, é isso que determinará o que acontecerá este ano. Tenho conhecimento de concessionários que, para certos modelos, têm filas de mais de cem clientes esperando pelos carros há noventa dias, outros passam de 2 mil. Por isso não descarto que o mercado ainda pode crescer este ano: se a montadora produzir o que preciso e esses veículos ficarem prontos as vendas sobem de uma hora para outra porque nas concessionárias a demanda continua acima da oferta. Mas se nada mudar o que temos é essa projeção de estabilidade.

Os juros estão subindo muito. Esse movimento está puxando as vendas para baixo?

Falam que falta crédito, mas se você tem cem pessoas querendo comprar a prazo, consegue aprovar trinta fichas e só tem vinte veículos para entregar, então ainda não posso dizer que o problema é crédito: é a produção. Mas posso dizer que já notamos, sim, um aumento de compras à vista, de pessoas que preferem investir em um bem do que deixar o dinheiro parado no banco. Existem também aqueles que estão contratando planos com parcela maior no fim para decidir depois o que fazer, dependendo da situação.

Mas quando a produção for normalizada como as vendas podem crescer com esse nível de preço e juros nas alturas? O negócio é sustentável com o volume atual?

Nosso volume de vendas caiu barbaramente, o que nos obriga a buscar adaptações: se vendia cem e hoje vendo dez veículos preciso ajustar o tamanho da empresa, enxugar. Assim vamos nos adaptando à realidade do momento. Hoje existe muita pressão inflacionária no mundo todo e isso deixou os carros mais caros. Mas tudo é relativo: se a guerra na Ucrânia acabar, se a questão da covid for resolvida, se a logística pode melhorar, se

“As montadoras não produzem os carros que o consumidor quer, mas o que conseguem. Existem concessionários que têm filas de mais de cem clientes. Por isso não descarto que o mercado ainda pode crescer: se esses veículos ficarem prontos as vendas sobem de uma hora para outra.”

os custos caem e se os preços tendem a cair também o poder aquisitivo pode subir e aí tudo muda de novo.

O mercado de veículos acima de 3 milhões por ano foi uma bolha?

O fato é que as montadoras erraram feio nas projeções que fizeram em 2011 [quando o mercado já passava de 3,6 milhões]. Diziam que as vendas chegariam a 5 milhões no País em 2015 porque estavam olhando para o passado e não viram a bolha que estava sendo formada, com vendas com troco e financiamentos de oitenta meses. Isso era insustentável e estourou. Olhando o que estava acontecendo nas minhas concessionárias anos antes eu apresentei à Anfavea um estudo meu, prevendo três cenários, de 3 milhões, 2,7 milhões ou 2,4 milhões. Ninguém acreditou no que eu disse, fechei meu laptop e me preparei para este cenário: enxuguei as despesas e segurei o caixa.

A rede de distribuição de veículos no País estará preparada para um novo cenário com menos clientes e rentabilidade menor?

Não acredito que o número de clientes venha a cair [do nível atual], mas pode, sim, haver redução de rentabilidade. O que precisamos é saber nos adaptar, enxugar. Já passamos por muitas crises

EMBARQUE COM A MARCOPOLO NO PRÊMIO AUTODATA 2022.

Indicada nas categorias:



**Produtor de
Carroçarias e
Implementos**



**Exportador/
Fornecedores**



VOTE AQUI



Desde já, agradecemos
pelo seu reconhecimento
e pelo seu voto.



marcopolo.com.br
Instagram Facebook Twitter YouTube @onibusmarcopolo





antes e quem soube se adaptar sobreviveu: isso acontecerá de novo.

Houve grande impulso nas vendas diretas em julho, que representaram metade dos emplacamentos de veículos leves. Isso atrapalha o negócio do varejo das concessionárias?

É verdade que as empresas fabricantes de veículos emitiram mais da metade das notas direto ao consumidor, mas as vendas diretas de verdade, para locadoras e frotistas, não devem passar de 30% do total das vendas – e com muitas variações, pois algumas marcas têm só 4% de clientes diretos e outras têm 80%. Existem duas situações aqui: uma é venda direta e outra é faturamen-

to direto. Hoje muita gente tem CNPJ [pessoa jurídica] ou é PcD [pessoa com deficiência] e compra por faturamento direto com desconto da montadora, mas essas vendas passam pelas concessionárias: fazemos todo processo do pedido, documentação e entrega, dá até mais trabalho [do que vender à pessoa física], e a única coisa que a montadora faz nesses casos é emitir a nota. Também recebemos comissão que, dependendo do veículo, até empata com a venda de varejo. Por isso não é verdade que metade das vendas sejam diretas: se fosse assim nem precisaria mais de concessionárias e isso jamais acontecerá pois nenhuma montadora consegue operar no varejo.



As vendas diretas de verdade, como o senhor diz, para locadoras estão crescendo este ano? Este setor diz que precisa comprar mais de 600 mil carros este ano...

Acho que as locadoras estão mantendo o mesmo volume. Precisam de carros mas os descontos concedidos a eles não são mais os mesmos. No cenário atual as montadoras preferem negociar com as milhares de concessionárias que existem no País [7,3 mil] do que ficar na mão de meia dúzia de empresas. Isso ficou no passado, quando planejaram produzir 5 milhões de veículos e o mercado era só de 2 milhões, e aí os fabricantes tiveram de negociar e vender barato para manter as fábricas trabalhando.

O atual governo federal, na sua opinião, tem ajudado ou atrapalhado o mercado de veículos?

Temos alguns pontos em que o governo ajudou o setor de distribuição, como a criação do Renave [Registro Nacional de Veículos em Estoque] que não sairia sem este apoio. Tem também ajuda para a legislação de desjudicialização do bem [para retomada do veículo de inadimplentes mais rápido, sem precisar de notificação judicial]. E acabaram de aprovar o Renovar no Congresso [programa de estímulo para renovação da frota de caminhões]. Então posso dizer que dentro do que foi possível fazer pelo setor de distribuição o governo tem ajudado, está sendo positivo.

“Falam que falta crédito, mas se você tem cem pessoas querendo comprar a prazo, consegue aprovar trinta fichas e só tem vinte veículos para entregar, então ainda não posso dizer que o problema é crédito: é a produção.”

E a questão do ambiente econômico adverso, com escalada da inflação e dos juros?

Isso é um problema mundial, o que pode ser feito? Mas é claro que quando a Selic [taxa básica de juro do Banco Central] vai de 2% a quase 14% [ao ano] a situação se complica, mas não temos como mexer na política econômica. O problema maior é o spread [diferença da taxa básica e da cobrada pela instituição financeira], que também sobe muito, vai a 30% ao ano. Mas nisso é possível melhorar com medidas como a desjudicialização do bem e o Renave, que podem ajudar muito a baixar o spread porque reduzem o risco de inadimplência e o banco pode cobrar menos.

O mercado está mudando e a pandemia acelerou esse processo. Com esse novo cenário como serão as concessionárias do futuro?

Com todas as mudanças que estão acontecendo a Lei de Darwin vai funcionar: quem tem competência se estabelece e quem não tem deverá cair fora do negócio. O concessionário do futuro exigirá mais qualificação de seus profissionais e precisa trabalhar mais rápido – por exemplo com a oferta de revisões em que o cliente chega e vai embora uma hora depois. As vendas on-line continuarão crescendo, mas o cliente ainda prefere pesquisar na internet e fechar o negócio ao vivo. Isso também exige maior preparação do vendedor porque muitas vezes o comprador chega na loja sabendo muito mais do que ele: já pesquisou tudo antes, na internet. O que não é possível imaginar é comprar um carro sem fazer test-drive antes, pois já vi muitos mudarem de ideia: depois de dirigir um modelo escolheram outro diferente do pesquisado na internet. Entendo que um dia o processo pode ser todo on-line, mas vai demorar muito tempo e enquanto isso a gente se adapta. A adaptação é inerente à evolução de qualquer negócio. ■

A large-scale photograph of a recycling facility. In the foreground, a large pile of shredded metal and plastic waste is visible. In the background, a yellow excavator arm is positioned over the waste pile. The sky is clear and blue.

ECONOMIA CIRCULAR EM PERIGO

Queda global nas commodities minerais e metálicas oferece sérios riscos sociais e pode comprometer importantes avanços ambientais no Brasil. Ação colaborativa entre empresas do setor automotivo e de reciclagem é a alternativa mais viável para se contornar o problema

O mundo todo passa por um período conturbado e apreensivo com desaceleração da economia global e risco de recessão em diversos importantes mercados como o chinês e o estadunidense. Recentemente a prestigiada revista “The Economist” saiu com reportagem especial dando conta que o aumento dos juros nos EUA tem esfriado o mercado imobiliário, enfraquecido a demanda por cobre, ferro e madeira e reduzido o consumo de bens – de eletrodomésticos a automóveis –, o que também afeta o mercado de zinco e alumínio.

Na Ásia, a desaceleração brusca do PIB chinês, cujo aumento foi de apenas 0,4% em relação ao ano passado, com o mercado imobiliário também em baixa, deflagrou queda generalizada nos metais da ordem de 10% a 40% desde maio



deste ano. Com inflação global elevada desde o início da pandemia, ritmo lento de crescimento e juros subindo, os investidores deixam de apostar em commodities metálicas transferindo capital para negócios mais rentáveis como títulos públicos de países como os Estados Unidos.

Desde o início do período de pandemia, com base no aumento das commodities minerais, algumas commodities metálicas acumularam alta de cerca de 155% como é o caso do aço, seguindo de 77% no alumínio e 72% do cobre, provocando um aumento nos preços dos produtos manufaturados principalmente para a indústria automobilística em toda a sua cadeia.

Contudo, ainda não foi possível verificar a readequação dos preços diante desse novo cenário, e isto se deve basicamente a fatores como:

mente a fatores como:

- (a) desvalorização do real frente ao dólar;
- (b) ajustes nos custos e margens sob a redução da demanda;
- (c) aumento nos juros ao custo do capital de financiamento da produção;
- (d) aumento da inflação sobre os gastos gerais de fabricação;

Esse sintoma já é percebido nas demandas domésticas de países como a China, chegando também no Brasil. Algumas usinas estão paralisando ou reduzindo drasticamente a operação dos seus altos-fornos à medida que os estoques acumulam, estrangulando a cotação do minério de ferro no mercado global para valores anteriores aos da pandemia.



Empresas altamente estruturadas retiram sucata até de hora em hora

Com isso, no Brasil, a cotação da sucata metálica, também acompanhou a retração das commodities minerais, surpreendendo o mercado nas últimas semanas. Na segunda quinzena de julho alguns tipos de sucatas metálicas foram negociadas a preços equivalente a 25% do que valiam no início do mês passado, ou seja, 75% de queda em menos de 60 dias.

Considerando que a sucata metálica é uma importante fonte de receita aos fabricantes de componentes metálicos automotivos, esse cenário ácido poderia, em última análise, até inviabilizar a retirada de sucata uma vez que a operação sequer cobre os custos logísticos. Esse é, sem dúvida, sinal de alerta para indústria automotiva uma vez que o setor gera, corriqueiramente, resíduos em seus processos de produção.

Toda cadeia automotiva, especialmente as montadoras, possui contratos estruturados e negocia periodicamente estes volumes com empresas especializadas em beneficiar esses

resíduos metálicos e retorná-los como matéria prima. Para esse processo ser viável e sustentável, há, naturalmente, a necessidade de constante reavaliação dos preços dos contratos, equalizando os custos de mercado. Ocorre, contudo, que esse processo pode demorar algumas semanas e impactar a operação como um todo.

Esse panorama só é possível com empresas altamente estruturadas que chegam a retirar sucata até de hora em hora. São empresas de grande porte, rigorosamente fiscalizadas e legalizadas que investem maciça e continuamente em máquinas e equipamentos, tecnologias de processo, gestão e frota de caminhões próprias.

Atrelando isso ao atual cenário econômico, no qual a sucata metálica chegou a despencar quase 75% sua cotação em menos de 60 dias, uma empresa desestruturada, com caixa curto, crédito estressado, margens pequenas e que pode se

É fundamental a conscientização de toda sociedade, incluindo empresas e governos, sobre a importância social e ambiental de se preservar toda a cadeia de reciclagem

tornar insolvente do dia pra noite, coloca em alto risco além da empresa que a contratou, toda a cadeia de produção.

A indústria automobilística não pode ficar à mercê de riscos financeiros, logísticos e operacionais por se relacionar com companhias sem estrutura, sob pena de arcar com prejuízos até por sua responsabilidade subsidiária. Por essa razão, sob o manto da responsabilidade social – um dos pilares do ESG – é importante olhar para a economia circular que contempla os catadores de resíduos ou carreteiros como também são chamados. São os elos mais fracos e vulneráveis desse processo pois sobrevivem da obsolescência e separação de resíduos domésticos.

A redução na cotação das commodities faz o preço das aparas também diminuir, exigindo muito mais esforço dos catadores para conseguirem compensar no peso a queda dos



valores. Neste momento crítico é fundamental a conscientização de toda sociedade, incluindo empresas e governos, sobre a importância social e ambiental de se preservar toda a cadeia de reciclagem, colaborando e apoiando o trabalho desses autônomos.

Segundo o diretor comercial da Trufer, Luiz Gustavo Olicheski, esse tipo de sazonalidade brusca que reflete em grandes oscilações de preços, pode ser atenuada por meio de ações colaborativas conjuntas com os parceiros comerciais, apresentando soluções de curto, médio e longo prazos. “Em 60 anos de atividade no Brasil já passamos por outras crises e enfrentamos, no passado, baixas como essa atual nas commodities metálicas porém, mesmo assim, como temos responsabilidade social e ambiental, sempre entendemos a importância de se manter saudável e operacional todo processo que envolve a reciclagem. É fundamental que toda cadeia automotiva nacional tenha essa sensibilidade para não comprometermos os avanços ambientais que conquistamos nos últimos anos”.

Os dois mundos do novo HR-V

SUV chega ao mercado brasileiro com motores aspirado e turbo, para disputar dois segmentos

Por Caio Bednarski



Com a nova geração do HR-V a Honda pretende atingir dois mundos, ambos de alta renda, com um só carro. O modelo é vendido para dois públicos, em dois tempos, em quatro versões: as menos caras EX e EXL começaram a ser encomendadas na pré-venda aberta em agosto com motor flex 1.5 aspirado, respectivamente por R\$ 142,5 mil e R\$ 149,9 mil, e as topo de linha ainda mais caras Advance e Touring têm motor turbodiesel e só começam a ser vendidas em outubro, por preços já anunciados de R\$ 176,8 mil e R\$ 184,5 mil.

Para marcar essa divisão o desenho das rodas e da grade dianteira também mudam conforme a motorização. Com espaço interno ampliado da nova geração do HR-V a fabricante quer concorrer em duas faixas do mercado: as versões aspiradas disputam clientes de SUVs compactos topo de linha como Chevrolet Tracker, Hyundai Creta e Volkswagen T-Cross, enquanto o novo HR-V turbinado vai encerrar as opções mais em conta de SUVs médio-compactos como Toyota Corolla Cross e Jeep Compass.



Divulgação/Honda

Todas as quatro versões do novo HR-V são produzidas em Itirapina, SP, fábrica que passou por transformações nos últimos dois anos e meio para receber a nova linha de produtos da fabricante no País, construída sobre nova plataforma. A planta já produz desde o início deste ano os novos City hatch e sedã, agora também iniciou a produção do novo HR-V.

MOTORIZAÇÃO

Os motores que equipam o novo HR-V são produzidos pela Honda em Sumaré, SP: o 1.5 flex aspirado tem 126 cv, é o mesmo já usado nos City hatch e sedã, e o 1.5 turbosflex ainda não tem especificações divulgadas. O trabalho de nacionalização do motor turbo, assim como as mudanças para transformá-lo em bicombustível etanol-gasolina, segundo a fabricante demorou cerca de três anos e já está finalizado.

De acordo com o engenheiro de testes Mauricio Correia o powertrain dos modelos produzidos no Brasil estão integrados a um novo processo produtivo: o câmbio automático CVT importado do Japão é montado no porto de desembarque no País, em Itajaí, SC, e de lá segue para Sumaré, onde é acoplado ao motor, depois o conjunto viaja 106 km até Itirapina para ser instalado nos carros.

"Esse trabalho de receber o câmbio em Sumaré, acoplar ao motor e mandar o conjunto para Itirapina acontece quase em tempo real, pois praticamente não temos estoque de transmissões e motores em Sumaré", explica.

Os dois motores disponíveis no HR-V são apostas da Honda para atrair clientes diferentes. O propulsor aspirado terá foco

em consumo, "sendo o melhor da categoria de SUVs compactos, fazendo com etanol 8,8 km/l na cidade e 9,8 km/l na estrada, enquanto com gasolina as medições mostram 12,7 km/l e 13,9 km/l, respectivamente", diz Correia. Já o motor turbosflex com vistosos 177 cv gasta um pouco mais, têm consumo em uso urbano de 7,9 ou 11,3 km/l e rodoviário de 8,8 ou 12,6 km/l, deverá entrar na cesta de desejos de clientes que buscam desempenho mais esportivo.

MAIS SEGURO E CONECTADO

Além das opções de motorização, o segundo princípio que a Honda trabalha para conquistar vendas é a segurança, pois o HR-V terá de série, nas quatro versões, o pacote Honda Sensing, que reúne tecnologias de assistência ao motorista para reduzir o risco de acidentes, como frenagem automática de emergência, piloto automático adaptativo ACC – com aceleração e frenagem em relação ao veículo que vai à frente –, sistema de leitura de faixa que age no volante caso o carro saia do traçado, sensor de ponto-cego e câmera lateral direita com imagem na tela central.

E o terceiro argumento de venda é a conectividade: o novo HR-V será o primeiro carro da marca no País a adotar o sistema Honda MyConnect, que por meio de um aplicativo no celular permite acessar diversos dados do veículo e controlar algumas de suas funções à distância. O sistema é desenvolvido por um fornecedor global da companhia, que já usa o sistema em outros mercados e o adaptou para o Brasil.

Um amplo pacote de itens de série desde a versão a EX também deverá atrair clientes que não encontram o mesmo recheio nos concorrentes, em alguns casos nem como opcionais. A configuração mais barata do novo HR-V tem seis airbags, controle eletrônico de estabilidade e tração, kit multimídia com tela de 8 polegadas e espelhamento de smartphones sem cabo, assistente de partida em rampa, controle de velocidade em descidas, faróis de LED, câmara de ré, rodas aro 17 e ar-condicionado com novo sistema de difusão e saída para os bancos traseiros.

...VEM AÍ O

CONGRESSO PERSPECTIVAS 2023

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

Scania antecipa ônibus Euro 6



**Nova linha K de chassis estará à venda em 2023
com redução de emissões, economia de combustível e opções a gás**

Por André Barros

A Scania antecipou a apresentação de sua nova linha K de chassis de ônibus com motorização Euro 6, que começa a ser vendida no início de 2023 para atender à nova fase da legislação brasileira de controle de emissões de veículos pesados, o Proconve P8, em vigor a partir de janeiro. Os novos modelos urbanos e rodoviários foram desenvolvidos nos últimos três anos com foco em reduzir emissões, garantir conforto e segurança a motoristas e passageiros, e oferecer custos menores de manutenção e consumo.

Parte do investimento de R\$ 1,4 bilhão da Scania no Brasil, no período 2021-2024, foi aplicado no desenvolvimento da nova linha de chassis que, segundo o gerente de soluções para a mobilidade Celso Mendonça, reduz o consumo de combustível em até 7% nos modelos rodoviários e até 10% nos urbanos em comparação com a linha K atual. Também foram introduzidas novas tecnologias de segurança e telemetria.

A nova geração da linha K tem sete configurações de chassis rodoviários e seis urbanos, dois deles articulados, com mo-



Divulgação/Scania

torizações de 280 a 500 cavalos e tração 4x2, 6x2 e 8x2. Foram incluídos na linha três modelos a gás com motores otto de 280 e 340 cavalos, o chassi rodoviário K340 4x2 e os urbanos K280 4x2 e K340 IB 6x2/2.

ECONOMIA E SEGURANÇA

Para atender os novos limites de emissões do Proconve P8 os motores diesel Euro 6 de 9 e 13 litros – também podem ser abastecidos com biodiesel ou HVO, óleo vegetal hidrogenado – foram equipados com o sistema SCR de pós-tratamento de gases. Também receberam um novo sistema de injeção eletrônica de alta pressão, o XPI. "Só aí conseguimos 7% de economia de combustível", diz Mendonça.

Os chassis rodoviários são equipados com o câmbio automatizado Scania Opticruise, com três modos de condução, que segundo a Scania garante 1% de redução de consumo. Nos ônibus urbanos a transmissão é a automática ZF Ecolife 2 que, junto com o sistema start-stop, reduz em 3% o gasto de combustível.

Os novos chassis também incorporam sistemas avançados de assistência à condução, como alerta de ponto cego, sensores nas laterais, alerta de presença de pedestres, controle de velocidade adaptativo ACC, assistente de permanência em faixa e frenagem automática de emergência.

A área do motorista foi redesenhada e aprimorada com novos painel, pedais e volante multifuncional com vários controles. É novo também o eixo direcional traseiro no modelo urbano de 15 metros, com sistema eletro-hidráulico e menor número de componentes.

SEM PREVISÕES

Os chassis ainda não estão disponíveis para venda, só chegam em janeiro de 2023, por isso seus preços não estão definidos. Mendonça não arrisca nenhuma projeção, mas espera por retomada do mercado nacional de ônibus já a partir deste segundo semestre, inclusive por causa de provável antecipação de compras para escapar da elevação de preços que inevitavelmente será aplicada sobre os modelos Euro 6.

"Nós da Scania acreditamos em início de retomada, inclusive com melhor desempenho do segmento rodoviário, que foi o que mais caiu. Nosso crescimento deverá ser até maior do que o do mercado em geral", disse.

A fábrica de São Bernardo do Campo, SP, onde são produzidos os chassis da linha K, é responsável também por abastecer os demais países da América Latina e poderá exportar os novos modelos Euro 6 para mercados que têm legislação de emissões similar à do Brasil.

APOSTA NO GÁS

Com o lançamento de novos chassis de ônibus com motorização a gás, que podem rodar tanto com o combustível fóssil como com biometano produzido a partir de resíduos orgânicos, a Scania espera aumentar as vendas desses modelos no País, mas não tem estimativas. "Já temos 3 mil chassis a gás, produzidos em São Bernardo do Campo, rodando na América Latina, em outros países fora o Brasil", informa Celso Mendonça. "Estimar o volume para o mercado brasileiro é difícil, pois depende do esforço do poder público para que essa tecnologia ganhe escala."

Segundo o executivo incidem sobre os modelos a gás os mesmos impostos federais e estaduais dos ônibus a diesel. Para popularizar essa alternativa menos poluente seria necessário, na opinião de Mendonça, seria necessário um esforço maior dos governos para capilarizar a rede de abastecimento e reduzir a carga tributária, para compensar o preço maior em relação aos modelos diesel.

A Scania aposta na propulsão a gás como alternativa à eletrificação dos veículos comerciais pesados. Segundo a Anfavea, associação dos fabricantes, foram vendidos 177 caminhões e ônibus a gás no primeiro semestre, quase o dobro das 95 unidades do mesmo período de 2021.

Os chassis a gás estarão disponíveis ao mercado a partir de 1º de janeiro de 2023, junto com os demais modelos da nova geração da linha K, quando serão definidos os preços.

Menos de três anos depois de lançar a segunda geração do HB20, que começou a ser vendido no fim de 2019, a Hyundai decidiu redesenhar as formas do modelo – justamente o ponto que mais gerou críticas negativas, após o sucesso instantâneo da primeira geração lançada em 2012. Com o ajuste visual e inclusão de mais tecnologias a fabricante espera defender e ampliar a posição de mercado do hatch, que desde 2021 tornou-se o automóvel mais vendido do País. Se o design criticado não limitou o bom desempenho comercial do HB20, a nova aparência tende a garantir impulso adicional às vendas.

A fábrica de Piracicaba, SP, que completa dez anos de operação neste 2022, recebeu investimentos de R\$ 200 milhões em atualizações para produzir a nova família HB20, composta pelo hatch e o sedã HB20S – o HB20X, com pegada aventureira, foi descontinuado. Com os aportes, a planta no interior paulista aumentou ainda mais seu grau de automação, com introdução de linhas digitalizadas da indústria 4.0, robôs colaborativos e impressoras 3D. Atualmente a unidade emprega 2,8 mil trabalhadores e opera em três turnos.

O polêmico desenho dianteiro, com cara triste, da segunda geração do HB20, de 2019, deu lugar a uma nova grade com uma linha no meio do hexágono. São novos também o para-choque, o capô, a luz diurna DLR e os faróis, assim como a tampa do porta-malas, lanternas e para-choque na traseira, que recebeu uma linha luminosa de LED que vai de uma lanterna a outra na tampa do porta-malas, gerando uma assinatura visual distinta.

MAIS TECNOLOGIAS

O tapa no visual veio acompanhado de recheio mais generoso de tecnologias, sobretudo as de assistência à direção que tornam a versão Platinum, topo de linha, bastante competitiva diante de hatches em nível superior do mercado, como o Toyota Yaris e o Honda City, que competem em preço mas não em porte, pois os rivais são um pouco maiores. O diferencial

HB20 sobe a régua com novo desenho

Hyundai investe R\$ 200 milhões para atualizar visual de hatch e sedã, incluir tecnologias e defender liderança

Por André Barros



do HB20 sobre estes é a maior oferta de tecnologias.

"Subimos a régua", destacou Gerardo Carmona, vice-presidente de operações comerciais nas Américas Central e do Sul. "Estamos introduzindo tecnologias inovadoras no segmento", disse, sem esconder a pretensão de manter a liderança dentre os carros de passeio no Brasil.

A ele cabe também a missão de expandir a distribuição do HB20 na região, hoje exportado para Colômbia, Paraguai e Uruguai. À Argentina, devido ao acordo comercial bilateral que exige intercâmbio com o Brasil, não há solução, pois a Hyundai não tem operações produtivas no país. Mas há possibilidades no Chile e no México, embora limitadas justamente pela capacidade da fábrica de Piracicaba: como o Brasil consome boa parte da produção apenas fatia tímida, cerca de 5%, é enviada ao Exterior.

O plano da Hyundai é atacar a base do mercado com a versão Sense, com motor 1.0 tricilíndrico aspirado de 80 cv e câm-

bio manual, por R\$ 76 mil 690, onde está o maior volume de vendas do HB20. No topo do segmento a ideia é ampliar volumes com a versão de topo Platinum Plus, com motor turboflex TGDI 1.0 e câmbio automático, por R\$ 114 mil 390. As outras opções intermediárias do HB20 competem com as linhas Chevrolet Onix e Fiat Argo.

SEGURANÇA E CONFORTO

O novo HB20 traz, em sua versão topo de linha, sistemas avançados de assistência à direção, como alerta de ponto cego, farol alto adaptativo, assistência de centralização e permanência na faixa, detector de perigo e frenagem autônoma de emergência – presente no modelo desde a última atualização em 2019, mas que agora passou a identificar também ciclistas, além de veículos e pedestres.

Na prática, ao ativar o piloto automático, agora de série em toda a gama, o condutor do HB20 tem com todas as tecnologias um carro semiautônomo: pode manter velocidade e distância programadas em

Preços e versões do novo Hyundai HB20

HB20 Sense 1.0 MT **R\$ 76 mil 690**

HB20 Comfort 1.0 MT **R\$ 79 mil 990**

HB20 Limited 1.0 MT **R\$ 85 mil 490**

HB20 Comfort 1.0 TGDI MT **R\$ 93 mil 790**

HB20 Comfort 1.0 TGDI AT **R\$ 99 mil 390**

HB20 Platinum 1.0 TGDI AT **R\$ 105 mil 390**

HB20 Platinum Plus 1.0 TGDI AT **R\$ 114 mil 390**

relação ao carro da frente, manter-se na faixa e frear, por exemplo, sem a interferência do motorista.

A Hyundai dotou seu HB20 também de chave inteligente, que permite dar partida no motor a distância, manobra útil para, por exemplo, climatizar o carro antes de entrar nele. Destaque também para o painel colorido digital presente a partir da versão Platinum.

O Bluelink, sistema de conectividade Hyundai, ganhou novas funções e sua gratuidade foi expandida para três anos: "Temos 70 mil clientes com o Bluelink ativado. Mais de 90% dos carros vendidos com o sistema têm ele ativo", afirma Carmona.

O HB20 hatch remodelado começou a ser fabricado em julho em Piracicaba e no começo de agosto chegou às concessionárias. O sedã HB20S demora um pouco mais: a projeção é que chegue nas revendas entre setembro e outubro, e os preços só serão divulgados mais próximo ao lançamento.

MOTORES NACIONAIS

O lançamento do HB20 renovado inaugurou a produção nacional de motores

da Hyundai em Piracicaba, em unidade que recebeu cerca de R\$ 350 milhões em investimento – valor não confirmado pela empresa. O propulsor 1.0 aspirado, que equipa as versões de entrada do hatch, já começou a ser fabricado na planta do interior paulista. A operação ainda está em escala inicial.

Segundo a Hyundai alguns componentes serão adquiridos de fornecedores locais, como o bloco fundido. Mas a produção em Piracicaba não deverá atender todo o volume de veículos produzidos pela Hyundai no Brasil, motores prontos importados da Coreia seguirão sendo usados. A empresa não revela a capacidade produtiva da unidade, que deverá ter sua inauguração formal nos próximos meses.

O primeiro passo, segundo AutoData apurou com porta-voz da empresa, é a produção nacional do motor 1.0 aspirado, mas não há impeditivos para produzir outros motores, como o turboflex TGDI. Por enquanto, porém, a ideia é maturar a nova unidade de motores para atender as versões mais vendidas do HB20. ■



Um futuro onde dirigir bem **significa** **viver bem.**



Guiados por nosso compromisso com inclusão, integridade, excelência, responsabilidade e colaboração - e nossa promessa de alcançar a neutralidade de carbono até 2035 - estamos conduzindo a indústria automotiva para um futuro mais limpo, saudável e seguro para todos.

[Borgwarner.com](https://www.borgwarner.com)

 **BorgWarner**

Da Besta ao novo Sportage em 30 anos de altos e baixos

Trajetória da Kia no Brasil, sempre representada pelo Grupo Gandini, envolve muitos bons e alguns maus momentos

Por André Barros e Pedro Kutney

Com a chegada do novo Sportage híbrido, mais um passo da Kia rumo à eletrificação no Brasil, sua representação local, dirigida por José Luiz Gandini, comemorou 30 anos de operação no mercado brasileiro. Segundo o empresário todo o portfólio à venda no País será eletrificado, incluindo o minicaminhão Bongo, desde 2010 montado na fábrica da Nordex no Uruguai.

Mas com calma. Gandini ainda é cauteloso com relação a modelos 100% elétricos, tecnologia que julga ainda ser "coisa de nicho" no Brasil. Por isso o foco é nos híbridos. E a justificativa está nos custos: segundo um cálculo da empresa agregar a um automóvel a tecnologia MHEV, hibridização leve com bateria de 48V e um pequeno impulsor elétrico para ajudar nas partidas, custa para a fábrica em torno de € 700 e eleva em 15% a eficiência energética, comparado com o similar a gasolina. O salto para um HEV, o híbrido puro que trabalha com motores elétrico e a combustão em paralelo, faz a eficiência subir 30% mas o custo se eleva a € 3 mil.



O mild hybrid é, portanto, o melhor custo-benefício para melhorar a eficiência energética da Kia no País, uma obrigação criada com o Rota 2030 que estabeleceu metas para isso. E é essa a tecnologia adotada no Sportage. A eficiência é melhorada com o motorzinho elétrico, que funciona como auxiliar para reduzir o consumo de combustível, principalmente nas partidas e quando o carro trafega na inércia, sem aceleração, no modo velejar: ao tirar o pé do acelerador o carro desliga o motor e segue em uma espécie de banguela eletroassistida.

O motor turbo com injeção direta de gasolina TGDI de 1,6 litro em conjunto com o sistema elétrico de 48 V garante potência máxima de 180 cv. Com transmissão automática de sete velocidades o SUV faz 11,5 km/L na cidade e 12,1 km/L na estrada.

O novo Sportage traz diversas tecnologias avançadas de assistência à direção, como alertas de ponto cego, de colisão traseira e de tráfego cruzado, assistente de permanência em faixa e piloto automático adaptativo, ACC, com assistente de congestionamento, que freia e acelera o carro conforme o tráfego à frente.

O primeiro lote do Sportage, o modelo mais vendido da Kia no Brasil, esgotou na última semana de julho. Para o segundo a empresa reajustou os preços em R\$ 5 mil: a versão EX passou para R\$ 225 mil e a EX Prestige para R\$ 260 mil.

30 ANOS ATRÁS

O tecnológico e bem desenhado novo Sportage é resultado de história que começou há trinta anos com modelos bem mais rústicos e bem menos atraentes. Em meados de 1992 o dono de postos de combustível e concessionário da Massey Fergusson e da Volkswagen Caminhões e Ônibus na região de Itu, Interior de São Paulo, José Carlos Gandini, apareceu no escritório com uma pasta cheia de folhetos de carros, tudo em coreano. Apresentou a novidade a seu filho, José Luiz Gandini, e perguntou: "Vamos representá-los?".

Eram folhetos de modelos Kia, uma fabricante de veículos sul-coreana ainda desconhecida pelos brasileiros. Poucos



Kia Bongo: investimento do Grupo Gandini para montar o minicaminhão no Uruguai desde 2010.

anos antes o mercado automotivo nacional tinha sido reaberto pelo governo e muitas marcas estrangeiras buscavam representação por aqui. Um cidadão da Coreia do Sul procurou José Carlos Gandini e ofereceu a possibilidade de negócio.

O empresário brasileiro viajou, então, à Coreia do Sul e pouco depois recebeu uma comitiva de executivos da Kia para conhecer o Grupo Gandini. Em uma sexta-feira de maio de 1992 José Carlos recebeu a notícia de que fora escolhido representante Kia no Brasil. E precisava encomendar, no mínimo, 1 mil veículos em seu primeiro pedido.

"Não sabíamos muita coisa dos modelos", conta **José Luiz Gandini**, seu filho, hoje à frente do negócio. "Naquele sexta-feira decidi viajar ao Paraguai porque lá já existiam veículos Kia circulando, para conhecer melhor o que estávamos encomendando."

O lote mesclava 1 mil unidades de modelos comerciais, incluindo os utilitários Besta para passageiros e carga, que pelo nome logo se tornaram um ícone e por muitos anos à frente liderariam as vendas da coreana no País. Também vieram a picape Ceres e o caminhão leve K3500.

Em 30 de junho de 1992 a Kia Motors do Brasil foi oficialmente fundada, com sede em Jundiá, SP. Dali ao fim do ano seis concessionárias foram abertas e o portfólio apresentado ao público no Salão do Automóvel de São Paulo.



Divulgação/Kia

SUCESSO NAS NOVELAS

O total de 2 mil 236 veículos Kia foram vendidos no primeiro ano completo de operação no Brasil, em 1993. O Sephia, primeiro carro de passeio, e a Besta Ambulância entraram no portfólio. E a primeira ação de marketing que mudou a história da Kia no Brasil foi feita na novela Renascer, na Rede Globo: o personagem de Antônio Fagundes entrou em uma concessionária Kia e saiu de lá com um caminhão Ceres.

"Foi a grande virada", conta José Luiz Gandini. "Merchandising em novelas sempre deu muito resultado. São inúmeros os casos de clientes que chegam à concessionária pedindo o carro da Carminha ou o modelo do comendador. E tem que ser da mesma cor que aparece na novela."

Hoje a Kia está fora das novelas devido ao volume reduzido de vendas, reflexo das dificuldades de produção enfrentadas pela matriz por causa da crise global de abastecimento de peças. Mas Gandini admite a intenção de, um dia, voltar a fazer merchandising no horário mais caro da TV brasileira.

Não foi só em novelas: a Kia do Brasil sempre demonstrou agressividade em publicidade. Patrocinou times de futebol, como o Palmeiras, e estampou sua marca

A van Besta e o importador Gandini: primeiro sucesso da Kia no Brasil, foi o modelo mais vendido da marca nos anos 1990 até sair de linha, em 2005.



na Copa do Brasil. Lá fora a planificação mercadológica da marca coreana é semelhante, com patrocínio a competições europeias e até na Copa do Mundo.

AO SABOR DE CÂMBIO E IMPOSTOS

As canetadas do governo afetaram, para o bem e para o mal, o desempenho da Kia no País, em história que se confunde com a de outros importadores que tentaram a sorte aqui depois da abertura dos anos 1990. A primeira mudança veio em 1994 e foi positiva: naquele ano o imposto de importação de veículos, que no início da década era de 85% e já tinha caído a 40%, foi reduzido para 35% e, em setembro, para 20%, em ambiente ainda melhor pela paridade cambial trazida pelo Plano Real. Mas o País não tinha reservas cambiais para bancar compras externas e a festa dos veículos importados durou pouco: em fevereiro de 1995 a alíquota subiu para 32% e, em março, para 70%.

A partir de 1995, com o Regime Automotivo, a intenção era incentivar a produção local por meio de incentivos ao setor, o que atraiu as chamadas newcomers, que podiam importar com desconto na alíquota desde que apresentassem um plano de investimento na produção nacional. A Kia, por meio da associação dos importadores, a Abeiva, negociou na Câmara Setorial Automotiva um sistema de cotas para as importadoras com abatimento de 50% no imposto de importação em 1996. Assim a empresa conseguiu fôlego e suas vendas voltaram a crescer.

Quatro anos depois as cotas deixaram de existir e o imposto de importação subiu a 35%, sem limite de volumes, onde permanece estacionado até hoje, apesar da promessa, jamais cumprida, de ceder a 23%. Em 2000 a Kia bateu recorde de vendas, ajudada pelo câmbio favorável, com 16,8 mil unidades, recuperando-se rapidamente da maxidesvalorização do real um ano antes, que havia derrubado os volumes para 8 mil veículos.

Os volumes foram crescendo ano a ano até que a Kia global passou por transformação após a contratação do designer



POWERING PROGRESS TOGETHER

Marelli Vehicle Electrification

Tecnologia para gerenciar, controlar e otimizar o fluxo completo de energia térmica e elétrica em veículos elétricos para apoiar a neutralidade de carbono. Nossos parceiros fornecem soluções para aumentar a eficiência e a potência com componentes compactos, mais leves contribuindo a um custo mais reduzido para o sistema.

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



O minicaminhão Ceres estava no primeiro lote de 1 mil veículos Kia importados pelo Grupo Gandini, em 1992.

Peter Schreyer, com o lançamento de modelos mais sofisticados e de design atraente, em uma guinada parecida com o que vem acontecendo com os fabricantes chineses em anos recentes. Tudo mudou a partir de 2005, quando a Besta saiu de linha e Gandini temeu pelo futuro de seu negócio. Mas os novos Kia agradaram o público brasileiro e tiveram desempenho que o importador não esperava. Com a subida do portfólio o Sportage antecipou a escalada dos SUVs e passou a ser o modelo mais vendido aqui.

Em 2011, ano de dólar barato a R\$ 1,60 e economia em franco crescimento, a Kia vendeu 80,5 mil unidades no Brasil, seu recorde absoluto até hoje. Mas em setembro veio o Super IPI: o governo decidiu elevar em 30 pontos percentuais o imposto sobre produtos industrializados dos veículos importados.

Um ano depois a rede de 180 concessionárias Kia viu suas vendas caírem pela metade: "Foi o momento mais difícil dos nossos trinta anos", atesta Gandini. A Abeifa ainda conseguiu cota de 4,8 mil veículos por ano livre do Super IPI para as importadoras, dentro do programa Inovar-Auto que vigorou de 2012 até 2017. Mesmo depois desse período o câmbio desfavorável continuou a pressionar para baixo as vendas de veículos importados e os volumes nunca mais voltaram à casa das dezenas de milhares de unidades vendidas, mal chegando a 5 mil nos últimos dois anos.

PRESENTE CONTURBADO

O 2022 da Kia do Brasil está sendo prejudicado, assim como de suas concorrentes, pelo descompasso da cadeia automotiva gerado após a pandemia. Com produção reduzida pela falta de abastecimento de peças em suas fábricas a empresa reduziu seus embarques ao Brasil, que, segundo Gandini, segue demandando veículos da marca.

Para piorar existe a meta de eficiência energética do Rota 2030 que vence em setembro e que, se não for alcançada, renderá multa à empresa. Por isso a matriz optou por priorizar as remessas de híbridos, mais eficientes e que ajudarão a alcançar a meta. O problema é que são justamente os híbridos que têm a produção mais comprometida e demanda acelerada em outros mercados.

"Nossos números de vendas são ridículos", afirmou o empresário com toda sua sinceridade. Segundo a Abeifa foram 2,3 mil veículos Kia vendidos no primeiro semestre, crescimento de 5,7% sobre os primeiros seis meses de 2021. "Estimamos fechar o ano com cerca de 7 mil a 8 mil carros vendidos, isso se a disponibilidade de fato melhorar, como a matriz vem sinalizando."

Apesar dos números muito inferiores aos dos anos de ouro das importações a Kia deve fechar 2022 superando a marca de 460 mil veículos vendidos no Brasil em trinta anos.

Gandini conta que há veículos pagos em



Primeira geração do Kia Sportage: antes do segmento virar moda foi o SUV médio mais vendido do País.

Os 30 anos da Kia no Brasil

1992 Fundada a Kia Motors do Brasil, com sede em Jundiaí, SP.



1993 Em seu primeiro ano cheio a Kia vendeu 2,2 mil unidades dos utilitários Besta, Besta Furgão, Besta Ambulância, Ceres, K3500 e do automóvel Sephia.

2000 Kia vende 16 mil veículos no Brasil, seu recorde até aquele momento, e a operação local foi eleita Best Distributor in the World, prêmio concedido também em 2008 e 2011.

2003 A sede da Kia Motors do Brasil muda de Jundiaí para Itu, também no Interior de São Paulo.

2005 A matriz suspende, na Coreia do Sul, a produção do utilitário Besta, que fez enorme sucesso no Brasil. À época era produzido apenas para o mercado brasileiro.

2006 Com exceção do minicaminhão Bongo todos os produtos do portfólio brasileiro eram automóveis de passeio e SUVs. Uma transformação da Kia, até o momento conhecida pela força de seus utilitários.

2010 Em agosto o caminhão Bongo começou a ser montado pela Nordex, no Uruguai. Para isso Grupo Gandini comprou a operação local e se tornou importador da Kia no país.

2011 As 182 concessionárias Kia Brasil vendem 80,9 mil automóveis e utilitários, recorde que permanece até hoje.

2012 Com instituição dos 30 pontos percentuais de acréscimo ao IPI as vendas da Kia despencaram à metade: 39,3 mil.

2014 O Optima híbrido é apresentado durante o Salão do Automóvel de São Paulo.

2016 Mais um híbrido apresentado: o Niro, que só chegará ao mercado brasileiro em 2022, já em nova geração.

2021 Chega ao mercado, enfim, o primeiro eletrificado Kia no Brasil: o Stonic, com sistema leve de 48V.

2022 A Kia segue seu plano de eletrificação com o lançamento do Sportage híbrido e promete o Niro até o fim do ano. A rede somaa 78 concessionárias. Marca deve ultrapassar os 460 mil carros vendidos no Brasil.

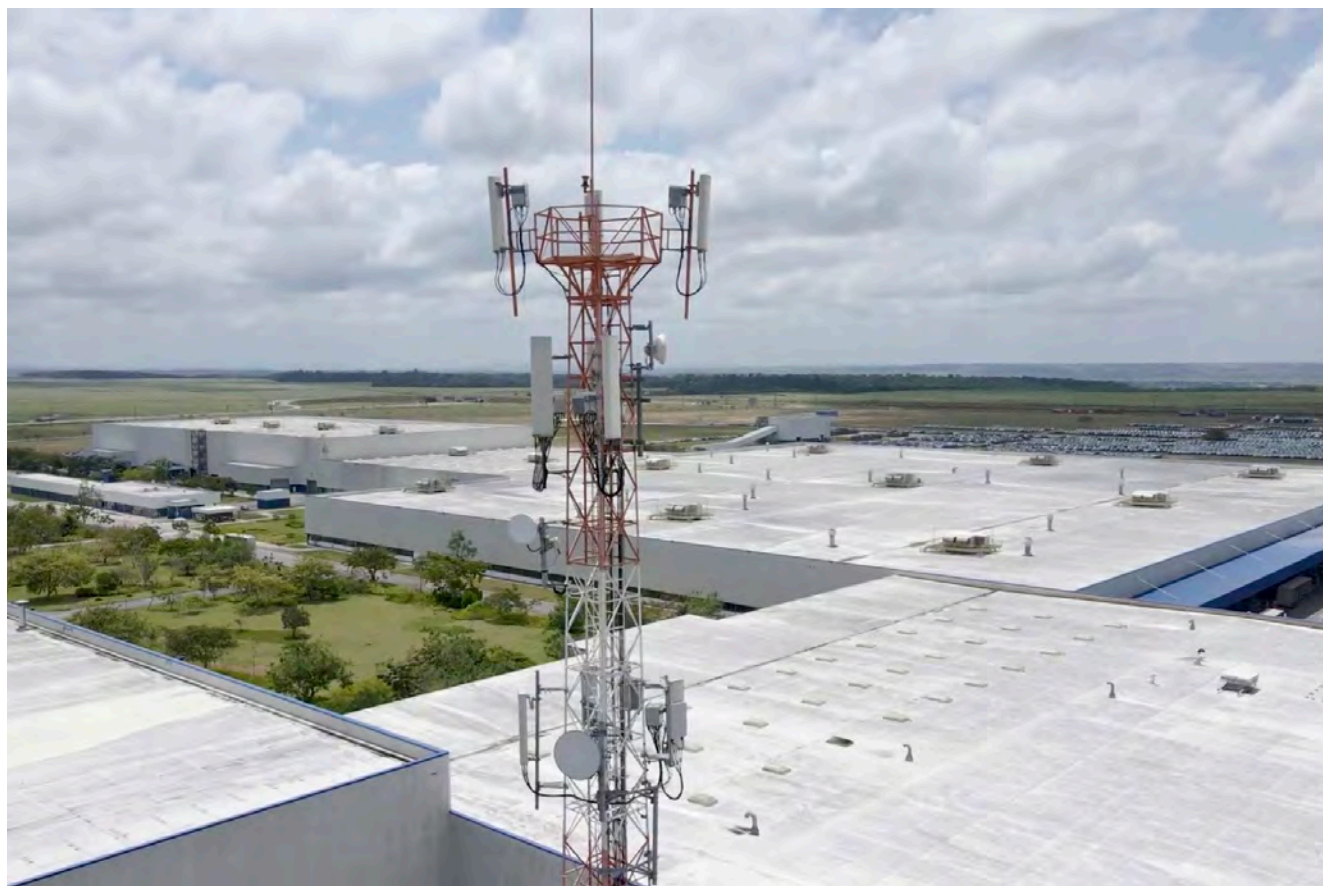
fevereiro que ainda não chegaram ao País. De encomendas de quatrocentos carros chegam só 250. "O problema é global na produção. Cada vez é um componente novo que falta. Agora eles relatam haver dificuldades com o alumínio".

A produção local sempre foi um sonho muitas vezes adiado, desde o fim dos anos 1990, pelo filho de José Carlos Gandini, em projetos que jamais saíram do papel, muito por causa do imbróglio que a Asia Motors tem com o governo federal: a marca, comprada pela Kia em 1976, deve cerca de US\$ 200 milhões em multas por ter

importado carros com desconto em impostos, na época do Regime Automotivo, e jamais ergueu a fábrica prometida em Camaçari, BA. A Kia herdou a encrenca, tentou barganhar o perdão da dívida em troca de outra fábrica, mas não pagou e a questão segue na Justiça.

O impasse bloqueou o projeto de Gandini, que não conseguiu licença da Kia para montar carros no Brasil e nem obteve aprovação do governo brasileiro para receber incentivos. No fim de 2011 o importador foi isentado de qualquer penalidade, mas o projeto perdeu viabilidade. ■

O PODER TRANSFORMADOR DO 5G PARA CADEIA AUTOMOTIVA NACIONAL



Com a quinta geração da internet, toda indústria passará a sentir, de fato, os extraordinários benefícios da conectividade, Inteligência Artificial e Internet das Coisas

A indústria automotiva, considerando toda imensa cadeia que envolve esse setor, está no limiar de um momento histórico no País. A chegada da 5G promete uma grande revolução nos padrões industriais ao permitir o surgimento de uma nova economia muito mais dinâmica, assertiva, socialmente responsável, inclusiva, democrática e, sobretudo, muito mais eficiente.

A TIM já lançou a primeira e maior rede 5G SA em Brasília, um momento histórico para o País. E a partir da largada no Distrito Federal, o 5G da TIM

chega às demais regiões do país, de acordo com o cronograma da Anatel. As operações da nova geração de telecomunicações acabam de ser iniciadas em Belo Horizonte, João Pessoa, Porto Alegre, São Paulo, Curitiba, Salvador e Goiânia. A operadora também é líder na maior e melhor cobertura 4G do Brasil e paralelamente está investindo maciçamente para oferecer, também, a mais ampla cobertura com a

quinta geração da internet, fazendo com que a TIM se torne a operadora mais querida do país.

A nova tecnologia vai acelerar no Brasil, de forma única e rápida, a Indústria 4.0. Por isso os impactos positivos na indústria automotiva serão substanciais, pois a quinta geração de internet vai acelerar processos de nacionalização, deflagrará o surgimento de novos negócios assim como intensificará a ampliação dos já existentes.

Todos os setores tanto da indústria e, igualmente, de serviços, serão beneficiados: saúde, educação, energia, logística, agricultura, manufatura, segurança, telecomunicações, sistema financeiro, tecnologia de informação e comunicação e economia criativa. O 5G permitirá, em médio prazo, uma transformação histórica, com um grande movimento de digitalização e a oportunidade de massificar soluções de Internet das Coisas (IoT) por conta, especialmente, das duas de suas principais características: altíssimas velocidades e baixíssima latência.

Antecipando-se a essas extraordinárias transformações, a TIM vem se preparando para essa nova era da internet desde 2019 quando inaugurou laboratórios 5G no País. A inclusão digital faz parte da missão institucional e seu propósito de tornar-se a operadora mais respeitada e admirada dos brasileiros oferecendo serviços confiáveis e de alta qualidade.

Como o segmento corporativo é um dos principais focos, a TIM trabalha em conjunto com seus clientes para digitalizar negócios e impulsionar diferentes setores da economia.

No ano passado, por exemplo, a empresa de telecomunicações desenvolveu um projeto piloto 5G SA (Standalone) para a Stellantis, em parceria com a Accenture. O piloto inclui o monitoramento da linha de produção de veículos Stellantis e a sistematização da inspeção de qualidade.

O resultado foi a transmissão de informações em tempo real para a operação em nuvem, aproveitando-se da baixa latência e da alta capacidade de transmissão de dados. Com alta taxa de transmissão (100 vezes mais rápida que a 4G) e latência próxima



A TIM trabalha em conjunto com seus clientes para digitalizar negócios e impulsionar diferentes setores da economia



de zero, a tecnologia 5G vai impulsionar a Internet das Coisas (Internet of Things –IoT) e toda sociedade vai começar a ter mais intimidade com seus benefícios.

É possível vislumbrar muitos dos benefícios de curto e médio prazo que a indústria terá com o 5G. As redes 5G SA (Standalone) permitirão um crescimento sem precedentes, sustentável e exponencial, habilitando a transformação digital das indústrias e do setor público, em benefício dos consumidores, empresas e sociedade em geral. Além da bem-sucedida ação com a Stellantis, a TIM também desenvolveu projetos-pilotos com dezenas de parceiros em diversos segmentos, atendendo aos mais distintos desafios.

A nova revolução industrial, iniciada há pouco mais de uma década com os conceitos da Indústria 4.0, tomará corpo definitivamente no Brasil e, no horizonte mais distante, no longo prazo, as possibilidades

são infinitas. O que está mais do que claro é que essa nova tecnologia mudará de maneira definitiva a manufatura industrial.

A chegada do 5G promete uma grande revolução ao permitir o surgimento de uma nova economia que vai impulsionar o surgimento de novos negócios e a ampliação dos já existentes, em áreas como saúde, educação, energia, logística, agricultura, manufatura, segurança, telecomunicações, informática, tecnologia de informação e comunicação e economia criativa.

Com alta velocidade e baixa latência, o 5G vai promover forte transformação na indústria, com um grande movimento de digitalização e a oportunidade de massificar soluções de Internet das Coisas (IoT).

O uso de IoT, sobretudo em B2B2C, estimula a geração de mais negócios e o surgimento de cidades inteligentes. Acima de tudo, o 5G será importante

para promover a inclusão digital, inclusive no campo, fortalecendo ainda mais o agronegócio e conectando comunidades ao resto do país.

A alta eficiência será a tônica desta nova era da internet. Fábricas se tornarão mais ágeis e assertivas em seus processos. Isso facilitará, sobremaneira, as transferências tecnológicas e permitirá, de forma muito mais rápida, oferecendo particular

benefícios à indústria automotiva, nacionalizar conteúdos que, até então, só eram possíveis encontrar com a importação. Deste modo, com uma indústria mais inteligente, dinâmica e eficaz, considerando todo um parque automotivo já muito bem instalado no Brasil, os veículos produzidos no País ganharão rapidamente importância no cenário global tornando-se mais competitivos.

A robotização será amplificada tornando a produção cada vez mais autônoma, eficiente e segura. Os processos, valendo-se do IoT, passam a ser digitalmente monitorados com consideráveis vantagens não apenas para o aumento da produtividade mas, também nos aspectos sociais e ambientais.

Pesquisas apontam que em 2025 haverá perto de 70 bilhões de dispositivos conectados com 5G em todo o mundo. Não se trata apenas de smartphones, drones, carros autônomos ou equipamentos industriais, com o 5G, itens de nosso cotidiano como eletrodomésticos e até mesmo cadeiras, mesas, espelhos ou lâmpadas, por meio do IoT, oferecerão serviços de maneira inteligente e interativa.

O 5G permitirá esse grande salto tecnológico para toda humanidade. Mas a indústria, sem sombra de dúvida, sentirá esses benefícios imediatamente uma vez que já faz uso de robôs, "machine learning" e uma quantidade imensa de dados geridos por meio de nuvens.

Alguns desses projetos merecem ser mencionados por seus resultados relevantes que comprovam como o 5G pode promover uma forte aceleração em termos de eficiência e qualidade de comunicação nas mais diversas áreas. No agronegócio a empresa avança em testes em grandes e produtivas propriedades rurais em Rondonópolis e, em particular, na Fazenda Ipê, em Baixa Grande do Ribeiro, PI, que foi a primeira do Brasil a contar com demonstração 5G com drones, colheitadeiras e outras máquinas agrícolas. Afim de demonstrar o quanto o 5G pode ajudar a reforçar o nível de digitalização do sistema elétrica, a empresa também fechou parceria com a Enel, em São Paulo.



Antena 5G digital: alta tecnologia da TIM pronta para os novos desafios da indústria 4.0

Aposta reforçada nos comerciais elétricos

JAC lança seu décimo modelo a bateria no Brasil e Sérgio Habib surfa na eletrificação ESG

Por Pedro Kutney

Com mais um lançamento de veículo elétrico no Brasil, o décimo, Sérgio Habib reforça sua arriscada aposta feita há três anos, quando sua empresa entrou em recuperação judicial e acumulava dívida bilionária. O empresário – importador da JAC desde 2010 com sucesso inicial que veio abaixo após 2012 com a sobretaxação a carros importados criada pelo Inovar-Auto – decidiu converter para BEVs, battery electric vehicles, quase toda a linha da marca chinesa à venda no País.

Ainda que bem maior do que em 2019 o mercado brasileiro de elétricos segue inexpressivo, responde por 0,4% das vendas. Habib sabe disso e enxerga à frente nada muito melhor, no máximo 0,5%, mas conseguiu tornar viável seu negócio dentro de nichos. Ele diz que o seu Grupo SHC está recuperado e que aumentará ainda mais o portfólio de elétricos.

Desde 2019 a JAC vendeu 2,5 mil elétricos no Brasil e este ano deverá ser o melhor, com 2,5 mil unidades, cerca de 1 mil caminhões. A marca chinesa tem hoje a maior linha de BEVs à venda aqui. Após o lançamento, no fim de julho, do furgão E-JV 5.5 o portfólio soma dez veículos a bateria, sendo quatro automóveis, cinco comerciais leves e um caminhão leve com duas configurações, de 7,5 ou 8,5 toneladas de PBT, peso bruto total.



Divulgação/JAC

Hoje cerca de 90% do faturamento do Grupo SHC vem das vendas do portfólio de BEVs, 50% dos modelos comerciais, exatamente no qual Habib avalia que os elétricos têm possibilidades de crescer no Brasil. Tanto que ele já planeja mais três lançamentos de utilitários elétricos que serão apresentados na próxima Fenatran, de 7 a 11 de novembro no São Paulo Expo.

BAIXA RENDA PARA ELÉTRICOS

"O Brasil é um país de renda média baixa, não há como aumentar a venda de veículos caros como são os elétricos, nem se deve conceder incentivos porque existem prioridades como apoiar a população pobre. Este mercado não deve passar de 0,5% das vendas", diz Habib. Ele aponta que em 100% dos países onde elétricos têm mais de 1% do mercado o governo concede generosos incentivos. A venda de BEVs está emparelhada à combinação de benefícios, políticas públicas e renda.

Nos Estados Unidos de renda per capita de US\$ 66 mil por ano a penetração dos elétricos é de 4,7%, mas existem grandes variações de acordo com a política de cada Estado. Na Califórnia com incentivos de US\$ 6 mil os BEVs dominam 12% das vendas, enquanto no petrolífero Texas o índice cai a 0,1%. Na China políticas obrigatórias de eletrificação catapultaram os modelos a bateria para 20% dos emplacamentos.

Nos três países mais ricos da Europa, Alemanha, França e Reino Unido, com renda per capita de US\$ 45 mil por ano e generosos incentivos, os elétricos já representam 13% destes mercados. Na Itália, onde a renda média é de US\$ 31 mil, o percentual dos BEVs cai para 4%. Na Polônia o rendimento por habitante desce para US\$ 15 mil e os elétricos têm 1% das vendas. No Brasil a renda atual é de US\$ 9 mil, compatível portanto com o mercado de 0,4% ou 0,5%.

COMERCIAIS COM ESG

Nesse cenário Habib avalia que o único segmento no qual os elétricos têm viabilidade para crescer no Brasil é o de veículos comerciais para entregas urbanas, porque

a operação permite, têm trajetos curtos dentro da capacidade das baterias, não rodam muito mais do que 100 quilômetros por dia e podem ser recarregados à noite.

Ainda assim, segundo calcula o empresário, um veículo comercial leve elétrico precisa rodar, no mínimo, 180 quilômetros por dia para que a economia com combustível comece a compensar o preço mais alto de aquisição, pelo menos o dobro de um similar a diesel: "A maioria dos clientes [transportadores] não têm viabilidade econômica com os elétricos, mas estão comprando principalmente para atender metas de redução de emissões de empresas [embarcadoras]".

Mais do que qualquer motivador econômico é a agenda ESG, sigla em inglês que significa governança socioambiental e corporativa, que está sustentando as vendas de elétricos na maior parte do mundo. As compras são feitas mesmo sem viabilidade econômica, somente para atingir metas. Habib cita o exemplo do BlackRock, maior fundo de participação em empresas do mundo, com US\$ 6 trilhões em ativos, que exige políticas ESG ativas de todas as corporações sob seu guarda-chuva sob risco de retirar seus recursos e cortar cabeças de CEOs.

E-JV 5.5, MAIS UM BEV

É precisamente de olho neste filão que a JAC está colocando mais um BEV no mercado brasileiro, desta vez um comercial leve, o furgão E-JV 5.5 para entregas urbanas, vendido por R\$ 314,9 mil. O modelo tem capacidade para transportar até 800 quilos de carga no compartimento de 5,5 m³ e autonomia para rodar até 300 quilômetros com uma carga completa de bateria. Na projeção de Sérgio Habib será o mais vendido de todos os JAC elétricos, no embalo do forte crescimento do segmento de distribuição urbana no País: "Estimamos vender cerca de cinquenta unidades por mês".

Apesar de a agenda ESG ser a principal indutora de vendas também existe um argumento econômico: para carregar totalmente a bateria de 50 quilowatt-hora



do JAC E-JV 5.5, com o custo médio da energia a R\$ 0,60 por kWh no Estado de São Paulo, gasta-se o total de R\$ 30 para rodar até 300 quilômetros, ou R\$ 0,10 por quilômetro, enquanto um furgão equivalente a diesel, pagando R\$ 7 por litro, gastaria algo em torno de R\$ 210 para percorrer a mesma distância, ou R\$ 0,70 por quilômetro.

"O que se gasta a menos com diesel é consumido pela prestação maior de um financiamento de quatro anos", conta Habib. "Por isso é necessário rodar no mínimo 180 quilômetros por dia, para fazer valer a pena o custo menor do combustível."

Outra vantagem de um elétrico como o E-JV 5.5, especialmente no caso de um veículo comercial, é o custo de manutenção seis vezes menor nas revisões em comparação com um modelo a diesel, pois há muito menos componentes de desgaste a serem trocados.

O furgão elétrico tem desempenho forte, a tração elétrica tem 204 cv e torque máximo imediato de 30 kgfm. O câmbio automático de uma só velocidade eleva o conforto ao dirigir, similar ao de um carro de passeio. Aliás o E-JV 5.5 é tão ou mais

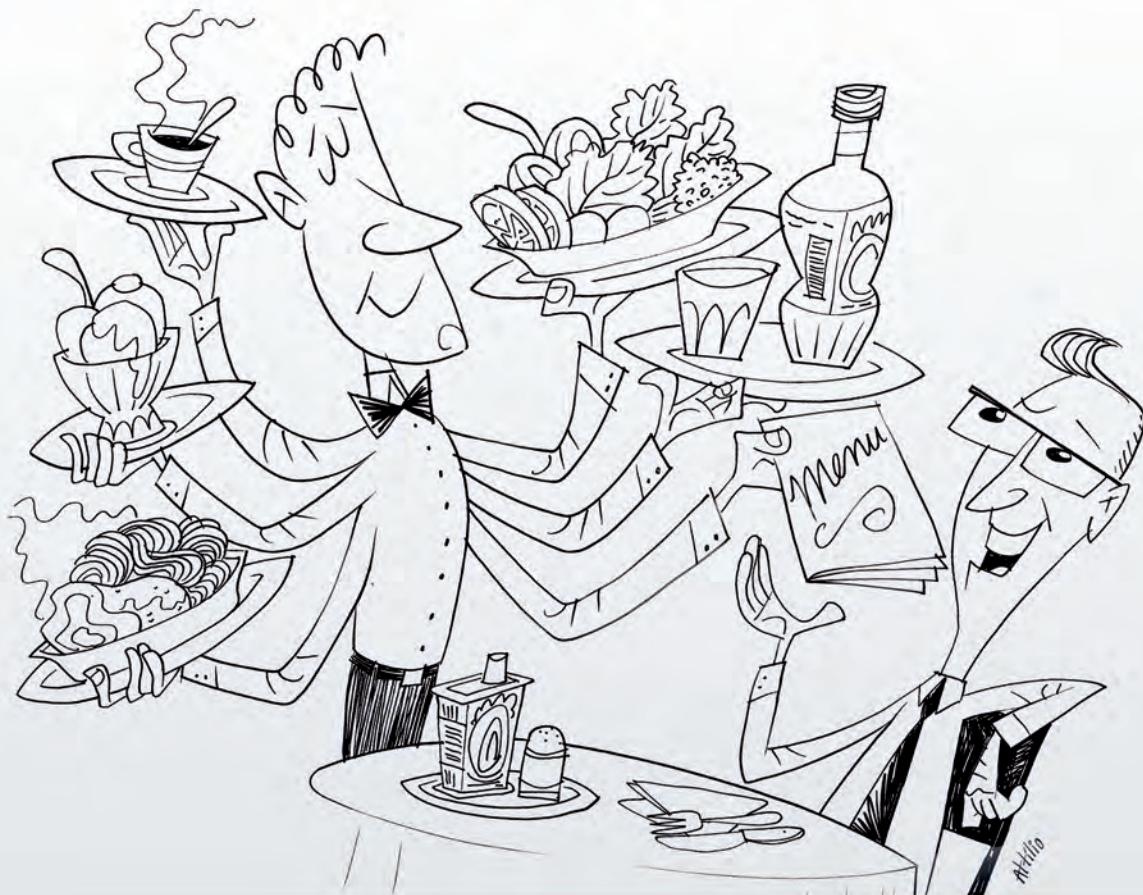
equipado do que muitos carros à venda por aqui. Vem de série com airbags frontal duplo, controle eletrônico de estabilidade, ar-condicionado, acionamento elétrico de vidros, travas e retrovisores, direção assistida, luzes de neblina, freio de estacionamento elétrico, sensor de estacionamento traseiro e câmara de ré, monitor de pressão dos pneus e tela multimídia de 10,25 polegadas com espelhamento sem fio para smartphones.

CABEÇA DE FORMIGA

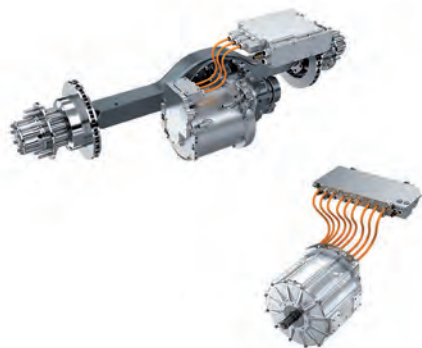
Apesar de reconhecer ser um mercado limitado à insignificância no Brasil Habib tem conseguido surfar a onda ESG com seus JAC elétricos e sua empresa está, segundo ele, pronta para sair da recuperação judicial: "O Brasil não precisa de elétricos nem deve incentivá-los. Esse mercado não decolará aqui, mas conseguimos crescer nesse nicho. Prefiro ser cabeça de formiga do que rabo de elefante".

Com a figuração de linguagem Habib justifica sua aposta nos elétricos: quer ser um jogador vencedor de um segmento pequeno em vez de perdedor em um grande mercado. ■

Descarbonização como você precisa.



Soluções completas, seja qual for a fonte da força.



Estamos prontos para apoiar você na jornada da descarbonização. Seja num sistema de e-Propulsão integrado ou numa atualização completa do veículo, temos a experiência de integração de sistemas para atender a todas as suas necessidades de transmissão e propulsão, independentemente da fonte de energia. Podemos fornecer todos os elementos de um sistema eletrificado completo e totalmente integrado ou desenvolver com eficiência componentes e módulos otimizados para integração perfeita.

13 Centros de Tecnologia dedicados à eletrificação
+900 patentes pendentes e concedidas relacionadas à eletrificação
+20.000 veículos comerciais com motores Dana TM4 na estrada. Hoje.

Saiba mais em dana.com.br/e-mobilidade

@canaldana dana.com.br  [/seucanaldana](https://www.youtube.com/c/seucanaldana)





Labirinto da eletrificação

A indústria nacional tem de correr atrás da evolução para continuar relevante no jogo automotivo global. O difícil é definir qual caminho seguir.

Por Leandro Alves, com Pedro Kutney

A rota para a descarbonização da mobilidade em veículos é assunto em quase todos os fóruns governamentais, empresariais e da sociedade civil. No Instagram, no LinkedIn, no Parlamento Europeu, na China ou nos Estados Unidos, no board de empresas, nas cadeias industriais e no mercado financeiro global a eletrificação automotiva tem sido apresentada como solução prioritária para um problema que, de fato, nem é exclusivo dos veículos.

Enquanto o foco no transporte limpo sobre rodas toma conta dos discursos nos países desenvolvidos que apontam, sempre, para a eletrificação, é difícil determinar

o caminho mais eficiente e racional para a necessária redução de emissões veiculares de CO₂ na atmosfera, que contribuirá para evitar a catástrofe climática que o aquecimento global traz ao planeta, com eventos extremos que já estão acontecendo em todas as partes – como na Europa que, neste verão, está literalmente pegando fogo, registrando recordes de temperaturas e clima de deserto.

No ambiente da indústria automotiva nacional o foco exagerado na eletrificação – ou simplesmente a falta de qualquer foco – atrapalha a definição da rota que o País deve tomar nessa transformação global que trará mudanças radicais para



Jeerasak banditram/Shutterstock.com

os produtos e o modelo de negócios de grande parte da enorme cadeia do setor.

Já escutamos de tudo um pouco em congressos e seminários de AutoData e em diversas entrevistas com importantes executivos do setor. Muitos deles dizem que a indústria automotiva nacional corre sério risco de acabar se não direcionar seus investimentos para a eletrificação.

Também já disseram que o País, mais uma vez, tem a oportunidade única de demonstrar ao planeta que seu etanol e outros biocombustíveis representam uma via mais rápida e eficiente para a descarbonização – ainda que até o momento essa viabilidade só esteja presente quase aqui mesmo.

Há ainda aqueles que avistam uma longa e desigual transição energética dos veículos, por décadas adiante, com os motores a combustão interna dominando mercados que não terão clientes com poder aquisitivo para consumir os caros modelos elétricos.

Essa multiplicação de pontos de vista turva o foco, dificulta ao setor automotivo no Brasil criar união para traçar um plano certo e direcionar investimentos para a mobilidade descarbonizada. São escolhas a fazer que colocam em jogo não apenas o resultado positivo que qualquer negócio almeja mas o destino de milhares de empregos diretos e indiretos, a manutenção das cadeias de fornecimento de insumos, a continuidade de programas de pesquisa e desenvolvimento importantes para a evolução do conhecimento e dos produtos, o atendimento aos desejos do consumidor e, em última análise, os rumos do País e de como ele se posicionará no mundo.

PROBLEMA NA FONTE

A questão central para a descarbonização do planeta ainda não é abordada com prioridade. O que se conhece como uma das vantagens competitivas do Brasil, a matriz energética limpa, é o maior problema

dos países industrializados. Olhando para as três economias com maior emissão de CO₂ no mundo, pela ordem China, Estados Unidos e Europa, nota-se que o problema a ser resolvido está na geração de energia – e não nas formas como ela é utilizada (veja gráfico).

Nestes países a produção de energia é, de longe, a maior responsável pelas emissões totais de CO₂: incríveis 76% na China, 58% nos Estados Unidos e 59% no bloco da União Europeia, segundo dados de 2018 monitorados pela organização independente WRI. Por isto, antes de adotar carros elétricos em larga escala, os governos precisam encaminhar com urgência uma solução para tirar da equação o CO₂ que eles emitirão, não no escapamento mas pelo consumo de eletricidade gerada a partir de matriz suja e poluidora, como usinas a carvão – a principal fonte da China, diga-se.

É precisamente por este motivo que um carro elétrico que roda na Europa, alimentado pelas fontes de energia disponíveis lá, emite 54 gramas de CO₂ por quilômetro, não solta um grama sequer no escapamento – que nem existe no caso –, mas as usinas térmicas emitem ao produzir eletricidade para esses veículos. No Brasil, onde cerca de 80% da geração vêm de fontes limpas como hidrelétrica, eólica e solar, este mesmo modelo a bateria emitiria bem menos: 35 g CO₂/km.

Além disso é imperativo discutir o necessário incremento de geração de eletricidade para abastecer o crescimento da chamada frota zero-emissão. Segundo alguns cálculos seria necessário 3,6 vezes mais capacidade de fornecimento de energia do que existe atualmente, considerando a venda de 50 milhões de unidades/ano de veículos livres de CO₂ só no cano de escape.

Ainda não está claro como a matriz energética global convergirá para fornecer energia limpa. Mesmo assim os carros elétricos ganham participação nas vendas aproveitando o marketing positivo desses produtos antes mesmo de cumprir, de fato, a missão de retirar o CO₂ da atmosfera.

AVANÇO INCERTO

As projeções impressionam: nos próximos três anos cairá de quase 80% para 36% a participação dos automóveis equipados exclusivamente com motores a gasolina ou diesel à venda na Europa, com os híbridos leves – sistema de 48V – dando um salto para mais de 30% do mercado e os elétricos puros para 18%, o que equivale a cerca de 3 milhões de veículos leves a bateria vendidos em 2025, segundo estimativas do Boston Consulting Group, BCG. Na China os percentuais são similares.

Para 2030, em horizonte para o qual as decisões de investimentos estão sendo tomadas agora, as projeções apresentam salto ainda maior dos elétricos puros, para 43% na Europa, 40% na China e 31% nos Estados Unidos, reduzindo a 22% a participação das motorizações tradicionais a

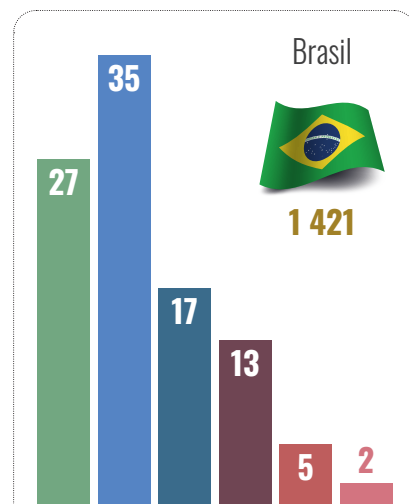
Brasil X 3 maiores emissores de CO₂

Emissões líquidas em 2018 de toneladas de CO₂ por país e atividade

Em %

● Emissões de CO₂ - MtCO₂e

- Derrubada de Florestas e Queimadas **
- Agropecuária
- Geração de Energia
- Transporte
- Resíduos
- Indústria



** Considera captura e liberação de CO₂ atmosférico por mudanças no uso do solo, como área florestal transformada em área agrícola. Porcentual negativo significa mudanças que capturam mais do que emitem CO₂ na atividade.

combustão no mercado estadunidense e a míseros 11% nos 27 países da União Europeia e Reino Unido (veja gráfico).

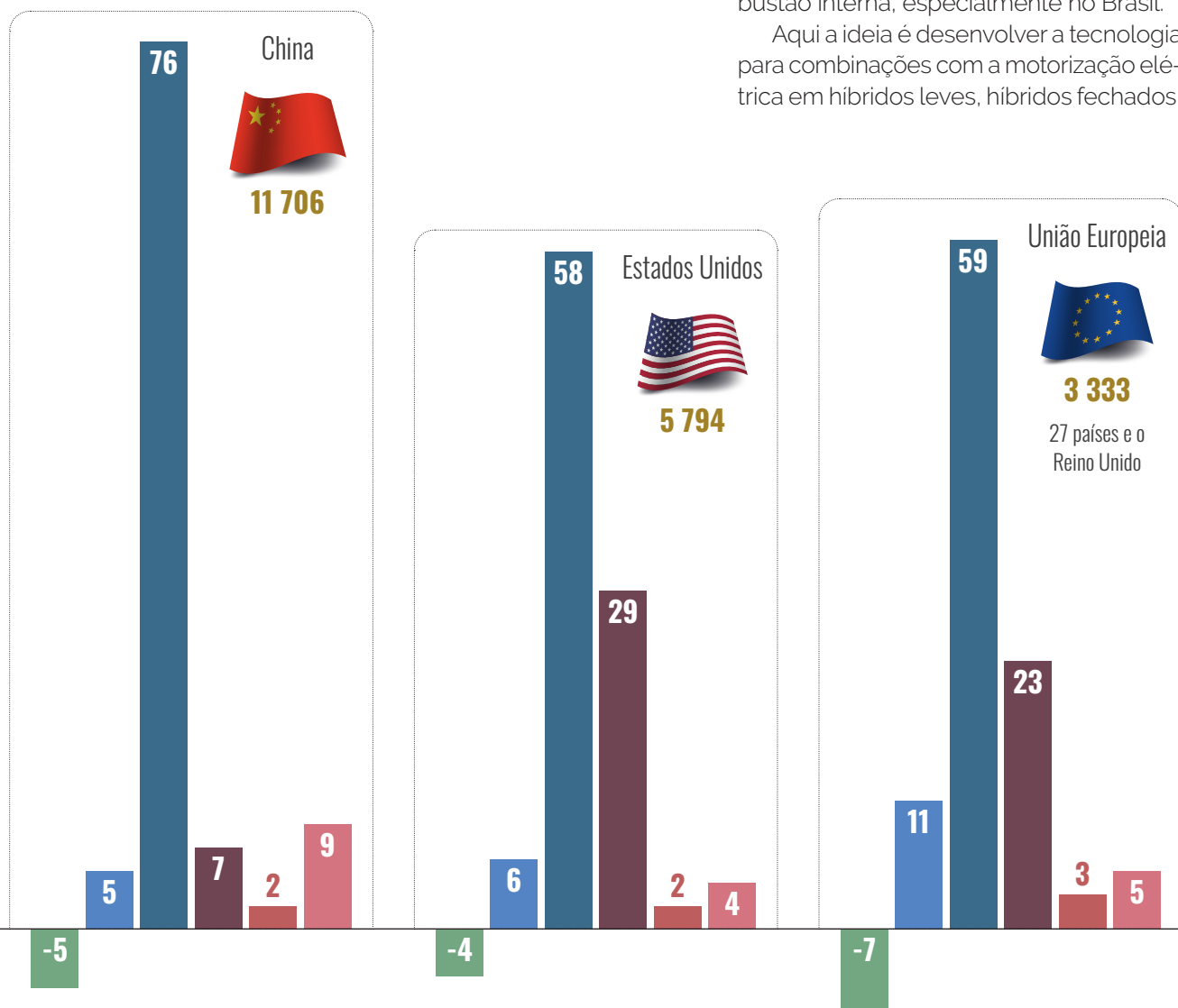
Cabe perguntar: é líquido e certo que esse movimento ocorrerá exatamente neste ritmo? A resposta: depende. Sendo assim Carlos Tavares, CEO da Stellantis, teria retirado a quarta maior fabricante de veículos do mundo da Acea, a associação dos fabricantes europeus, em resposta à posição tolerante da entidade de aceitar a decisão do bloco de começar a banir os veículos a combustão interna do território em 2030. Tavares disse para não esquecerem de que "a escolha pela eletrificação não é industrial, é política. Eu respeito as lideranças, elas decidem, eu obedeco".

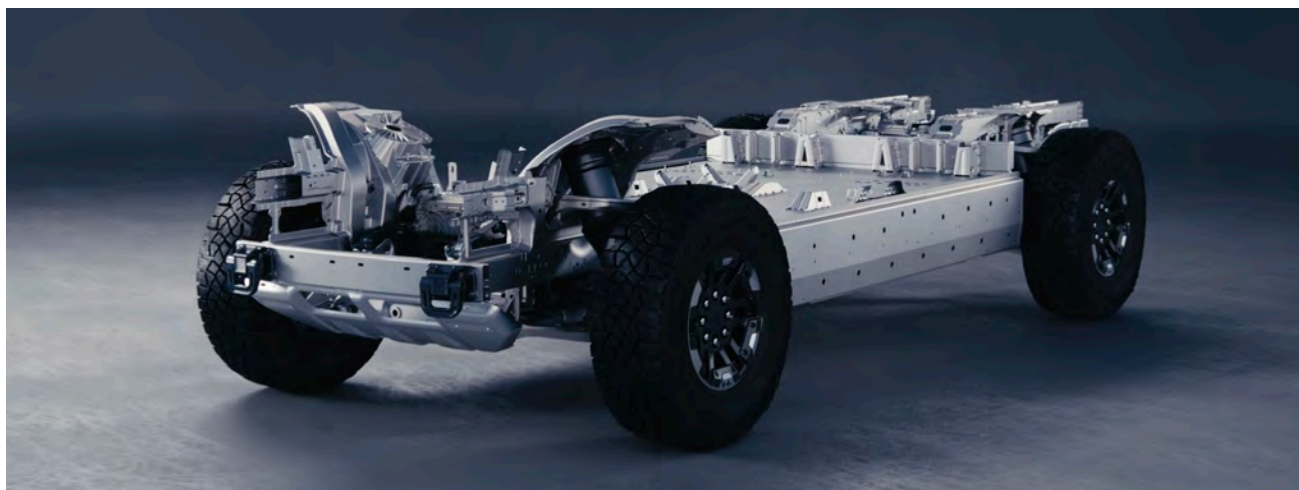
ROTA ALTERNATIVA NO BRASIL

Se a eletrificação é uma decisão política outras políticas podem indicar caminho melhor para outros mercados. É neste ponto que pode haver convergência de interesses para que a indústria automotiva no Brasil obtenha algum protagonismo na transição para a descarbonização das emissões veiculares sem, necessariamente, focar de maneira exclusiva na eletrificação mas usando a tecnologia para potencializar o ganho ambiental do etanol.

A Stellantis e outras gigantes como Volkswagen e Toyota continuam direcionando seus investimentos para a eletrificação em larga escala do portfólio global, mas consideram relevante manter planos de desenvolvimento de motores a combustão interna, especialmente no Brasil.

Aqui a ideia é desenvolver a tecnologia para combinações com a motorização elétrica em híbridos leves, híbridos fechados,





Divulgação/GM

híbridos plug-in e, quem sabe, célula de hidrogênio que gera energia por meio de um reator eletroquímico.

Nessa corrida a Toyota largou na frente no Brasil, desenvolvendo e produzindo em suas fábricas no País os primeiros modelos híbridos flex etanol-gasolina do mundo, o sedã Corolla lançado em 2019 e o SUV Corolla Cross que chegou pouco mais de um ano depois com o mesmo powertrain. Mas em breve deve ser acompanhada por muitos concorrentes, com algumas variações.

Durante o Congresso Revisão das Perspectivas 2022, promovido por AutoData em julho, o presidente da Stellantis para a América do Sul citou setes vezes o sistema mild hybrid, ou híbrido leve – aquele mesmo que está ganhando protagonismo nos mercados europeu e estadunidense, com uso de sistema elétrico auxiliar de 48V – como importante alternativa para iniciar a descarbonização dos seus modelos nacionais.

Filosa respondeu "sim e sim" quando perguntado sobre a possibilidade de nacionalizar esses pequenos propulsores elétricos de 48V e acoplar o sistema nos motores flex etanol-gasolina das quatro marcas que o grupo vende no Brasil.

Mas a Stellantis não será a primeira a lançar híbridos leves flex: há cerca de um mês a Caoa Chery começou a montar em Anápolis, GO, versões dos SUVs Tiggo 5X e 7 equipados com motores flex auxiliados pela eletrificação de 48V. Todo o power-

train é importado, chega pronto da China, com sistema bicomcombustível fornecido pela Marelli.

A recém-chegada Great Wall também fará esta adaptação. A partir de 2023 produzirá na fábrica que comprou da Mercedes-Benz em Itacemápolis, SP, somente modelos híbridos flex, fechados e plug-in – este com autonomia para rodar até 200 quilômetros com propulsão 100% elétrica.

Já Pablo Di Si, que liderou a Volkswagen na região até o início de agosto, convenceu o board na Alemanha a incluir biocombustíveis em seu plano global de descarbonização e aprovou investimento na criação de um centro de pesquisa e desenvolvimento de etanol e biocombustíveis no Brasil. Também está nos planos o desenvolvimento de híbridos flex.

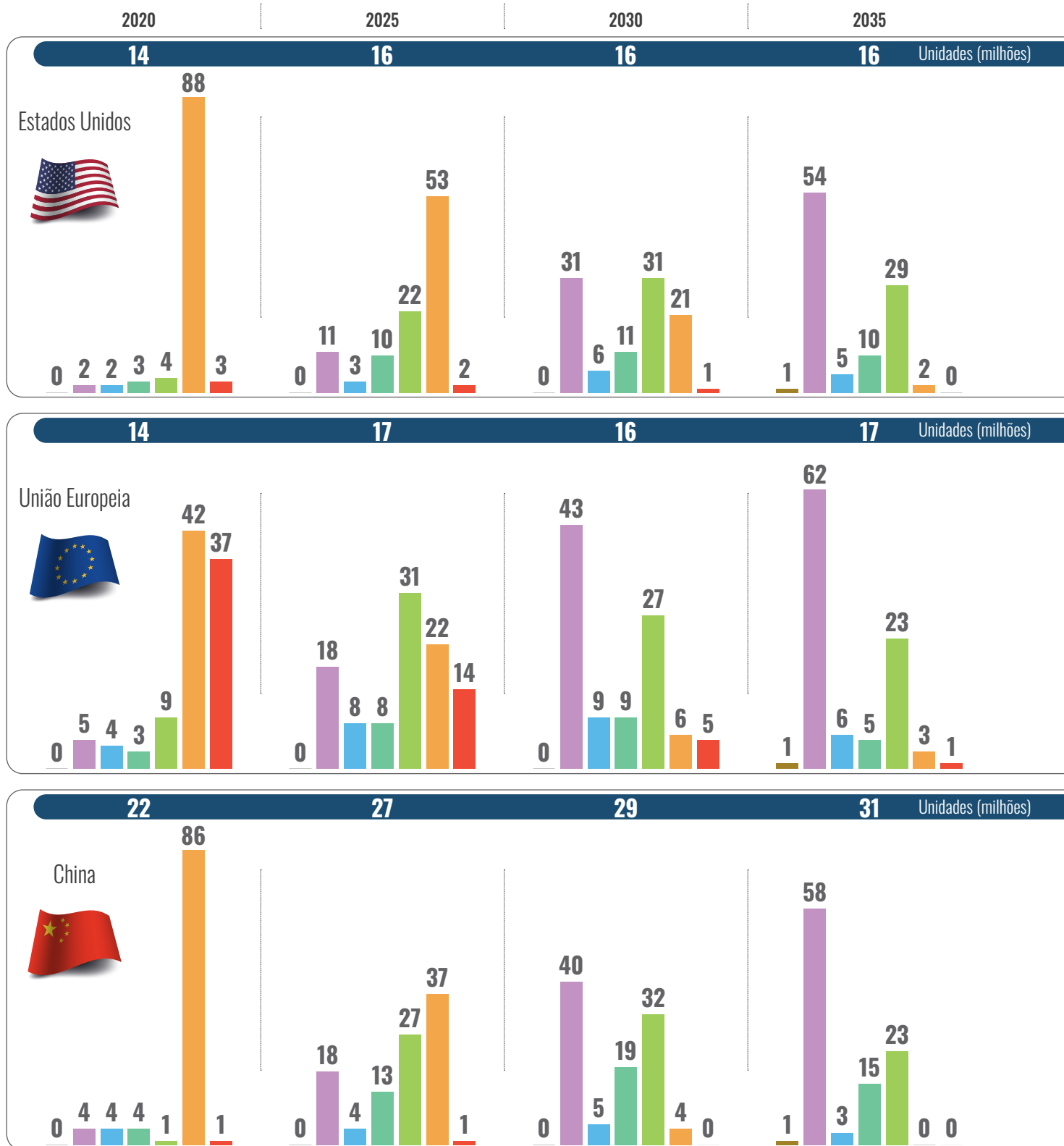
Em encontro de despedida com alguns jornalistas brasileiros – a partir de setembro Di Si será CEO do Grupo Volkswagen nos Estados Unidos e da marca Volkswagen na América do Norte –, o executivo afirmou que modelos híbridos flex e a célula de hidrogênio extraído do etanol, assim como o conhecimento e a tecnologia de produção do biocombustível, têm "grande potencial em outros importantes mercados automotivos, criando uma rota alternativa para a descarbonização".

A Anfavea também está alinhada com esta rota. O presidente da entidade, Márcio de Lima Leite, disse no início de agosto que "o Brasil tem outros caminhos que são

Vendas de automóveis eletrificados

Projeções nos 3 maiores mercados de eletrificados do mundo

● Célula Hidrogênio - FCEV | ● Elétricos - BEV | ● Híbridos Plug-In - HEPV | ● Híbridos - HEV | ● Híbridos Leves - MHEV | ● Gasolina | ● Diesel - Em %



Fonte: Projeções BCG - abril/2021 (veículos leves, não inclui vans)

o etanol e os biocombustíveis. Isso não é atraso tecnológico, pois só não temos a mesma necessidade de eletrificar”.

O argumento procede nos números. Segundo cálculos da Unica, União da Indústria da Cana, um veículo alimentado com etanol no Brasil emite apenas 37 gramas de CO₂ por quilômetro rodado – considerando a reabsorção do gás na natureza. Um modelo elétrico híbrido flex, como as versões do Corolla e Corolla Cross produzidas em fábricas paulistas da Toyota, tem emissões ainda menores: 29 g CO₂/km: é menos do que um elétrico puro rodando aqui ou na Europa.

Até mesmo a ABVE, Associação Brasileira do Veículo Elétrico, que todos os meses comemora o aumento de vendas de modelos 100% elétricos importados, acredita que a descarbonização começará com força no mercado brasileiro nos automóveis híbridos flex.

“Acreditamos que nos próximos anos teremos quase 100% da frota de veículos novos com a tecnologia híbrida flex até darmos um salto para os híbridos plug-in e, depois, aos elétricos”, calcula Adalberto Maluf, que é candidato a deputado federal em São Paulo pelo Partido Verde e por isto está licenciado dos cargos de presidente da ABVE e de diretor da BYD.

POLÍTICA DE ELETRIFICAÇÃO

Para a ABVE é importante ter ferramentas que apoiem o desenvolvimento da descarbonização, como a redução de IPI para veículos importados de baixíssima emissão – elétricos já são isentos do imposto de importação e híbridos pagam alíquota de 2% a 4%, dependendo da eficiência energética e o grau de conteúdo local. “Este é o ponto de partida, mas é preciso criar uma política nacional de mobilidade elétrica”, endossa Maluf.

“Vejo a eletrificação [como solução] não apenas sob o aspecto do CO₂ mas para reduzir a poluição total e a contaminação do meio ambiente, principalmente nas regiões urbanas”, acrescenta.

Para o transporte urbano de cargas e de passageiros, por exemplo, a ABVE de

Maluf apoia a proteção da indústria nacional pois duas fábricas de chassis de ônibus e uma de caminhões já produzem elétricos no País: “O usuário do transporte coletivo urbano e o setor de logística já identificaram os bons resultados da eletrificação. Isso também pode impulsionar a demanda para automóveis elétricos. E atrair investimentos em novas fábricas. Com uma política industrial para o setor estabelecida retiram-se os necessários apoios do governo. É assim que acontecerá, de uma forma ou de outra, em todos os mercados”.

Diretora da Associação Brasileira de Hidrogênio, mentora da SAE Brasil e uma das principais vozes para o desenvolvimento da célula de combustível para mover veículos elétricos no mundo, Mônica Saraiva Panik está de acordo com Maluf de que é necessário trabalhar em uma política industrial apoiada na engenharia local, nacionalizando componentes: “Tem de atrair investimentos dos fabricantes de baterias, dos componentes eletrônicos, dos tanques de hidrogênio, pois nada disso existe no País”.

Mônica Panik avalia que é uma estratégia equivocada incentivar importações de



Divulgação/GWM

veículos elétricos, inteiros ou desmontados. Dentre os problemas, por exemplo, ela cita que a cadeia global descalibrada pode deixar o mercado local sem peças: "É arriscado para a indústria deixar esse modelo de CKD ganhar volume. Porque ao invés de 3 mil trabalhadores produzindo teremos cem pessoas montando um veículo".

A surpreendente chegada da Great Wall Motor ao Brasil demonstra o interesse dos chineses pelo mercado nacional e pode apontar uma tendência para os novos participantes desse negócio. Importar, montar e depois produzir veículos híbridos e elétricos no Brasil. É o que fez a não tão veterana Caoa Chery, fechando uma fábrica e mudando o mix da outra para oferecer versões híbridas de todos os SUVs produzidos em Anápolis.

ALTO VALOR, SEM IMPOSTO

Especialmente as marcas premium como Audi, BMW, Mercedes-Benz e Volvo, assim como a chinesa BYD, estão construindo o mercado eletrificado no Brasil apoiadas na vantagem oferecida pela isenção do imposto de importação. Todas têm ampliado rapidamente o portfólio de elétricos no País importando modelos de altíssimo valor.

Vivendo na Alemanha há muitos anos Mônica Panik avalia como natural o aumento do portfólio de veículos elétricos na Europa. Lá a mobilidade individual já está consolidada em todas as camadas da sociedade e então "é razoável que haja opções elétricas acessíveis para todos os clientes". O que está longe de ser realidade no Brasil e na América do Sul.

Na contramão da maioria dos concorrentes a planificação definida pela General Motors pode apresentar uma rota diferente para seus produtos. Não é novidade que a fabricante estadunidense decidiu que produzirá somente veículos movidos a eletricidade armazenada em baterias, sem passar pelos híbridos. Até 2035 a GM divulgou publicamente que pretende eliminar emissões de CO₂ de seus produtos nos Estados Unidos e até 2040 em todos os mercados onde atua.

Nos Estados Unidos os novos modelos elétricos da GM começam a aparecer e a chamar a atenção de forma positiva, mas para o resto do mundo, especialmente em países de baixa renda, seu plano 100% elétrico ainda é uma incógnita. Para a América do Sul e o Brasil, onde a empresa continua projetando e produzindo modelos com motor a combustão, o plano de vender elétricos será igual ao de marcas premium: todos importados e caros: já estão na lista três SUVs a bateria, Bolt EUV, Blazer EV e Equinox EV, que chegam ao longo de 2023 e 2024.

Recentemente a GM anunciou parceria com a Honda para construir modelos compactos e mais acessíveis, incluindo SUVs elétricos. Mary Barra, presidente e CEO da General Motors, deu algumas pistas do que isso pode significar. Ela disse que em cinco anos a união das duas empresas "oferecerá uma linha atrativa e mais acessível de veículos elétricos em escala global, incluindo nossos principais mercados na América do Norte, América do Sul e China".

Tudo isso, no entanto, tem pouco ou nenhum efeito real para reduzir emissões de CO₂. Até mesmo nos mercados desenvolvidos os carros elétricos precisam se tornar muito mais acessíveis – e não há nenhum sinal de que isto possa acontecer no horizonte visível – para ganhar volumes que de fato façam alguma diferença em frear o aquecimento global. Para o Brasil seria mais rápido e eficiente incentivar o uso de etanol, que no ciclo de produção e uso têm emissões neutras de carbono mas não tem preço vantajoso na maioria dos estados e por isso é menos usado do que a gasolina nos modelos flex.

Também seria mais inteligente que os fóruns governamentais, empresariais e da sociedade civil no Brasil discutissem soluções para cortar as emissões de onde realmente elas vêm, do desmatamento e da agropecuária, responsáveis em 2018 por 62% do CO₂ emitido no País, enquanto o setor de transportes respondeu por 13%. Nesse sentido, aqui, o senso de urgência climático precisa ser mais bem direcionado. ■

O PRÊMIO GM DE EXCELÊNCIA EM QUALIDADE DE FORNECEDORES É DA TECFIL!



O RECONHECIMENTO DA GENERAL MOTORS, ATRAVÉS DO PRÊMIO DE EXCELÊNCIA, É MAIS UMA CONQUISTA DE QUEM ESTÁ DISPOSTO A IR ALÉM. AGRADECEMOS À GM PELO RECONHECIMENTO!

A Tecfil é fornecedora original de filtros para as principais montadoras do país. Qualidade na produção, performance no seu automóvel.

0800 800 6964

 @tecfil

 /tecfil.filtros

 tecfil.com.br

Tecfil®



Conheça mais sobre as empresas concorrentes

Redação AutoData

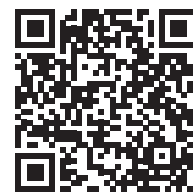
Você já conheceu, na edição de julho, todos os 94 cases nas 24 categorias que concorrem ao Prêmio AutoData 2022. Agora, a partir deste mês, preparamos um breve perfil das cinquenta empresas que têm iniciativas concorrendo à premiação deste ano. Falamos sobre o desempenho dessas corporações ao longo do último ano e também listamos outras ações relevantes que estão sendo encaminhadas.

Nesta edição publicamos nas páginas a seguir, em ordem alfabética divididas em duas partes, montadoras e sistemistas/fornecedores, as primeiras 25 empresas que têm cases concorrendo ao Prêmio AutoData 2022. Na edição de setembro serão publica-

dos os perfis das demais 25 empresas.

O conteúdo deverá ajudar a orientar melhor sua escolha dos melhores do setor automotivo deste ano, a mais tradicional e aguardada premiação dedicada à indústria automotiva no Brasil, que este ano chega à sua 23ª edição.

Desde julho a votação on-line está aberta no site de AutoData: basta entrar no endereço indicado no QR-code desta página. Também poderão votar os participantes do Congresso AutoData Perspectivas 2023, em outubro. A eleição será encerrada na última sexta-feira de outubro, dia 28, quando os vencedores serão conhecidos. O evento de premiação ocorre em novembro, em local a ser divulgado. ■



Vote aqui no
Prêmio AutoData 2022

BMW



Divulgação/BMW

Novos investimentos em produtos e na engenharia brasileira



Com um novo ciclo de investimento de R\$ 500 milhões até 2024 a BMW confirma sua confiança no mercado brasileiro, onde lidera as vendas de automóveis premium e emprega cerca de 1 mil pessoas. O aporte, anunciado no fim de 2021, é somado a R\$ 1,3 bilhão já investidos desde 2014. Parte dos novos recursos será aplicada na produção dos X3, X4 e dos novos Série 3 e X1, recentemente apresentados na Europa, na fábrica de Araquari, SC. A meta é chegar, ali, a 10 mil unidades/ano, que tem capacidade para 30 mil veículos/ano.

Outro objetivo é o reforço da equipe de engenharia que já participa do desenvolvimentos de nível global do grupo. A equipe integra um dos cinco centros fora da Alemanha – os demais ficam na China, Coreia do Sul, Estados Unidos e Japão. Os engenheiros brasileiros participam de aperfeiçoamentos e testes de motores, sistemas de infoentretenimento e softwares.

No primeiro semestre a BMW teve 37% de participação no segmento premium, foi a única marca dessa faixa de mercado a não apresentar queda de vendas nos seis primeiros meses do ano, graças ao desempenho dos veículos produzidos localmente – Série 3, X1, X3 e X4 – e da boa recepção dos elétricos iX, i4 e iX3. A marca tem 53 concessionárias e a diretoria estuda a expansão da rede.

Os esforços pela neutralização de CO2 em suas fábricas de carros em Araquari e de motos em Manaus, AM, e do escritório em São Paulo, com emissões compensadas pela fazenda de vento na Bahia, renderam à BMW sua indicação à categoria de Sustentabilidade do Prêmio AutoData 2022. A empresa também concorre em Tecnologia por sua iniciativa em criar, em parceria com a AVL, um extensor de bateria de carro elétrico a partir de um pequeno motor a etanol.

Já o novo 100% elétrico BMW iX é um dos finalistas na categoria Veículos Importados do Prêmio AutoData, por oferecer um conjunto de inovações que vão desde seu potente motor de 523 cv, a autonomia de até 600 quilômetros, por usar energia renovável em todos os seus processos de produção e pelas matérias-primas sustentáveis utilizadas na sua construção.

CAIO INDUSCAR



Divulgação/Caio Induscar

**Encarroçadora
cresce com
novas parcerias
e recuperação do
mercado**



A fabricante de carrocerias líder na produção de ônibus urbanos, com fábricas em Botucatu e Barra Bonita, ambas no Interior paulista, colhe bons resultados após adquirir a catarinense Busscar, em 2018, que voltou a produzir na fábrica de Joinville, SC, após processo de falência e assim ampliou o portfólio da Caio Induscar de modelos rodoviários, de turismo e fretamento.

A Busscar foi totalmente renovada e passou a ser gerida pela Carbus, ou Indústria Catarinense de Carrocerias, uma subsidiária da Caio Induscar, ou Companhia Americana Industrial de Ônibus.

Recentemente Caio e Busscar abriram um Centro Técnico em Guarulhos, SP, em área de 24 mil m², que serve de suporte avançado a clientes, com a assistência técnica e vendas de peças de ônibus urbanos e rodoviários de ambas as marcas.

Aos 76 anos de atividades e vinte sob nova gestão a Caio Induscar conquistou, em 2021, 51% de participação no mercado brasileiro de carrocerias urbanas. Para este ano a empresa projeta crescimento das vendas da ordem de 30%.

O conglomerado agrega mais cinco empresas fornecedoras nos ramos de alumínio, com CPA e GR3, peças de fibra da Fiberbus, peças plásticas da Inbrasp e vidros temperados da Tecglass.

No fim de 2021 a Caio foi escolhida pela Mercedes-Benz para produzir a carroceria de seu primeiro chassi elétrico projetado e produzido no Brasil, o eO500U. As primeiras cem unidades começam a ser entregues no segundo semestre. O modelo também já recebeu encomendas de países da América Latina.

Com importante participação nas exportações a Caio enviou em abril passado o último lote de 45 unidades do ônibus urbano Apache VIP para Angola, em uma encomenda que completou 450 unidades vendidas ao país africano.

Por esse conjunto de ações e resultados a Caio Induscar foi indicada ao Prêmio AutoData de melhor Fabricante de Carroçarias e Implementos.




CAOA CHERY



Divulgação/Caoa Chery

Marca se transforma junto com a evolução de volumes



O último ano tem sido de muitas transformações para a Caoa Chery junto com o crescimento de suas vendas, aumento expressivo de participação no mercado e uma virada de chave rumo à eletrificação.

Quando o Grupo Caoa tornou-se sócio em partes iguais na operação brasileira da chinesa Chery, em 2017, a fábrica em Jacareí, SP, emplacava 3,7 mil carros e tinha 0,17% de market share. Aos poucos o volume avançou com dez lançamentos de modelos Caoa Chery em quatro anos até culminar, em 2021, no emplacamento de 39 mil 671 unidades.

No ano da morte do fundador do Grupo Caoa, o empresário Carlos Alberto de Oliveira Andrade, falecido em agosto de 2021, a Caoa Chery superou o objetivo imaginado inicialmente pelo idealizador da sociedade sino-brasileira e tornou-se a décima marca mais vendida do País, com 2,37% de participação de mercado em automóveis, ultrapassando a meta de 2%.

Parte desses resultados é creditada ao portfólio de SUVs renovados e bem equipados, massivas campanhas de marketing com anúncios e merchandisings na TV e expansão relevante de concessionárias, de 25 pontos em 2017 para 137 no fim de 2021.

Mais recentemente, logo após anunciar a suspensão da produção da planta de Jacareí, com o objetivo de readequá-la por três anos para a produção de veículos eletrificados, a empresa anunciou sua ofensiva elétrica. Com parte do portfólio importada e outra produzida em Anápolis, GO, a Caoa Chery transformou todo o portfólio no Brasil com opções de veículos movidos por motor a combustão ou eletrificados.

Os modelos Tiggo 2 e Tiggo 3x saíram de linha, a versão híbrida plug-in do Tiggo 8 e híbrida leve de 48V do sedã Arizzo 6 Pro passaram a ser importadas da China. Em Anápolis continuam a ser montados Tiggo 8 a combustão e Tiggo 5x e Tiggo 7 com motorização só a gasolina ou com o sistema elétrico de 48V.

Outra investida é em um modelo 100% elétrico, o subcompacto iCar, importado da China, que chegou com o selo de elétrico mais barato do Brasil, em versão única que custa R\$ 144 mil 990.

A Caoa Chery concorre ao Prêmio AutoData em duas categorias: Marketing, Comunicação e Propaganda, e com o Tiggo 5x Pro na categoria de Veículos.



CATERPILLAR



Divulgação/Caterpillar

Expansão da produção local e das exportações



A Caterpillar, fabricante de motoniveladoras, escavadeiras hidráulicas, carregadeiras de rodas, tratores de esteiras, retro-escavadeiras, compactadores de rodas e uma grande gama de geradores de energia opera no Brasil há 68 anos, com fábricas em Piracicaba, SP, e Campo Largo, PR. Junto com seu centro de distribuição de peças e escritórios no País, emprega mais de 6 mil funcionários.

A companhia foi indicada ao Prêmio AutoData por ser das melhores na categoria Montadoras de Máquinas Agrícolas e de Construção após três retroescavadeiras Cat 416, produzidas em Campo Largo, serem comercializadas por meio de um revendedor para Vanuatu, nação formada por oitenta ilhas no Oceano Pacífico, para obras de infraestrutura na região.

É a primeira vez que uma retroescavadeira Cat produzida no Brasil é exportada para a Oceania, o que abre novas oportunidades de mercado e contribui para as relações comerciais no futuro. A Caterpillar já exporta do Brasil para mais de 120 países.

Em novo investimento local, em maio, a Caterpillar Brasil inaugurou linha de montagem de minicarregadeiras no Paraná. Com ela a fábrica paranaense poderá dobrar sua produção, onde já produz miniescavadeiras, retroescavadeiras e carregadeiras de rodas.

A configuração do prédio teve de ser remodelada, com a introdução de sistemas de solda, abastecimento de fluidos automatizados e ferramentas inteligentes de produção. Mais quatrocentos postos de trabalho foram criados em Campo Largo, que conta com 1 mil 150 funcionários operacionais e administrativos diretos.

Parte da produção será direcionada ao mercado interno e outra exportada para países da América do Norte, América Latina, Europa, África, Ásia e do Oriente Médio.

CNH INDUSTRIAL



Divulgação/CNH INDUSTRIAL

Tecnologia e conectividade aliadas à produtividade no campo



Na aposta por novos caminhos a CNH Industrial, que este ano se separou do Grupo Iveco, desenvolve inovação para gerar produtividade com sustentabilidade para seus clientes. A empresa foi indicada ao Prêmio AutoData 2022, na categoria Montadoras de Máquinas Agrícolas e de Construção, após divulgar orçamento de compras de R\$ 1,5 bilhão este ano na América Latina, valor que cresceu 50% sobre 2021.

A Case IH, marca da CNH Industrial, focou investimento em uma nova geração de colheitadeiras e tratores agrícolas conectados e de grande potência, que combinam tecnologia, resistência, conectividade e desempenho.

Dentre os exemplos a nova linha de colhedoras de cana Austoft 9000 traz novo motor de 420 cv que garante até 10% de economia de combustível e vida útil do motor 50% mais longa. Seu novo sistema hidráulico, com maior eficiência e capacidade de processamento, aumenta a capacidade de colheita em 10%.

Foram investidos cerca de R\$ 100 milhões e 180 mil horas de testes de campo e de bancada na nova Austoft 9000, desenvolvida na fábrica de Piracicaba, SP, onde tem sede o centro mundial de pesquisa e soluções para colheitadeiras de cana. Além dos produtos a Case IH investiu em treinamentos de mais de 20 mil pessoas para operar as máquinas no País.

Assim como a Austoft 9000 outras máquinas conectadas que fazem parte do portfólio da Case IH, possuem o AFS Connect embarcado de fábrica, sistema que faz o monitoramento de frota, gestão agrônômica e gerenciamento de dados em tempo real. A solução, acessível de qualquer aparelho com conexão de internet, agrega ferramentas como imagens de satélite, drones, piloto automático, telemetria, sistemas de aplicação e meteorologia para que o produtor tome decisões cada vez mais adequadas.

A CNH Industrial também foi indicada ao Prêmio AutoData na categoria Sustentabilidade/Montadoras, pelo investimento em associação com o Grupo Iveco, de R\$ 9,6 milhões, em 51 projetos sociais de cultura, educação, esportes e qualidade de vida.



DAF



Divulgação/DAF Caminhões

**Fabricante
cresce no
mercado interno
e conquista
mercados em
países vizinhos**



Prestes a completar dez anos de produção no Brasil, em 2023, a DAF Caminhões, subsidiária do Grupo Paccar, expande suas operações no País com a exportação de caminhões produzidos em Ponta Grossa, PR, para outros mercados da América Latina, que até então importavam seus veículos fabricados na Holanda.

A iniciativa rendeu à DAF a indicação ao Prêmio AutoData 2022 na categoria Exportação por Montadoras. Após fechar 2021 com crescimento de 46%, com a venda de 5,6 mil unidades, a meta para este ano é avançar mais 20%.

Em abril a unidade registrou a montagem de seu caminhão número 20 mil, um modelo pesado XF FTT 530 Space Cab, entregue à G7 Log Transportes, de Tubarão, SC.

Com a demanda aquecida parte desse crescimento deverá ser alcançado com a ampliação do portfólio. No início deste ano a DAF lançou a nova versão do caminhão semipesado de chassi rígido CF, também produzido no Paraná ao lado dos pesados XF. Equipado com motor Paccar GR-7 de 6,7 litros e potência de 280 cv e 300 cv, dependendo da calibração, o caminhão é vendido nas configurações 6x2 e 8x2.

A DAF aposta na robustez do veículo, aliada à tecnologia, conforto e baixo consumo de combustível para atrair consumidores do segmento semipesado, responsável por 25% das vendas de caminhões no País.

De acordo com Luís Gambim, diretor comercial da DAF Caminhões Brasil, "estamos crescendo na participação da frota nacional circulante rodando pelo País, o que comprova a qualidade e a excelência".

Outra ação da DAF para crescer é ampliar sua rede em pontos estratégicos. Encerrou 2021 com 52 concessionárias, com a projeção de concluir 2022 com mais oito novas.




ELETRA



Divulgação/Eletra

**Fabricante
de veículos
elétricos muda
de endereço
para expandir
produção e
exportar**



Com investimento de R\$ 10 milhões a Eletra, fabricante de veículos comerciais pesados elétricos, mudou de endereço para ampliar a capacidade produtiva. No novo prédio, em São Bernardo do Campo, SP, a produção pode alcançar 150 ônibus elétricos e híbridos por mês a partir deste segundo semestre, com a meta de chegar a 1,8 mil unidades ao ano. No espaço anterior a empresa produzia 25 ônibus por mês.

Indicada ao Prêmio AutoData na categoria Powertrain a Eletra quer se tornar a principal indústria nacional de veículos elétricos pesados, tanto de passageiros quanto de carga. Há anos a empresa produz ônibus elétricos, híbridos e trólebus que circulam pelo País.

A expansão permitirá que a Eletra possa atender imediatamente à crescente demanda por ônibus elétricos de vários municípios, que aprovaram leis e programas de troca das frotas a diesel por frotas de baixa emissão.

Nas novas instalações a empresa também poderá expandir o e-Retrofit Eletra, um serviço de conversão de caminhões e ônibus a diesel para a tração 100% elétrica e híbrida.

As metas se concentram principalmente no Brasil, mas visam também ao crescente mercado latino-americano de elétricos pesados. A empresa mantém contato com operadores da Argentina, Equador e México.

Fundada em 1999, a Eletra produz o e-Bus 100% elétrico e o Dual Bus híbrido elétrico, em configurações de 12, 15, 18 e 23 metros, articulados ou não. Em maio de 2021, em São Paulo, participou do lançamento do primeiro carro-forte elétrico do mundo. Também lançou uma linha de carregadores elétricos modulares para ônibus e caminhões, com potência variável de 15 kW a 120 kW.




FORD



Divulgação/Ford

Importadora busca produtos originais para sustentar a confiança



A nova fase da Ford no Brasil, por meio de sua passagem de fabricante para importadora de veículos de maior valor agregado, renovou todo seu portfólio. Com o desafio de manter a confiança dos revendedores e clientes, sejam pessoas físicas ou jurídicas, a companhia voltou a apostar em um produto comercial, o utilitário Transit, agora montado no Uruguai, em instalações alugadas da Nordex.

A van Transit retorna ao Brasil em versões de passageiros Minibus e furgão de carga. Equipada com sistemas de conectividade de série em todas as versões e de segurança ativa, o modelo concorre ao Prêmio AutoData 2022 como um dos melhores veículos comerciais leves vendidos no País.

Também indicada ao Prêmio AutoData, mas na categoria de Veículo Importado, a picape Ford Maverick é a aposta For para reforçar seu posicionamento premium, agora em um segmento inédito, de picapes compactas, até agora dominada pela Fiat Toro.

Embora maior do que o modelo da Fiat e menor do que a média Ranger a Maverick, de cabine dupla, tem a proposta de atrair quem busca uma picape potente, motor gasolina 2.0 turbo de 253 cv, e completa, com espaço para cinco pessoas, tração 4x4 e todos os atributos de conforto, segurança e conectividade desejados para um automóvel junto com a versatilidade da caçamba que acomoda até 943 litros de volume.

Apesar de ter deixado de fabricar veículos no Brasil em 2021 a importadora mantém na Bahia o Centro de Desenvolvimento e Tecnologia, que em 2022 deverá gerar receita de R\$ 500 milhões com serviços exportados. Os cerca de 1,5 mil engenheiros atuam em projetos globais, que demandam desenvolvimento de sistemas de conectividade, eletrificação e veículos autônomos.



GENERAL MOTORS



Divulgação/GM

Investimentos em fábrica, produtos e serviços tornam lançamentos competitivos



Investimentos na readequação da fábrica de São Caetano do Sul, SP, para iniciar a produção de uma nova picape compacta, e na ampliação de sua estrutura de engenharia para reforçar as áreas de pesquisa e desenvolvimento do centro tecnológico instalado no Brasil são as ações que levaram a General Motors a concorrer ao Prêmio AutoData 2022 em duas categorias: Montadora de Automóveis e Comerciais Leves e Inovação Tecnológica/Montadoras.

No ciclo de investimentos até 2024 a GM aplica parte dos R\$ 10 bilhões na modernização de sua mais antiga fábrica no Brasil, no ABC paulista. A partir de 2023 sairá dessa linha a nova Chevrolet Montana, que promete conceito inédito de picape para o segmento, com inovações em espaço e conforto.

A GM promete que a nova geração da Montana será equipada com motor turbo de alto rendimento, com opção de câmbio automático, com relação de aceleração e consumo superior à média do segmento.

Junto com o desenvolvimento de novos produtos a GM vem reforçando sua área de pesquisa e desenvolvimento de olho em novas oportunidades de negócios, como a exportação de serviços. A montadora contratou 250 engenheiros para atuar em equipes no Centro Tecnológico de São Caetano do Sul, no Campo de Provas da Cruz Alta em Indaiatuba, SP, e nos parceiros da empresa, em áreas de carroceria e estrutura, exterior, interior, chassi, motor, transmissão, eletrônica, controladores, software e simulação virtual.

Além dos produtos nacionais, alinhados à ambição de liderar a eletrificação da mobilidade na América do Sul, a Chevrolet vai importar a partir de 2023 três novos carros elétricos: o Bolt EUV, o Blazer EV e o Equinox EV.

GREAT WALL MOTOR



Divulgação/GWM

Chinesa inicia em breve suas operações no Brasil com a maior produção de híbridos nacionais



A Great Wall Motor, ou GWM, investirá mais de R\$ 10 bilhões nos próximos dez anos para iniciar suas operações comerciais e industriais no Brasil, que terá no cardápio apenas SUVs e picapes eletrificados e conectados. A futura fabricante é finalista concorrente na categoria Montadoras de Automóveis e Comerciais Leves no Prêmio AutoData 2022.

Em um primeiro ciclo, de 2022 a 2025, a empresa investirá R\$ 4,4 bilhões na capacidade produtiva da fábrica, para 100 mil unidades por ano, e na formação de cadeia de fornecedores locais para que consiga, até 2026, índice de nacionalização superior a 50%.

A planta de Iracemápolis, SP, comprada da Mercedes-Benz no fim de 2021, terá sistema de produção inteligente e capacidade de produção instalada ampliada para 100 mil veículos por ano. O primeiro modelo fabricado localmente, o SUV Haval H6, será lançado no segundo semestre de 2023.

O primeiro lançamento no mercado nacional será no fim deste ano, com SUVs híbridos equipados com o sistema DHT, Dedicated Hybrid Technology, que oferece autonomia no modo 100% elétrico de até 200 quilômetros com motorização híbrida de 483 cv. Um dos primeiros modelos a usar a tecnologia DHT GWM no Brasil será o Haval H6.

A previsão é que no primeiro ano de atuação seja criada uma rede de recarga com cem pontos apenas no Estado de São Paulo, que terá recarga grátis para proprietários de veículos elétricos de qualquer marca quando forem feitas nas concessionárias GWM.

A previsão da GWM é ter no primeiro ano de atuação uma rede autorizada com cobertura completa no Brasil, com 130 pontos distribuídos em 112 cidades em todos os estados.

HONDA



Divulgação/Honda

**Novos City
chegam em
momento de total
renovação da
Honda no Brasil**



Ao completar três décadas de atuação no Brasil, 25 anos com produção local, a Honda renova todo seu portfólio de veículos, começando pela linha City, hatch e sedã, que concorre ao Prêmio AutoData como um dos melhores automóveis do ano.

A quinta geração do sedã, agora fabricada em Itirapina, SP, veio antes, no fim de 2021, com uma série de aprimoramentos. A começar pelo eficiente motor 1.5 flex de 126 cv que passou a equipar a linha. Soluções inovadoras em espaço, conforto, conectividade e um pacote completo de itens de assistência ao motorista e segurança, aliados a um design moderno, garantiram nível superior ao modelo, a fim de atender ao mercado que deixaria de ter o Civic nacional como opção.

Na sequência a Honda lançou a inédita versão hatch do City, com a difícil missão de substituir o consagrado monovolume Fit, trazendo os mesmos atributos do sedã e um desenho igualmente moderno.

No início de 2022 a Honda retirou de linha os demais modelos de seu portfólio para promover, no decorrer do ano, a completa renovação na linha de produtos. Sairam de produção além de Fit e Civic o WR-V e o HR-V.

Após meses de espera as concessionárias começaram a receber em agosto as primeiras unidades da nova geração do HR-V, redesenhado, primeiramente em duas versões com motor aspirado 1.5 flex de 126 cv para depois, em outubro, iniciar as vendas de duas configurações turboflex 1.5 de 177 cv.

Foi investido R\$ 1,1 bilhão para a produção dos novos City e HR-V, complementando o valor inicial de aproximadamente R\$ 1 bilhão, anunciado em 2013, quando a fábrica de Itirapina foi construída.

Além do desenvolvimento do novo motor 1.5 aspirado e turbo a Honda fez aportes adicionais em novos processos e tecnologias na fábrica.

Em 2022 a Honda ainda prepara a importação da décima-primeira geração do sedã médio Civic, que retornará ao País com tecnologia híbrida. Para 2023 a empresa ainda reserva o lançamento de um inédito SUV baseado na plataforma do novo Civic, com produção nacional, que virá para complementar a oferta em um segmento abaixo do HR-V. E no nível superior será importado o CR-V híbrido.

IVECO



Divulgação/Iveco

**Crescimento
recorde,
investimentos
e renovação
de frota de
caminhões**



Às vésperas de comemorar 25 anos de operação no Brasil a Iveco encerrou o primeiro semestre com crescimento recorde de 53% na venda de caminhões e furgões, ampliando sua participação de mercado para 10,6%.

Após a separação do Grupo CHN Industrial a empresa mantém ritmo forte de expansão de portfólio, rede e equipe. Na edição 2022 do Prêmio AutoData a Iveco é finalista nas categorias Montadora de Veículos Comerciais, Gestão/Montadoras e Veículo Ônibus.

A fabricante anunciou investimento de R\$ 1 bilhão até 2025 na América Latina, que serão aplicados no desenvolvimento de produtos, atualização da linha de caminhões e ônibus com motorização Euro 6, processos industriais, elevação dos índices de nacionalização e ampliação de rede de revendedores e serviços. O novo ciclo também incluirá o desenvolvimento de caminhão movido a gás natural ou biometano com fabricação em Sete Lagoas, MG.

No primeiro semestre a Iveco lançou o comercial leve Daily 35-160, pioneiro a usar motorização Euro 6 no mercado brasileiro. Logo na sequência, vencedora de licitação realizada pela Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial, ABDI, foi escolhida para o projeto-piloto do Renovar, programa de renovação de frota para caminhões velhos, que já alcançou 50% das metas estabelecidas.

O programa Renovar começará com a captação, desmontagem e reciclagem de mais de cinquenta caminhões com mais de trinta anos de uso. O autônomo e o pequeno transportador que aderirem de forma voluntária ao programa ganharão um crédito, que pode variar de R\$ 20 mil a R\$ 30 mil, para a aquisição de um modelo seminovo Euro V na concessionária.

No segmento de ônibus a Iveco se destacou com o lançamento do chassi de micro-ônibus 10-190, dedicado a aplicações urbanas, de fretamento e turismo. O modelo tem o maior Peso Bruto Total, PBT, do segmento, 10,5 toneladas, com capacidade para até 36 passageiros. O motor de 190 cv e câmbio de seis marchas são seus diferenciais.

JOHN DEERE



Divulgação/John Deere

**Fabricante
desenvolve
e produz
equipamento
estratégico para
atender mercado
interno e externo**



Com a produção de tratores de rodas e esteiras, colheitadeiras, plantadeiras, pulverizadores e retroescavadeiras a John Deere concorre ao Prêmio AutoData 2022 como uma das melhores Montadoras de Máquinas Agrícolas e de Construção, após desenvolver e produzir a pá carregadeira 444G em sua fábrica de Indaiatuba, SP.

Seus diferenciais: motor de 4,5 litros, eixos ZF com patinagem limitada, baixo custo de manutenção e consumo de combustível até 40% menor que do que outras máquinas da mesma categoria. São qualidades que também aumentam a competitividade da John Deere para exportar o equipamento para mais de oitenta países, incluindo os mercados da América do Norte.

A 444G complementa um portfólio que só dispunha de pás carregadeiras maiores. Esse segmento Classe A representa 37% das vendas no Brasil, que vem crescendo impulsionado pelo agronegócio, construção civil e locação, responsáveis por 60% da demanda.

Recentemente a John Deere anunciou parceria com uma rede de concessionárias e a ESALQ, Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, uma unidade da USP, Universidade de São Paulo, para pesquisa e extensão universitária nas áreas das ciências agrárias, sociais aplicadas, biológicas e ambientais.

A proposta com este convênio é fomentar soluções estratégicas e inovações tecnológicas e capacitar profissionais da área, por meio de treinamentos e eventos técnicos sobre tecnologia digital e máquinas agrícolas.

Com a assinatura do convênio será construído no campus da USP de Piracicaba, SP, o Centro Tecnológico de Desenvolvimento e Treinamento, CTDT, que servirá de base para que profissionais e alunos aprendam e desenvolvam projetos e soluções com ganhos em sustentabilidade e eficiência diante das necessidades geradas pela agricultura digital.

Criando soluções inovadoras para fabricação de peças fundidas (Alumínio/Ferro), forjadas e usinadas, a WHB se destaca no desenvolvimento/fornecimento de blocos de motores fundidos e usinados.



USINAGEM

- Linhas de Usinagem de peças de altíssima complexidade (Blocos de Motores, Cabeçotes, Tampas de Cabeçotes, Bielas, Virabrequim, Cubos de Roda, Ajustadores de Freio) produzidas com equipamentos de última geração e de elevada precisão.



FUNDIÇÃO DE ALUMÍNIO

- Injeção sob Pressão (HPDC) com injetoras de 1600/3000 toneladas.
- Linhas de Gravidade (FATA / SIR).



FUNDIÇÃO DE FERRO

- 2x Linhas Verticais Disamatic 240.
- 1x Linha Horizontal Kunkel Wagner.



FORJARIA

- Prensas Automáticas SMS Meer 2500 e 3500 toneladas.
- Prensa Manual 1600 toneladas.



BORGWARNER



Divulgação/BorgWarner

Sustentabilidade avança junto com novas ações no aftermarket



Indicada ao Prêmio AutoData pelo projeto de construção, até 2023, de uma fábrica de baterias para carros eletrificados em Piracicaba, SP, a BorgWarner também vem fazendo avanços em suas ações de sustentabilidade. Todas as fábricas da empresa estabeleceram metas de redução de carbono para diminuir as emissões de gases de efeito estufa. A meta atual é de até 2030 reduzir até 50%, caminhando para a neutralidade de carbono em 2035.

Em outra frente, e há quatro anos, a unidade de Piracicaba iniciou a adoção do Programa Aterro Zero e alcançou o envio de 100% dos resíduos para tratamentos alternativos. Deu tão certo que a iniciativa foi reconhecida pelo Sindipeças como das melhores de 2020. A partir daí surgiu o programa de compostagem, reciclagem e demais resíduos que não podem ser enviados para reciclagem e passaram a ser direcionados para produção de combustível derivado de resíduo.

A unidade de Brusque, SC, por sua vez, realizou campanhas de coleta de lacres de latinhas e tampas de recipientes plásticos. E em Itatiba, SP, além das campanhas de conscientização, a preservação das abelhas teve destaque nas ações.

Em paralelo às ações bem-sucedidas de sustentabilidade a BorgWarner comemora seu bom momento no aftermarket. As vendas de turbocompressores e embreagens viscosas têm crescido no mercado de reposição. Em 2021 a alta na demanda por estes produtos no mercado latino-americano, incluindo o Brasil, foi de 42% com relação a 2020. O avanço foi sustentado principalmente pelo crescimento de 37% do mercado interno.

Da expansão de 42% em 2021 os turbocompressores responderam por 69% e 31% vieram de embreagens e ventiladores. Esse avanço está relacionado com a expansão do portfólio da BorgWarner nos setores agrícola e de mineração. Em 2022 onze novos produtos desse portfólio estão previstos para entrar em produção.

Este ano a BorgWarner espera crescimento similar ao de 2021 nas divisões Turbo e Thermal. A empresa também está focada em expandir negócios em vários estados brasileiros e em aumentar as exportações para países da América Latina.

BOSCH



Divulgação/Bosch

**Investimentos
em tecnologia,
novas energias
e mão de obra
qualificada**



A operação brasileira da Bosch é responsável por mais de 70% das receitas na América Latina, região que em 2021 obteve faturamento de R\$ 6,9 bilhões, dos quais R\$ 5,4 bilhões vieram da divisão automotiva, cifra 34% superior à de 2020.

A Bosch pretende manter o desempenho positivo e elevar sua competitividade no Brasil combinando a experiência em IoT, Internet das Coisas, com AI, Inteligência Artificial, na geração de novos negócios e, assim, tornar-se empresa líder em AIoT. Na região a sistemista oferece soluções de AIoT para os setores de mineração, agronegócio, mobilidade, indústria e, mais recentemente, na área de tecnologia da informação.

Nos últimos dois anos a companhia dobrou o número de colaboradores atuando na exportação de serviços de alto valor agregado. Só este ano a Bosch planeja investir cerca de R\$ 331 milhões para garantir o desenvolvimento e a competitividade de suas fábricas na América do Sul, como investimentos na Indústria 4.0 e soluções de conectividade para toda a cadeia produtiva.

Graças ao desenvolvimento de competências locais em 2021 uma linha de produção de seus bicos injetores foi transferida dos Estados Unidos para o Brasil, com investimento de R\$ 180 milhões. No mesmo ano a empresa comemorou a produção de 3 milhões de sistemas FlexStart produzidos em Campinas, SP, em uma década. Com esses feitos a Bosch foi indicada ao Prêmio AutoData 2022 como uma das melhores empresas sistemistas do País.

A mobilidade segura e sustentável é outra expectativa para a Bosch crescer na região. Com parcerias público-privadas, com universidades e centros de pesquisa, a Bosch estuda formas de apoiar o Brasil a participar do desenvolvimento de tecnologias de descarbonização por meio de biocombustíveis, motorização híbrida-flex ou célula de hidrogênio.

O agronegócio é outro foco no Brasil e na Argentina que vem ganhando mais relevância com a Bosch Basf Smart Farming, BBSF, empresa resultante da joint venture da Bosch com a Basf Digital Farming, com a proposta de oferecer conectividade no campo para garantir maior eficiência e produtividade. A BBSF passou a comercializar globalmente tecnologias agrícolas inteligentes.



BRIDGESTONE



Divulgação/Bridgestone

Investimento na Bahia reforça posição estratégica nos negócios globais



Ao celebrar em 2021 a marca de 440 milhões de pneus produzidos no Brasil a Bridgestone anunciou investimento de R\$ 700 milhões para modernização e ampliação da produção de pneus para veículos leves na Bahia, com a contratação de 420 novos empregados fixos e temporários. A capacidade produtiva no País será expandida para 4,3 milhões de pneus/ano, um acréscimo de 20%.

Indicada ao Prêmio AutoData na categoria Fornecedora de Componentes a Bridgestone conta com mais de 5 mil colaboradores no Brasil em suas duas fábricas de pneus, em Camaçari, BA, e em Santo André, SP, e duas dedicadas a bandas de rodagem Bandag, em Campinas e Mafra, ambas em São Paulo, além de um campo de provas em São Pedro, SP.

O novo investimento na Bahia acompanha a demanda crescente de pneus de alta tecnologia no mercado local e ganhos importantes de participação da companhia. O projeto também reforça a posição estratégica do País para os negócios globais da companhia e está alinhado à estratégia de médio e longo prazo da Bridgestone para evoluir como uma companhia de soluções sustentáveis de mobilidade.

A ampliação de Camaçari contemplará tecnologia global para uma nova geração de veículos, incluindo elétricos e híbridos. As novas tecnologias trabalham com compostos mais complexos, resultando em pneus com melhor desempenho, respondendo aos desafios de menor resistência ao rolamento, melhor frenagem e alto desempenho, contribuindo também com os indicadores ambientais.

Em 2021 a Bridgestone lançou seu primeiro Relatório de Sustentabilidade para a América Latina e declarou como seu objetivo ambiental de longo prazo alcançar a neutralidade de carbono até 2050 e reduzir as emissões totais de CO₂ em 50%, em comparação com os níveis de 2011, até 2030.

CONTINENTAL



Divulgação/Continental

Ações geram produtos de maior eficiência e durabilidade



Alinhada com as diretrizes do Acordo de Paris a Continental pretende reduzir em 20% o consumo de energia das suas instalações pelo mundo, gerando economia de, pelo menos, 1TWh, até 2030. As metas têm o objetivo de tornar os negócios ecoeficientes.

Por suas ações no Brasil a Continental concorre ao Prêmio AutoData na categoria Sustentabilidade/Fornecedores. Na fábrica de Macaé, RJ, por exemplo, os processos desenvolvidos pelos próprios colaboradores garantem a reciclagem de 50 toneladas por ano de polietileno, plástico com diversas aplicações na indústria. A unidade também adotou a reutilização de pallets metálicos: a empresa aguarda a devolução deles após a entrega dos mangotes marítimos e, com isso, deixa de produzir 1 tonelada de resíduos metálicos por pallet.

Já na unidade de Ponta Grossa, PR, foi negociada parceria com a usina a biogás do município. A iniciativa resulta no reaproveitamento das 50 toneladas de resíduos orgânicos que a companhia gera por ano, com 13,3 kWh gerado por tonelada.

A eficiência aliada à durabilidade foram destaques na produção da Continental em 2021, período em que investiu, aproximadamente, € 10 milhões na nova linha de esteiras Draper para as plataformas de colheitadeiras de grãos. Elas apresentaram altos índices de eficiência nas demandas referentes ao desgaste e resistência à abrasão, além da facilidade de instalação e de troca. As esteiras apresentam redução das perdas no processo de corte de até 10%. No processo de recolhimento a diminuição nos índices de perda é de 30% a 40%. Com isso, em um ano de operação, o produtor pode economizar de R\$ 5 mil a R\$ 15 mil.



CUMMINS



Divulgação/Cummins

Fabricante de motores expande portfólio de olho no futuro



Ao celebrar cinco décadas de atuação no Brasil a Cummins investe para ampliar sua participação no mercado e em novos negócios, complementando seu crescimento com a aquisição da fabricante de eixos trativos para veículos comerciais Meritor. Na edição 2022 do Prêmio AutoData a fabricante de motores foi indicada em duas categorias: Powertrain e Gestão.

Com investimentos de R\$ 170 milhões na fábrica de Guarulhos, SP, para produzir novos grupos geradores e motores diesel Euro 6, a Cummins projeta crescimento de 5% a 10% na produção deste ano, após avançar em 50% em 2021 com 47 mil motores fabricados: a capacidade é de quinhentas unidades por dia. Outra frente é aumentar seu conteúdo local com a nacionalização de componentes.

A companhia expande sua participação no segmento de veículos pesados, com 50% de market share no fornecimento de motores para caminhões leves e 32% para os ônibus.

Maior fornecedora independente de powertrain do mundo a Cummins está em uma jornada acelerada para ser pioneira em produtos mais sustentáveis, enquanto continua a fornecer 1,5 milhão de motores diesel todos os anos.

Em suas soluções de mobilidade a Cummins criou a New Power, nova unidade de negócios no Brasil, que já opera no Exterior com oferta de baterias e motores elétricos para caminhões, ônibus e tratores, alimentados por baterias ou células de hidrogênio. A empresa enxerga no hidrogênio verde, produzido por fonte de energia eólica ou painéis solares, a solução de geração de hidrogênio para abastecimento de células a combustível. Embora 95% dos produtos da New Power sejam importados a Cummins planeja a nacionalização de seus componentes.

A companhia também se esforça para valorizar a engenharia local, que é referência com projetos globais que ganharam o mundo. Com exportação de produtos e talentos o Brasil é a sede de um dos doze centros técnicos da empresa no mundo.

DANA



Divulgação/Dana

**Sistemista
amplia
participação
de mercado e
reduz impacto
ambiental**



Ao celebrar 75 anos de atividades no Brasil a Dana dá continuidade ao crescimento de seus negócios. Indicada como das melhores sistemistas no Prêmio AutoData 2022 a companhia amplia sua participação no mercado de reposição, no fornecimento às montadoras e também na exportação.

Fabricante global de sistemas de transmissão e propulsão eletrificada a Dana está atenta às tendências de inovação e descarbonização da indústria automobilística. Até 2035 a empresa almeja minimizar o impacto ambiental de suas atividades com a redução global de 50% de suas emissões de CO₂.

Dos diversos programas inovadores destacam-se a adoção da compostagem de resíduos orgânicos de seus refeitórios e poda de vegetação, reciclagem de 100% dos resíduos de borracha, fertirrigação de efluentes com zero emissões e apoio à logística reversa de embalagens de seus produtos no mercado de reposição.

Com quase 4 mil funcionários no Brasil e operações em Gravataí, RS, Campinas, Jundiaí, Limeira e Sorocaba, SP, a Dana produz eixos e peças de suspensão para caminhões, ônibus e grande maioria dos automóveis e picapes fabricados ou comercializados no Brasil.

"O futuro é agora. Há décadas investimos no Brasil pois acreditamos no potencial do País e no de nossas pessoas", destaca Raul Germany, presidente da Dana no Brasil. "Nós nos posicionamos estrategicamente fazendo o balanceamento de nossos negócios e investimos nos mercados original, de reposição e de exportação, que por sua vez representa 20% das nossas vendas, além de trazer importantes oportunidades de atualização tecnológica e busca por competitividade."

Com forte presença no mercado de reposição brasileiro a Dana lançou recentemente uma tecnologia mais eficiente em lubrificantes. A nova linha Spicer para eixos diferenciais, com ou sem blocante, é indicada para uso em automóveis clássicos, jipes, picapes, caminhões leves, pesados e máquinas agrícolas.

EATON



Divulgação/Eaton

**Foco em
transição
energética,
sustentabilidade
e digitalização**



Completando 65 anos no Brasil a Eaton dedica-se à transição energética, sustentabilidade e digitalização. A especialidade em fornecer transmissões, engrenagens e válvulas à indústria automotiva, aliada ao desenvolvimento e manufatura locais, dão à empresa ferramentas para atender às novas demandas e tendências do setor, com soluções dedicadas a motores a combustão, híbridos e elétricos.

Um plano de transformação digital global da Eaton está norteando os negócios também do Brasil, com novos modelos de negócios, experiência digital do cliente, fábrica do futuro, Indústria 4.0 e produtividade funcional.

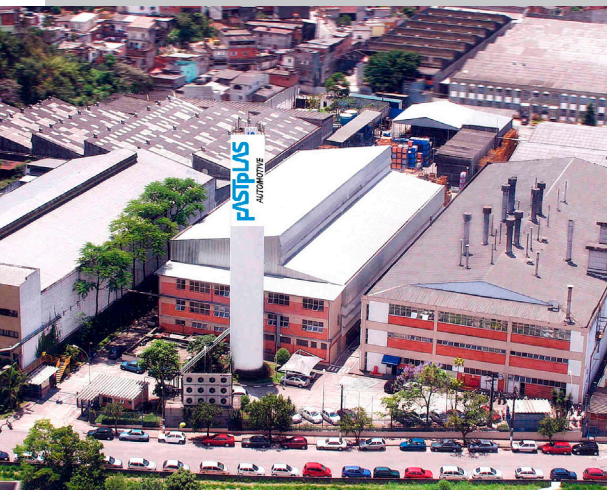
Indicada ao Prêmio AutoData na categoria de Marketing, Comunicação e Propaganda, lançou um canal de comunicação externa, o +Eaton. Além disso ferramentas digitais do aftermarket levam mais agilidade aos distribuidores. No total mais de quinze lançamentos estão previstos para o mercado de reposição este ano.

A divisão automotiva da Eaton está focada na entrada e na expansão de novos mercados e, por isto, desenvolveu estrutura de crescimento para garantir as demandas tradicionais e avançar nas futuras tendências, como afirma Antônio Galvão, presidente corporativo e do Grupo Veículos na América do Sul: "A Eaton está presente nesta fase de transição da indústria mas já com uma visão para o futuro e para as tendências em eletrificação e digitalização de produtos e serviços".

Antônio Galvão também concorre como Liderança Empresarial de Fornecedores no Prêmio AutoData 2022.

Em abril passado a equipe de engenharia brasileira anunciou o desenvolvimento do projeto de um desengraxante para lavagem a frio de peças, em parceria com fornecedor local, para criar nova fórmula que permitisse transferir o processo com temperatura de 80° C para temperatura ambiente. A solução reduz o uso de energia estimada em 170 mil kWh por ano e emitiria 11 toneladas a menos de GHG, gases de efeito estufa. O projeto, que está fase piloto na fábrica de Valinhos, SP, agradou à matriz e poderá ser exportado para unidades dos Estados Unidos e México. Com essa inovação a Eaton concorre ao Prêmio AutoData na categoria Exportação.

FASTPLAS AUTOMOTIVE



Divulgação/Fastplas Automotive

Inovação em peças plásticas para fornecer a elétricos e híbridos



A empresa nacional tem como principal foco o fornecimento à indústria automotiva de peças de acabamento internas e externas para veículos, com ou sem pintura, no mercado interno e externo. A Fastplas Automotive foi pioneira na pintura de termoplásticos no Brasil, produção de componentes em plásticos conformados a quente, termofixos e compósitos utilizando várias tecnologias.

Indicada ao Prêmio AutoData por Inovação a Fastplas introduziu um processo de produção de compressão de fibras com resina de poliéster, substituindo mantas de fibra de vidro por carbono. Com para-choques, grades, estribos, para-lamas e longarinas mais leves e resistentes a impactos a empresa se credencia a atender fabricantes de veículos elétricos e híbridos, que buscam componentes mais leves.

Presente no mercado há mais de quatro décadas a Fastplas tem em seu DNA a inovação em transformar plásticos. Foi nos anos 1980 que a empresa decolou, quando os para-choques dos veículos e outras peças deixaram de usar aço para ser produzidas em poliuretano.

Nos anos 1990 a empresa passou a se dedicar mais ao segmento de caminhões. Por isso uma de suas plantas fica em Resende, RJ, para fornecimento e montagem de componentes para a Volkswagen Caminhões e Ônibus.

A Fastplas também fornece para a Mercedes-Benz, Iveco e Stellantis. Além de Resende a empresa tem outras duas fábricas em São Paulo, em Diadema e em Sorocaba. No total a empresa possui oitocentos empregados.

"A nossa grande vantagem é a diversidade de processos para produção de peças de acabamentos", afirma o diretor comercial Rosário Rodrigues Júnior. "Temos todos os processos atuais dessas peças, como termoplásticos e termofixos com ou sem pintura, e podemos atender a tudo o que os clientes solicitam."

Rodrigues destaca o desenvolvimento da Fastplas em compósitos, como SMC e DCPD, que são itens de bastante relevância para o mercado: "Temos essa tecnologia. São materiais de alta resistência, com os quais é possível desenvolver qualquer tipo de peça de acabamento, com agilidade e baixo custo para a produção".



FPT



Divulgação/FPT Industrial

Soluções sustentáveis para diversas aplicações



A FPT Industrial, fabricante de motores do Grupo Iveco, fornece principalmente para empresas do seu próprio conglomerado e à CNH Industrial, da qual foi separada este ano. Os maiores clientes são fabricantes de máquinas agrícolas e de construção Case e New Holland e os caminhões, ônibus e furgões Iveco.

No momento em que se destaca com o Original Reman, linha de motores remanufaturados que reduz custos com a mesma qualidade de um motor novo, e os recordes de produção e exportação da fábrica de Córdoba, Argentina, a FPT alcança mais um feito: é a empresa pioneira em homologar o primeiro motor Euro 6 para o mercado brasileiro, com o FPT F1C que equipa o comercial leve Iveco Daily. Com essas realizações a FPT concorre em duas categorias do Prêmio AutoData 2022: Powertrain e Exportações.

A FPT atingiu a marca de 100 mil motores exportados a partir de sua fábrica na Argentina, que dedica 80% da sua produção para Brasil e México. Em 2021 26 mil motores foram produzidos em apenas um ano, crescimento de 100% sobre 2020.

No agronegócio a companhia reforça sua participação de mercado, que hoje representa 30% no segmento de tratores e 30% no de colheitadeiras. Desde 2001 mais de 2 milhões de motores da Série NEF foram produzidos para as mais diversas aplicações, dos segmentos on-road, off-road, marítimo e de geração de energia.

Em sua aposta em combustíveis alternativos, a motobomba de irrigação movida a biometano é uma solução sustentável no ciclo virtuoso no campo, com redução de custos de até 80% em comparação a um motor diesel padrão.

A FPT Industrial também equipa o New Holland T6 Methane Power, primeiro trator do mundo movido a biometano. As emissões são reduzidas em até 80% na comparação com um trator convencional. Além das vantagens ambientais e menor vibração os custos de operação são até 30% mais baixos.

A tecnologia permite ao produtor rural utilizar o biometano gerado dentro de sua propriedade a partir de resíduos orgânicos para abastecer os equipamentos, promovendo sua autossuficiência.

GOODYEAR



Divulgação/Goodyear

**Desenvolvimento
focado em
desempenho,
durabilidade e
sustentabilidade**



A fabricante de pneus para automóveis, vans, picapes, SUVs, caminhões e ônibus está no Brasil há mais de cem anos. Alinhada ao objetivo global de até 2050 atingir emissões líquidas de valor zero de gases de efeito estufa em sua cadeia, a empresa reforça seus trabalhos em soluções sustentáveis.

Indicada ao Prêmio AutoData 2022 por Inovação Tecnológica, a Goodyear lançou em maio o primeiro pneu desenvolvido e produzido na unidade de Americana, SP, com óleo de soja em sua composição em substituição aos derivados de petróleo. Para uso em picapes e SUVs o Wrangler Workhorse AT traz em sua formulação um novo composto sustentável que melhora o desempenho em diferentes temperaturas com maior aderência em comparação com o seu antecessor, o Wrangler Armortrac.

Em testes feitos no laboratório e no campo de provas da Goodyear o Wrangler Workhorse AT obteve resultado 20% maior em quilometragem e 4,6% em melhor consumo de combustível. Com relação ao desempenho e à dirigibilidade os testes indicaram resultado superior em 22% na aquaplanagem em curvas e 4% superior em frenagem sobre piso molhado.

Em um projeto global a companhia apresentou, no início de 2022, um pneu de demonstração desenvolvido com 70% de sua composição a partir de materiais sustentáveis, como óleo de soja e um tipo de sílica produzida com cinzas de casca de arroz. Tradicionalmente feito com diversos tipos de derivados de petróleo, o novo pneu da Goodyear tem três tipos de carbono preto que são produzidos a partir de metano, dióxido de carbono e óleo vegetal. Avaliações iniciais demonstram redução nas emissões de carbono.

A Goodyear também é finalista ao Prêmio AutoData 2022 por suas iniciativas na categoria de Marketing, Comunicação e Propaganda, com contribuições a instituições culturais por meio de patrocínios. Por um ano apoia o Museu do Futebol, em São Paulo, justamente em ano de Copa do Mundo. A empresa também renovou seu patrocínio ao MASP, Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand.



IOCHPE-MAXION



Divulgação/Iochpe-Maxion

Novos investimentos em produtos e descarbonização



As demandas do mercado de veículos pesados levaram a Iochpe-Maxion, indicada ao Prêmio AutoData como uma das melhores Sistemistas, a programar investimento de R\$ 100 milhões na fábrica em Cruzeiro, SP, onde produz rodas de aço originais, para atender às necessidades crescentes dos clientes. O aporte vai aumentar a capacidade anual para 400 mil rodas de caminhões, a partir do primeiro trimestre de 2023, e para 110 mil rodas de máquinas agrícolas, no terceiro trimestre de 2023.

Os investimentos das fábricas de componentes estruturais estão associados ao aumento de capacidade e à diversificação de sua produção de peças, fortalecendo o relacionamento com os fabricantes de caminhões.

"Não estamos apenas aumentando a capacidade para atender à crescente demanda por nossos produtos mas, também, aprimorando nossos processos de fabricação para que agreguem valor e permaneçam competitivas em termos de custos", disse o CEO Marcos de Oliveira. "À medida que crescemos no Brasil também estamos fortalecendo nossas operações no México para atender clientes daquela região."

Desde 2012 Oliveira lidera a ampliação dos negócios aprofundando a internacionalização da fabricante de rodas e componentes estruturais. Ele também é indicado ao Prêmio AutoData como Liderança Empresarial de Fornecedores.

Outra importante ação da Iochpe-Maxion foi o anúncio do Roadmap Zero, plano para apoiar a descarbonização da mobilidade e tornar a empresa neutra em carbono até 2040. Um dos elementos-chave do Roadmap Zero é a intenção da empresa de participar da iniciativa de responsabilidade social do Pacto Global das Nações Unidas. A Iochpe-Maxion será a maior fabricante de rodas e componentes estruturais a se tornar signatária.

O programa abrange todo o ciclo de vida dos produtos da Maxion, desde a aquisição de materiais até o projeto e fabricação de seus produtos. Para isso a empresa desenvolve processos e estratégias de compras que aumentam o uso de materiais secundários reciclados, além de aço verde e alumínio produzidos com energia limpa.



KAVAK



Divulgação/Kavak

Mexicana lança estratégia para atingir duas paixões dos brasileiros: carro e futebol



A mexicana Kavak investiu R\$ 2,5 bilhões para lançar a sua operação de compra e venda de veículos usados no Brasil, o maior aporte na estruturação de uma filial desde a sua criação. Como forma de se apresentar ao mercado e reforçar a marca a longo prazo no País a Kavak decidiu patrocinar a Seleção Brasileira de Futebol, em busca de uma conexão mais acentuada. Seus anúncios de TV trazem, assim, mensagens sobre confiança, transparência, segurança e facilidade para comprar ou vender um carro seminovo, enquanto os anúncios digitais ajudam o cliente na familiarização e na navegação do site e aplicativo da Kavak, para que o consumidor consiga escolher o veículo ideal. Com essas iniciativas a Kavak concorre ao Prêmio AutoData 2022 em Marketing, Comunicação e Propaganda.

O apoio à CBF inclui a Seleção Brasileira de Futebol masculina, a feminina e as seleções de base. Em março, antes do jogo do Brasil contra o Chile, no Estádio do Maracanã, a marca foi exposta pela primeira vez no ônibus da Seleção Brasileira Masculina principal.

Fundada no México há cinco anos a Kavak investe em diversos setores do universo esportivo. Além das equipes brasileiras é patrocinadora das seleções argentina e mexicana, e do piloto de Fórmula 1 Sergio Pérez.

Em junho passado, menos de um ano após sua chegada ao Brasil, a Kavak abriu seu primeiro showroom na capital de Minas Gerais, um dos maiores da empresa. Em Belo Horizonte, terceiro maior mercado de carros do País, a startup colocou seus veículos à venda com dois anos de garantia, em ação inédita.

Além de BH, onde tem seu maior showroom, com 1 mil carros, a Kavak opera em São Paulo e no Rio de Janeiro, RJ. Em seu catálogo virtual conta com mais de 5 mil modelos seminovos reconicionados à venda.

Em julho a Kavak reforçou a sua liderança na América Latina ao anunciar o início das operações na Colômbia, no Chile e no Peru, além de chegar à Turquia, primeiro país fora do continente latino-americano a ter uma loja sua. Na América Latina a startup fará investimento inicial de US\$ 120 milhões a fim de estabelecer a maior operação de carros seminovos da Região Andina.



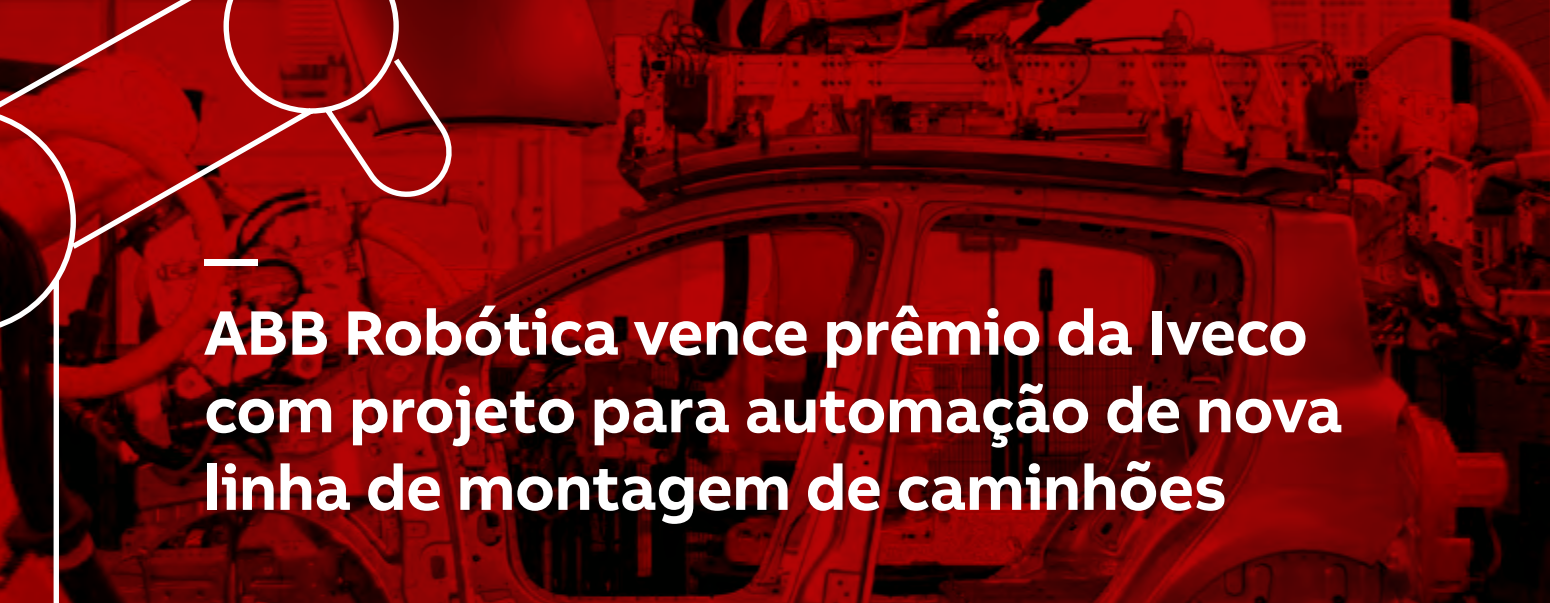



ABB Robótica vence prêmio da Iveco com projeto para automação de nova linha de montagem de caminhões

Em cerimônia que reuniu seus mais importantes fornecedores do Brasil e da Argentina, o Grupo Iveco premiou, no último dia 21 de julho, em Belo Horizonte, Minas Gerais, os 10 melhores, mais inovadores e eficientes em oito categorias. A comissão da premiação Iveco Grupo Suppliers of The Year LatAm considerou 40 critérios objetivos e devidamente mensuráveis como indicadores de qualidade, entrega, custos e relacionamento comercial.

Foram 194 fornecedores avaliados por 119 colaboradores das mais diversas áreas da Iveco, em um processo, segundo comunicado da montadora, isento e transparente. A área de negócios de robótica da ABB no Brasil, empresa pioneira em robótica, automação de máquinas e serviços digitais, foi a grande vencedora na categoria Capex – Materiais Indiretos.

No último ano, a ABB Robótica forneceu à Iveco um projeto para automação de uma nova linha de montagem completa, robotizada, para geometria de cabines e preparação de subconjuntos manuais de um dos modelos de caminhão da montadora italiana, mas que é totalmente flexível, podendo ser revertida para montagem de outros modelos.

Todo o projeto foi desenvolvido considerando equipamentos e engenharia da ABB, abrangendo robôs do modelo IRB 7600 e IRB 6700, track motions, flextrack e pinças de solda, além de trocadores de ferramentas.

O desenvolvimento, em parceria com a Iveco, foi realizado com a tecnologia mais avançada disponível para este processo, com linhas robotizadas projetadas pela ABB que proporcionam flexibilidade, além de serem compactadas para atenderem o espaço do cliente.

“A indústria automotiva é pioneira no uso da robótica, mas enfrenta hoje novos desafios com impactos diretos nas linhas de produção. Entre eles estão a transição do setor para os veículos elétricos e a demanda de clientes por produtos personalizados”, comenta Rodrigo Bueno, diretor da ABB Robótica Brasil.



Além dos robôs industriais, o portfólio da ABB para o setor inclui robôs colaborativos, móveis autônomos (AMRs) e sistemas digitais, que permitem, por exemplo, que os clientes automotivos otimizem a entrega de componentes em suas instalações e conectem células de produção modulares, escaláveis e integradas. Outra inovação é a premiada tecnologia PixelPaint, que possibilita a pintura automotiva customizada de forma rápida e sustentável.

Bueno destaca que o trabalho do time da ABB Robótica vai muito além da venda de robôs para os clientes. “O time trabalha oferecendo consultoria especializada e, como um diferencial de uma fabricante de robôs, entrega amplo know-how de engenharia para poder fazer a proposta de projetos completos e integrados de uma célula robotizada. A integração dos times de vendas, técnico e engenharia é essencial para a condução e sucesso nas propostas, uma vez que o cliente apresenta o desafio da produção, e a ABB é quem vai entregar uma proposta de projeto para que o cliente atinja o seu objetivo”.

Por fim, a ABB também está ajudando globalmente as empresas do setor automotivo e os principais fornecedores de componentes e tecnologia com soluções de fabricação rápidas, eficientes e flexíveis para apoiar a implantação de uma nova geração de powertrains eletrificados. A empresa anunciou recentemente uma grande joint venture com o principal fornecedor de peças automotivas da China, a HASCO, para ajudar a orientar a próxima geração de produção inteligente com soluções de automação eficientes e ambientalmente sustentáveis. Os planos incluem a abertura da fábrica de robótica mais avançada do mundo, em Xangai, acelerando inovações em desenvolvimento de produtos, inteligência artificial e soluções de automação.



Escaneie aqui
e saiba mais das
soluções robóticas
da ABB





Quase que ao mesmo tempo grupo transfere Pablo Di Si para os Estados Unidos e demite o CEO Herbert Diess

Por Pedro Kutney

No intervalo de apenas três dias o Grupo Volkswagen promoveu mudanças drásticas no topo de seu organograma internacional. Primeiro, em 19 de julho, anunciou a transferência de Pablo Di Si da direção na América do Sul para a da América do Norte. Logo depois, em 22 de julho, o executivo que chancelou a promoção de Di Si, Herbert Diess foi demitido da presidência global da companhia.

Os dois movimentos devem provocar mudanças na direção dos negócios. A diferença é que a transferência de Di Si vinha sendo planejada há tempos, embora só tenha sido divulgada agora. Já a substituição de Diess foi decidida em menos de uma semana e pegou o próprio de surpresa,

que horas antes de ser informado sobre a demissão estava se preparando para as férias de verão do Hemisfério Norte.

DI SI DEIXA CASA ARRUMADA

Enquanto seu agora ex-chefe era surpreendido com novos rumos Pablo Di Si planejava sua nova rota. Ele está de partida para Washington, DC, Capital dos Estados Unidos, onde deve se instalar definitivamente no fim de setembro para assumir o posto de CEO do Grupo Volkswagen no país e da marca Volkswagen na América do Norte, que inclui também as operações no México e no Canadá.

Em almoço para se despedir de alguns dos jornalistas com os quais ele mais con-

versou no seu período no Brasil Di Si mostrou estar feliz com o passado recente e com seu futuro na porção Norte das Américas, mas avisa: "Quando tudo isso acabar volto a morar aqui".

Di Si deixa a direção da Volkswagen na América do Sul com a casa arrumada para seu sucessor – ainda não divulgado –, com linha de produtos renovada, balanço no azul após muitos anos de prejuízo e um novo ciclo de investimento na região de R\$ 7 bilhões, aprovado no fim de 2021. No início deste ano o executivo foi nomeado chairman executivo da Volkswagen na América Latina e já tinha passado a direção da operação no Brasil para o COO Ciro Possobom, que também acumula o cargo de vice-presidente de finanças e de estratégia de TI.

Presidente da Volkswagen no Brasil e América Latina desde 2017 Di Si é, possivelmente, o argentino mais brasileiro que já dirigiu a companhia por aqui – sua mulher é brasileira, seus dois filhos nasceram aqui e ele já tinha morado no País nos anos 2000 trabalhando no anti-fô Grupo Fiat/FCA. Em uma corporação quase sempre liderada por alemães ele representou uma disrupção na cultura organizacional que impulsionou a transformação da empresa, hoje mais aberta e lucrativa.

Di Si considera que sua principal conquista por aqui foi ter unido as pessoas em torno do objetivo comum de recuperar a empresa: "Conseguimos transformar a Volkswagen e adotar o trabalho em equipe que venceu as dificuldades. Sem isso nada teria acontecido".

O executivo chegou com o Polo, o primeiro dos vinte lançamentos que renovaram completamente o portfólio de produtos da Volkswagen no Brasil e na América do Sul nos cinco anos seguintes, incluindo a produção local de três SUVs, T-Cross e Nivus no Brasil e Taos na Argentina. E Di Si está deixando o posto com outro projeto bem encaminhado, o Polo Track, novo carro de entrada construído sobre versão simplificada da plataforma global MQB, que substituirá o icônico Gol.

DIGITALIZAÇÃO E ETANOL

Dentre outras conquistas Di Si conseguiu convencer a direção da Volkswagen a incluir o etanol e outros biocombustíveis em seu plano global de descarbonização, criando uma opção viável para países onde carros elétricos não são viáveis. Para isso fechou 27 parcerias com empresas do setor e universidades para desenvolver e promover o uso do bioetanol, além de criar dentro da fábrica Anchieta, em São Bernardo do Campo, SP, o Centro Global de P&D para Biocombustíveis.

Outra marca da gestão Di Si foi o avanço da digitalização, algo que aumentou o protagonismo global da subsidiária brasileira no grupo. O sistema de infoentretenimento VW Play desenvolvido no Brasil hoje equipa carros da marca em mais de setenta países. O Nivus também é símbolo do progresso digital: foi o primeiro VW projetado integralmente com ferramentas virtuais, o que cortou pela metade o tempo de desenvolvimento e economizou alguns milhões de dólares em protótipos. Também foi o primeiro projeto exportado pela empresa no Brasil para a Europa: hoje o modelo é produzido na Espanha para o mercado europeu com o nome Taigo.

Está aí algo que, na visão de Di Si, poderia ter ido além: "Avançamos muito na digitalização, mas poderíamos ter avançado de três a cinco vezes mais. É algo que meu sucessor poderá fazer".

MERCADO A CONQUISTAR

Nos Estados Unidos Di Si não deve precisar reverter nenhum prejuízo pois isto já foi feito pelo seu antecessor, o estadunidense Scott Keogh, mas terá a missão de acelerar o crescimento da Volkswagen no segundo maior e mais rentável mercado do mundo, onde a marca tem modesta participação de 2,5%. Para isso, ele diz, quer integrar ao máximo as operações da empresa nas Américas.

Hoje os mercados da América do Norte são abastecidos pela fábrica de Chattanooga, Tennessee, onde são produzidos o SUV de grande porte Atlas e o SUV elétrico ID.4 – a produção começou lá no fim de julho

-, e a de Puebla, México, que produz os SUVs Taos e Tiguan e o sedã médio Jetta.

E já existe mais uma marca em gestação. Depois de fazer a subsidiária parar de perder dinheiro Keogh foi o indicado para presidir a Scout e relançar a antiga marca de utilitários esportivos, que será reaberta agora como mais uma divisão do Grupo VW para produzir picapes e SUVs elétricos para os mercados da América do Norte.

Contador e administrador de empresas por formação aos 53 anos Di Si entende que não precisará chegar aos 63 para se aposentar. Antes disso ele diz pretender fazer exatamente o contrário: voltar a morar no Brasil, velejar e despendurar as chuteiras para jogar bola com os amigos.

Pablo Di Si: de mudança do Brasil para os Estados Unidos



A FRITURA DE DIESS

Logo depois de acertar a ida de Di Si para a América do Norte Herbert Diess foi demitido ao voltar dos Estados Unidos para a Alemanha, ainda sob efeito do jet lag da viagem. O executivo foi nomeado presidente da Volkswagen em 2015, vindo do Grupo BMW, e chegou justamente no momento em que o grupo passava por sua pior crise de imagem.

No escândalo que ficou conhecido como dieselgate, quando a companhia respondeu judicialmente e pagou multas bilionárias por fraudar as emissões de motores diesel usados por veículos das marcas do Grupo VW, foi Diess quem conduziu a companhia para fora do atoleiro com um arrojado e multibilionário plano para tornar a marca líder na produção global de carros elétricos.

O sucesso de Diess, alçado à presidência do Grupo VW em 2018, também traçou sua derrocada. Conhecido pelo dinamismo e por falar o que pensa, desagradou muitos que o tratavam como alguém de fora da cultura da companhia.

Diess queria copiar na VW o caminho ágil e altamente rentável da Tesla, corporação pela qual nunca escondeu sua admiração – ironicamente em 2015 ele declinou de convite para trabalhar na empresa de Elon Musk para aceitar o da Volkswagen.

O executivo até conseguiu acelerar o passo de eletrificação do grupo, mas sem o retorno esperado pelos acionistas para os investimentos projetados de € 89 bilhões para lançar carros elétricos e desenvolver softwares. Mesmo após cortes bilionários e de trabalhar em um acordo com intenção de demitir 30 mil empregados a rentabilidade da Volkswagen ficou a milhas de distância da admirada Tesla.

O plano colocou Diess em rota de colisão com os trabalhadores, que têm grande representação na companhia com metade dos assentos do conselho de supervisão. As animosidades eram escancaradas nas redes sociais, onde representantes sindicais acusavam Diess de viajar demais pelo mundo enquanto as linhas de produção estavam paradas por falta de componentes.



Oliver Blume: novo CEO do Grupo VW continua no comando da Porsche

Diess contava com o apoio das famílias Porsche e Piech, acionistas majoritários do Grupo VW, e teve seu contrato renovado até 2025. Mas perdeu o suporte após prejuízos causados por atrasos no desenvolvimento da divisão de softwares Cariad, criada para explorar novas receitas.

DEMISSÃO E SUCESSÃO

Enquanto Diess ainda estava nos Estados Unidos, visitando a fábrica de Chattanooga, dois dias antes de sua demissão integrantes do conselho de se reuniram e determinaram a saída rápida para o CEO. Em 22 de julho, em votação unânime, foi decidida a substituição de Diess, que entregará oficialmente o cargo em 1º de setembro – mas deve receber integralmente seu pacote de remuneração previsto em contrato até 2025 que pode alcançar o total de mais de € 30 milhões, dependendo dos resultados da companhia e do desempenho de suas ações.

Ao mesmo tempo foi anunciado o substituto: Oliver Blume, CEO da Porsche e funcionário de longa carreira na com-

panhia. Aos 53 anos – dez a menos que Diess – Blume acumulará, ao menos por enquanto, a presidência do Grupo VW com a direção da marca de carros esportivos.

No grupo desde 1994 o alemão Blume passou por cargos em Audi, Seat, Volkswagen e Porsche. Assumiu a principal posição na Porsche em 2015 e em 2018 ingressou no board do grupo. Ao contrário de Diess o novo CEO tem muitos aliados e é conhecido por tomar decisões em consenso com grupos de trabalho, mas não se abstém de dar a palavra final se a situação exigir.

As principais missões do novo CEO, pela ordem, será fazer o lançamento de ações da Porsche – com o objetivo levantar recursos para financiar pesados investimentos –, enfrentar os problemas de falta de componentes e corrigir os atrasos de desenvolvimento de softwares da Cariad, estancar a perda de participação no maior mercado do mundo, a China, e – atenção Pablo Di Si – sustentar o crescimento nos Estados Unidos, onde as marcas do grupo, especialmente Volkswagen e Audi, ainda estão atrás dos concorrentes. ■



Iveco premia fornecedores com orçamento recorde

Fabricante calcula compras de até R\$ 10 bilhões em 2022

Por Caio Bednarski

No dia em que reconheceu o desempenho de seus melhores fornecedores em 2021, em evento realizado em 21 de julho, o Grupo Iveco também concedeu a melhor premiação que sua cadeia de suprimentos poderia esperar: o fabricante de vans, caminhões, ônibus e motores projeta dobrar o orçamento de compras na América Latina em 2022, direcionando de R\$ 9,5 bilhões a R\$ 10 bilhões para abastecer suas fábricas no Brasil e na Argentina. O valor representa forte crescimento sobre 2021, quando as compras da companhia somaram R\$ 5,5 bilhões.

George Ferreira, diretor de compras do Grupo Iveco na América Latina, explica que o orçamento precisou crescer para atender ao aumento da produção e à maior nacionalização de componentes – segundo ele os veículos produzidos no Brasil têm de 70% a 80% de conteúdo local, dependendo do modelo.

Em 2022 a expectativa da Iveco é produzir cerca de 30 mil veículos nas fábricas de Sete Lagoas, MG, e Córdoba, na Argentina, volume 50% superior ao de 2021. Mesmo com esse avanço Ferreira reconhece que a Iveco ainda persegue



Divulgação/Iveco

Iveco Group Supplier of The Year

Fornecedor do Ano 2021

thyssenkrupp Metalúrgica Campo Limpo

Compras de materiais indiretos – Serviços

Viação Minas Gerais

Compras de materiais indiretos – Capex

ABB Automação

Transportes logísticos

BSM Transportes

Serviços ao cliente

Mann + Hummel

Tecnologia e inovação

Resfri Ar

Relacionamento comercial

MAP

Entregas

Maxion Montich

Qualidade

thyssenkrupp Metalúrgica Campo Limpo

Sustentabilidade

Robert Bosch

Meio Ambiente

Continental

o equilíbrio financeiro de seus negócios no País, que segundo ele virá com maior escala produtiva.

Do orçamento de R\$ 10 bilhões, cerca de R\$ 6,5 bilhões serão gastos com fornecedores instalados na América Latina e o restante será para importações de componentes de outras regiões, como Europa e Ásia. Ferreira avalia que há espaço para avançar na nacionalização de componentes. Para isso a empresa usará R\$ 150 milhões do investimento de R\$ 1 bilhão anunciado para a América Latina no desenvolvimento de novos fornecedores na região.

Ferreira disse que a Iveco também estuda a possibilidade de abrir oportunidades de exportação para fornecedores instalados na região, com foco no segmento de transmissões: "Hoje nós compramos as transmissões de grandes fornecedores como Alisson, Eaton e ZF, e essas empresas poderão ajudar a atender às demandas das fábricas da Iveco em outras regiões, como a Europa".

PRÊMIO

A thyssenkrupp Metalúrgica Campo Limpo foi indicada Fornecedor do Ano na premiação Supplier of the Year do Grupo Iveco. Em evento realizado com integrantes de sua cadeia de suprimentos, formada por 194 empresas no Brasil e na Argentina, foram premiados os dez melhores fornecedores pelo desempenho durante 2021 em avaliações de qualidade, entrega e custos, em onze categorias, duas delas menções honrosas ligadas à agenda ESG, sigla em inglês para governança socioambiental.

O diretor de compras George Ferreira disse que os fornecedores foram fundamentais para o crescimento expressivo do Grupo Iveco nos últimos anos, assim como para a nova expansão projetada para 2022. "Nossa cadeia de fornecimento faz parte do resultado positivo e deve ser celebrada. O reconhecimento é importante para as empresas que tiveram desempenho acima da média e nos levaram a mais um ótimo resultado."

DAF reconhece qualidade de fornecedores

Foram certificadas 47 empresas que apresentaram índice de peças rejeitadas inferior a 10 PPM

Por Redação AutoData

A Paccar, controladora da fabricante de caminhões DAF, divulgou a lista dos seus fornecedores da fábrica de Ponta Grossa, PR, que receberam a certificação pela qualidade dos componentes fornecidos com rejeição inferior a 10 PPM. São 47 empresas que, em 2021, alcançaram o índice de no máximo dez peças com problemas a cada 1 milhão de unidades.

O diretor de qualidade da DAF Caminhões no Brasil, Daniel Ribeiro, reconheceu os esforços das empresas premiadas: "Trabalhamos com um rigoroso controle de qualidade, com o objetivo de oferecer o melhor produto ao mercado, contribuindo para uma experiência premium aos clientes. Certamente os nossos fornecedores são parte fundamental neste processo". ■

Fornecedores DAF com melhor qualidade em 2021

Ask do Brasil
Borgstena Brazil Confeção
Castertech
Clarios Energy Solutions Brasil
Continental Brasil
Cummins Filtros
Dana
Donaldson do Brasil
Durametal
Dyna
Flamma Automotiva
Fomeco do Brasil
Gates do Brasil
Goodyear do Brasil
Iochpe Maxion
Isringhausen
Jointech
Joluma Usinagem de Precisão
Jost Brazil Automotive System
Kongsberg
LC Centro de Montagem
Master Sistemas Automotivos
Meritor
Metal Tecnica Bovenau
Metalsa Cl
Metalurgica Hassman
Methal Company
Michelin
Neumayer Tekfor Automotive
Paranoa Indústria
Pilkington do Brasil
PK Cables do Brasil
Plascar
Resfri Ar Climatizadorea
Schaeffler Brasil
Schulz
Sulplast Fibra de Vidro
TE Connectivity Brasil
Tecnocurva Indústria de Peças
Thyssenkrupp Brasil
TP Industrial de Pneus Brasil
Vexilom Emblemas Técnicos
Voss Automotive
VS de Lima & Cia
Witzenmann do Brasil
ZF CV Systems Brasil
ZF do Brasil

FIAT TORO

////
CARREGADA
de
ATITUDE ★



Leo Burnett TM



JUNTOS SALVAMOS VIDAS.

Imagens meramente ilustrativas, com alguns itens opcionais. Garantia Fiat de 3 anos. Para usufruir dessa garantia, é obrigatória a realização das Revisões Programadas. O prazo de garantia oferecido já inclui os 90 dias da garantia legal. Para mais informações, consulte os manuais de Garantia e de Uso e Manutenção.

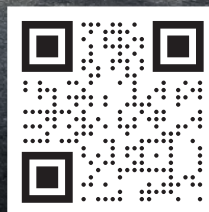


SAC: 0800 707 1000 / 0800 282 1001



TORO.FIAT.COM.BR

#carregadadeatitude



FIAT CONNECT////ME

FIAT TORO
S-DESIGN:

Design exclusivo S-Design,
bancos de couro, wireless charger
e Keyless Entry n' Go.

Muito a construir

Indústria de máquinas rodoviárias avança em produção e tecnologia no País atrás das carências de infraestrutura que garantem potencial de crescimento

Por Roberto Hunoff



Atividade diretamente ligada ao desenvolvimento de todos os segmentos da infraestrutura a indústria de máquinas rodoviárias de construção instalada no Brasil vem sendo sustentada pelas imensas carências dos setores de construção civil, habitação, mineração, saneamento, telecomunicações e energia. Em todas essas áreas ainda há muito o que se construir por aqui e por isto é grande o potencial de crescimento para atender à demanda, mas a velocidade dessa expan-

são esbarra em investimentos deficientes, abaixo das necessidades do País.

Máquinas rodoviárias de construção, conhecidas como da linha amarela, são produzidas no Brasil desde o fim dos anos 1960 e vêm acompanhando o desenvolvimento nacional em velocidades variadas ao longo dos anos. A primeira grande onda de expansão da produção aconteceu com o boom das grandes obras de infraestrutura nos anos 1970. Depois desse período o setor entrou em estabilidade, com

volumes anuais de produção e vendas parecidos durante quase duas décadas, até voltar a dar um saldo há cerca de dez anos, quando o PIB crescia e o governo incentivou os investimentos.

Nesse ambiente novos fabricantes foram atraídos pela multiplicação de obras e hoje existe no País mais de uma dezena de fábricas de pás carregadeiras, tratores de esteiras, retroescavadeiras, motoniveladores, rolos compressores. A indústria tem respondido ao mercado com investimentos em produção local e tecnologia, mas desde 2014 o setor entrou em declínio.

Com a retomada de obras, principalmente no setor privado de habitação, a partir de 2018 produção e venda de máquinas de construção voltaram a crescer. Mesmo com todas as restrições impostas pela pandemia em 2020 as vendas da linha amarela cresceram 22% sobre 2019, com cerca de 19,5 mil máquinas, segundo levantamento da Associação Brasileira de Tecnologia para Construção e Mineração, Sobratema. Em 2021 o setor voltou a crescer 20%.

Mas poderia ser bem mais. Segundo especialistas o Brasil precisa investir anualmente, no mínimo, valor equivalente a 4% do PIB para cobrir todas as suas carências

de infraestrutura, mas investe menos da metade disso. Pelos cálculos da Sobratema se todos os aportes necessários fossem realizados o mercado potencial brasileiro cresceria para cerca de 50 mil máquinas de construção por ano.

O Programa de Parcerias de Investimentos, criado em 2016 pelo governo federal, é uma das apostas para destravar investimentos em infraestrutura, mas já há o entendimento de entidades, como a CNI, Confederação Nacional da Indústria, de que só isso será insuficiente. Estudo da organização, publicado em junho, estima a necessidade de aumentar em mais do que o dobro o valor investido atualmente por ano, que é da ordem de R\$ 135 bilhões, valor que já tem 70% de participação do setor privado.

AVANÇO TECNOLÓGICO

Apesar das amarras econômicas que limitam o crescimento em nível abaixo do potencial o mercado ainda tem relevância e tamanho suficientes para sustentar a evolução tecnológica dos fabricantes de máquinas rodoviárias em linha com os centros mais avançados do mundo. Os investimentos da indústria em novas tecnologias têm contribuído para o cres-



Divulgação/CNH Industrial



cimento das vendas. Dentre as que mais repercutiram estão os sistemas que entregam mais conforto na operação, que ficaram mais populares e democráticos.

De acordo com Alexandre Bernardes, presidente da Câmara Setorial de Máquinas Rodoviárias da Abimaq, Associação Brasileira da Indústria de Máquinas, "o manuseio é mais fácil, confortável e inclusivo. Alguns clientes entendem que operar as novas máquinas de construção é mais fácil e intuitivo do que dirigir um carro".

Bernardes endossa a ideia de que a evolução do setor tem sido permanente nas últimas três décadas, com ênfase em redução de emissões, aumento da segurança e mais conforto nas operações. Ele recorda que, assim como os veículos, as máquinas avançaram na automação, com uso de telemetria e conectividade, e hoje são bastante diferentes dos pesados modelos com pouca eletrônica embarca-



CNH Industrial / RCG Photography

da que exigiam força física dos operadores – por isso praticamente 100% deles eram homens.

"A experiência do operador atual é diferente. Com sistemas de controle pode-se acompanhar informações dos equipamentos e da obra para melhorar as tomadas de decisões no campo."

A evolução teve como principais motivações as demandas dos clientes e do olhar da indústria para o mercado. Por consequência as inovações melhoraram a experiência do operador, atenderam regulamentação para reduzir impactos ao meio ambiente e garantiram maior produtividade e retorno financeiro.

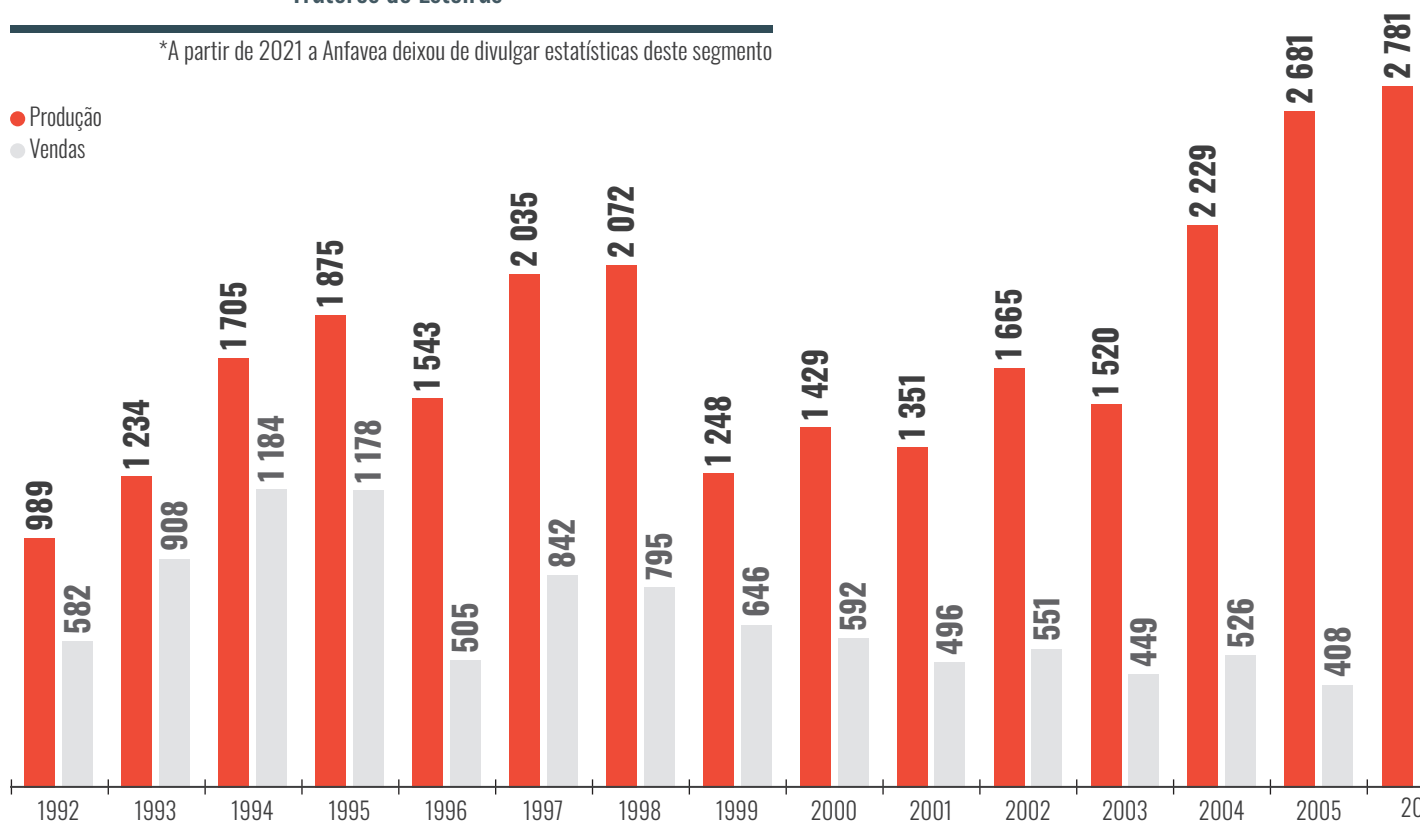
Vice-presidente da Sobratema Paulo Oscar Auler Neto indica a incorporação da eletrônica como o grande avanço dos últimos anos: "A eletrônica está presente desde o projeto e a concepção do equipamento, nos motores, na transmissão,

Produção e Vendas de Máquinas Rodoviárias

Tratores de Esteiras

*A partir de 2021 a Anfavea deixou de divulgar estatísticas deste segmento

● Produção
● Vendas



na segurança e no conforto do operador, repercutindo na gestão da produtividade".

Ele também cita a substituição dos comandos mecânicos por eletro-hidráulicos e, já em uma nova onda, por sistemas sem fio.

ALINHAMENTO GLOBAL

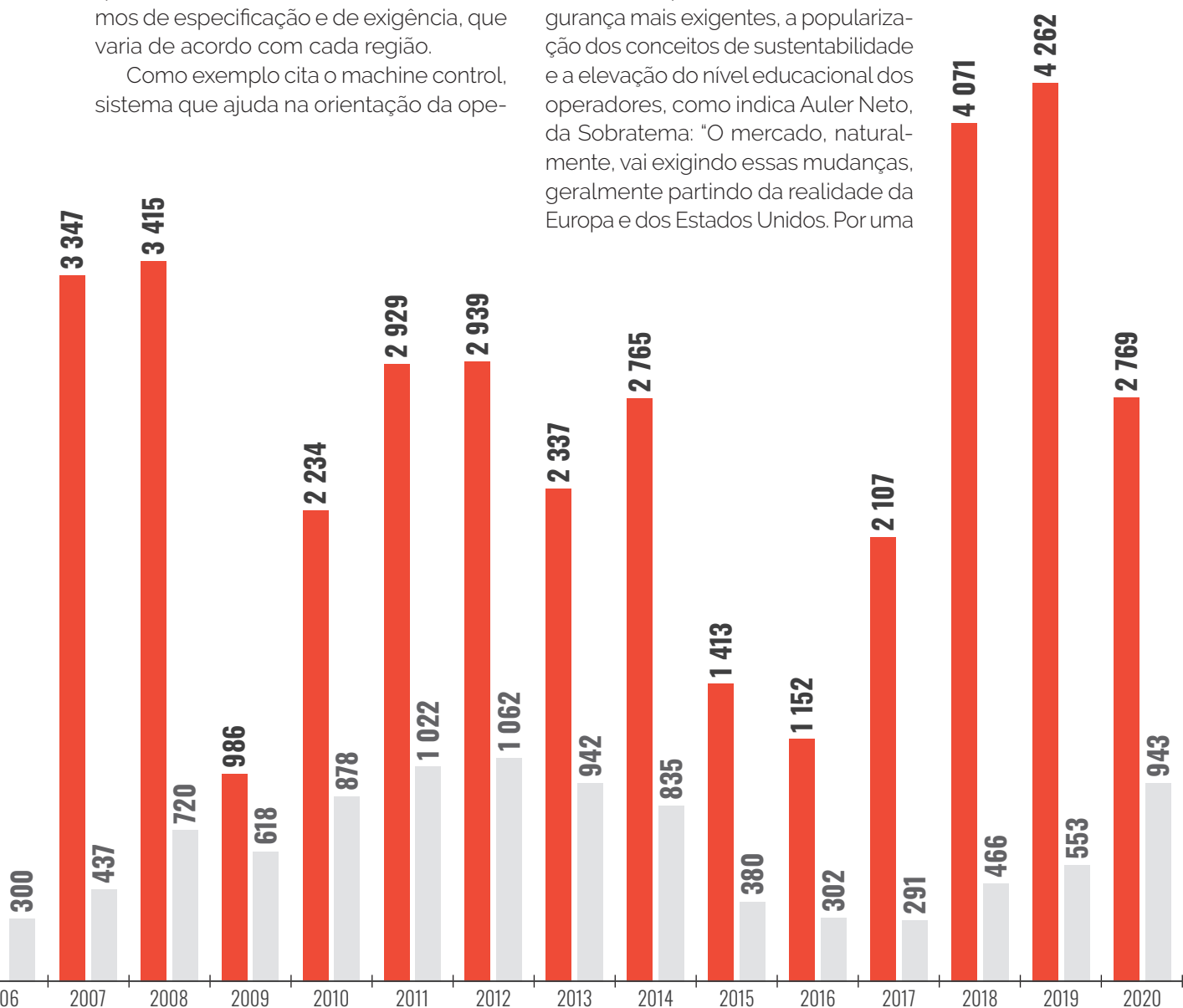
O nível tecnológico dos equipamentos nacionais já se equipara ao dos grandes mercados mundiais. Bernardes, da Abimac, entende que os níveis de produtividade e tecnologia embarcada nas máquinas e na operação são muito semelhantes aos de países desenvolvidos. Mas ele reconhece que ainda há uma diferenciação em termos de especificação e de exigência, que varia de acordo com cada região.

Como exemplo cita o machine control, sistema que ajuda na orientação da ope-

ração ou executa atividades automaticamente. No Brasil a demanda por esse tipo de automação mais abrangente ainda é baixa, enquanto que em mercados mais desenvolvidos já é padrão.

O desenvolvimento de tecnologias para máquinas rodoviárias está atado principalmente à redução dos custos de produção e a ganhos de produtividade. Bernardes observa que a evolução dos trabalhadores levou a mudanças na cabine e nos postos de comando, atualmente mais suaves, precisos e instalados em um ambiente climatizado, seguro e com isolamento acústico.

Também pesam as normas de segurança mais exigentes, a popularização dos conceitos de sustentabilidade e a elevação do nível educacional dos operadores, como indica Auler Neto, da Sobratema: "O mercado, naturalmente, vai exigindo essas mudanças, geralmente partindo da realidade da Europa e dos Estados Unidos. Por uma



Fonte: Anfiavea

questão de economia de escala na unificação das plataformas industriais também chega aos demais continentes".

Para o vice-presidente da entidade o nível tecnológico atual do produto nacional já está no mesmo nível da Europa ou dos Estados Unidos. Mas ele pondera que em alguns mercados ainda é possível adquirir equipamentos menos sofisticados como opção, situação que não deve se manter por muito tempo em função das próprias exigências dos clientes: "Os fabricantes querem ser reconhecidos como empresas de ponta que oferecem o que existe de melhor e mais moderno".

Auler Neto entende que a evolução se deu por um conjunto de prioridades. De um lado o mercado extremamente competitivo e com margens cada vez menores faz com que os clientes priorizem equipamentos que ofereçam o melhor custo-benefício. De outra parte os grandes



fabricantes, para manter e ampliar sua participação nas preferências, buscam a atualização permanente.

DIFERENÇAS CULTURAIS

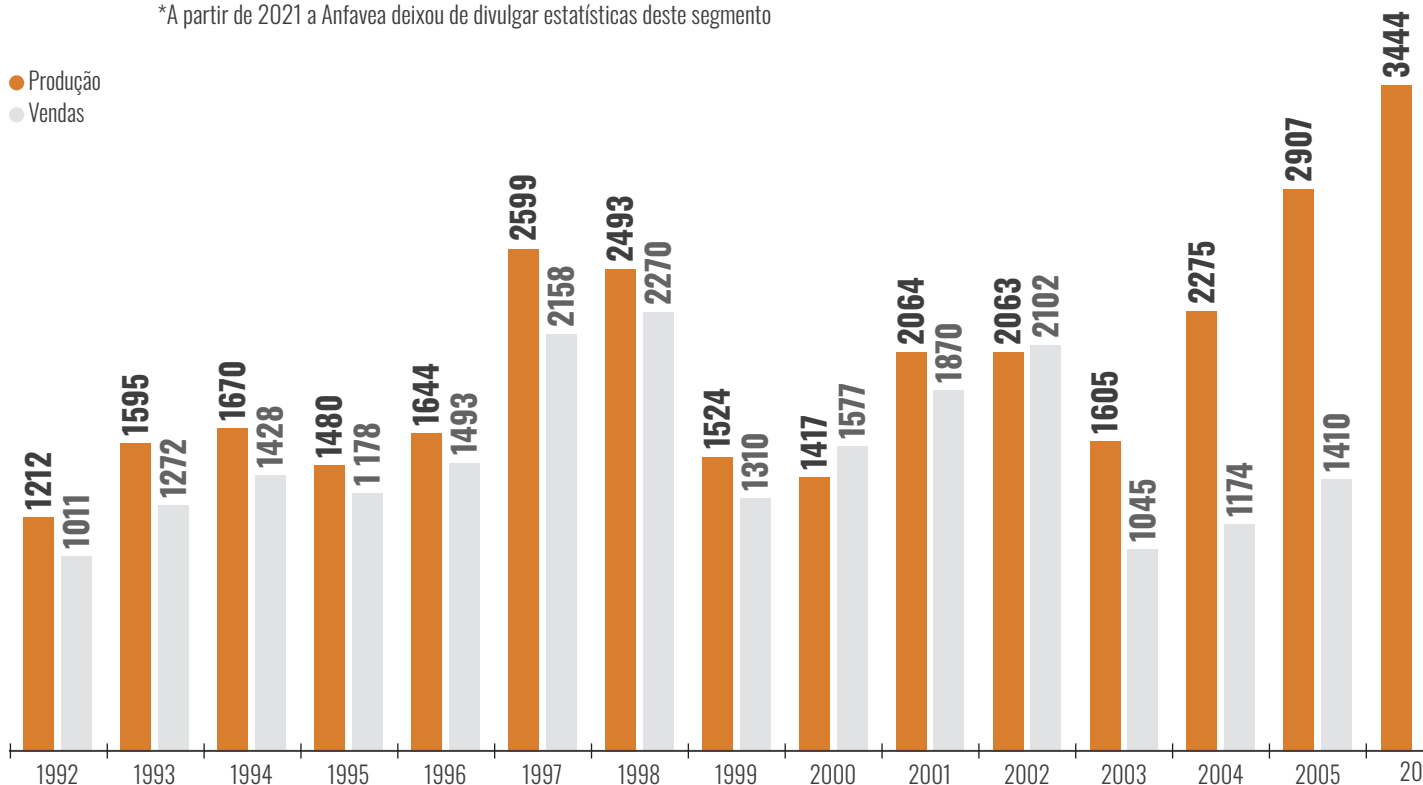
Para Bernardes o mercado brasileiro de máquinas rodoviárias tem assimilado bem os avanços, ainda que exista certa resistência. No aspecto cultural ele cita as

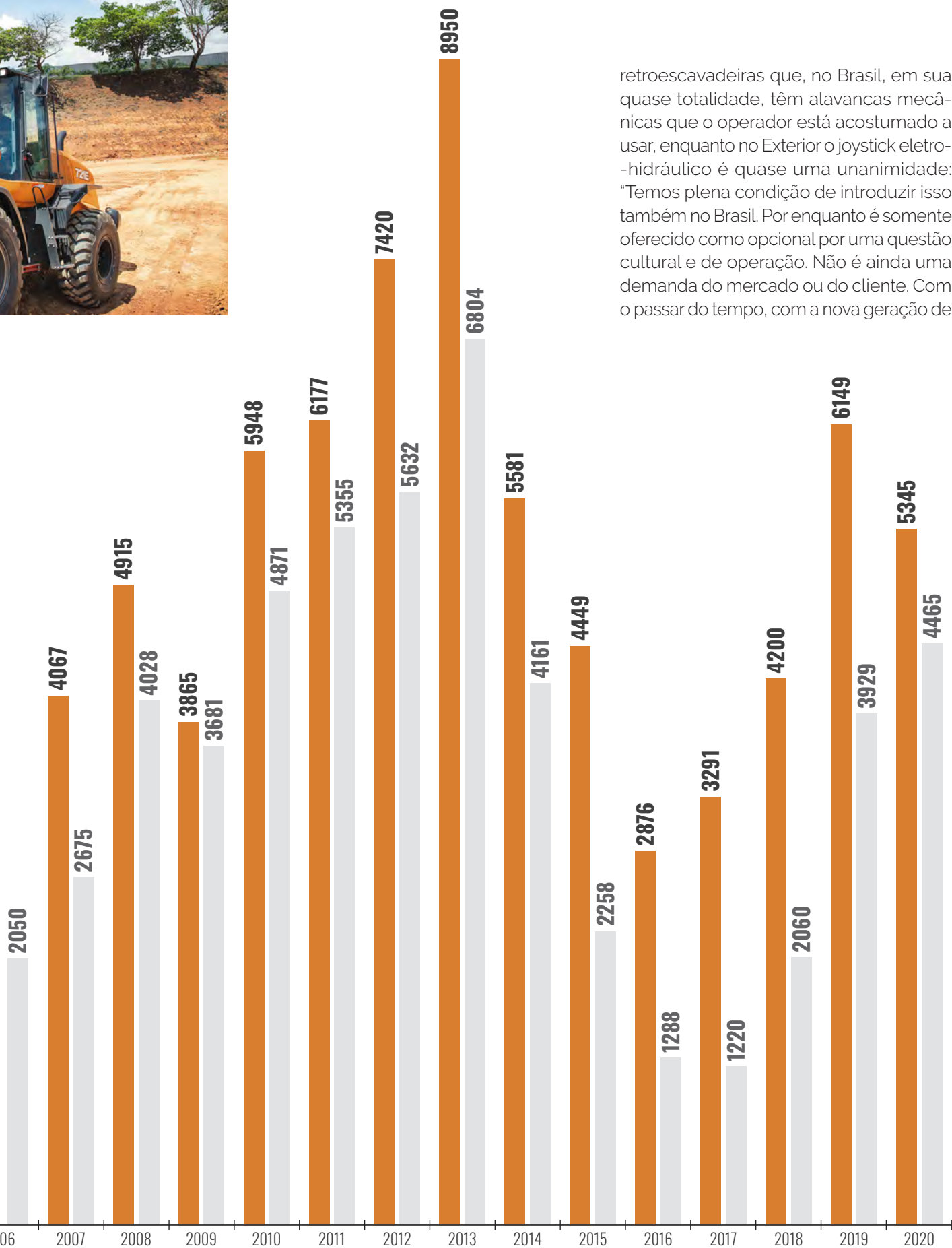
Produção e Vendas de Máquinas Rodoviárias

Retroescavadeiras

*A partir de 2021 a Anfavea deixou de divulgar estatísticas deste segmento

● Produção
● Vendas





retroescavadeiras que, no Brasil, em sua quase totalidade, têm alavancas mecânicas que o operador está acostumado a usar, enquanto no Exterior o joystick eletro-hidráulico é quase uma unanimidade: "Temos plena condição de introduzir isso também no Brasil. Por enquanto é somente oferecido como opcional por uma questão cultural e de operação. Não é ainda uma demanda do mercado ou do cliente. Com o passar do tempo, com a nova geração de

Fonte: Anfiavea

operadores mais conectados, esse padrão tende a mudar”.

As resistências à adoção de tecnologias por questões econômicas tem inúmeros fatores. Bernardes elenca o custo elevado, a falta de entendimento sobre a tecnologia e suas vantagens, e a dúvida se o investimento se pagará em determinado período de tempo:

“Muitos clientes preferem adquirir máquinas sem essas tecnologias e sem fazer investimentos adicionais. Eles ainda possuem uma cultura de operação de muitos anos, que é padronizada e resistente às propostas de inovação”.

Auler Neto também avalia que, gradualmente, está terminando a resistência a novas tecnologias que ainda persiste em alguns nichos: “São casos em que não existe compromisso com a produtividade nem com a segurança. Alguns países da África, Oriente Médio e da Ásia ainda não incorporaram totalmente as tecnologias existentes. Mas será por pouco tempo. A globalização fará o seu papel de unificar os conceitos”.

Na avaliação de Auler Neto as demandas atuais por máquinas estão concentradas na oferta de custo operacional mais baixo, por meio de vida mais longa e redução do valor dos componentes, menos consumo e uso de combustíveis alternativos. Para ele o impulso nas vendas ocorre de acordo com a demanda e não necessariamente porque o equipamento evoluiu ou não. Mas pondera que empresas de vanguarda apostam na tecnologia para obtenção de ganhos maiores de produtividade, o que potencializa os resultados. Nessa direção modelos ou marcas que têm tecnologias mais avançadas estão ganhando cada vez mais clientes. ■



**Parabéns,
Maxion Montich!**

**Vencedora no
Prêmio Iveco de
melhores
fornecedores do
ano na categoria
“Entregas”.**

**Seu trabalho foi
essencial para
atingirmos essa
conquista. Muito
obrigado!**



Senhores, façam suas apostas 2022

Perguntamos a líderes da cadeia automotiva quais suas apostas para o mercado de carros populares no Brasil

Redação AutoData

O Brasil já foi um grande mercado de veículos de baixo custo, chamados por aqui de carros populares. Em um passado não tão distante todas as marcas ofereciam diversas opções, para clientes que muitas vezes estavam adquirindo um zero-quilômetro pela primeira vez.

Aqui mesmo em **AutoData**, em 2011, reportagem mostrava o potencial de popularização da motorização no mercado nacional, mas também alertava para a falta de competitividade desses produtos, o que poderia fazer as montadoras mudarem as estratégias. Pouco mais de uma década depois a realidade é que os carros populares sumiram e os modelos de entrada são raridade no portfólio das marcas.

A Fiat com o Mobi que parte de R\$ 63 mil e a Renault com o Kwid a pouco mais de R\$ 65 mil são as marcas que produzem e vendem os carros mais baratos do País. Podem ser chamados de populares pelas dimensões pequenas, acabamento simples e motorização 1.0 de baixa potência, mas seus preços não são.

Nesta seção em homenagem às nossas origens e aos trinta anos de **AutoData**, reproduzimos iniciativa que vem desde a primeira edição: desta vez convidamos Fiat e Renault para revisar suas estratégias e fazerem suas apostas sobre o futuro do mercado de veículos de entrada no País.

AUTODATA

INFORMATIVO RESERVADO QUINZENAL SOBRE O SETOR AUTOMOTIVO

1

ANO 1

1982

LEIA NESTA EDIÇÃO

PÁGINA 2

O ACORDO DE BRASÍLIA NÃO PODE SER VISTO, NEM ENTENDIDO, DE FORMA IMEDIATISTA NEM COMO MERO "QUERER GAUPOS". OPINA O ECONOMISTA FRANCISCO LUZ SALES OONCAVES.

PÁGINA 7

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

PÁGINA 11

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

PÁGINA 14

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

ON&OFF

A CRENÇA DE WOLFGANG SAUER, FRANCO DE MATOS, ANDRÉ E UDEI. O VICE-PREFEITURÁVEL DE CURITIBA, SUCESSORES.

O DÓLAR DE 90 CÊNTOS, NOVO COMANDO NA MVM.

SENHORES, FAÇAM OS SEUS JOGOS

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

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

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

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

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



Waldemar Verdi

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

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

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

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

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

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

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

SUCESSÃO NA FENABRAVE

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

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



Paulo Barela

Herlander Zola,
vice-presidente Fiat
América do Sul



Divulgação/Renault

Ricardo Gondo,
presidente da Renault
no Brasil

Considerando todos os problemas que impactam a economia tanto no Brasil quanto em outros países você acredita que os preços dos carros, especialmente os modelos mais baratos do Brasil, seguirão sofrendo reajustes? Existe um momento no curto prazo que será possível reduzir os preços dos carros de entrada?

A inflação tem dado sinais de queda e o governo implementou reduções de impostos recentemente. As duas reduções de IPI já levaram à diminuição dos preços. No entanto, os custos para as montadoras seguem crescendo e chegam aos valores finais dos automóveis. Por outro lado é importante lembrar que com a melhoria da crise de falta de componentes haverá mais disponibilidade de carros no mercado e, assim, aos poucos, podemos voltar a ver descontos. Com a volta ao normal da produção do setor automotivo o preço final para consumidor pode ficar mais baixo na prática. Mas tudo depende da oferta e da demanda.

O mercado brasileiro já teve uma competição feroz no segmento de entrada, com mais de uma opção em quase todas as marcas. Na sua opinião há oportunidade para a retomada desse segmento, com produtos bem equipados e preços acessíveis à classe média que pretende adquirir seu primeiro zero-quilômetro?

Esse segmento sofre com custos tanto quanto os outros pela inflação, dólar e outros fatores. Assim não deve haver redução de preços, mas vemos um movimento: há um novo modelo de negócio para que clientes desse segmento possam adaptar seu poder de compra: os carros por assinatura, com planos que não exigem que o consumidor gaste tanto dinheiro de uma vez. O que vai acontecer nos próximos meses também depende da política econômica, das eleições e como isso poderá influenciar no aumento do poder de compra do consumidor.

Considerando todos os problemas que impactam a economia tanto no Brasil quanto em outros países você acredita que os preços dos carros, especialmente os modelos mais baratos do Brasil, seguirão sofrendo reajustes? Existe um momento no curto prazo que será possível reduzir os preços dos carros de entrada?

Há vários fatores que impactam o preço final do veículo. O primeiro deles é a legislação [de equipamentos obrigatórios de segurança, emissões de poluentes e eficiência energética]. Nesse aspecto ao longo dos últimos anos o Brasil evoluiu de forma bastante positiva, os carros estão mais seguros, emitem menos CO₂ e outros gases poluentes. O segundo fator que influencia no preço é a demanda do cliente por veículos cada vez mais completos, com mais tecnologia e conectividade. E o terceiro fator é o aumento do custo, como por exemplo das matérias-primas, do frete, além da variação cambial.

O mercado brasileiro já teve uma competição feroz no segmento de entrada, com mais de uma opção em quase todas as marcas. Na sua opinião há oportunidade para a retomada desse segmento, com produtos bem equipados e preços acessíveis à classe média que pretende adquirir seu primeiro zero-quilômetro?

O segmento de entrada segue sendo importante e é composto por vários tipos de clientes: primeiro carro zero-quilômetro, jovem, família etc. Com o lançamento do novo Kwid 2023 trouxemos um veículo com novo design, mais tecnologia, com start&stop [que desliga o motor quando o carro está parado para economizar combustível] e direção elétrica de série, por exemplo. Também aumentamos a segurança, com quatro airbags e [controle eletrônico de estabilidade] ESP de série para os nossos clientes. ■

Antecipando o futuro

Em 2011, quando a indústria comemorava bons resultados, o olhar de AutoData apontava para os desafios desta década

Foi uma bela edição de 106 páginas a de agosto de 2011. Naquele mês AutoData registrou a solenidade de assentamento da pedra fundamental da primeira fábrica de uma empresa chinesa no País, a Chery, em Jacareí, SP. Também produzimos duas séries especiais de reportagens, uma sobre trabalho e outra sobre inovação na indústria automotiva.

Aquela edição trouxe muitas realizações da indústria e, ao mesmo tempo, apontou o olhar para o futuro, alertando que a competição global poderia ameaçar o setor no Brasil que, naquele momento, estava prestes a comemorar a marca de 50 milhões de veículos de passeio produzidos.

Com alguns milhares de engenheiros e técnicos a serviço de centros de pesquisa instalados nas empresas fabricantes de veículos e de autopeças do País, a revista de agosto indicava a necessidade dessas estruturas produzirem inovações. Assim como já havia sido feito com a tecnologia flex a engenharia nacional estava equipada para encontrar outras soluções. A série especial de reportagens já destacava que a eletrônica era um campo fértil, que deveria ser mais bem explorado.

Naquela época os laboratórios já tinham recursos conhecidos como fábricas digitais, que simulavam o controle à distância de linhas de produção. Processos que hoje estão inseridos nas fábricas e são conhecidos como indústria 4.0, foram apresentados em AutoData daquele 2011.

Pneus verdes, materiais termoplásticos de alta resistência, para-brisas antiembaçante e com propriedades acústicas. Esses foram exemplos de colaboração da engenharia nacional com o desenvolvimento global de diversas empresas naquele período. Porém, o que ficou latente é que inovação não precisa ser algo mirabolante. Precisa ser algo "que se constrói no dia a dia".

Naquele ano o setor automotivo comemorava o que foi chamado de pleno emprego, com a força de trabalho atingindo seu maior nível desde meados dos anos 1980. Mas naquela época a desindustrialização já preocupava. A falta de competitividade dos carros compactos feitos aqui, custava acima da média e o baixo valor agregado de diversos itens manufaturados reduziam as possibilidades da indústria automotiva nacional. Estavam quase todos certos àquela época. ■





AUTODATA

Ano 19 | Agosto de 2011 | Edição 264

Pleno emprego

Salários e contratações em alta, melhores condições de trabalho. Mas fabricantes e metalúrgicos temem pelas importações.

From the Top

Sérgio Butka

Inovação

Indústria não está parada

Concessionárias

Interiorização da rede

AUTODATA
EDITORA

Mercado das contraposições

De um lado a indústria se mantém empregadora para sustentar o crescimento. De outro é intimidada com risco de perder espaço na competição global.

Texto **Décio Costa** . decio@autodata.com.br

Muitas vezes chamado de o País da contradição o Brasil de hoje revela mais uma delas. A produção industrial está em alta, a taxa de desemprego é uma das mais baixas já vista e o aumento de renda da população permitiu uma ascensão social capaz de criar uma nova classe média. Mas também a forte valorização do real e a onerosa carga tributária comprometem o poder de competição do produto brasileiro no mercado global, colocando em risco a produtividade e consequentemente a saúde das empresas. De acordo com o IBGE o Brasil soma hoje 92 milhões de pessoas empregadas, o maior contingente da história com 90% da população em idade e condições de trabalhar. No ano passado, segundo pesquisa do Dieese, Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos, 94% de 660 pisos salariais foram reajustados com percentuais acima do INPC. A indústria de transformação, no qual o setor automotivo está inserido, foi uma das que mais criou postos de trabalho.





Divulgação/Fiat

Fonte: Aniaavea

Agosto 2011

83
AUTODATA

Quatro décadas em uma

Brasil atinge a marca de 50 milhões de veículos de passeio produzidos. Quase a metade o foi neste início de século.

Texto **Redação AutoData** . redacaoad@autodata.com.br

A indústria automobilística está próxima de atingir 50 milhões de automóveis produzidos no Brasil. Até o encerramento do primeiro semestre foram fabricados exatos 49 milhões 554 mil e, considerando-se a média mensal de maio e junho, a marca deverá ser alcançada até o fim deste agosto ou, no máximo, no início de setembro.

É marco importante principalmente se for levado em conta que quase metade dessa produção foi obtida de 2000 para cá – 23,5 milhões em pouco mais de uma década, ante 26,3 milhões em mais de quatro, de 1957 a 2009. Em pouco mais de doze anos, desde 1999, o setor produziu perto de 25 milhões, o equivalente ao acumulado nos 41 anos anteriores, de 1957 a 1998.

Esses números evidenciam o expressivo crescimento da indústria automotiva brasileira neste século, o que lhe garantiu galgar degraus no ranking mundial de vendas de veículos, ocupando hoje o quarto lugar. Que o mercado brasileiro tem importância mundial e ainda grande potencial ninguém mais discute. O debate agora é em torno da sua produção.

Atualmente o País é o sexto no ranking mundial nesse quesito e a grande pergunta no setor neste momento é se o Brasil quer ser grande só em mercado ou também quer garantir seu espaço no time dos primeiros em produção. Para a Anfavea é hora de pensar o futuro do setor em termos de produção.

A entidade já encaminhou estudo ao governo mostrando os problemas enfrentados pela indústria. Dentre outros itens destaca que o custo de produção de um veículo no Brasil é 60% superior ao da China

e 20% maior que o do México. A mão de obra custa o equivalente, respectivamente, a três e duas vezes mais. O custo Brasil também envolve elevado tempo para administrar a burocracia tributária: 2,6 mil horas no Brasil, ante 549 no México, 504 na China e 187 nos Estados Unidos.



Cleodorvino Belini

Simão Salomão



*Estimado até julho / Fonte: Anfavea

Novo recorde. De qualquer forma a Anfavea reconhece que cabe à própria indústria encontrar saídas para ganhar competitividade. Segundo o presidente da entidade, Cledorvino Belini, o setor "precisa buscar mais inovações disruptivas, ou seja, tecnologias realmente originais, novas, inéditas".

Essa busca, na prática, já existe. Como mostra reportagem nesta edição sobre inovação tecnológica tanto as montadoras aqui instaladas como também os principais sistemistas têm centros de desenvolvimento e pesquisa que integram o grupo dos mais ativos do mundo. O desafio é acelerar o processo de inovações para efetivamente garantir a tão sonhada competitividade internacional.

Até porque mercado interno não tem sido problema. Contrariando previsões de desaceleração do crescimento este ano o balanço do primeiro semestre mostrou novo recorde de vendas, com 1 milhão 737 mil veículos licenciados no período, 10% de aumento sobre igual semestre do ano passado e exatamente o dobro do crescimento esperado para o ano todo.

Todos os segmentos registraram desempenho positivo. As vendas de automóveis cresceram 7,6% no semestre, atingindo 1 milhão 273 mil unidades. A alta foi de 17% em comerciais leves, com 364,5 mil veículos. O mercado de caminhões emplacou quase 83 mil unidades nos primeiros seis meses do ano, 16,9% a mais do que no primeiro semestre de 2010.

Já o aumento na produção foi um pouco inferior em todos os segmentos, mas mesmo assim em indi-

ce superior ao projetado pela Anfavea para o ano. Considerando-se automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus a produção cresceu 4,1% no primeiro semestre, quase quatro vezes a estimativa de 1,1% feita no início do ano pela Anfavea.

E os números poderiam ter sido melhores se a indústria não tivesse sido afetada por greves – caso da Volkswagen de São José dos Pinhais, PR, que chegou a ficar parada 37 dias, e da Honda – e pelo atraso na chegada de peças do Japão, que mexeu com o cronograma da própria Honda e da Toyota.

Por segmento a alta da produção foi de 1,7% em automóveis, com 1 milhão 286 mil unidades fabricadas em seis meses, e de 12,4% em comerciais leves – 303 mil unidades de janeiro a junho. Somando-se automóveis e comerciais leves verifica-se alta de 3,6% na produção e de 9,5% nas vendas.

Apesar de o desempenho no semestre ter ficado acima do esperado a Anfavea prefere aguardar os números de agosto para eventualmente refazer as projeções para 2011. Na avaliação de Belini o segundo semestre deverá mostrar estabilidade com relação ao mesmo período de 2010.

A expectativa é a de que os reflexos das medidas macroprudenciais anunciadas pelo governo no fim do ano passado sejam sentidas com maior ênfase a partir de agora. Já no fim do primeiro semestre verificava-se um menor volume de vendas financiadas no setor – 62% do total comercializado em junho ante os 68% de dezembro passado.

Inovação



Muito além do flex

Se a indústria automotiva brasileira ainda não tem diferencial competitivo por meio da inovação não é por falta de esforços e investimentos das próprias empresas, entendem especialistas e executivos

Texto **Antônio Graça** • redacaoad@autodata.com.br

O resgate da competitividade da indústria automotiva brasileira está na dependência de um salto em inovação tecnológica. Como afirma o presidente da Anfavea, Cledorvino Belini, para voltar a ser competitivo o setor precisa fazer o que chamou de inovação tecnológica disruptiva. Ou seja aquela que rompe com o padrão anterior, a exemplo das tecnologias digitais com relação às analógicas. Belini diz que a indústria local precisa tornar-se um polo produtor de tecnologia de ponta, que ainda tem sua maior parte no Exterior. Segundo ele nossa última grande invenção foi o flex. Mas se é verdade que o País precisa dar esse salto a indústria automotiva brasileira também não está parada em matéria de inovação.

Uma incursão por montadoras, sistematistas e empresas de autopeças revela que a maioria, de uma maneira ou de outra, está atrás de inovações e em escala considerável, ainda que não seja a inovação disruptiva, como admitem seus próprios executivos. Se não como explicar o porquê de várias delas manterem centros de pesquisa e desenvolvimento no Brasil com status internacional, a exemplo de General Motors, Ford, Fiat e Volkswagen, com centenas de engenheiros e técnicos contratados? É porque estão, sim, pesquisando e desenvolvendo processos, produtos e novos materiais.

Outro aspecto que concorre para que as filiais brasileiras das montadoras e sistematistas avancem no desenvolvimento da inovação tecnológica localmente é o próprio modelo global dessa atividade neste início de século. Segundo estudiosos do tema (ver na pág. 34), o modelo mudou. A tendência agora é que inovação tecnológica seja centrada em redes e produzida de forma colaborativa por vários laboratórios e não mais de forma encastelada, nos centros de pesquisa das matrizes.

Um exemplo de inovação tecnológica daqui vem da Ford. O painel do novo caminhão Cargo tem o sinal como base, matéria-prima tipicamente brasileira e que substituiu o plástico. Segundo Rogério Golfarb, diretor de assuntos corporativos e de comunicação da Ford para a América do Sul, o novo painel foi desenvolvido aqui, onde está um dos cinco centros mundiais de pesquisa da empresa e que conta com 1, 2 mil engenheiros e técnicos.

"Além de ser mais barato em função da matéria-prima utilizada o painel também traz ganhos em desempenho acústico."

Mas ele reconhece que o Brasil precisa desenvol-

ver tecnologia eletrônica, item que ainda é importado em grande parte. Grandes fontes de inovação daqui para frente, avalia Golfarb, estarão no segmento eletroeletrônico e na conectividade dos veículos: "O Brasil está bem na área, mas pode ficar para trás.



Sala virtual
do polo de
desenvolvimento
da Fiat

Divulgação/Fiat

É preciso aumentar a massa crítica de inteligência automotiva. E isso acontece com pesquisa, desenvolvimento e engenharia. É preciso desenvolver e baratear o custo da engenharia no Brasil."

Na GM não é diferente. A companhia também mantém aqui um dos seus cinco centros mundiais na criação e desenvolvimento de veículos, nos campos de engenharia, design e manufatura. Em 2009 a subsidiária brasileira ampliou seu centro de pesquisa e desenvolvimento e hoje trabalham nele cerca de 2

Fábrica



A primeira chinesa no País

A Chery é a montadora estreante do país asiático a fincar raízes no Brasil com fábrica própria

Texto **André Barros e Marcos Rozen, de Jacaré, SP** • redacaoad@autodata.com.br

Quando o aveludado pano vermelho singelamente desceu, à força de muitas e muitas palmas, naquela ensolarada terça-feira, 19 de julho de 2011, deixando à mostra placa metálica com um logotipo, frase e nomes grafados, um novo capítulo começou.

Pois não resta dúvida que quando aquele historiador, lá em 2056, estiver recolhendo e ordenando material comemorativo aos 100 anos da indústria automotiva brasileira, intitulará uma das divisões como "2011: Os chineses começam a produzir localmente".

Em realidade a publicação relativa a nosso centenário possivelmente traga outras datas, como 2012 ou até mesmo 2013, para marcar esta nova transição. Historicamente falando é diferença quase desprezível.

Nada desprezível, entretanto, foi aquela terça-feira,

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

O operário de la palavra

Márcio Stéfani • marcio@autodata.com.br



Samuel Lavelberg

Thiago Luz, o mais famoso e talvez o mais querido dos editores que já passaram pela Revista Caminhoneiro, uma das mais lidas publicações feitas para os motoristas de caminhões, foi tentar uma entrevista exclusiva com São Cristovão. E neste momento, como ainda não deve ter conseguido entrar no céu, deve estar no portão, ao lado de São Pedro, cutucando o santo com sua voz rouca e perguntando bem no estilo Ari de ser: "Qualé a notícia, velhinho?".

É isto mesmo, bem no estilo Ari de ser! Para quem não sabe Thiago Luz era Ariverson Feltrin, o mesmo Ari editor da Gazeta Mercantil com duas passagens pela revista Transporte Moderno. E foi talvez a mais famosa traquinagem deste incrível jornalista, um personagem inventado por ele na época em que ainda era repórter do jornal e que, para sobreviver, tinha de manter dois empregos.

Infelizmente Ari nos deixou neste final de julho, na semana em que iniciávamos o fechamento desta edição de AutoData. E foi uma notícia que deixou a mim, particularmente, entristecido. Talvez pelo fato de que tive o prazer de ter convivido com ele e suas inúmeras histórias ao longo de praticamente toda a minha carreira de quase já trinta anos.

Feltrin foi um dos mais brilhantes jornalistas que conheci. Repórter puro e grande apurador de notícias. Formado em filosofia, virou jornalista meio que por acaso quando, em meados da década de 60, foi trabalhar como revisor na Folha de S. Paulo para conseguir sobreviver em São Paulo. Depois disto nunca mais deixou as letrinhas e dedicou toda sua vida profissional aos transportes. Ele se definia como o mais intermodal dos jornalistas especializados. Isto porque,

morando em Santo André, pegava trem, metrô e ônibus para chegar à redação da Gazeta Mercantil, que ficava na Zona Sul da cidade: apesar de especialista em indústria automotiva odiava dirigir.

Com seu jeito alegre e meio debochado de ser foi autor de frases inesquecíveis, algumas impublicáveis. E de passagens e situações adoráveis, como quando resolveu calcular quantos quilômetros conseguia andar com seu sapato vulcabrás. Ou quando calculou quantas tampinhas de garrafas de cerveja abria por ano o dono do Mutamba, o bar da rua Major Quedinho frequentado pelos jornalistas da Gazeta Mercantil quando a redação ainda era no centro.

Recentemente, durante viagem que fizemos juntos à Suécia, ele fez amizade com o jornalista argentino Mariano Vidal, uma espécie de Ariverson Feltrin portenho. Ficaram juntos a viagem toda, um fazendo piada com o outro. E até hoje, quando me encontra, Mariano pergunta em bom portunhol: "Como está o operário de la palavra?".

Aos 64 anos Ariverson Feltrin foi embora junto com Thiago Luz. Deixou mulher, três filhos e um bocado de amigos, dentre eles este jornalista que humildemente resolveu dedicar este espaço para homenageá-lo. Em sua despedida o assessor de uma montadora resumiu o jeito que ele gostaria de ver todos naquele momento: "Senhores, afrouxem suas gravatas. É assim que ele gostaria que estivéssemos!".

ET: originalmente este artigo seria dedicado ao desenvolvimento tecnológico. Dentro deste tema, mesmo não sendo fruto de desenvolvimento local, tive o prazer de andar com o Ford Fusion Hybrid. Foi uma experiência fantástica e com uma passagem que obrigatoriamente tem que ser registrada: parei com o carro em um restaurante e quando me dei por conta o manobrista estava atrás de mim dizendo que não conseguia ligar o carro. Detalhe, o carro estava ligado. O difícil foi convencê-lo disto... ■

AUTO DATA

Empresarial

116

RESFRI AR

Empresa conquistou primeiro lugar na categoria Inovação e Tecnologia do “Suppliers of the Year na América Latina”, evento realizado pelo Grupo Iveco



RESFRI AR É PREMIADA PELO GRUPO IVECO POR INOVAÇÃO E ALTA TECNOLOGIA



Nessa categoria, avalia-se a participação dos fornecedores na geração de novas ideias, seja na modificação de produtos, em processos de manufatura ou em megatendências de digitalização, eletrificação e automação

A Resfri Ar conquistou o primeiro lugar na categoria Inovação e Tecnologia na primeira edição do “Suppliers of the Year na América Latina”, evento realizado pelo Grupo Iveco. A empresa gaúcha se destacou por apresentar grandes inovações no aperfeiçoamento de produtos, em processos de manufatura e, também, em megatendências de digitalização, servitização, eletrificação e automação.

Entre os critérios reconhecidos, estavam características como ser uma marca proativa na tomada de decisão técnica, colaborar de forma aberta e parceira nas necessidades de inovação sobre produtos do mercado da América Latina e, além disso, ajudar a idealizar soluções técnicas e inovadoras. No

evento, também foram reconhecidas as melhores empresas em outras nove categorias.

A premiação ocorreu na noite de 21 de julho em Belo Horizonte - MG, reconhecendo os fornecedores da América Latina que se destacaram em 2021 pela excelência e boa performance em soluções, produtos e serviços.

“Este reconhecimento nos honra pela grandiosidade e expressão da Iveco Group no mercado e por ser, também, em uma categoria que nos move dia a dia: tecnologia e inovação”, descreve o diretor geral da Resfri Ar, Thobias Cardoso. “Somos inquietos e buscamos soluções em todas as esferas que atuamos”, avalia.

Essa foi a primeira vez que a Resfri Ar conquistou esse importante prêmio do Grupo Iveco. Mas a empresa já recebeu diversas premiações promovidas pela montadora italiana: em 2009 no Prêmio Qualitas Awards, em 2011 no Prêmio Qualitas Awards na categoria Elétrico, em 2013 na

**Resfri Ar já recebeu
diversas premiações
de qualidade do Grupo
Iveco**



categoria de redução de custos no Prêmio Melhores Fornecedores de 2012 e no ano de 2013 a Resfri Ar foi premiada pela Proposta Técnica de redução de Custo, implementada através do SuPER – Programa de Otimização do Valor do Produto.

Com sede em Vacaria, RS, a Resfri Ar, que está celebrando seus 25 anos de atividade, é líder do mercado nacional no segmento climatizadores de ar para veículos. Modernos e de alta qualidade, os produtos são carro-chefe da empresa que também os produz para linha agrícola e veículos especiais. Figuram ainda entre os principais produtos as geladeiras automotivas e portáteis, que acumulam a função de refrigeração e congelamento, conservando alimentos e bebidas sempre frescos. As geladeiras portáteis passam a contar agora com a função bluetooth, garantindo ainda mais praticidade e tecnologia.

A Resfri Ar está passando por um processo de expansão fabril. A empresa inaugurou mês passado novo pavilhão de cerca de 1.500 metros quadrados. A nova estrutura se une aos outros dois pavilhões que a companhia já possuía e, com isso, passa a totalizar 10,3 mil metros quadrados de área industrial. Com a inauguração do novo espaço, a Resfri Ar contemplará novos processos metalúrgicos, como corte a laser, dobragem, prensagem e de estampagem. Esse processo possibilitará entregas ainda mais ágeis, e também, viabilizará a criação de produtos completamente novos.

Além disso, no ano passado todo o processo da fábrica atual passou por um processo de modernização e investimento em novos equipamentos, como moldes, ferramentas e capacitação humana. Com 260 colaboradores, a Resfri Ar fornece climatizadores de ar para caminhões para todas as montadoras instaladas no Brasil: DAF, Volvo, Iveco, MAN/Volkswagen, Scania e Mercedes Benz. Além disso, em função da alta qualidade dos produtos, a empresa também exporta climatizadores de ar e geladeiras para a África, Ásia, América Latina, América do Norte e Europa.

Audi inicia venda do primeiro híbrido plug-in no País...

A Audi lançou no início de julho seu primeiro modelo híbrido plug-in no Brasil, o novo Q5 TFSIe quattro, que chega nas configurações SUV e SUV Coupé, em lote limitado a trezentas unidades. O conjunto híbrido é formado pelo motor 2.0 turbo a gasolina de 252 cv e por propulsor elétrico de 143 cv que, juntos, combinam potência de 367 cv. A bateria de lítio de 17,9 kWh garante autonomia de 56 a 62 quilômetros rodando em modo 100% elétrico com velocidade limitada a 135 km/h. O preço inicial é de R\$ 414 mil com faturamento direto ao comprador.



Divulgação/Audi

...e lança três híbridos leves

A Audi também lançou versões híbridas leves com circuito de 48V dos modelos A3, A4 e A5, para atender à nova fase da legislação de emissões do Proconve L7. Os três utilizam o mesmo motor 2.0 TFSI que tinha 190 cv e subiu para 204 cv combinado com o sistema eletrificado, que agrega um pequeno impulsor elétrico para ajudar no impulso das partidas e desliga o motor a combustão quando o motorista tirar o pé do acelerador.



Divulgação/Audi

GM apresenta Blazer elétrico que virá ao Brasil



Divulgação/GM

A General Motors apresentou a versão final do Chevrolet Blazer EV, SUV elétrico prometido para ser vendido no Brasil em 2024, importado do México. Antes, no começo de 2023, ele chegará às concessionárias dos Estados Unidos. As versões do Blazer EV terão autônominas diferentes e, segundo a GM, a de maior capacidade será a de 530 quilômetros com uma carga. A configuração mais potente terá potência acima de 560 cv.

BYD importa o D1 EV com foco em frotas



Divulgação/BYD

A chinesa BYD começou a importar mais um carro elétrico no Brasil, o D1 EV, desenvolvido em parceria com a empresa de transporte por aplicativo DiDi Chuxing, dona da 99. O carro custa R\$ 270 mil e será oferecido a frotistas, incluindo locadoras, por venda direta. O veículo tem características próprias para transporte de passageiros, como a porta traseira direita deslizante motorizada. O motor elétrico gera 136 cv e a bateria tem autonomia para 371 km, informa a BYD. Antes do D1 a fabricante lançou dois elétricos luxuosos para o público de alta renda, o SUV Tan EV e o sedã Han EV.

Nissan Leaf chega à linha 2023

A Nissan começou a distribuir em julho o Leaf 2023 às suas 44 concessionárias no Brasil homologadas para venda e manutenção de veículos elétricos. O modelo teve o design exterior renovado, ganhou novos equipamentos e manteve o preço da linha anterior: R\$ 293 mil 790. A grade frontal e o para-choque dianteiro têm novos formatos, assim como os faróis. Internamente a grande novidade é o retrovisor interno inteligente, que trocou o espelho por uma tela LCD que transmite as imagens capturadas por uma câmera traseira.



Divulgação/Nissan

Fiat Cronos 2023 ganha transmissão CVT



Divulgação/Fiat

Foram mínimas as mudanças estéticas que a Fiat aplicou na linha 2023 do Cronos, lançada no fim de julho com grade frontal atualizada e novo desenho das calotas e rodas. Internamente o volante também é novo, com mais funções. A novidade foi a ampliação da gama do sedã compacto, que passou de duas para cinco versões, as três mais caras equipadas com o motor Firefly 1.3 de 107 cv e duas delas com a inédita opção para o modelo de transmissão automática do tipo CVT, com preços de R\$ 88,8 mil e R\$ 93,5 mil. As duas opções mais baratas do Cronos, com motorização 1.0 e câmbio manual, agora custam 74,8 mil e R\$ 78,5 mil, e a intermediária 1.3 manual sai por R\$ 84,5 mil. Com essa ampliação da oferta a marca pretende aumentar a distância da concorrência no segmento em que o Cronos foi o mais vendido no Brasil em junho. O modelo também lidera as vendas na Argentina e na América do Sul.

BMW confirma produção dos novos Série 3 e X1 em Araquari

Os novos BMW Série 3 e X1 serão produzidos em Araquari, SC. A nacionalização do sedã e do SUV integram os R\$ 500 milhões em investimentos anunciados no fim de 2021 pela montadora no País, recursos que também serão aplicados na engenharia local, que vem ganhando espaço em desenvolvimentos globais da BMW. O X1 é o carro de nova geração que havia sido prometido pelo presidente Aksel Krieger na ocasião do anúncio do ciclo de investimento, que vai até 2024. O novo Série 3 começará a ser montado nas linhas catarinenses em setembro e o X1 chega mais para o fim do ano, ou começo de 2023.



Divulgação/BMW

AGCO investirá R\$ 340 milhões

A fabricante de máquinas agrícolas AGCO anunciou investimento de R\$ 340 milhões nas operações brasileiras até 2024. Os recursos serão dedicados a duas fábricas: uma em Ibirubá, RS, onde serão produzidas versões menores da plantadeira Momentum da marca Fendt – mas que poderão integrar o portfólio da Massey Ferguson e da Valtra, caso haja demanda do mercado –, e em Mogi das Cruzes, SP, o aporte será para nacionalizar tratores com potências maiores da Fendt, atualmente importados, e modelos grandes da Massey Ferguson.



Divulgação/AGCO

Artecola põe fim à recuperação judicial



Divulgação/Artecola

Após quatro anos e meio o processo de recuperação judicial da Artecola chegou ao fim. Em maio, a indústria química celebrou 74 anos. A empresa produz adesivos, selantes e laminados termoplásticos para usos industrial, profissional ou doméstico. Protocolado em fevereiro de 2018, o pedido de recuperação judicial decorreu de grave crise iniciada a partir de contratos com o governo federal assinados por uma das empresas que integrava a holding FXK Participações, da qual a Artecola faz parte. O não cumprimento do contrato pela contratante desestruturou o planejamento financeiro da operação porque a corporação passou a ser acionada por credores.

NGK mudará nome para Niterra em 2023

Por decisão dos acionistas, a partir de 1º de abril de 2023 a fabricante de velas de ignição NGK Spark Plug atenderá por novo nome: Niterra. Segundo a empresa, a nova identidade expressa o seu comprometimento em contribuir para uma sociedade mais sustentável. As marcas NGK, de componentes automotivos, e NTK, de sensores e ferramentas de corte, serão mantidas para os respectivos negócios. Fundada em 1936, em Nagoya, Japão, a companhia opera há mais de sessenta anos no Brasil. Sua fábrica em Mogi das Cruzes, SP, com 625 mil m², que detém o maior sistema fotovoltaico da região do Alto Tietê, emprega 1,3 mil pessoas.

Böllhoff completa 145 anos

A Böllhoff, fornecedora de fixadores para indústria automotiva, completou 145 anos de operação no seu país de origem, a Alemanha. A fábrica brasileira, instalada em Jundiá, SP, foi inaugurada em 1964, quatro anos após o início da expansão internacional da companhia. A divisão no Brasil produz cerca de 620 milhões de fixadores por ano, sendo que 40% são exportados para mercados como França, Alemanha, Estados Unidos, Japão, Argentina, Chile e Colômbia.

Dunlop supera marca de 40 milhões de pneus produzidos no Paraná

A Dunlop superou 40 milhões de pneus para veículos leves produzidos em sua fábrica brasileira, em Fazenda Rio Grande, PR. A unidade recebe mais de R\$ 1 bilhão em investimentos, que serão aplicados para ampliar em 28% a capacidade de produção para 23 mil unidades por dia, até 2024. A linha de pneus de carga também vai crescer, para 2,2 mil/dia, o dobro da capacidade atual, a partir de 2025.

Nissan entra no mercado de locação

A Nissan lançou o Nissan Move, seu serviço de assinaturas de veículos. Todos o portfólio da marca está disponível para locação, do Versa e Kicks ao elétrico Leaf. Os preços variam de acordo com o modelo e a versão. Por exemplo, um Kicks Advance, configuração intermediária, custa R\$ 2 mil 889 ao mês no contrato de doze meses, com franquia de 12 mil, 18 mil e 24 mil quilômetros por ano. A contratação poderá ser feita pelo site, com todo o processo on-line, ou em algumas concessionárias da marca, começando por nove cidades, com expectativa de expansão para outras regiões nos próximos meses. Ao fim do aluguel a prioridade de compra do veículo será das concessionárias Nissan e, caso o cliente tenha interesse em ficar com o automóvel, deverá negociar direto com a revenda.



Divulgação/Nissan

Kinto, da Toyota, agora oferece assinatura de carro seminovo

Ao completar dois anos de operações no mercado nacional, em julho, a Kinto, empresa da Toyota, passou a oferecer assinatura de automóveis seminovos para pessoas físicas, além do tradicional pacote de zero-quilômetro. Os usados oferecidos são modelos Toyota que retornam de locações às frotas corporativas. Assim como no caso dos carros novos há a possibilidade de contratação por 12 ou 24 meses, com

preços que variam de acordo com a localização e o modelo. Um Corolla 1.8 Altis Hybrid Premium, híbrido topo de linha, com 8,7 mil quilômetros rodados podia ser alugado a partir de R\$ 4,2 mil/mês por 24 meses, contra R\$ 6 mil/mês na assinatura de um zero nas mesmas condições. Na mensalidade estão incluídos IPVA, seguro, manutenção preventiva, assistência 24 horas e um carro reserva quando necessário.

Exportações da Iveco crescem 420%



Divulgação/Iveco

No primeiro semestre deste ano a Iveco registrou crescimento de 420% nas suas exportações de veículos comerciais para diversos países da América Latina, comparado com o mesmo período de 2021, além de elevar em 53% suas vendas no Brasil. Três países foram destaque: Chile, Peru e Uruguai. A expansão das vendas externas deve continuar, segundo Daniel Calderoni, diretor comercial para países importadores. Até o fim do ano a empresa pretende somar 178 pontos de atendimento em mercados latino-americanos: "Destaco nossa relevância estratégica para a operação global da Iveco. Intensificaremos ainda mais a expansão da marca na região".

Randon compra a Hercules e entra nos Estados Unidos

Para expandir sua presença nos Estados Unidos a Randon assinou em julho contrato de intenção de compra da fabricante de semirreboques Hercules, com investimento inicial de US\$ 40 milhões, processo que deverá ser finalizado em até quatro meses. Com isso o grupo gaúcho entra no mercado de implementos com a produção local no país. Unidades de negócios de autopeças das Empresas Randon, como a Fras-le e a Auttom, já operam nos Estados Unidos com fábricas e escritórios comerciais. Para o diretor superintendente da divisão Montadora, Sandro Trentin, trata-se de "um marco histórico para a Randon Implementos, com potencial de crescimento pela competitividade e pelas características do modelo de transporte e logística daquele país".



Divulgação/Randon

Olivo Implementos lança rodotrem basculante

A Olivo Implementos apresentou seu semirreboque rodotrem basculante, o SR, dedicado ao transporte de grãos, calcário, açúcar e fertilizantes. O equipamento é produzido com chapas de aço três vezes mais resistentes do que as de seus concorrentes, segundo a empresa. Com uso de aço mais resistente, o peso do implemento foi reduzido, aumentando sua capacidade de carga em até 800 kg. O SR Rodotrem Basculante também oferece, como opcional, o acionamento do sistema de basculamento por meio de controle remoto, aumentando a rapidez das operações.



Divulgação/Olivo

Meritor inaugura linha de diferenciais na fábrica de Osasco



Divulgação/Meritor

A Meritor inaugurou nova linha de diferenciais na fábrica de Osasco, SP, que recebeu investimento de R\$ 1 milhão e foi dividida em três células: pinhão, coroa e circuito de prateleiras. Uma das novidades é que a montagem dos diferenciais, componente mais importante dos eixos trativos que a Meritor produz, agora é feita por prensagem em processo automático. Outro avanço na unidade é a instalação de um armazém vertical, com investimento de US\$ 80 mil, o primeiro do tipo da empresa no Brasil. O equipamento verticaliza o armazenamento dos componentes, com ganhos de espaço e flexibilidade no manuseio das peças. A prateleira desce automaticamente com os itens solicitados pelo operador que seguem para a linha de produção em kits, substituindo as embalagens individuais.

Arcelor Mittal compra CSP por US\$ 2,2 bilhões

A ArcelorMittal comprou a CSP, Companhia Siderúrgica do Pecém, por US\$ 2,2 bilhões. Localizada em São Gonçalo do Amarante, no Ceará, a usina tinha participação da Vale e das sul-coreanas Posco e Dongkuk Steel. A usina, a 10 km do porto de Pecém, conta com incentivos fiscais e produz placas de aço desde 2016. Segundo comunicado a ArcelorMittal, a aquisição, que ainda precisa ser aprovada pelo CADE, amplia sua posição no mercado brasileiro, adiciona 3 milhões de toneladas à sua capacidade de produção e permite novas expansões, além de abrir espaço para investimentos planejados por outras empresas para criar um hub de eletricidade limpa e hidrogênio verde. As sinergias identificadas somam US\$ 50 milhões.

Scania cederá excedente de água de reuso a São Bernardo

A Scania selou acordo com a Prefeitura de São Bernardo do Campo, SP, para ceder ao município 15% da água reaproveitada da fábrica produzida em sua ETE, estação de tratamento de efluentes, inaugurada no início deste ano e em pleno funcionamento desde abril. A planta do ABC utiliza 85 milhões de litros de água por ano e o plano será reduzir o consumo em 85% com o tratamento e reuso. Foram investidos R\$ 12 milhões para construir a ETE, que filtra todos os efluentes produzidos internamente, orgânicos e industriais, para abastecer quase a totalidade dos processos produtivos com água reaproveitada. A água de reuso doada pela Scania, segundo o prefeito de São Bernardo, Orlando Morando, poderá ser utilizada para a irrigação de parques e jardins dos espaços verdes da cidade.



Divulgação/Scania

Borgwarner completa cinco anos sem acidentes em Brusque

A Borgwarner completou cinco anos sem acidentes em sua fábrica instalada em Brusque, SC, onde produz motores de partida e alternadores para veículos leves e pesados. A unidade celebrou a marca lembrando da necessidade de ações contínuas para

a conscientização de seus colaboradores, assim como atitudes seguras no dia a dia. A empresa é certificada pela norma ISO45001, que reforça seu foco na total segurança do trabalho e saúde dos empregados.

Marelli é certificada pelo uso de energia renovável

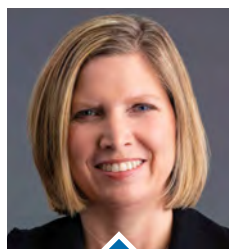
A operação da Marelli no Brasil recebeu certificação pelo uso de energia renovável em suas plantas. O selo IREC, International Renewable Energy Certificate, tem validade global e é emitido para

empresas que usam energias limpas, como eólica, solar, biomassa e hídrica. A energia usada pela Marelli é fornecida pela CTG Brasil para as suas cinco unidades no Brasil.

GM entra em projeto para restaurar floresta amazônica

A General Motors anunciou parceria com a seção brasileira da Conservação Internacional, a CI Brasil, para apoiar a restauração da floresta amazônica na região do rio Tapajós, no Pará. A empresa entregou duas picapes Chevrolet S10 e fez aporte financeiro

para ajudar a melhorar as ações realizadas pela organização. Segundo a GM, esta é mais uma das iniciativas da empresa comprometidas com as metas globais ODS, Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, que faz parte da Agenda 2030 da ONU.



Divulgação/Cummins

CUMMINS: JENNIFER RUMSEY

Jennifer Rumsey é a primeira mulher alçada ao mais alto posto da Cummins. Em agosto ela se tornou a nova CEO global da fabricante de motores, sucedendo a Tom Linebarger, que será o presidente do conselho de administração e presidente executivo da companhia fundada em 1919 – e que até agora teve sete chefes executivos. Rumsey assumiu em março de 2021 o cargo de chefe de operações globais, COO. Em fevereiro deste ano foi indicada para um assento no conselho de administração da empresa. Ela ingressou na Cummins na área de pesquisa e tecnologia e passou por diversas posições executivas.



Divulgação/Volvo

VOLVO: THAÍS SCHMELZER

Thaís Schmelzer é a primeira mulher a ocupar o cargo de gerente comercial do Consórcio Volvo. Ela ficará baseada na sede brasileira da fabricante de caminhões e ônibus em Curitiba, PR, e se reportará ao diretor de desenvolvimento de mercado da Volvo Financial Services, José Olímpio. Engenheira de produção formada pela PUC-PR, a executiva acumula experiência internacional na Volvo Financial Services, com passagens pelos Estados Unidos, China e França, onde conheceu de perto as operações financeiras nos mercados-chave da organização.



Divulgação/Clarios

CLARIOS+HELAR: SILVEIRA E PELUSO

A Clarios anunciou mudanças em duas gerências na sua marca de baterias Heliar. Rodrigo Cesar Borba Silveira é o novo gerente de contas globais e Fabio Ferrari Peluso agora é gerente nacional de vendas. Com dezoito anos de carreira, Silveira é formado em direito e tem pós-graduação em marketing. Com 20 anos de experiência em engenharia de produto, Peluso é formado em engenharia elétrica/eletrônica e tem MBA de gestão de negócios.



Divulgação/Here

HERE: NANCY MARTON

A Here promoveu Nancy Marton a chefe de vendas América Latina. Com treze anos de experiência na empresa que desenvolve sistemas de mapeamento e localização, a executiva dirigirá a equipe de vendas e gestão de parcerias no Brasil e no México, atuando a partir do escritório de São Paulo. Nancy Marton passou por diversos cargos na Here na área de finanças, suporte a vendas e marketing, atendendo a clientes no setor automotivo, industrial e de transporte e logística. Sua trajetória profissional também inclui cargos nos Estados Unidos.



Divulgação/Case IH

CASE IH: PEREZ

A Case IH, fabricante de máquinas agrícolas do grupo CNH Industrial, anunciou mudanças em sua diretoria no Brasil. Denny Perez é o novo diretor comercial da divisão, sucedendo a Paolo Rivolo, que assumirá novo cargo na equipe comercial da empresa na Europa. Perez trabalha há mais de vinte anos na CNH Industrial e nos últimos cinco anos foi diretor de grandes contas.



Divulgação/Bridgestone

BRIDGESTONE: SELTZER E OLIVEIRA

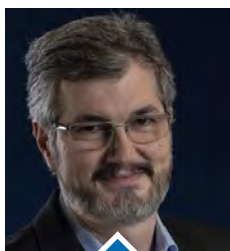
Damian Seltzer [foto] é o novo diretor geral das operações da Bridgestone no Brasil. Ele ocupava o mesmo cargo na Argentina, onde será substituído por Lafaiete Oliveira, que era o responsável mercados de exportação na América do Sul, onde a companhia não produz pneus mas os comercializa, como Chile, Peru, Bolívia, Paraguai e Uruguai. Seltzer ingressou na Bridgestone em 2012 e foi vice-presidente de operações no mercado brasileiro de 2016 a 2019, quando foi cuidar dos negócios da subsidiária argentina. Oliveira, por sua vez, entrou na Bridgestone Brasil em 2015 como diretor de cadeia de suprimentos e depois ocupou a diretoria de vendas.



Divulgação/Renault

RENAULT: MARLUCE BORGES

Com mais de vinte anos de experiência na indústria automotiva, Marluce Borges foi nomeada diretora de compras da Aliança Renault-Nissan-Mitsubishi para a América Latina. A executiva passa a ser responsável pela gestão da cadeia de suprimentos de Renault e Nissan na região e também a integrar o comitê de direção de ambas as empresas no Brasil. Formada em comércio exterior pelo Centro Universitário Newton Paiva e em administração, com especialização em compras e logística, pela Universidade de Turim, na Itália, Marluce Borges se reportará a Reinder Postema, vice-presidente de compras da Aliança na América Latina.



Divulgação/Stellantis

STELLANTIS: FULLANA

Glauber Fullana é o novo vice-presidente de manufatura da Stellantis América do Sul. Ele é o primeiro brasileiro a assumir o cargo, em sucessão ao italiano Pierluigi Astorino, que deixou a companhia.

O executivo ingressou na Fiat em 1997 como chefe de equipe de manufatura na fábrica de Betim, MG, passando depois por todas as posições de direção na área de produção, até se tornar o responsável pela planta Betim de 2014 a 2016.

Depois disso assumiu o mesmo cargo no Polo Automotivo Jeep em Goiana, PE. Mais recentemente, após a fusão da FCA e PSA que criou a Stellantis, em 2021, foi nomeado diretor de engenharia de manufatura do grupo na América do Sul.



Divulgação/Cummins

CUMMINS: ALMEIDA

Antonio Almeida assumiu a diretoria de vendas para o segmento on-highway da Cummins no Brasil, área responsável pelo fornecimento de motores diesel a fabricantes de caminhões e ônibus. O engenheiro assumiu o cargo em agosto, para fortalecer ainda os planos de negócios no País. Almeida entrou na Cummins em 2000 e passou por diversas áreas. Desde abril de 2019 era o diretor de vendas da divisão de filtros.



Divulgação/BMW

BMW: PEREIRA

O Grupo BMW Serviços Financeiros nomeou o economista Matheus Pereira seu novo superintendente de vendas, marketing, CRM, produtos e planejamento comercial. Com catorze anos de experiência na companhia, onde ingressou em 2008 como gerente comercial, ele assumiu o novo posto em agosto e passou a se reportar ao CEO Mario Janssen. Antes Pereira era chefe de desenvolvimento de clientes e negócios na BMW Motorrad do Brasil, a divisão de motos da fabricante alemã. Também passou pelas áreas de vendas de BMW e Mini e pelo desenvolvimento de negócios no braço financeiro do grupo.

“Se a produção crescer a indústria perderá poder de aumentar preços, o que significa pressão sobre as margens [de lucro].”

Carlos Tavares, CEO da Stellantis, ao reconhecer que o resultado financeiro recorde do primeiro semestre foi obtido graças a reajustes de preços, aceitos pelo mercado porque a produção está abaixo da demanda.

“Nunca recebi telefonemas de executivos da indústria automotiva. Mas nos últimos dois anos eles ligam e se comportam como meus melhores amigos.”

C. C. Wei, CEO do maior produtor mundial de chips, a Taiwan Semiconductor Manufacturing Company, TSMC, ao relatar a mudança de comportamento das montadoras a uma plateia às gargalhadas de parceiros da empresa no Vale do Silício.

8,7 mil

Média diária de emplacamentos nos 21 dias úteis de julho, quase 1 mil unidades abaixo das 9,5 mil necessárias para atingir a projeção da Anfavea de 2,1 milhões de veículos em 2022.

1,1 milhão

Volume de veículos vendidos de janeiro a julho no Brasil. Foram necessários sete meses para superar a marca de 1 milhão, um mês a mais do que aconteceu em 2021.

0 x 0

Com quase 219 mil veículos produzidos em julho, 2022 empata em zero a zero com 2021. Em ambos os anos a produção soma 1,3 milhão de unidades em sete meses.

“Carros voadores são uma modinha, não uma tendência real e significativa. É preciso pensar no longo prazo e fazer investimentos em pesquisa e desenvolvimento para o futuro do transporte.”

Amy Webb, respeitada futurista e especialista em novas tecnologias, em palestra na Expert XP, evento de investimentos promovido pela XP no São Paulo Expo, no início de agosto.

“A única certeza que tenho é que quando tudo isso acabar a minha residência será aqui, volto a morar no Brasil.”

Pablo Di Si, presidente da Volkswagen América Latina, de partida para os Estados Unidos, onde em setembro será o CEO da empresa na América do Norte.

HOSPITAL PEQUENO PRÍNCIPE



ESPECIALISTA EM SER COMPLETO

O Pequeno Príncipe – maior hospital exclusivamente pediátrico do Brasil – é um reconhecido centro de diagnóstico e tratamento, que oferece desde atendimentos ambulatoriais e exames até cirurgias e transplantes, em 35 especialidades médicas, a crianças e adolescentes de todo o país.

Com o trabalho sinérgico e integrado de equipes de saúde especializadas e multidisciplinares aliado a serviços complementares e de apoio, garante atendimento integral aos pacientes e suas famílias.

Temos muitos diferenciais.

Mas se fosse para resumir em um só, seria: somos vários hospitais pediátricos em um.



O Hospital Pequeno Príncipe é uma instituição filantrópica e precisa do seu apoio para continuar salvando vidas.

Faça a sua doação:

DOEPEQUENOPRINCIPE.ORG.BR



AUTODATA

Os patrocinadores desta edição

