

AUTO DATA



From the Top:
Vanessa Castanho,
da Citroën

BYD RECONSTRÓI BAHIA AUTOMOTIVA

TEVE MAS ACABOU

Balço dos
descontos para
automóveis

TEM E AINDA NÃO ACABOU

Programa para
renovar caminhões e
ônibus pode decolar

LANÇAMENTOS DE PICAPES

Nova Ford Ranger
e Ram Rampage
são destaques

Chinesa investe
R\$ 3 bilhões para
produzir veículos
elétricos em
Camaçari

VEÍCULO
100%
ELÉ




VW Delivery 11.180

Entrega+Valor

para o seu negócio.



Acesse nosso QR Code ou vwco.com.br para conhecer este caminhão e outros modelos da Nova Família VW Delivery.

 Volkswagen Caminhões e Ônibus

 Volkswagen Caminhões e Ônibus

 @vvcaminhoes

Porque tem novo motor mais eficiente, com até 8% de redução no consumo de combustível.

Porque tem melhor ergonomia e conforto de automóvel.

Porque tem banco de couro sintético, ar-condicionado, trio elétrico e rádio com Bluetooth de série.

Porque tem novo painel de instrumentos com mais de 70 funções.

Porque tem mais segurança ativa, com controle de tração e estabilidade de série.

Porque tem assistente de partida em rampa automático de série.

Porque tem luz de condução diurna em LED.

Porque tem conectividade RIO: manutenção e performance na gestão de frotas.

O VW Delivery 11.180 entrega mais valor para o seu negócio porque entrega mais eficiência, mais conforto, mais segurança e mais tecnologia.



Caminhões
Ônibus

**EVENTO AUTODATA
REVISÃO DAS PERSPECTIVAS**

18

Por três dias executivos do setor automotivo discutiram os prognósticos da indústria para 2023 e chegaram a uma conclusão: mercado só retoma crescimento quando crédito voltar a expandir.

**DESCONTOS PARA CARROS
TEVE MAS ACABOU**

30

Durou menos de um mês o programa do governo para baratear automóveis, com aumento de vendas para pessoas que estavam fora do mercado e voltaram a poder comprar um zero-quilômetro.

**MATRIZ ENERGÉTICA
ENERGIA LIMPA NA INDÚSTRIA**

50

Fábricas de veículos e autopeças aproveitam a matriz limpa do Brasil para descarbonizar seus processos produtivos com uso de fontes energéticas renováveis hídrica, solar e eólica.

**CANDIDATO A SER BAIANO
BYD DOLPHIN ELÉTRICO**

64

Chinesa começa a vender no Brasil hatch médio 100% elétrico com preço e porte para balançar o mercado: Dolphin tem grandes chances de ser o primeiro modelo a ser produzido pela BYD na Bahia.

**PROJETADA NO BRASIL
RAM RAMPAGE**

72

Nova picape é a primeira Ram desenvolvida e produzida fora dos Estados Unidos, aproveitando a mesma plataforma utilizada nos modelos Jeep e Fiat produzidos pela Stellantis em Goiana.

24

**VENDAS GLOBAIS
CRESCIMENTO PEQUENO**

Consultorias apontam para tímida expansão dos principais mercados de veículos no mundo. As projeções de avanço giram de 4% a 6%, ainda sob efeito da recessão causada pela pandemia.

42

**DESCONTOS PARA PESADOS
TEM E AINDA NÃO ACABOU**

As vendas de caminhões e ônibus com descontos patrocinados pelo governo começam a acontecer depois de ajuste no programa para facilitar a entrega de veículos com mais de vinte anos de uso.

56

**INVESTIMENTO
BYD NA BAHIA**

Fabricante chinesa confirma aporte de R\$ 3 bilhões para abrir três fábricas em Camaçari, onde produzirá carros elétricos e híbridos, caminhões e ônibus elétricos, além de processar lítio e fosfato de ferro.

66

**LANÇAMENTO
FORD SOBE A RÉGUA DA RANGER**

Nova geração da picape média, produzida na Argentina, começa a ser vendida no Brasil com muitas evoluções em design, motorização, conforto e ainda mais capacidade fora-de-estrada.

80

**PRÊMIOS
FORNECEDORES**

A Honda premiou os melhores fornecedores de seus automóveis produzidos no Brasil. E a Volkswagen voltou a reconhecer o desempenho dos parceiros de olho em mais nacionalização.

6

LENTES

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

10

FROM THE TOP

Vanessa Castanho conta como a Citroën voltou a crescer em vendas no País e os planos da marca.

84

GENTE & NEGÓCIOS

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

90

FIM DE PAPO

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

De boas intenções...

Por Pedro Kutney, editor

É inegável que a volta da indústria e do setor automotivo à agenda do governo federal traz alento após anos no inferno da obscuridade política e econômica. Sem ainda querer completar o dito popular iniciado no título acima, é necessário bem mais do que boas intenções para retomar o tão necessário crescimento industrial, o único capaz de colocar o Brasil em rota de civilização desenvolvida.

Ainda que seja legítimo acreditar em boas intenções foi rápida demais e pouco eficiente a concessão de descontos bancados com dinheiro público para aquisição de veículos zero-quilômetro, em ato que serviu apenas a impulsionar um voo de galinha do mercado – mas muito comemorado até por gente que não escondia admiração pelo descalabro de antes.

No balanço do programa publicado nesta **AutoData** fica evidente que os incentivos serviram para poucos compradores de automóveis novos que, em boa parte, nem precisavam de subsídios para levar para casa veículos de mais de R\$ 100 mil. Sim: gastou-se escassos recursos públicos com muitos que não precisavam deles.

E para o caso de proprietários de caminhões e ônibus, instados a entregar para desmanche seus veículos com mais de vinte anos de idade para ter direito aos descontos patrocinados pelo governo na compra de modelos zero-quilômetro, a coisa simplesmente não funcionou até o momento porque a conta não fecha: é inviável vender um caminhão por R\$ 30 mil para comprar outro por R\$ 300 mil. Mas ainda estão tentando fazer a coisa funcionar, parece que agora vai.

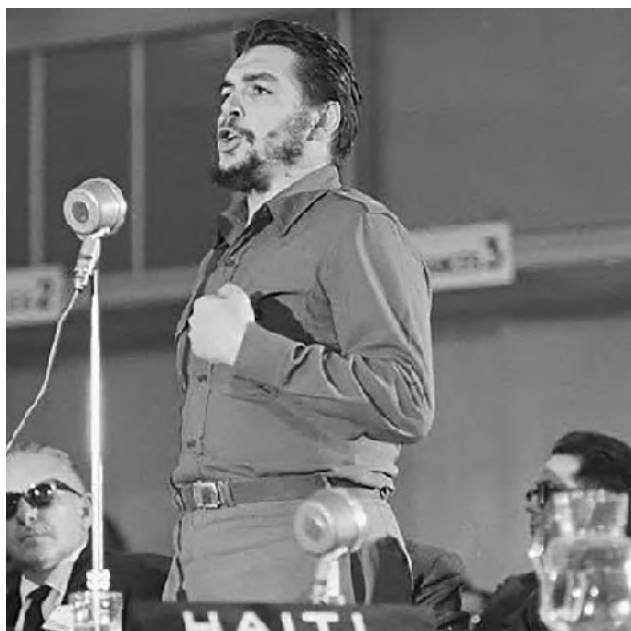
Ao mesmo tempo há gente que avalia ser desnecessário conceder incentivos fiscais para a BYD se instalar na Bahia com a promessa de investir R\$ 3 bilhões em três fábricas e fazer o Brasil finalmente avançar na produção de veículos elétricos e suas tecnologias. Enquanto o governo baiano comemorava a reconstrução do polo automotivo de Camaçari abandonado pela Ford, deputados foram parabenizados por conseguir retirar do texto da reforma tributária dispositivo que garantia os estímulos prometidos à companhia chinesa, talvez uma desconfortável competidora às multinacionais em solo nacional. Mas, claro, devem ter existido boas intenções.



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** Aline Feltrin, André Brarros, Caio Bednarski, Lúcia Camargo Nunes, Roberto Nunes, Soraia Abreu Pedrozo **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação **Capa** Foto divulgação

Governo da Bahia **Comercial e publicidade** tel. PABX 11 3202 2727: André Martins, Luiz Gíadas 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, bloco 5, 4º andar, sala 434, 05802-140, Jardim São Luís, São Paulo, SP, Brasil. É proibida a reprodução sem prévia autorização mas permitida a citação desde que identificada a fonte. **Jornalista responsável** Leandro Alves, MTB 30 411/SP



Reprodução Internet

GUEVARA E A INDÚSTRIA

Industrializar, desindustrialização, neoindustrializar. Estado mínimo. Ouve-se de tudo porque nossos ouvidos são penicos. Câmaras, estas que gravam movimentos, são câmeras, anglicismo adotado com feliz satisfação e indiferença. Haverá instante em que teremos a Câmara dos Deputados, sediada em Brasília, DF, na Praça dos Três Poderes. E milhares de Câmaras de Vereadores espalhadas por todo o País. E por que não, não é mesmo, se tudo é permitido? Mas nos interessa a indústria, ente cheio de pundonores que transcendem a livre iniciativa mas que não abre mão de uma ajudazinha do Estado nos momentos mais complicados. A propósito da indústria caiu-me à mão texto de discurso proferido pelo internacionalista Ernesto Guevara em agosto de 1961, na Universidade da República do Uruguai.

GUEVARA E A INDÚSTRIA 2

O tema era o desenvolvimento econômico e disse ele: "É, naturalmente, a industrialização que dá a verdadeira pauta do desenvolvimento. De acordo como for o processo industrial assim decorrerá o desenvolvimento do país". Ele segue: "Em Cuba, e me atrevo a afirmar que na maioria dos países da América que são fundamentalmente agrícolas ou agropecuários, o desenvolvimento econômico se inicia com a reforma agrária e a adequada distribuição das terras". E lembra que "o direito de comer é o direito de todo mundo". E se alonga: "A única coisa que temos de considerar é que primeiro está o desenvolvimento e que toda conquista do tipo social que não se baseie em um aumento da produção, tarde ou cedo, vai fracassar, vai naufragar".

GUEVARA E A INDÚSTRIA 3

Este registro tem o sentido de reconhecer que até El Che, ministro da Indústria de Cuba, sabia disto sem nunca, exatamente, ter vivido num chão de fábrica e sendo médico por formação.



Por Vicente Alessi, filho

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

RANKING DE COMPETITIVIDADE

Claro que a Dinamarca é a líder do ranking global de competitividade medido pela escola suíça IMD, um instituto especializado em gerenciar o desenvolvimento. Mas que o Brasil, depois de tantas décadas de esforços, esteja apenas mais bem situado do que África do Sul, Mongólia, Argentina e Venezuela soa como um grande fracasso. Mas é isto o que nos informa nota inserida em edição de junho de O Estado de S. Paulo, assinada pelo jornalista Eduardo Laguna. Mais: como o Kuwait tornou-se país também analisado para a estruturação deste ranking passou a ocupar a 59ª posição, no lugar do Brasil, que ocupou a 60ª. No Brasil a coleta dos dados econômicos e a pesquisa foram realizadas por equipe da Fundação Dom Cabral, considerando indicadores econômicos e pesquisas de opinião com empresários e executivos.

RANKING DE COMPETITIVIDADE 2

Aponta a pesquisa que nossos pontos mais fortes foram, em 2022, a infraestrutura básica, a atração de investimentos internacionais, emprego, preços e alimentos. E que vamos muito mal em educação, custo de capital, legislação trabalhista e finanças públicas e em produtividade da força de trabalho. Estamos particularmente atrasados na adoção de ferramentas de análise de dados e de inteligência analítica – a baixa produtividade se relaciona, diretamente, a deficiências na formação de capital humano.

RANKING DE PRODUTIVIDADE DA MÃO DE OBRA

O mesmo IMD da pesquisa anterior distribuiu, ainda em junho, o ranking da produtividade da mão de obra em 64 países e nele o Brasil comparece na 61ª posição, à frente de Mongólia, Nova Zelândia e Venezuela. Nesta pesquisa a Suíça ocupa o primeiro lugar, acompanhada de Irlanda, Dinamarca, Bélgica, Holanda, Hong Kong, Áustria, Alemanha, Bahrein e China até a décima colocação. A pesquisa mostra que, aqui, são necessários quatro trabalhadores para igualar a produtividade de um único trabalhador estadunidense. Com relação à Coreia do Sul não chegamos à metade.

EM SÍNTESE:

Já em edição de julho do mesmo diário o articulista Jorge J Okubaro junta os dados dos dois rankings citados acima a informe recente divulgado sobre o censo demográfico 2022 realizado pelo IBGE. O primeiro parágrafo: " Ainda que tentador anuir à ideia de que este tornou-se um país das oportunidades perdidas denotaria um conformismo infrequente entre pessoas preocupadas com o futuro. É verdade que motivos não faltam para estimular-nos a admitir que, como país, mal temos conseguido sair do lugar em desenvolvimento, competitividade, busca de uma sociedade menos desigual. Mas, mesmo com indicações fortes de que perdemos tempo demais para começar a construir o futuro, como demonstram alguns números do Censo Demográfico 2022, ainda temos caminhos a percorrer para escapar do que se pinta como nosso destino medíocre. Ainda não perdemos tudo".

EM SÍNTESE: 2

Depois Okubaro vai ao cerne da questão: "Dados mais detalhados, como a distribuição da população por idade, não foram divulgados. Mas é muito provável que tenha aumentado proporcionalmente a fatia dos mais idosos, enquanto a da população em idade de trabalho tenha diminuído ou estagnado. Esse quadro caracterizaria o fim, ou o começo do fim, do que os demógrafos chamam de bônus demográfico. É o período em que a parcela de pessoas em idade de trabalho é crescente ou suficientemente ampla para assegurar o sustento de crianças e dos mais idosos. É nesse período que os países podem crescer mais depressa. Em outras palavras o fim do bônus significa o envelhecimento da população e, por conseguinte, a perda de vigor de um país para crescer. Seria como se, sem ter aproveitado sua juventude, o Brasil já estivesse envelhecendo", resume o articulista.



PATROCINADORES



BOSCH
Tecnología para a vida



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.



5^o CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE NEGÓCIOS DO SETOR AUTOMOTIVO

**VOCÊ QUER EXPANDIR
SEU CONHECIMENTO?**

Não perca a oportunidade de participar do principal evento de análise do setor automotivo da América Latina.



Conheça o ponto de vista e as soluções dos principais líderes do setor automotivo do Mercosul.

Garanta sua vaga antecipadamente. Entre em contato pelo Celular/WhatsApp (11) 93372 1801 ou no e-mail vanvianna@autodata.com.br.



Condução de volta às origens da marca

Quando a fusão da PSA com a FCA foi consolidada, em janeiro de 2021, Vanessa Castanho foi das poucas lideranças da ex-PSA a ser convidada para permanecer onde estava, desde 2020, na direção comercial da Citroën no Brasil, mas como vice-presidente e com responsabilidade ampliada para toda a América do Sul.

Também era sua a missão de fazer a Citroën voltar a crescer na região com uma volta às origens, de ser uma marca acessível de volume, deixando para a história

a imagem de luxo e sofisticação desenhada no mercado brasileiro anos atrás.

A força do Grupo Stellantis tirou a Citroën de anos seguidos de declínio nas vendas. Depois de conseguir voltar ao crescimento logo no primeiro ano da fusão, com apenas um automóvel nacional, o C4 Cactus, a executiva seguiu com o plano traçado ainda antes da fusão, na PSA, com o lançamento de carros acessíveis da linha C-Cubed, cujo primeiro representante foi o novo C3, lançado há cerca de um ano.

Com o novo modelo a participação da Citroën no mercado brasileiro de 1,5% já é mais que o dobro do 0,7% que Vanessa encontrou há três anos, quando chegou ao escritório da PSA, após trabalhar por 23 anos na concorrente Renault.

Tudo está melhor mas a agenda segue lotada: a Citroën está prestes a lançar o segundo modelo C-Cubed, o SUV C3 Aircross, já tem o terceiro no horizonte do próximo ano e, como Vanessa conta, "estamos trabalhando intensamente para trazer mais produtos".



Clique aqui para assistir à versão em videocast desta entrevista

Quando foi consolidado o Grupo Stellantis, em janeiro de 2021, aqui no Brasil a senhora foi a única executiva vinda do lado PSA da empresa a assumir o comando de uma das marcas do grupo, a Citroën, da qual já era diretora um ano antes. O que pensou na época e como tem sido sua experiência nestes dois últimos anos?

Foi uma grata surpresa. Como [direção de] marca [na América do Sul] sou a única [que veio da PSA] mas após a fusão

muitos profissionais da ex-PSA e da ex-FCA vieram para o board em diversas áreas. Acredito que foram escolhidos porque tinham as características que a Stellantis precisava para suas ambições. No meu caso nós já estávamos [na PSA] construindo um plano de relançamento da Citroën, com novos produtos, mais visibilidade e também uma reestruturação de rede de concessionários. Este planejamento já estava sendo montado e com a chegada da Stellantis ele tomou



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✨





“A Citroën voltou para o posicionamento mundial dela, que é ser uma marca acessível. Mas vai ter uma gama ampla, estamos lançando o C3 Aircross, tem mais um novo carro chegando e também teremos outros produtos.”

velocidade. A fusão trouxe sinergias e fez nosso plano ganhar corpo, os produtos planejados começaram a chegar, já lançamos o novo C3, em breve lançaremos o C3 Aircross e há mais um modelo a ser lançado dentro do plano-produto C-Cubed. Quando temos uma estratégia muito clara, a rede está junto, ao lado de um grupo forte como Stellantis, chegamos onde queremos e é por isto que os resultados estão vindo.

Quando a senhora assumiu a direção da Citroën, em 2020, ainda na PSA, a marca vinha de um longo período de declínio no mercado brasileiro, a participação era de 0,7%, com apenas um automóvel produzido no Brasil, o C4 Cactus. Logo depois da fusão, com os mesmos poucos produtos, em 2021 as vendas já começaram a crescer e o market share avançou para 1,2%. A que se atribui este desempenho mesmo sem nenhum carro novo?

É preciso dizer que o C4 Cactus é um carro muito bom, o que precisava era de mais visibilidade. Fizemos mais in-

vestimentos em mídia e aumentamos a exposição do modelo para que os clientes no Brasil e outros países da região pudessem ter contato com ele. O fato de ter só o C4 Cactus naquele momento foi até bom, porque centrou o foco numa só direção da rede, montadora e todas as sinergias com a Stellantis. Isto resultou no sucesso inicial que tivemos.

Assim que foi concluída a fusão da PSA com a FCA no Grupo Stellantis Citroën e Fiat foram designadas como marcas generalistas de volume. Mas aqui parece que a ideia é um pouco diferente: a Fiat subiu para segmentos de maior valor e a Citroën, que era uma marca de produtos mais sofisticados, desceu para o segmento de entrada com o novo C3, mais popular. Por que isto acontece?

A Citroën voltou para o posicionamento mundial dela, que é ser uma marca acessível, voltando à origem lá do início de sua história, quando [o fundador] André Citroën foi um dos primeiros a pensar em financiamento para realmente dar acesso a seus veículos à população. Essa percepção de ficar mais popular acontece porque o primeiro carro lançado [na nova fase] foi um B-hatch [o novo C3] em um segmento que é um dos mais populares do mercado. Mas a Citroën vai ter uma gama ampla, estamos lançando o C3 Aircross, há mais um novo carro chegando e também temos outros produtos nos quais estamos trabalhando. Estamos seguindo a diretriz da marca que é dar acessibilidade no uso do veículo, com preocupação em oferecer serviços e inovações. O novo C3 é um exemplo disso: é um B-hatch que tem tamanho de B-SUV, tem tela

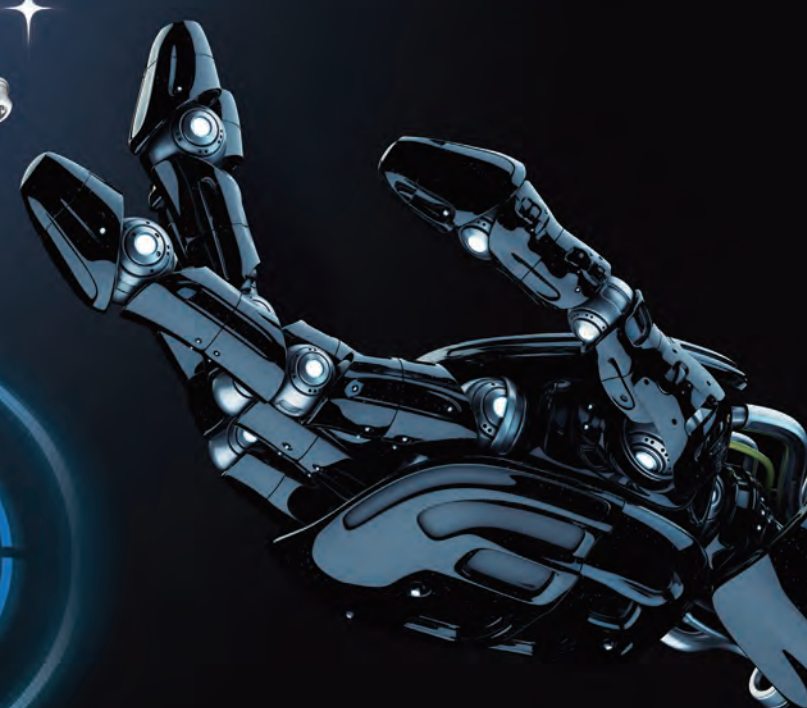
CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✨



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

HIGH-TECH ✦
INDUSTRIAL FASTENERS



PRODUCTS

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

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

Continental Parafusos S.A. / Taiwan Branch
 No. 36 Ln. 18 Lida Rd., Zuoying District Kaohsiung Taiwan 81356
 T. +886-7-343-3500 | F. +886-7-343-3501
 youhui@youhui.com.tw



[multimídia] de 10 polegadas que não é comum neste segmento, tem teto bitom [cores diferentes na carroceria e no teto] único na categoria. Então o fato de tudo isso ser acessível não quer dizer que a marca se posiciona somente na faixa popular, mas sim para todos.

Na América do Sul a Citroën será uma marca que também terá veículos de maior valor agregado ou aposta somente produtos mais simples do ponto de vista de luxo, sofisticação, tecnologia e preço?

Luxo e sofisticação não teremos como Citroën porque não é o nosso DNA, não é o caminho que queremos. Mas teremos, sim, inovação e tecnologia, assim como já temos em outros países. Isto será mais bem percebido quando começarmos a lançar veículos de outros segmentos além do B-hatch.

A Citroën hoje tem apenas dois automóveis e dois comerciais leves à venda no Brasil, em breve terá também o C3 Aircross. Não é pouco? A rede não pede mais?

Tanto nós como a rede queremos ter a maior quantidade possível de produtos, mas antes é necessário entender se precisamos ter muitos veículos com pouco volume ou os carros certos com bastante volume. Precisamos de linha de produtos que atenda às necessidades do cliente, faça volume, e também permita que ele vá evoluindo dentro da gama Citroën. Nesse sentido já temos três carros confirmados, um já lançado e dois a serem lançados, além de outros que virão. Estamos trabalhando nisto a todo vapor. A rede de concessionárias está feliz porque já temos produtos de

“Luxo e sofisticação não teremos porque não é o DNA da Citroën. Mas teremos, sim, inovação e tecnologia. E o fato de ser acessível não quer dizer que a marca se posiciona somente na faixa popular, mas sim para todos.”

sucesso e existe equilíbrio do custo fixo do concessionário versus faturamento. Não adianta ter uma linha extensa de produtos que não faz volume porque não tem reconhecimento dos clientes.

Quantas concessionárias representam a Citroën hoje no Brasil? Todas são no modelo dual com a Peugeot? Há planos de ampliação da rede?

Já temos um tamanho ideal de rede com 172 pontos e 80% de cobertura territorial, o que é adequado para nossas ambições de volume. Existem sinergias não só com a Peugeot mas com outras marcas do grupo, o que será cada vez mais frequente com a Stellantis.

O que a rede pode esperar com o novo C3 Aircross, que contempla a ideia de que seja o mais vendido dos Citroën? Vai dobrar o market share?

Com certeza vamos crescer porque mantemos o projeto de ser acessível não só no preço do veículo mas, também, no financiamento, no seguro. E de novo inovamos: com o C3 Aircross

CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✨

teremos um B-SUV com tamanho de C-SUV e até sete lugares, tem tudo para cair no gosto dos brasileiros e clientes sul-americanos. Já sentimos que será um produto bem aceito quando revelamos o carro por inteiro [em abril], os concessionários estão supermotivados. Acho que estamos no caminho de fazer mais volume, mas não sei se dobraremos [a participação de mercado].

O novo C3 Aircross foi projetado sob o mesmo conceito do projeto C-Cubed. O carro será tão simples e popular quanto o novo C3 lançado no ano passado?

O C3 Aircross tem o mesmo conceito do C3 quando se verifica que estamos entregando um carro de um segmento

“O C3 Aircross tem o mesmo conceito do C3 quando se verifica que estamos entregando um carro de um segmento [B-SUV] com o tamanho de categoria superior [C-SUV] de até sete lugares. Também seguirá o princípio de ser acessível como está no DNA da marca. Não será o carro mais caro do segmento com luxo e sofisticação, mas terá muito conforto e tudo que o cliente médio deseja.”

[B-SUV] com o tamanho de categoria superior [C-SUV]. Também seguirá o princípio de ser acessível como está no DNA da marca desde André Citroën, é o que temos de seguir. O novo carro terá todos os equipamentos que um B-SUV precisa porém vai se posicionar no mainstream. Não será o carro mais caro do segmento com luxo e sofisticação, mas terá muito conforto e tudo que o cliente médio deseja, além de ser lindo e espaçoso.

A maioria das marcas da Stellantis já lançou carros elétricos e híbridos no mercado brasileiro. Qual o plano de eletrificação da Citroën aqui?

A Citroën iniciou seu plano de eletrificação com a e-Jumpy, lançada no ano passado, que foi o LCV [veículo comercial leve] elétrico mais vendido do mercado brasileiro. Entramos bem posicionados em um segmento que está mais aberto à eletrificação. Temos planos de oferecer mais produtos eletrificados. O ritmo [de expansão desse segmento] quem vai dizer é o mercado, mas a Citroën tem uma gama extensa de veículos elétricos e soluções de mobilidade e estamos prontos para jogar este jogo.

A Stellantis trabalha com plataformas, motores e componentes comuns para várias de suas catorze marcas. É sabido que a empresa desenvolve powertrain híbrido flex para vários modelos. Esta seria uma opção também para a Citroën?

Tentamos utilizar todas as sinergias possíveis, não só em componentes e plataformas, mas também em processos e estratégias. Esta é a grande força da Stellantis. A Citroën vai seguir

CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✦

usufruindo de todas as sinergias dentro do grupo. Não temos nenhuma confirmação para fazer hoje, mas é um caminho natural.

Como está o desempenho de mercado do novo C3 quase um ano após o lançamento? O carro conseguiu acessar clientes que antes a Citroën não atingia?

Sim, estamos bem satisfeitos com o C3. São mais de 27 mil veículos vendidos na região, grande parte deles no Brasil. Sempre digo que sucesso de vendas é carro na rua e isto aconteceu. Outro ponto importante de sucesso do C3 é o reconhecimento pela mídia especializada: ganhamos o prêmio de melhor veículo urbano mundial. Pelo reconhecimento dos clientes e da imprensa por vários meses o C3 ficou no Top 5 dos B-hatch mais vendidos do País. Tudo isso coloca o C3 no patamar de nossas ambições. Dos clientes que estão vindo vemos que alguns são Citroën mas há muitos de outras marcas tradicionais do mercado que conseguimos atrair com o novo C3.

Até quando o C4 Cactus será produzido? Ele não concorre com o C3 Aircross e os outros modelos da gama C-Cubed construídos sobre a mesma plataforma CMP?

Vou responder esta pergunta dizendo que estamos renovando o C4 Cactus, neste mês lançamos o modelo com novos equipamentos e evoluções. O C4 vai continuar e conviver com a gama C-Cubed na linha Citroën, com a opção do motor THP [1.6 turbo de alta pressão], que oferece uma excelente relação peso/potência e mais esportividade. Isto complementa muito bem nosso portfólio.



“Nós já estávamos [na PSA] construindo um plano de relançamento da Citroën, com novos produtos, mais visibilidade e reestruturação da rede de concessionários. Este planejamento já estava sendo montado e com a chegada da Stellantis ele tomou velocidade.”

CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✨

Quais são as ambições na área de veículos comerciais? A Citroën tem as vans Jumpy, montada no Uruguai, e a Jumper importada da Europa. É o suficiente?

Além de crescer dentro da própria gama que já temos, oferecendo mais opções modelos transformados com garantia de fábrica, temos planos para alguns outros produtos no curto e médio prazos, tanto para a região quanto para o Brasil.

Qual é o plano de exportação da Citroën dos veículos produzidos na fábrica brasileira de Porto Real?

Temos presença forte na América do Sul, em nove mercados importadores, já somos fortes na Argentina e estamos crescendo em outros países. No Chile, por exemplo, com o lançamento do C3 produzido no Brasil, atingimos 3,6% de market share, um recorde na história da marca lá com a chegada de um produto regional. No Uruguai, em outro exemplo, o C3 foi o B-hatch número 1 no mês de seu lançamento e hoje está no Top 3. Isto mostra o sucesso que nossos modelos têm na região e vamos continuar a explorar essa força com a chegada de novos veículos. O plano é continuar a expandir as vendas de carros produzidos em Porto Real em toda a região.

Como está a imagem da Citroën em relação ao pós-venda? Seguem os problemas de falta de peças?

Apesar da questão de falta de peças ter sido resolvida há muito tempo essa percepção continuou. A fusão foi importante para mudar isso e aumentar a confiabilidade. Mas a pandemia causou falta de peças para toda a indústria e a Citroën não foi exceção. Passada a pandemia

a situação se regularizou, ainda faltam alguns itens ligados a semicondutores, mas em breve esta página deve ser virada. Com relação à satisfação dos clientes com o pós-venda as nossas pesquisas mostram que mais de 90% deles estão satisfeitos. Monitoramos isso diariamente para ter a certeza de que a percepção do nosso cliente está condizente com o que estamos entregando dia a dia e para agir muito rapidamente em caso de problemas. Este é um trabalho que não termina: precisamos sempre estar alertas.

Ambos os modelos da Citroën produzidos no Brasil, o C3 e o C4 Cactus, foram credenciados a receber descontos de R\$ 7 mil a R\$ 4 mil bancados por créditos tributários. A Citroën adicionou descontos extras? Qual foi o desempenho da marca com o programa?

Sim, colocamos descontos adicionais e também investimos em mídia, oferecemos uma taxa de financiamento condizente com o perfil desse cliente. A ideia do governo foi boa mas a execução foi um pouco complicada, porque no início havia muitas dúvidas e demorou para lançar, isso causou certa confusão nos clientes. Mas com certeza a redução de preços nos ajudou, porque tínhamos carros dentro do perfil do programa, até R\$ 120 mil, e atraímos mais gente ao showroom. A Citroën vendeu 4 mil carros [até agora com o programa], então houve benefício [foram menos de 2 mil em maio]. Por sermos uma marca que ainda não está dentre as grandes esta visibilidade ajuda bastante. Quando temos essa oportunidade nós ganhamos mercado. Então para a Citroën foi muito bom. ■



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✦

Setor aguarda crédito voltar a crescer

Destramamento dos financiamentos aliado à redução de juros é a solução identificada por representantes da indústria automotiva

Por Soraia Abreu Pedrozo



Passada a primeira metade de 2023 com desempenho fraco a lição que fica é que o consumidor mantém calibrado seu apetite por comprar um veículo zero-quilômetro e o que lhe falta são recursos. Isto porque, além da manutenção de juros na casa de inacessíveis 30% ao ano para financiar um carro novo, falta renda para aprovar o crédito e transformar preços altos em suaves prestações – como acontecia há mais de dez anos.

O problema – e alguma forma de resolvê-lo – frequentou as declarações da

grande parte dos participantes dos três dias do Seminário Revisão das Perspectivas 2023, realizado pela AutoData Editora em formato on-line de 10 a 12 de julho.

Diante das incertezas econômicas e do aumento da inadimplência, que na carteira de automóveis gira em torno de inéditos e muito altos 5%, os bancos fecharam a torneira dos empréstimos, submetendo a crivo metucioso sua liberação. Tanto que mesmo com o programa de descontos incentivados pelo governo não houve demanda significativa no caso de caminhões e ônibus (veja reportagem nesta edição).



Mesmo no caso dos automóveis e comerciais leves, em que os R\$ 800 milhões destinados ao programa já foram consumidos para patrocinar descontos de R\$ 2 mil a R\$ 8 mil na compra de modelos de até R\$ 120 mil (veja reportagem nesta edição), não houve incremento da produção mas, sim, desova de estoques de veículos prontos.

Ou seja: é preciso mais do que descontos e reduções efêmeras de preços para fazer a roda da indústria automotiva se reaquecer e, assim, fazer com que as empresas fabricantes olhem pelo retrovisor o período de lay-offs e férias coletivas.

Na avaliação de Gustavo Bonini, vice-presidente da Anfavea, a Medida Provisória 1175 mostrou que existem consumidores dispostos a comprar: "O mercado está lá: só não tem conseguido acesso aos veículos. Quando baixou o preço este consumidor apareceu. Então, quando equalizarmos a questão do crédito, deveremos ter uma movimentação melhor".

OTIMISMO MODERADO

Apesar das dificuldades para destravar as vendas executivos do setor estão moderadamente otimistas para o segundo semestre, lastreados principalmente na redução da taxa básica de juros Selic esperada para a próxima reunião do Copom,

nos primeiros dias de agosto. Projeção do Itaú Unibanco aponta para corte ortodoxo de 0,25 ponto porcentual, para 13,5% ao ano, e taxa básica baixando a 12% até dezembro.

O banco, inclusive, já revisou para baixo sua projeção para a inflação oficial do País, o IPCA, para 5,1% em 2023, devido ao movimento verificado de baixa dos preços.

Segundo o superintendente de pesquisa econômica do Itaú, Fernando Machado Gonçalves, "estamos com certa sorte de o cenário global desinflacionar a nossa inflação". Ele observa que um dos principais fatores que para reduzir o IPCA dos 5,8% de 2022 para 5,1% este ano é a perspectiva de menor inflação de bens industriais, como veículos, que de alta nos preços de 9,5% no ano passado deverá encerrar 2023 em 2,4%.

SAFRINHA CARREGA CAMINHÕES

Um ponto que traz otimismo é a safrinha de inverno, que deverá continuar puxando o agronegócio, dando continuidade ao bom desempenho visto no primeiro trimestre, em que o PIB do segmento avançou 21,6%, lastreado na forte safra de soja, apesar da redução dos preços das commodities.

O cenário tende a aquecer a demanda por caminhões, que vêm sofrendo com

queda nas vendas por causa da adoção de motorização Euro 6 para atender à legislação de emissões do País, o que provocou encarecimento dos veículos de 15% a 30%.

Para Alcides Cavalcanti, diretor executivo de caminhões da Volvo, "com a safrinha chegando os produtores terão de escoar sua safra armazenada, independentemente do preço e, com isto, o transporte deve ser intensificado, principalmente de veículos pesados".

Durante o primeiro trimestre praticamente só foram emplacados modelos Euro 5 produzidos até o fim de 2022. De abril a junho, diante da retração dos compradores e da expectativa do anúncio do programa de descontos do governo, que demorou dias para anunciar qual seria seu formato, a comercialização de caminhões simplesmente travou.

Presidente da FPT, Marco Rangel lembra que as vendas no período registraram queda ao redor de 9% mas, em 2013, quando houve a mudança do Euro 3 para o Euro 5, o recuo foi de 20%: "Quando vemos a projeção da Anfavea de 20% de redução para este ano percebemos que não está muito desalinhada do que a história nos conta com relação à transição [da legislação] de emissões".

Thomas Puschel, diretor da unidade de negócios e marketing da MWM Motores e

Geradores, espera que alguns temas nos quais o governo está trabalhando, como a aprovação de reformas e a redução dos juros, tenham efeito positivo no segundo semestre: "Isto deve trazer desempenho um pouco melhor, com otimismo moderado, aguardando a recuperação mesmo para o ano que vem".

Alex Nucci, diretor de vendas e soluções de transporte da Scania, apontou que, embora o segundo semestre seja historicamente melhor do que o primeiro, não será possível compensar toda a retração já ocorrida na metade do ano: "Esperamos boa recuperação, com maior aceitação do Euro 6. Nossa projeção é de queda de 10% a 15% nas vendas para o ano".

DESTRAVAMENTO DOS DESCONTOS

Para o vice-presidente de vendas e marketing da Volkswagen Caminhões e Ônibus, Ricardo Alouche, o cenário continua desafiador, mas ele acredita que o mercado pode ficar acima das perspectivas da Anfavea, de 128 mil caminhões vendidos. Isto porque na semana passada o ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, Geraldo Alckmin, anunciou ajustes que podem contribuir para o destravamento do programa de descontos do governo aplicados a veículos pesados.



+ + + +

+ + + +

+ + + +

Estamos honrados pelo reconhecimento como melhor fornecedor na categoria **"Social & Diversity"**, no prestigioso evento de premiação **"The One"**, de nosso cliente **Volkswagen**.

Este prêmio reforça nosso compromisso com a sustentabilidade, bem como com a diversidade, equidade e inclusão. Agradecemos à Volkswagen por essa parceria de sucesso e seguimos comprometidos em entregar as melhores soluções para o mercado, com excelência em qualidade e cumprindo a nossa agenda ESG.

**Juntos, vamos
continuar inovando e
fazendo a diferença
para o mundo!**





Para Alouche, "com um maior entendimento das regras para a participação no programa de renovação de frota e maior participação das montadoras no processo, houve aumento gradativo das consultas e de negociações, sem fechamento de venda, mas acredito que agora deverá engrenhar". O executivo conta que representantes da VWCO foram a campo conversar com caminhoneiros interessados em trocar o veículo para ajudá-los no processo.

Segundo Alouche os caminhões das empresas e dos autônomos estão envelhecidos e a necessidade de renovar existe: "Não quero ser o otimista das galáxias, mas esse é um movimento que se iniciou em junho".

No Ministério do Desenvolvimento a diretora do Departamento de Desenvolvimento da Indústria de Alta-média Complexidade Tecnológica, Margarete Gandini, citou que a pedido do ministro Alckmin o Denatran está trabalhando na simplificação da baixa do veículo velho a ser entregue a reciclagem para obtenção do desconto.

Ela concorda que instrumentos de crédito são fundamentais para permitir o processo de renovação da frota de caminhões: "Há a consciência de que é preciso haver financiamento, especialmente para caminhões seminovos, de até dez ou doze anos, para fazer uma escadinha e, assim, o

proprietário do veículo de 25 anos poderá ir para um de doze anos e, daí, ir para o zero-quilômetro".

ROTA 2030 EM AGOSTO

Margarete Gandini confirmou que as determinações da segunda fase do programa Rota 2030, que eram aguardadas para junho, deverão ser divulgadas em agosto. As novas regras, em vigor de 2023 a 2027, serão focadas em descarbonização e inovação, com uma nova meta de eficiência energética medida do poço à roda, ou no ciclo completo do uso do combustível – ou energia elétrica no caso de veículos elétricos que também vão ter de atender objetivos de eficiência.

Ela assinalou que, agora, dentro do MDIC, estão acontecendo consultas internas a partir do trabalho realizado por todo o setor e, na sequência, haverá conversas com os demais órgãos, como o Ministério da Fazenda, para verificar o alinhamento do formato do instrumento à nova estrutura tributária do País, diante da reforma que está em tramitação no Congresso.

SINDIPEÇAS REDUZ PROJEÇÕES

Não tão otimista o Sindipeças passou a projetar queda de até 1,2% na produção de veículos no País este ano, para 2 milhões 341 mil unidades. Trata-se de revisão

para baixo da previsão do início do ano que indicava 2 milhões 370 mil veículos produzidos, estabilidade na comparação com 2022.

Segundo George Rugitsky, diretor de economia e mercados da entidade, o motivo do rebaixamento é a transição para o Euro 6 para caminhões e ônibus. Ele não acredita em possíveis mudanças que possam impulsionar este segmento da indústria: "Olhando para a média do primeiro semestre e analisando o que precisaria acontecer no segundo, entendemos que não conseguiremos aumentar a produção. Seria necessário acontecer algo muito diferente do que ocorreu até agora".

Para as fabricantes de autopeças a projeção é de alta no faturamento de 7,1% sobre 2022, chegando a R\$ 250,3 bilhões, puxado pelo setor de reposição e pela alta nos preços.

VEÍCULOS LEVES PODEM SUPERAR

Embora não tenha solucionado totalmente o problema da falta de demanda o programa de descontos do governo animou fabricantes de automóveis e comerciais leves, gerou expectativa de um segundo semestre mais acelerado, com condições de superar as projeções atuais, avaliou o CEO da Volkswagen do Brasil, Ciro Possobom: "A Anfavea fala em 2 mi-

lhões de unidades [em 2023]. Quem sabe não conseguimos um volume um pouco melhor se tivermos condições macroeconômicas mais positivas".

Possobom estima que o programa de descontos contribuiu com a venda de 150 mil veículos leves. Destes 54 mil foram emplacados em junho e os demais deverão entrar nas contas de julho, o que indica um mês com forte volume de licenciamentos.

Oswaldo Ramos, diretor de operações da Great Wall no Brasil, também está animado para a segunda metade do ano. Após desempenho considerado de sucesso pela matriz chinesa nos primeiros meses de vendas, com cerca de 1 mil emplacamentos e o posto de híbrido mais vendido no mercado brasileiro com o SUV Haval H6, que como confirmou será o terceiro modelo produzido em sua fábrica de Iracamópolis, SP, depois da picape híbrida flex Poer e do SUV Tank que compartilha a mesma plataforma.

"Após a nossa chegada estamos vendo os concorrentes anunciando promoção, taxa zero, e isto é bom para nós também, pois traz o cliente para o mercado e somos uma das opções. No segmento de R\$ 200 mil a R\$ 300 mil não há crise, a demanda existe e as marcas precisam entender o que o consumidor quer." ■



Cautela com horizonte incerto



Analistas projetam cenário difícil para a indústria automotiva no mundo todo em 2023. Estimativas apontam para crescimento pequeno das vendas de veículos, girando de 4% a 6%.

Por Leandro Alves

Ultrapassada a metade do ano, ainda está difícil dizer com propriedade qual será o tamanho e a evolução do mercado global automotivo em 2023. Os sinais de uma recessão de magnitude planetária deram início, ainda em 2022, a uma tendência conservadora para as projeções, que no momento apontam para pequeno crescimento das vendas no intervalo que parte de baixo 0,9%, passando pela mediana de 4% e chegando ao teto de quase 6%, a depender da consultoria.

O avanço, ainda que pouco vistoso depois de três anos de penúria, não será nada mal diante de um cenário desafiador, pois ainda persistem no horizonte os impactos negativos na atividade econômica e no nível de emprego causados pelos ainda fortes reflexos da pandemia, a crise de abastecimento de insumos segue afetando a produção, mesmo que em menor escala, e há também os desdobramentos da guerra na Ucrânia. Por tudo isso, qualquer que seja o resultado, representará uma vitória para a indústria automotiva.

Como a navegação ainda é guiada pelos números dos primeiros meses do ano, faltam ritmo e dados concretos para olhar adiante com mais ou menos otimismo. Por isto uma projeção mais apurada para 2023 se dará sobretudo no segundo semestre, tradicionalmente mais aquecido do que o primeiro.

A impossibilidade vislumbrada de superar com margem mais alargada os 81,6 milhões de automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus negociados no planeta em 2022, número 1,4% inferior ao de 2021, segundo apuração da LMC Automotive, levam algumas consultorias e bancos a olhar para o horizonte com certa cautela.

Observando as estimativas de cinco instituições (veja gráfico), ainda há divergências sobre o resultado consolidado de 2022, com diferença de 3,3 milhões de unidades no intervalo da apuração mais elevada de 81,6 milhões de unidades, da LMC, para a mais baixa de 78,3 milhões, da United Intelligence. Claro que isto também impacta nas diferentes projeções de

evolução do mercado. O consenso ainda está longe das principais consultorias e bancos globais para o número de 2023, mas considerando a série histórica das análises é possível determinar que o crescimento não ficará tão distante da variação mínima e máxima – excluindo a projeção da United Intelligence.

EXPANSÃO ELÉTRICA NA CHINA

Por razões distintas os maiores mercados globais, a China e os Estados Unidos, são candidatos naturais a puxar a fila do crescimento este ano. Mas será um avanço acanhado, diga-se, para o que se esperava destes dois gigantes.

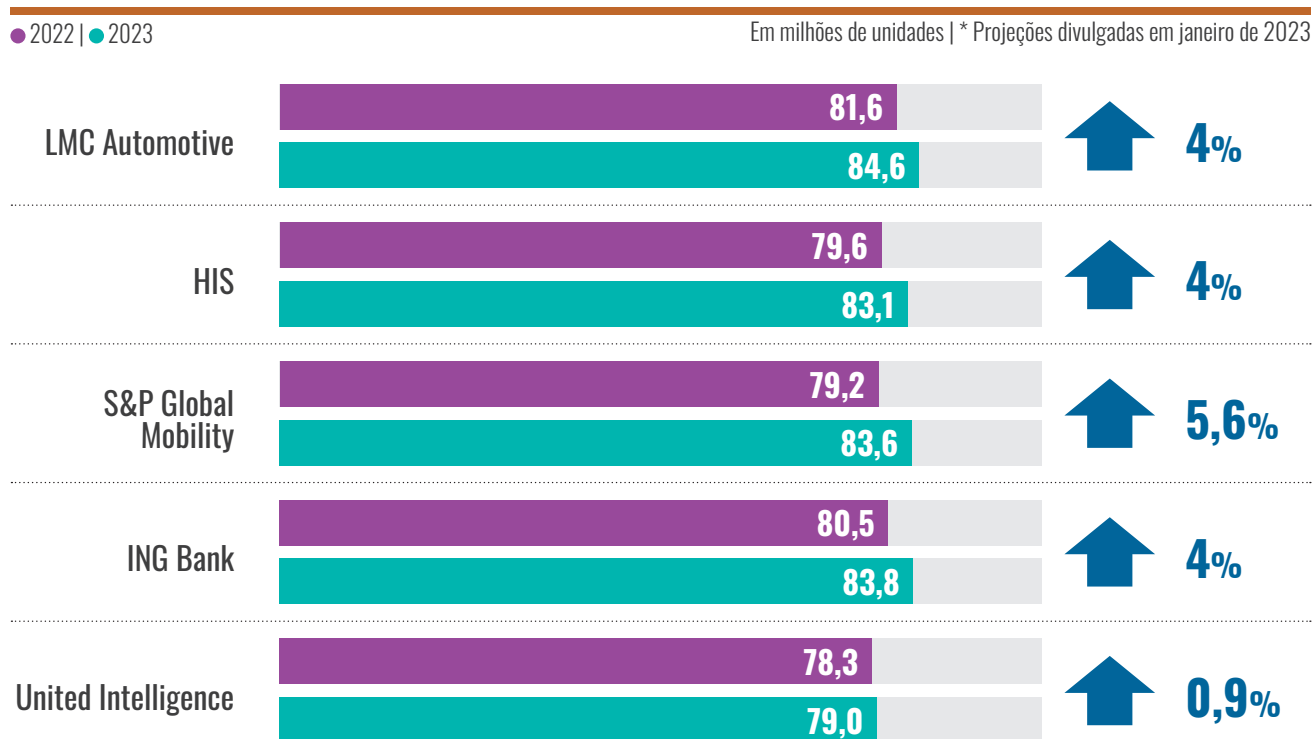
Dependendo dos especialistas que analisaram as possibilidades para a China o crescimento poderá repetir o percentual médio global de 4% em 2023. A S&P Global Mobility é uma das mais otimistas em sua avaliação. Diz que a extensão de 100 bilhões de yuans, algo como US\$ 14,8 bilhões, em descontos ao consumidor para a aquisição de veículos eletrificados pode-

vão levar o mercado interno a 25,9 milhões de unidades este ano, crescimento de 4,5% sobre 2022.

O holandês ING, numa das raras avaliações de um banco para o setor automotivo totalmente aberta a consultas públicas, também acredita que haverá expansão do mercado chinês, algo como 4%, por causa do ritmo de produção interno mais consistente este ano. E segundo relatório do Banco Mundial a economia chinesa crescerá 4,3% em 2023, em comparação com o tímido avanço, para os padrões chineses, de 2,7% em 2022.

Ou seja, o mercado chinês tende a avançar por causa de um processo de recuperação econômica particularmente impulsionado pela política de incentivos aos veículos de baixíssima ou nenhuma emissão. Ao contrário de outros mercados, como o europeu, para muitos consumidores chineses não há uma transição em curso da combustão para a eletrificação na compra de veículos novos. Lá já há muitos compradores iniciando sua jorna-

Projeções de vendas globais



Os 10 maiores mercados em 2022

	Em unidades	Varição 2022 x 2021
China	26.757.000	+1,7%
Estados Unidos	13.858.000	-7,6%
Japão	4.201.000	-5,6%
Alemanha	2.651.000	+1,1%
Brasil	2.104.000	-0,7%
Reino Unido	1.614.000	-2,0%
França	1.529.000	-7,8%
Itália	1.456.000	-9,6%
Coréia do Sul	1.388.000	-3,1%
Espanha	813.000	-5,4%

Fonte: Anfavea, com dados da Oica e Marklines

da de motorização privada com modelos elétricos e híbridos. As marcas chinesas sabem bem disso e demonstram com seus produtos que estão preparadas para enfrentar a lenta concorrência das tradicionais fabricantes.

ESTAGNAÇÃO NOS EUA

Já o mercado estadunidense não acompanha o ritmo chinês. Primeiro porque não há tantos incentivos robustos para a aquisição de modelos elétricos. Somado à ainda velada relutância de muitos consumidores ao produto 100% elétrico, as vendas não deslancham pela falta de uma rede de abastecimento capaz de fazer frente aos postos de combustíveis tradicionais e, mais importante, devido às condições macroeconômicas adversas do país.

A economia dos Estados Unidos cresceu 1,1% no primeiro trimestre de 2023, desacelerando a expansão de 2,6% no trimestre anterior e abaixo das expectativas

do mercado que esperava 2%, de acordo com dados preliminares. A inflação medida pelo Federal Reserve segue em alta, de 4,2%, além do esperado, que era de 3,7% no período.

Com tantos problemas internos a melhor expectativa até o momento é que as vendas nos Estados Unidos sejam de 14,8 milhões de unidades em 2023, avanço de 7,2% sobre os 13,8 milhões do ano passado, o que mal recupera a queda de 7,6% em 2022 com relação ao pandêmico 2021. O número esperado este ano ainda está 13% abaixo dos 17 milhões de veículos de 2019, segundo os dados da Oica.

EUROPA EM QUEDA

Na Europa, onde o discurso era o de liderar a descarbonização global por meio da eletrificação, com generosos incentivos governamentais, o cenário começa a mudar. A União Europeia deliberou sem as fabricantes e prometeu criar leis para banir os motores de combustão interna

nos países membros já na próxima década, mas em março voltou atrás, a contragosto, e permitirá que esses propulsores continuem impulsionando veículos até 2035, desde que utilizem combustíveis sem CO₂, caso dos e-fuels sintéticos e biocombustíveis.

Aos poucos a ficha começa a cair e a Alemanha, berço da indústria automotiva na região, liderou a argumentação de que será impossível atingir os objetivos de descarbonização apenas com veículos movidos exclusivamente por energia elétrica limpa. Somando o Leste Europeu estamos falando da segunda maior frota em circulação no planeta, com 405 milhões de veículos, segundo a Oica.

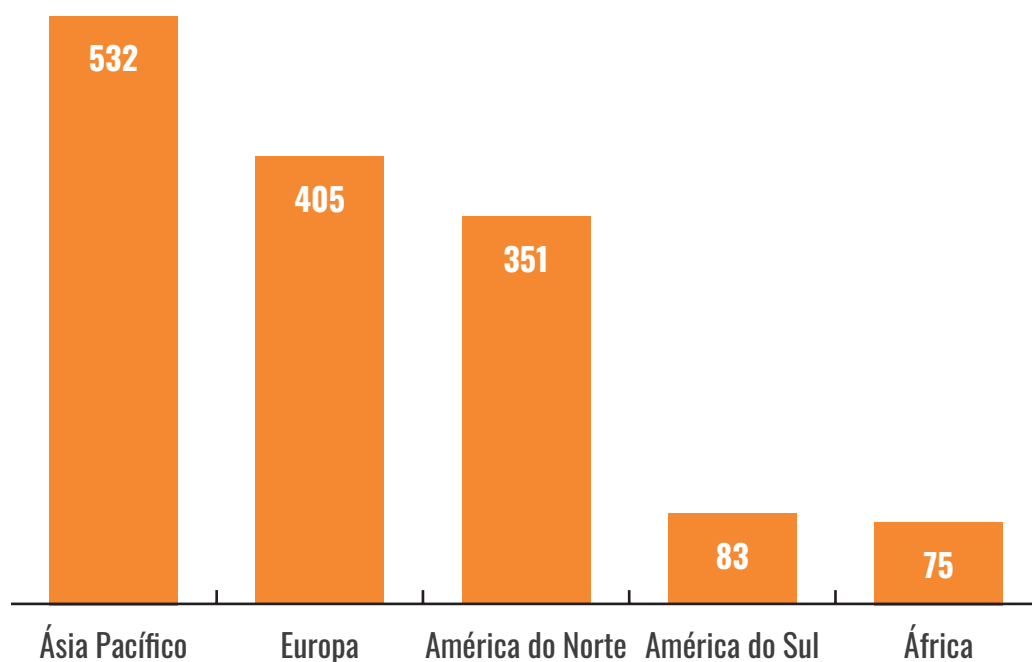
Além da forçada conversão aos elétricos que tira consumidores do mercado, há outra encresna: a recessão global nasceu na Europa, com a guerra na Ucrânia e todos os efeitos que surgiram depois. Por isto os mercados não conseguem recuperar os volumes pré-pandêmicos. Falta quase tudo: semicondutores para

produzir veículos novos, empregos, crédito... O resultado é um tombo de 5,9% nas vendas de veículos em 2022 sobre 2021 e que, comparado com os negócios feitos antes do início da pandemia, já se aproxima a uma retração de quase 30% – exatos 27,8% com relação às vendas de 2019.

Sob este contexto adverso pode até parecer uma ótima notícia a projeção da consultoria LMC Automotive, que espera crescimento de 8,2% do mercado europeu este ano. Dois fatores, no entanto, chamam a atenção na análise da consultoria, a começar pela fraca base de comparação, ou seja, o infimo resultado de 2022. E o mais preocupante, principalmente para os fabricantes locais: maior participação dos veículos elétricos chineses nas vendas, pois o consumidor, além de estar perdendo qualquer tipo de preconceito com a nacionalidade do veículo, tem nos preços mais competitivos dos chineses um bom argumento para trocar as marcas germânicas, francesas e inglesas.

Veículos em circulação

Em milhões de unidades



Fonte: Oica/Acea até 2022

MIGRAÇÃO PARA USADOS

Outro fator importantíssimo para as análises e projeções do mercado global são as condições econômicas do candidato a comprar um carro este ano. Há uma clara deterioração do poder de compra ao mesmo tempo que os produtos, no caso de automóveis, estão cada vez mais caros. Principalmente os elétricos, que carregam novas tecnologias e itens caríssimos, como as baterias de íon-lítio.

Dessa forma o mercado de carros usados está aquecido em todo o planeta. Basta olhar para o Brasil: os dados mais recentes divulgados pela Fenauto, Federação Nacional do Setor de Revenda de Automóveis, apontam crescimento de 18,8% das vendas nos primeiros cinco meses de 2023 contra igual período do ano passado.

Foram mais de 4 milhões de unidades negociadas neste período, volume que é quase o dobro do esperado para a totalidade de vendas de veículos novos em 2023 no Brasil. A expectativa da entidade é que este ano sejam comercializados 15 milhões de veículos usados no País.

A Europa e o mercado da América do Norte combinados possuíam, até o ano passado, frota de 750 milhões de veículos com mais de dez anos de uso. A

renovação é uma oportunidade e tanto para os fabricantes, porém a expectativa no curto prazo é que haja uma demanda enorme por peças de reposição, pneus e outros itens, como fluídos, nestes dois mercados.

Esta lógica global se repete no mercado brasileiro. Os preços dos carros elétricos, assim como de qualquer automóvel novo no Brasil, inibem as compras do zero-quilômetro. Por isto o motorista dará prioridade para a manutenção. No ano passado o mercado global de reposição cresceu 3% com faturamento de US\$ 64 bilhões.

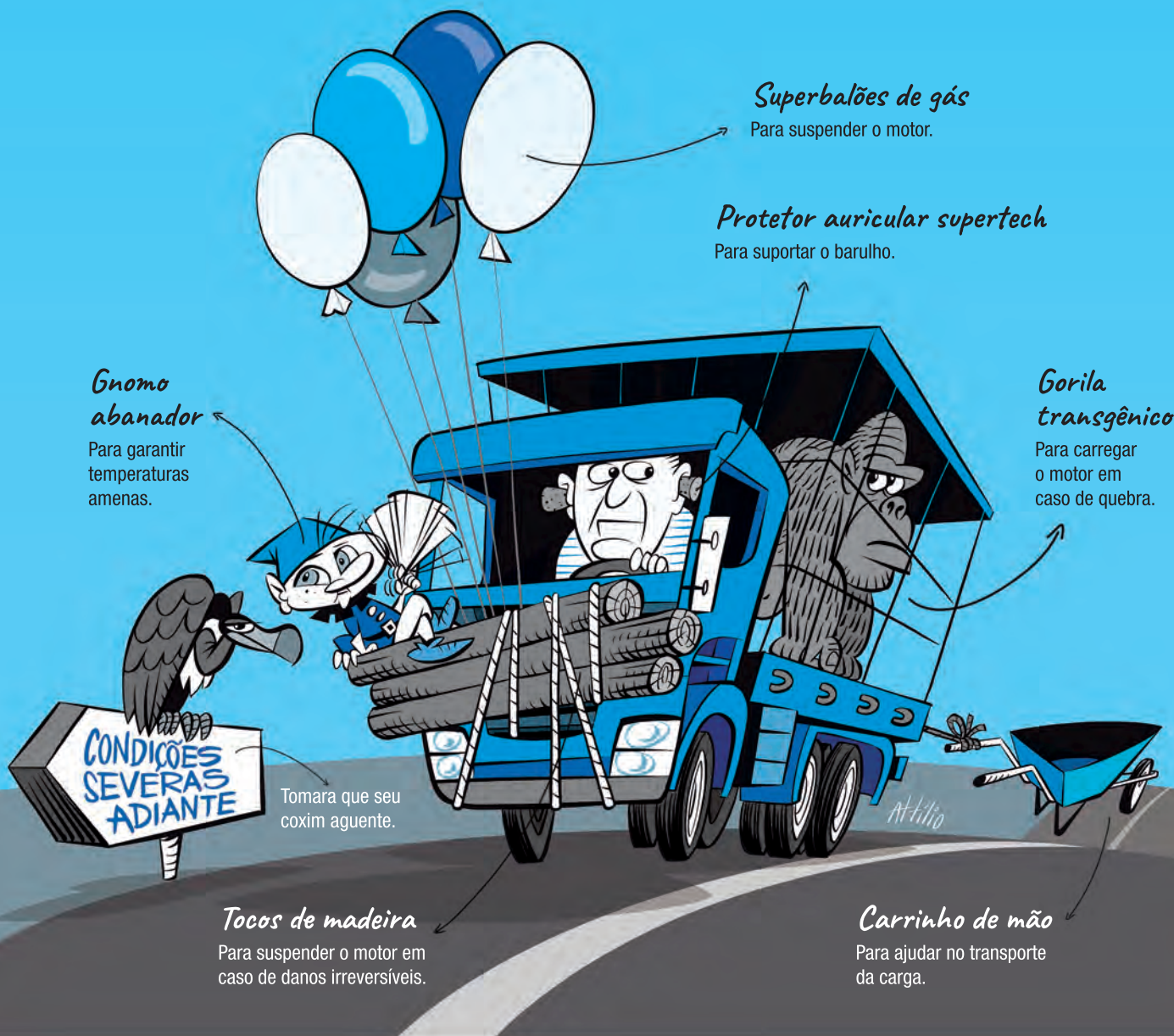
A julgar por esta demanda crescente e o mesmo movimento observado recentemente na Automec, maior feira do aftermarket automotivo da América Latina, além de condições específicas como a crise no mercado argentino, em recessão, há forte tendência de crescimento do mercado de reposição para a manutenção do veículo atual ou da compra de veículos usados, mais baratos.

Todos esses fatores causarão impactos na venda de carros zero quilômetro, que pode continuar avançando em ritmo insuficiente para justificar a capacidade produtiva, ociosa tanto aqui no Brasil como em outros países. ■



iStockphoto

Nossos coxins aguentam qualquer parada. Mas, se você preferir, pode escolher outro caminho.



Como você já sabe, nossos coxins proporcionam maior conforto, aumentam a durabilidade do veículo e seus componentes e são produzidos com as melhores matérias-primas. Mas nunca é demais destacar nosso maior diferencial: uma equipe local de engenheiros especializados no desenvolvimento de soluções sob medida para as condições de nossa região. Nos laboratórios do nosso Centro de Desenvolvimento, em Gravataí, podemos prever e simular as condições de campo, antecipando necessidades e oferecendo soluções que aguentam qualquer caminho. E isso, você também sabe, faz toda a diferença. Vem com a gente!

Para saber mais, acesse:

 @canaldana dana.com.br  /canaldana



Resgate efêmero do carro mais barato



Programa de descontos patrocinados pelo governo chega ao fim e deixa claro que há demanda reprimida por veículos abaixo de R\$ 80 mil. Agora só a redução de taxa de juros pode sustentar crescimento das vendas.

Por Lucia Camargo Nunes

Ainda que efêmero foi um sucesso o programa de incentivos do governo federal lançado em junho, com descontos patrocinados de R\$ 2 mil a R\$ 8 mil para reduzir os preços de automóveis novos até R\$ 120 mil. As vendas cresceram 11,4% sobre maio e reduziram de quarenta para 35 os dias a duração dos estoques. Um residual expressivo ainda será sentido em julho, porque o programa engatou na última semana do mês e sobraram carros para emplacar.

De acordo com levantamento exclusivo da consultoria Jato Dynamics 93 mil 519 veículos leves, ou 52,3% do total, foram emplacados em junho sob o guarda-chuva da Medida Provisória 1 175, que concedeu créditos tributários para bancar os descontos. O cálculo da Anfavea, entidade que reúne os fabricantes, é que mais 79 mil unidades residuais, vendidas em junho mas só emplacadas em julho, sejam somadas aos resultados do programa.

O melhor resultado fica expressado na parte de baixo da lista de preços: os descontos conseguiram atrair de volta às concessionárias compradores que já estavam fora do mercado de veículos zero-quilômetro por causa dos valores altos e financiamento caro e inacessível. Um recorte das vendas de junho comprova este fato: segundo números da Anfavea dos veículos vendidos até R\$ 120 mil houve alta de 51% sobre maio, mas os negócios ficaram mais concentrados nas opções mais acessíveis, com crescimento de 112% nos modelos de R\$ 90 mil a R\$ 100 mil e de 238% em veículos de até R\$ 80 mil.

"Tivemos casos de carro em que a venda aumentou 236%. E em um único dia [30 de junho] foram vendidas 27 mil [unidades]. É um recorde histórico [para um só dia]", comemorou o ministro do MDIC e vice-presidente da República, Geraldo Alckmin, um dos principais articuladores do programa.

No total do segmento de veículos leves onze marcas aderiram ao programa que começou em 5 de junho e terminou em 7 de julho. Participaram Chevrolet, Citroën, Fiat, Honda, Hyundai, Jeep, Nissan, Peugeot, Renault, Toyota e Volkswagen. Considerando diferentes catálogos de veículos o MDIC contabilizou 232 versões habilitadas aos descontos – simplificada em nossa tabela para 101 configurações.

RÁPIDO ESGOTAMENTO

Foi como jogar água em chapa quente: os R\$ 500 milhões previstos inicialmente no lançamento do programa para patrocinar os descontos esgotaram-se em duas semanas, foram utilizados só por pessoas

Os 5 mais vendidos com descontos

Emplacamentos em junho

Fonte: Jato

Modelo/Versão	Unidades
1º Fiat Mobi Like	5.604
2º Chevrolet Onix LT 1.0 MT	4.741
3º VW Polo Track	4.690
4º VW Saveiro CS Robust	3.835
5º Renault Kwid Zen	3.626

físicas, e o governo adicionou mais R\$ 300 milhões que as locadoras e outros frotistas também puderam usar.

Ao todo, contudo, foram liberados R\$ 650 milhões líquidos em créditos tributários que as empresas poderão abater de impostos no futuro. A diferença de R\$ 150 milhões para os R\$ 800 milhões anunciados, segundo o MDIC, Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio de Serviços, vão compensar a perda de arrecadação de impostos provocada pelos abatimentos no preço final, conforme determina a MP que instituiu o programa.

Segundo o presidente da Anfavea, Márcio de Lima Leite, julho ainda colherá número considerável dos emplacamentos do programa, que na sua avaliação deixa saldo positivo: "Foi uma excelente medida de curto prazo para aquecer o mercado, reduzir os estoques e, principalmente, proporcionar que mais consumidores, incluindo pessoas jurídicas na segunda fase, tivessem acesso aos veículos de entrada".

NOVAS VERSÕES E BÔNUS EXTRAS

Além dos descontos autorizados pelo governo boa parte dos fabricantes adicionou bônus aos incentivos, em valores que chegaram a R\$ 15 mil – caso de uma versão do Jeep Renegade que, junto com o desconto federal, ficou R\$ 19 mil mais barata.

Outros exemplos: a Peugeot ofereceu desconto de R\$ 8,2 mil ao seu compacto de entrada 208 Like, acima dos R\$ 7 mil garantidos pelo governo ao carro, a Fiat deixou R\$ 6,8 mil mais barato o sedã Cro-

nos 1.0, que já tinha R\$ 6 mil de abatimento federal, e a Hyundai barateou em R\$ 6,3 mil a versão Sense do HB20, que tinha redução oficial de R\$ 6 mil.

Algumas fabricantes ainda simplificaram versões para surfar na onda dos mágicos R\$ 120 mil de teto estabelecido pelo governo. Caso da Caoa Chery, que lançou a versão Sport do Tiggo 5x a R\$ 119 mil 990 às vésperas do anúncio do programa. Contudo não inscreveu nenhum de seus modelos no programa nem requisitou créditos.

Mas mesmo assim deu muito certo: em três dias 1,3 mil unidades do SUV montado em Anápolis, GO, esgotaram nas lojas pelo País, levando novos interessados a formar uma fila que no fim de junho já chegava a noventa dias de espera. Para se ter ideia: até maio a Caoa Chery emplacara no acumulado do ano 2 mil 225 Tiggo 5x, média de 445 vendas por mês e, somente em junho, foram vendidas 1 mil 572 unidades do SUV, sendo 683 da nova versão Sport.

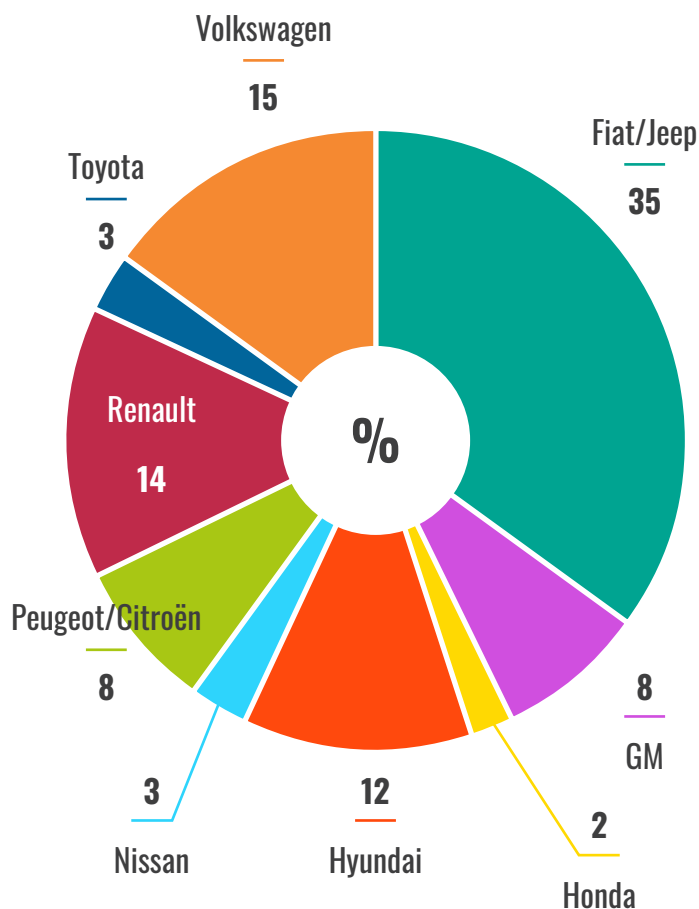
Fiat e Jeep, que de longe foram as marcas que mais requisitaram créditos do governo para bancar descontos, R\$ 230 milhões, também apostaram em criar versões mais em conta de dois SUVs. O Fastback ganhou a nova configuração T200 automática, por R\$ 119 mil 990, diferença de R\$ 16 mil para a Audace. Com descontos do governo, custou temporariamente R\$ 115 mil 990. Da lista de itens com relação à Audace a nova versão deixou de oferecer sistemas de assistência ao motorista como frenagem autônoma, alerta de mudança de faixa e farol alto automático, além de dispensar o revestimento em couro no volante e o carregador de celular por indução.

Já Jeep reduziu de R\$ 134 mil 990 para R\$ 119 mil 990 o preço do Renegade Sport, que com o incentivo do governo baixou a R\$ 115 mil 990 e foi a configuração mais emplacada do modelo em junho. A Jeep ainda lançou uma nova opção de entrada do SUV pelo mesmo preço. Somadas, as duas versões, únicas da marca a participar do programa, representaram metade das vendas do Renegade em junho.

A divisão dos créditos para descontos

Total de R\$ 650 milhões

Fonte: MDIC



Valores por fabricante

Fonte: MDIC

Fabricante/Marcas	Crédito solicitado
FCA Fiat/Jeep	R\$ 230 milhões
Volkswagen	R\$ 100 milhões
Renault	R\$ 90 milhões
Hyundai	R\$ 80 milhões
GM	R\$ 50 milhões
PSA Peugeot/Citroën	R\$ 50 milhões
Nissan	R\$ 20 milhões
Toyota	R\$ 20 milhões
Honda	R\$ 10 milhões



NOVAS MARCAS E A TRADIÇÃO DA EXCELÊNCIA

O Grupo ABG tem apresentado crescimento através de suas unidades de negócio e novos investimentos, sempre mantendo seu DNA tradicional de excelência e agilidade no atendimento aos clientes.

As novas marcas e cores do Grupo ABG representam nossa missão: ser a melhor empresa em cada mercado de atuação, sempre alinhado aos princípios de Sustentabilidade (social, ambiental e econômica) e através de seus valores organizacionais, apoiando e atuando na implementação de processos aderentes às práticas de ESG junto aos seus stakeholders.

Day by day we make it happen

neo
PWT

neo
RODAS

neo
PARTS

neo
STEEL

neo
FUNDIÇÃO

neo
USINAGEM

GRUPO
ABG

"Ficou claro para todos o potencial da demanda reprimida por veículos zero-quilômetro, algo que, esperamos, proporcione uma contínua elevação das vendas no segundo semestre", observa Lima Leite. "Principalmente à medida que as condições de financiamento comecem a atrair mais clientes."

ATRAIR CLIENTES FORA DO JOGO

A Renault não se conteve apenas com o bom desconto patrocinado que seu carro de entrada teve do plano de incentivos do governo. Como carro mais barato do País o Kwid teve direito ao crédito máximo de R\$ 8 mil, mas a empresa adicionou bônus de R\$ 2 mil, reduzindo em R\$ 10 mil o preço do modelo.

Segundo Bruno Hohmann, até então vice-presidente comercial da Renault do Brasil – a partir deste mês ele assume a vice-presidência global de vendas, na França –, com esta ação foi possível reduzir o valor do financiamento e trazer de volta o consumidor à concessionária: "A redução de R\$ 10 mil que aplicamos ao Kwid permitiu que atingíssemos um cliente que não comprava mais o carro zero-quilômetro e ficava no mercado de usados. Muitos clientes que antes estavam fora do jogo voltaram".

Em seus cálculos, com o desconto, a entrada do financiamento do Kwid baixou em R\$ 4 mil e as parcelas mensais ficaram em média R\$ 300 mais baratas. "O que



Jeep Renegade Sport:
preço da versão de
entrada caiu R\$ 19 mil.

aconteceu foi baixar a parcela via preço, e não via redução de taxa", conta Hohmann.

Para o executivo o plano do governo deveria ter se concentrado em reduzir os preços dos carros 1.0 aspirados, que antes dos descontos custavam de R\$ 70 mil a R\$ 80 mil. Com isto seriam atendidos clientes que já estavam fora do mercado zero-quilômetro. Ao patrocinar abatimentos na faixa de R\$ 90 mil a R\$ 120 mil o preço menor beneficiou quem já podia comprar um carro novo, que resolveu antecipar a troca: "O foco tem de estar na base. Pois aí, trazendo clientes novos, o próprio governo consegue mais arrecadação de impostos com o aumento das vendas".

DESCONTOS OSCILARAM

Um estudo do Instituto AAV baseado nas emissões de notas fiscais de venda mostra que houve oscilações nos descontos durante a campanha. O abatimento do Renault Kwid, por exemplo, começou em R\$ 8 mil 350 na primeira semana do programa, de 5 a 13 de junho, cresceu para R\$ 10 mil 238 na semana seguinte, de 13 a 21, e baixou novamente para R\$ 8 mil 875 na terceira semana de junho, de 21 a 28.

Já o Fiat Pulse, que iniciou o programa com abatimento de R\$ 4 mil 146 na rede de distribuição, aumentou o benefício para R\$ 9 mil 563 na terceira semana de junho, segundo o levantamento que utiliza a plataforma AutoAvaliar, conectada a mais de 4,2 mil concessionárias.

Peugeot 208 Like 1.0:
de R\$ 80 mil
por R\$ 64,8 mil.



Participação de mercado por marca

Maio e junho

Fonte: Fenabrave

Marca	% maio	% junho	Varição
Fiat	20,70	23,60	▲
Volkswagen	16,46	16,57	▲
Chevrolet	15,76	15,10	▼
Toyota	9,88	8,57	▼
Hyundai	6,57	6,94	▲
Renault	4,79	5,89	▲
Jeep	7,10	5,45	▼
Honda	4,03	3,71	▼
Nissan	3,81	3,19	▼
Peugeot	1,76	1,79	▲

Outros modelos que tiveram descontos elevados foram o 208, da Peugeot, que passou de R\$ 8 mil 706 para R\$ 9 mil 446 da segunda para a terceira semana de junho, e o Hyundai HB20, subindo o benefício de R\$ 6 mil 936 para R\$ 8 mil 130 no mesmo período.

Para Geraldo Victorazzo, especialista no mercado de veículos do Instituto AAV e diretor executivo da AutoAvaliar, a pouca clareza sobre quem ficaria com os incentivos provocou um represamento de vendas: "Isso gerou especulação por parte das pessoas físicas que desejavam comprar barato".

As empresas fabricantes, em geral, não quiseram comentar os resultados do programa ou indicar se mesmo após o fim dos incentivos os descontos seriam mantidos. Mas é certo que, com toda essa movimentação do mercado todas as marcas se viram obrigadas a reposicionar os preços para baixo de olho em possíveis brechas que poderiam ser exploradas por concorrentes.

Como aponta o gerente de desenvolvimento de negócios da Jato, Milad Kalume Neto, "por mais que as montadoras tenham trabalhado com descontos oficiais para

carros até R\$ 120 mil vimos montadoras reduzindo valores de veículos mais caros na casa dos R\$ 15 mil. Todo esse ajuste no mercado de novos, que também afetou o de usados, movimentou outras categorias de veículos. As promoções atraíram clientes às concessionárias, que por sua vez não perderam venda".

A geração de fluxo para dentro da concessionária ampliou o leque de vendas e o crescimento dos descontos para além dos R\$ 120 mil, com abatimentos generosos a carros que superavam o teto do programa.

Mas nem todas as marcas usaram o programa para ganhar mercado, apesar da alta nas vendas. A General Motors, por exemplo, teve até uma leve queda na participação de junho. O mesmo ocorreu com Toyota e Honda que também tiveram perda de market share. Em comum as três não agregaram descontos próprios complementares aos patrocinados pelo governo.

"A Stellantis venceu em volume. Mas não necessariamente podemos afirmar que foi a que teve maior rentabilidade."

PALIATIVO

Para o consultor da Jato o programa de descontos não deixa legado, serviu tão somente para regular estoques, porque as fábricas estavam parando por falta de demanda: "Estão produzindo e não estão vendendo. Se estava gerando estoque era preciso de medidas para gerar consumo, para desafogar os pátios".

Hyundai HB20:
versão Sense teve
desconto de
R\$ 6,3 mil.



Divulgação/Hyundai



Divulgação/Fiat

Márcio de Lima Leite, no entanto, afirma que o programa deixa legado, ainda que lamente sua curta duração. Ele preferiria que os descontos durassem doze meses para adequar o setor e também incluir outros segmentos, de veículos médios e acima deles: "Houve crescimento do mercado dos carros de entrada, com demanda reprimida. Acredito que haverá efeito de mais pessoas com apetite pelo carro popular".

Com o fim do programa Kalume Neto acredita que os preços dos carros retornarão aos patamares superiores: "Haverá uma movimentação de bônus das montadoras, taxas de juros incentivadas, as vendas diretas tendem a se normalizar. Sem legado. Simplesmente apagamos uma chama, mas não a origem do fogo: o problema ainda está lá".

Para o consultor da Jato fatores econômicos negativos devem continuar a empurrar para baixo o mercado e as empresas fabricantes: "A economia continua fraca, não estamos gerando demanda, o brasileiro não tem renda suficiente para

comprar carro, que está com preço alto, os juros estão elevados e as instituições não estão liberando crédito", avalia. "Ou seja: tudo leva a crer que as montadoras ainda não vão conseguir vender mais. Isso vai levar a novos lay-offs, vão pressionar o governo, mas não sabemos se haverá recurso financeiro para nova ajuda. Vamos ter de rezar para que a produção chegue a 2 milhões em 2023, indo para o quarto ano neste patamar".

A redução das taxas de juros seria um alento porque tiraria uma série de travas do mercado, a começar por uma massa de consumidores que poderia voltar a comprar veículos zero-quilômetro: "Seria uma forma mais simplificada de conseguir ampliar as vendas neste momento", indica Kalume Neto.

Lima Leite tem discurso mais otimista, justificando o porquê até agora a Anfavea não ter revisado as projeções para o ano: "Haverá uma retomada dos preços, pelo fim do benefício, e combinando isso com a redução na taxa de juros o mercado reagirá". ■

Fiat Fastback: nova versão T200 perdeu equipamentos para custar R\$ 16 mil menos.

RENAULT KWID

o SUV dos compactos

DPZ



pacote de incentivo Renault

só o Renault Kwid entrega, num único carro, o menor preço com o maior valor. por isso, fomos além da redução de impostos para oferecer menor preço e entregar para você um carro completo, trazendo mais tecnologia com o media nav com espelhamento de smartphone e câmera de ré, e maior segurança com controle eletrônico de estabilidade e 4 airbags de série.



No trânsito, escolha a vida!

renault.com.br



Modelos, preços, descontos

CHEVROLET	Preço anterior	Preço com desconto	Desconto MP 1175	Desconto montadora	Unidades vendidas
Onix 1.0 MT	R\$84.390	R\$78.390	R\$6.000	-/-	559
Onix LT 1.0 MT	R\$91.690	R\$86.690	R\$5.000	-/-	4.741
Onix 1.0T AT	R\$97.240	R\$93.240	R\$4.000	-/-	188
Onix LT 1.0T MT	R\$97.890	R\$92.890	R\$5.000	-/-	424
Onix LT 1.0T AT	R\$104.690	R\$100.690	R\$4.000	-/-	459
Onix LTZ 1.0T AT	R\$107.190	R\$103.190	R\$4.000	-/-	638
Onix RS 1.0T AT	R\$109.290	R\$105.290	R\$4.000	-/-	234
Onix Premier 1.0T AT	R\$112.890	R\$108.890	R\$4.000	-/-	913
Onix Plus 1.0 MT	R\$96.390	R\$90.390	R\$6.000	-/-	1.880
Onix Plus 1.0T AT	R\$102.890	R\$97.890	R\$5.000	-/-	62
Onix Plus LT 1.0T MT	R\$103.640	R\$98.640	R\$5.000	-/-	293
Onix Plus LT 1.0T AT	R\$110.340	R\$105.340	R\$5.000	-/-	645
Onix Plus LTZ 1.0T AT	R\$112.990	R\$107.990	R\$5.000	-/-	2.090
Onix Plus Premier 1.0T AT	R\$118.490	R\$113.490	R\$5.000	-/-	1.388
Spin LS 1.8 MT	R\$103.990	R\$99.990	R\$4.000	-/-	56
Spin LS 1.8 AT	R\$110.240	R\$106.240	R\$4.000	-/-	12
Spin LT 1.8 MT	R\$110.790	R\$106.790	R\$4.000	-/-	35
Montana 1.2T MT	R\$118.690	R\$114.690	R\$4.000	-/-	39
Total (unidades)					14.656

CITROËN	Preço anterior	Preço com desconto	Desconto MP 1175	Desconto montadora	Unidades vendidas
C3 1.0 Live	R\$72.990	R\$62.990	R\$7.000	R\$3.000	51
C3 1.0 Live Pack	R\$80.990	R\$70.990	R\$6.000	R\$4.000	1.433
C3 1.0 Feel	R\$83.990	R\$74.990	R\$6.000	R\$3.000	937
C3 1.6 Feel	R\$91.990	R\$84.990	R\$4.000	R\$3.000	24
C3 1.6 Feel Pack AT	R\$97.790	R\$93.790	R\$4.000	-/-	428
Total (unidades)					2.873

HYUNDAI	Preço anterior	Preço com desconto	Desconto MP 1175	Desconto montadora	Unidades vendidas
HB20 Sense	R\$82.290	R\$69.990	R\$6.000	R\$6.300	2.322
HB20 Comfort 1.0 MT	R\$85.590	R\$77.590	R\$6.000	R\$2.000	2.289
HB20 Limited 1.0 MT	R\$90.690	R\$82.690	R\$5.000	R\$3.000	686
HB20 Comfort 1.0 TGDI AT	R\$104.590	R\$98.590	R\$2.000	R\$4.000	493
HB20 Platinum 1.0 TGDI AT	R\$110.590	R\$104.590	R\$2.000	R\$4.000	325
HB20 Platinum Plus 1.0 TGDI AT	R\$119.590	R\$113.590	R\$2.000	R\$4.000	245
HB20S Comfort 1.0 MT	R\$91.890	R\$83.890	R\$5.000	R\$3.000	582
HB20S Limited 1.0 MT	R\$97.090	R\$89.090	R\$5.000	R\$3.000	286
HB20S Comfort TGDI AT	R\$110.890	R\$104.890	R\$2.000	R\$4.000	163
HB20S TGDI AT Platinum	R\$117.390	R\$111.390	R\$2.000	R\$4.000	143
HB20S TGDI AT Platinum Plus	R\$126.590	R\$120.590	-/-	R\$6.000	193
Creta Comfort	R\$132.890	R\$127.890	-/-	R\$5.000	800
Creta Limited	R\$143.890	R\$138.890	-/-	R\$5.000	1.506
Total (unidades)					10.033

Modelos, preços, descontos

FIAT	Preço anterior	Preço com desconto	Desconto MP 1175	Desconto montadora	Unidades vendidas
Mobi Like	R\$68.990	R\$58.990	R\$8.000	R\$2.000	5.604
Mobi Trekking	R\$72.990	R\$65.290	R\$7.000	-/-	1.290
Argo 1.0	R\$79.790	R\$69.990	R\$6.000	R\$3.800	1.702
Argo Drive 1.0	R\$83.190	R\$75.190	R\$6.000	R\$2.000	3.092
Argo Trekking 1.3	R\$89.990	R\$83.990	R\$6.000	-/-	770
Argo Drive 1.3 AT	R\$92.990	R\$87.990	R\$5.000	-/-	547
Argo Trekking 1.3 AT	R\$97.990	R\$92.990	R\$5.000	-/-	636
Cronos 1.0	R\$84.790	R\$71.990	R\$6.000	R\$6.800	308
Cronos Drive 1.0	R\$88.890	R\$78.190	R\$6.000	R\$4.700	2.237
Cronos Drive 1.3	R\$89.990	R\$83.990	R\$6.000	-/-	1.129
Cronos Drive 1.3 AT	R\$97.990	R\$88.290	R\$5.000	R\$4.700	900
Cronos Precision 1.3 AT	R\$109.890	R\$100.190	R\$5.000	R\$4.700	394
Pulse Drive 1.3	R\$100.990	R\$89.990	R\$5.000	R\$6.000	12
Pulse Drive 1.3 AT	R\$107.990	R\$102.990	R\$5.000	-/-	1.055
Pulse Audace T200 AT	R\$119.990	R\$109.990	R\$4.000	R\$6.000	1.440
Fastback Turbo 200 CVT	R\$119.990	R\$115.990	R\$4.000	-/-	10
Strada Endurance Cab Plus	R\$99.990	R\$95.990	R\$4.000	-/-	2.858
Strada Freedom Cab Plus	R\$105.990	R\$100.990	R\$5.000	-/-	1.495
Strada Freedom Cab Dupla	R\$111.290	R\$107.990	R\$4.000	-/-	1.046
Strada Volcano Cab Dupla	R\$112.990	R\$108.990	R\$4.000	-/-	575
Strada Volcano Cab Dupla AT	R\$118.990	R\$114.990	R\$4.000	-/-	1.545
Fiorino Endurance	R\$111.990	R\$106.740	R\$4.000	R\$1.250	2.242
Total (unidades)					30.887

JEEP	Preço anterior	Preço com desconto	Desconto MP 1175	Desconto montadora	Unidades vendidas
Renegade versão 1.3 Turbo	R\$125.990	R\$115.990	R\$4.000	R\$6.000	401
Renegade Sport	R\$134.990	R\$115.990	R\$4.000	R\$15.000	1.605
Total (unidades)					2.006

NISSAN	Preço anterior	Preço com desconto	Desconto MP 1175	Desconto montadora	Unidades vendidas
Kicks Active CVT	R\$112.990	R\$109.990	R\$3.000	-/-	137
Kicks Active CVT com multimídia	R\$114.990	R\$111.990	R\$3.000	-/-	n/d
Kicks Sense CVT	R\$123.690	R\$115.290	R\$3.000	R\$5.400	1.025
Total (unidades)					1.162

TOYOTA	Preço anterior	Preço com desconto	Desconto MP 1175	Desconto montadora	Unidades vendidas
Yaris XL	R\$97.990	R\$94.990	R\$3.000	-/-	1.197
Yaris XS	R\$109.290	R\$106.290	R\$3.000	-/-	463
Yaris Sedan XL	R\$97.990	R\$93.990	R\$4.000	-/-	646
Yaris Sedan XS	R\$112.790	R\$108.790	R\$4.000	-/-	422
Total (unidades)					2.728

Modelos, preços, descontos

HONDA	Preço anterior	Preço com desconto	Desconto MP 1175	Desconto montadora	Unidades vendidas
City EX	R\$117.900	R\$113.900	R\$4.000	-/-	152
Total (unidades)					152

PEUGEOT	Preço anterior	Preço com desconto	Desconto MP 1175	Desconto montadora	Unidades vendidas
208 Like 1.0 MT	R\$79.990	R\$64.790	R\$7.000	R\$8.200	1.046
208 Style 1.0 MT	R\$89.990	R\$77.990	R\$6.000	R\$6.000	997
208 Active 1.6 AT	R\$99.990	R\$95.190	R\$4.000	R\$800	336
208 Allure 1.6 AT	R\$103.990	R\$99.990	R\$4.000	-/-	8
208 Roadtrip 1.6 AT	R\$105.990	R\$102.990	R\$3.000	-/-	122
208 Griffé 1.6 AT	R\$117.990	R\$109.990	R\$3.000	R\$5.000	209
2008 Allure 1.6 AT	R\$107.990	R\$103.990	R\$4.000	-/-	37
2008 Style 1.6 AT	R\$113.990	R\$109.990	R\$4.000	-/-	38
2008 Roadtrip 1.6 AT	R\$114.490	R\$110.490	R\$4.000	-/-	43
Partner Rapid Business Pack	R\$111.990	R\$104.590	R\$4.000	R\$3.400	153
Total (unidades)					2.989

RENAULT	Preço anterior	Preço com desconto	Desconto MP 1175	Desconto montadora	Unidades vendidas
Kwid Zen	R\$68.990	R\$58.990	R\$8.000	R\$2.000	3.626
Kwid Intense	R\$73.090	R\$66.090	R\$7.000	-/-	1.369
Kwid Outsider	R\$76.490	R\$69.490	R\$7.000	-/-	638
Stepway 1.0 Zen	R\$79.990	R\$74.990	R\$5.000	-/-	749
Stepway 1.6 Zen	R\$101.890	R\$97.890	R\$4.000	-/-	101
Stepway 1.6 Iconic CVT	R\$113.340	R\$109.340	R\$4.000	-/-	154
Logan 1.0 Life	R\$92.490	R\$87.490	R\$5.000	-/-	26
Logan 1.0 Zen	R\$95.890	R\$90.890	R\$5.000	-/-	446
Duster Intense 1.6 MT	R\$112.590	R\$104.590	R\$4.000	R\$4.000	437
Duster Intense 1.6 AT	R\$123.590	R\$115.990	R\$4.000	R\$3.600	499
Oroch 1.6 Pro	R\$119.990	R\$115.990	R\$4.000	-/-	158
Total (unidades)					8.203

VOLKSWAGEN	Preço anterior	Preço com desconto	Desconto MP 1175	Desconto montadora	Unidades vendidas
Polo Track 1.0 MPI	R\$82.290	R\$74.990	R\$6.000	R\$1.300	4.690
Polo 1.0 MPI	R\$86.390	R\$78.390	R\$6.000	R\$2.000	1.438
Polo TSI	R\$95.990	R\$89.990	R\$5.000	R\$1.000	1.113
Polo Comfortline TSI AT	R\$106.290	R\$102.500	R\$4.000	R\$210	745
Polo Highline TSI AT	R\$113.290	R\$108.290	R\$4.000	R\$1.000	1.760
Virtus TSI MT	R\$104.390	R\$98.890	R\$5.000	R\$500	417
Virtus TSI AT	R\$115.390	R\$110.890	R\$4.000	R\$500	404
Saveiro Cabine Simples Robust	R\$94.490	R\$90.190	R\$4.000	R\$300	3.835
Saveiro Cabine Simples Trendline	R\$99.380	R\$95.080	R\$4.000	R\$310	251
Saveiro Cabine Dupla Robust	R\$108.780	R\$104.480	R\$4.000	R\$300	340
T-Cross Sense AT	R\$116.500	R\$107.550	R\$4.000	R\$5.000	2.004
Total (unidades)					16.997

Celebrando nossas conquistas
Construindo nosso futuro

MOURA. A MARCA ESCOLHIDA TAMBÉM PELA VOLKSWAGEN.



É DA MOURA O 1º LUGAR NO PRÊMIO THE ONE DA VW COMO A MELHOR FORNECEDORA EM CONECTIVIDADE E POWERTRAIN. UM RECONHECIMENTO QUE NOS ENCHE DE ORGULHO E ENERGIA, SOBRETUDO EM UM ANO ESPECIAL DE COMEMORAÇÃO PELOS 70 ANOS DA FABRICANTE ALEMÃ, QUE É SINÔNIMO DE CONFIANÇA, QUALIDADE E INOVAÇÃO — O QUE NOS CONECTA AINDA MAIS.

PARABÉNS E OBRIGADO, VOLKSWAGEN.

MOURA.COM

Empacado, programa de descontos para caminhões e ônibus começa a decolar

Desde que começou a valer, no início de junho, medida criada para fomentar renovação de veículos pesados demorou a gerar negócios. Mas alguns ajustes estão revertendo a situação.

Por Aline Feltrin

Se a Medida Provisória 1175/23 serviu para aquecer temporariamente as vendas de automóveis, esgotando os R\$ 800 milhões em créditos tributários para patrocinar descontos, o mesmo não aconteceu para reverter o cenário de baixa demanda por caminhões e ônibus novos, que contam com incentivos de R\$ 1 bilhão para usar até outubro. Conforme a Anfavea, associação que reúne os fabricantes de veículos, até o início de julho a MP não trouxe resultado algum para as vendas de pesados, mas após alguns ajustes os negócios começaram a acontecer a partir da metade do mês.

Até então neste mercado foram mais fortes os efeitos do Proconve P8, em vigor desde o início deste ano. Ou seja: os preços de 15% a 30% mais altos de caminhões e ônibus com motorização Euro 6 que atendem à nova norma ambiental de emissões ainda afastam os compradores.



O cenário econômico de baixo ou nenhum crescimento também em nada ajuda, não anima ninguém a investir na frota.

A MP, que começou a valer em 5 de junho para pessoas físicas e em 20 de junho para pessoas jurídicas, estabelece um sistema de desconto de preços subsidiado por créditos tributários concedidos pelo governo. O programa para caminhões consiste em injeção de até R\$ 700 milhões

para patrocinar descontos de R\$ 33,6 mil a R\$ 80,3 mil, dependendo do tamanho do veículo, e para os ônibus e vans foram destinados R\$ 300 milhões para abatimentos de R\$ 38 mil a R\$ 99,4 mil.

O uso de benefício, contudo, está atrelado à obrigação de entregar para destruição um caminhão ou ônibus com mais de vinte anos de uso, o que torna o negócio inviável para proprietários de veículos antigos e desvalorizados que não têm condições de dar um salto tão grande de preço, tampouco de aprovar o financiamento, por maior que seja o desconto obtido com o programa.

Segundo dados do MDIC, Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, desde que a MP foi publicada os fabricantes solicitaram apenas R\$ 100 milhões para bancar descontos em caminhões e R\$ 140 milhões para ônibus. Contudo as cifras são apenas reservas e não significam que os créditos foram utilizados – até o início de julho nenhum negócio tinha sido fechado.

SEM INTERESSADOS

A obtenção do desconto não é simples e desestimula o negócio: além de entregar o caminhão ou ônibus antigo com mais de vinte anos para a concessionária o veículo precisa estar em condições de rodar, com licenciamento regular, e o benefício só é de fato concedido após a baixa do documento do veículo velho.

O objetivo é garantir que o veículo antigo vá para o desmonte e fique fora de circulação. Mas de acordo com fontes ouvidas por AutoData esta contrapartida e toda a burocracia envolvida acabou por travar os negócios no início do programa.

Empresas transportadoras de caminhões, por exemplo, não têm em suas frotas veículos com idade acima de vinte anos para fazer essa troca. E caminhoneiros autônomos, os proprietários dos veículos mais antigos, não têm recursos para comprar um caminhão zero-quilômetro.

Na concessionária Quinta Roda, da Scania, por exemplo, não houve nenhuma consulta de transportadores interessados

Descontos patrocinados para caminhões

Fonte: MDIC

Categoria	PBT em toneladas	Desconto
Semileve	3,5 a 6	R\$ 33,6 mil
Leve	7 a 10	R\$ 38 mil
Médio	11 a 15	R\$ 45 mil
Semipesado	16 a 23	R\$ 60 mil
Pesado	> 23	R\$ 80,3 mil

Descontos patrocinados para vans e ônibus

Modelo	Capacidade Passageiros	Desconto
Van monobloco	< 20	R\$ 38 mil
Van sobre chassi	< 20	R\$ 60 mil
Ônibus urbano	> 20	R\$ 70 mil
Ônibus rodoviário	> 20	R\$ 99,4 mil

Recursos para descontos

Veículos Pesados	Total do programa	Solicitados
Caminhões	R\$ 700 milhões	R\$ 100 milhões
Ônibus	R\$ 300 milhões	R\$ 140 milhões

em usar o benefício do programa. Alguns poucos caminhoneiros se interessaram, mas somente para consulta: ao calcular o desconto que receberiam para entregar o veículo antigo e quanto custa a aquisição do novo, descobriram que a conta não fechava.

Diretor da concessionária, Roberto Mota aponta a incapacidade de acesso ao financiamento do caminhão como principal trava: se o cliente entrega o caminhão de vinte anos que custa de R\$ 80 mil a R\$ 90 mil, mas os novos equivalentes custam R\$ 800 mil, ele precisa financiar a diferença e para isto terá de ter bens e apresentar renda para dar como garantia ao banco.

Mota resume a situação: "O caminhoneiro que geralmente tem em mãos esse veículo fabricado há vinte anos não tem condições de financiar um caminhão zero-quilômetro e atender a todas as exigências das instituições financeiras".

Outro ponto que gera dúvidas e receio é como será organizado o processo de reciclagem. Segundo Mota ficou a cargo do concessionário dar o destino aos caminhões velhos: "Até o momento não sabemos como proceder. Não basta entregar o veículo ao desmanche. É necessário desmontar e tirar as partes de vidro, de borracha, plástico, óleos e outros, para depois dar o destino correto".

TRIANGULAÇÃO NECESSÁRIA

Mesmo esperançosos com a iniciativa executivos do setor reconheciam que, do jeito que estava, a MP ainda não iria gerar resultados. Nesse sentido uma luz na escuridão foi acendida pela portaria 197, publicada pelo MDIC em 4 de julho de 2023 no Diário Oficial da União para regulamentar a concessão e fiscalização dos descontos. O texto informa que "não será mais exigida a vinculação do adquirente do veículo novo com o desconto patrocinado e o proprietário do veículo entregue à concessionária ou à empresa de desmontagem". Além disso "os procedimentos de baixa, desmontagem ou destruição serão realizados mediante autorização do proprietário do veículo".

Desta forma a portaria facilita uma espécie de triangulação de vendas em que

Reservas solicitadas para vans e ônibus

Fonte: MDIC até 7/7/2023

Fabricante	Valor
Fiat Chrysler	R\$ 10 milhões
Ford	R\$ 10 milhões
Mercedes-Benz Vans	R\$ 10 milhões
Mercedes-Benz	R\$ 10 milhões
Iveco	R\$ 10 milhões
Scania	R\$ 10 milhões
VWCO	R\$ 10 milhões
Volvo	R\$ 10 milhões
Caio Induscar	R\$ 10 milhões
Ciferal	R\$ 10 milhões
Comil	R\$ 10 milhões
Irizar	R\$ 10 milhões
Marcopolo	R\$ 10 milhões
Volare	R\$ 10 milhões
TOTAL	R\$ 140 milhões

Reservas solicitadas para caminhões

Fonte: MDIC até 7/7/2023

Fabricante	Valor
DAF	R\$ 10 milhões
Fiat Chrysler	R\$ 10 milhões
Peugeot Citroën	R\$ 10 milhões
Ford	R\$ 10 milhões
Mercedes-Benz Vans	R\$ 10 milhões
Mercedes-Benz	R\$ 10 milhões
Iveco	R\$ 10 milhões
Scania	R\$ 10 milhões
VWCO	R\$ 10 milhões
Volvo	R\$ 10 milhões
TOTAL	R\$ 100 milhões

NÃO HÁ PONTO DE CHEGADA PARA QUEM TEM O OLHAR NO FUTURO.



A Randon acredita que o melhor sempre está por vir. Por mais avançada que seja a tecnologia em cada produto, a Randon não para e continua avançando rumo a um futuro cada vez mais produtivo e sustentável. A Linha New R chegou para oferecer um novo horizonte de soluções modernas e eficientes, impactando e melhorando a vida de todos. A Randon não para, para você continuar em movimento.

L I N H A

NEW

A RANDON
À FRENTE.
OUTRA VEZ.

RANDON

empresas de transporte poderão adquirir veículos antigos de pessoas físicas ou pequenos transportadores sem a necessidade de transferir a propriedade, para usá-los na obtenção do desconto de um caminhão ou ônibus novo. Por sua vez, com o dinheiro que receber, o caminhoneiro poderá comprar um veículo usado mais novo, ou até mesmo se livrar do bem velho e custoso para começar uma vida nova.

Não é necessário que a documentação do veículo com mais de vinte anos seja transferida à empresa que vai usar o desconto. A única exigência é que o dono assine um termo autorizando o desmanche. Como explica o vice-presidente da República e ministro do MDIC, Geraldo Alckmin, "não precisa ser dono do veículo para obter o crédito: o comprador pode adquirir um velho, entregar à reciclagem e pedir o desconto".

Depois disso o programa começou a funcionar. Em 14 de julho foi divulgado o primeiro grande negócio estimulado pelos descontos patrocinados pelo governo federal: o Grupo Suzantur fechou a compra de 110 novos chassis de ônibus Mercedes-Benz, noventa urbanos e vinte rodoviários, além de mais vinte Scania e vinte Volvo. Todos serão encarroçados pela Marcopolo. Para obter o desconto a própria empresa saiu à procura de ônibus

antigos pelo interior do País para entregá-los ao sucateamento.

No mesmo dia, usando também o programa de descontos, a Mercedes-Benz vendeu seis caminhões pesados Actros para a Carga Transporte, do Espírito Santo.

Alckmin disse ainda que já foi solicitado ao Denatran, Departamento Nacional de Trânsito, que recomende aos Detran um processo mais eficiente e menos burocrático para certificar a desmontagem do veículo e dar baixa no documento, para dar rapidez ao processo e garantir a concessão do desconto ao comprador do novo veículo.

A triangulação permitida pela portaria já havia sido defendida por integrantes da indústria assim que a MP foi divulgada, no início de junho. O diretor de marketing de portfólio de produtos da Iveco, Marcus Souza, observa que desta forma "o frotista localiza onde está o caminhão de mais de vinte anos e o compra, para depois negociar com a concessionária, e em seguida dá ao caminhoneiro acesso para que ele consiga comprar um modelo seminovo até do próprio transportador".

Além de trazer uma solução para desativar as negociações a portaria também trouxe mais flexibilidade à troca de veículos. De acordo com o texto é admitida a entrega na concessionária de mais de um veículo de categoria inferior para somar valores e





Divulgação/Scania

obter o desconto patrocinado para comprar um modelo maior. Ou seja: o comprador poderá entregar dois caminhões leves, por exemplo, para comprar um pesado.

ENSAIO PARA O RENOVAR

Presidente da Fabus, que representa as empresas encarregadoras de ônibus, Ruben Antonio Bisi acredita que, após os ajustes, a MP 1175 trará bons resultados: "É um ensaio do que será o Renovar" diz, em alusão ao programa criado no ano passado que, até agora, não saiu do papel, para renovar a frota de veículos pesados e retirar de circulação aqueles com mais de trinta anos de uso.

Segundo Bisi o Renovar deverá passar a valer em agosto ou setembro. Até lá toda a cadeia vai entender melhor como funcionará um sistema de renovação de frota. Para ele a contrapartida do programa de incentivo às vendas de caminhões e ônibus, ou seja, a entrega de um veículo antigo para, assim, obter o desconto, é uma junção do Renovar com o programa de desconto.



Divulgação/Volvo

Vice-presidente da Anfavea, Gustavo Bonini também avalia que a atual MP do desconto será um complemento ao programa Renovar e espera para breve sua estruturação. Mas com ou sem Renovar o interesse dos envolvidos na cadeia automotiva é que o governo faça todos os ajustes necessários para que os incentivos alcancem os objetivos de sua criação: retirada de veículos velhos das ruas e estradas com estímulo à compra de novos.

AJUSTES

Ruben Bisi, da Fabus, revela que há conversas das entidades do setor com o governo para que as concessionárias não precisem internalizar como ativo o veículo usado que recebe do comprador: "Isto porque, ao lançar no estoque, tem de emitir nota fiscal, e isto gera um custo de R\$ 2 mil". A proposta é que as concessionárias emitam somente uma procuração.

O dirigente antecipa também que está sendo conversado a forma como será estruturado o sucateamento dos veículos: "Temos de ter o certificado de sucateamento por uma empresa sucateadora credenciada pelo governo". Para Bisi "a medida é boa para descarbonizar e poderá ativar a indústria mas tem de ter mais clareza para otimização do crédito".

Para a CNTA, Confederação Nacional dos Transportadores Autônomos, é necessário incluir de forma mais clara os caminhoneiros no programa de descontos para que a iniciativa dê certo. Por isto a entidade enviou a deputados federais e senadores três propostas de emendas à MP 1175.

A principal medida seria a criação de um bônus para o caminhoneiro autônomo comprar caminhões usados de até dez anos. Além disso a CNTA pede uma linha de crédito especial com juros mais baixos e que o valor do desconto seja aumentado para o teto de R\$ 144 mil, para diminuir o valor a ser financiado.

A Anfavea e outras entidades já estão pleiteando para que a MP do desconto se torne lei e que o programa tenha pelo menos um ano de duração, já que o processo de venda com contrapartida é demorada.



Divulgação/Mercedes-Benz

SEM FINANCIAMENTO RODA NÃO GIRA

O sócio gestor da MA8 Management Consulting Group, Orlando Merluzzi, acredita que a MP do desconto não trará resultados tão satisfatórios para a indústria de veículos pesados "pela mesma razão que nenhum programa de renovação de frotas de caminhões até agora nunca funcionou".

O consultor aponta que, para a roda girar, mesmo com uma triangulação em que o caminhoneiro autônomo venda para o grande frotista seu veículo com mais de vinte anos para comprar um usado, ele precisará de acesso a crédito: "Aí entra novamente a questão do risco e nenhum banco quer se comprometer com isto".

Merluzzi lembra que as tentativas de adotar um programa de renovação de frotas sempre esbarrou na falta de acesso ao crédito, porque nenhuma instituição assume o risco da inadimplência do comprador com poucas garantias.

O que falta, na visão do consultor, é criar um programa em que haja estudo completo da cadeia, de ponta a ponta: "É preciso começar pela renovação do velho e criar um sistema de venda do seminovo para o autônomo".

O coordenador acadêmico de cursos automotivos da FGV, Antônio Jorge Martins, concorda que a MP 1 175 não foi devidamente estudada. Na sua opinião quando o governo incluiu caminhões e ônibus no

programa deve ter imaginado que grandes atacadistas começariam a comprar modelos mais antigos de autônomos para, então, terem acesso ao desconto: "Mas, na prática, é uma equação complicada porque envolve três tipos de negociação, uma com pessoa física, o caminhoneiro, outra com a jurídica, o frotista, e, depois, com a montadora ou concessionária".

O problema, segundo o professor, é que para se desfazer do veículo antigo o caminhoneiro precisa ter condições para financiar um seminovo que custa bem mais. E nem sempre ele consegue o financiamento. Em contrapartida o frotista enfrenta dificuldade para fazer a negociação no curto prazo. Principalmente porque nem sempre tem fluxo de caixa para este tipo de operação.

Para Martins, neste momento, deveria haver medidas de longo prazo que aumentassem a competitividade do setor em vez de tentativas de curto prazo.

Seja como for a MP 1 175 tem duração máxima de quatro meses e ainda tem R\$ 1 bilhão para bancar descontos e fomentar a demanda por caminhões e ônibus novos no Brasil. Neste período, até outubro, a expectativa de toda a cadeia é que os bons resultados aconteçam com os ajustes esperados: "Depois da publicação da portaria esperamos que o programa comece a funcionar", avalia o vice-presidente da Anfavea Gustavo Bonini. ■



Divulgação/Volvo

SEKURIT

GLAZING IN MOTION

Quando falamos em **vidros automotivos**,
a Saint-Gobain Sekurit está na vanguarda.

Mais do que uma fornecedora de vidros automotivos, somos uma empresa comprometida em promover uma verdadeira experiência de condução, alinhando segurança, conforto e um futuro sustentável para o nosso planeta.

Baseados em estudos de LCA (Life Cycle Assessment) – únicos e exclusivos no mercado de vidros automotivos - podemos contribuir com soluções que diminuem a pegada de carbono aliados a design e tecnologia.

Fomos reconhecidos com o prêmio “The One” da Volkswagen do Brasil, por nossas iniciativas ligadas à sustentabilidade.

Descubra mais sobre a excelência em vidros automotivos da Sekurit, que unem **segurança e cuidado com o meio ambiente.**

Acesse: www.saint-gobain-sekurit.com

Make every drive a great experience.



SAINT-GOBAIN



Central hidrelétrica da Volkswagen em São Joaquim da Barra, SP: 20% da energia das três fábricas paulistas.

Brasil fornece energia limpa para produzir veículos e autopeças

Com 83% de energia gerada de fontes renováveis País é referência na descarbonização de processos produtivos

Por Caio Bednarski

O caminho da descarbonização na indústria automotiva vai além da tecnologia adotada nos motores. Ele começa dentro das fábricas de veículos e autopeças, que precisam tornar cada vez mais limpos seus processos produtivos. Neste ponto o Brasil está mais avançado quando comparado a outros países por causa de sua matriz energética lastreada em fontes renováveis de geração de energia, caso da hídrica e outras que estão ganhando mais espaço como eólica, solar, biomassa e nuclear.

Até o ano passado o País contabilizava 83% da energia elétrica gerada dessas fontes renováveis, mais do que o dobro da média global, que foi de 38%, de acordo com dados do Think Tank Amber, relatório que reúne dados sobre o setor de energia global.

O mesmo estudo também aponta que, em 2022, a geração de energia renovável na União Europeia chegou a 22% da demanda total da região. Nos Estados Unidos o porcentual é parecido: de acordo com o relatório Sustainable Energy in America

2023 Factbook, a geração de energia limpa representou no país 23% do volume anual. Na China a matriz energética limpa representou cerca de 47% do total consumido em 2022, de acordo com o CEC, Conselho de Eletricidade da China, que projeta crescimento para 51% até 2025.

Como se vê a indústria instalada no Brasil está mais avançada no uso de energia limpa quando comparada com qualquer região da Ásia, Europa ou América do Norte, de acordo com Marcus Vinícius Aguiar, presidente da AEA, Associação Brasileira de Engenharia Automotiva: "A nossa matriz hídrica, que representa grande fatia do fornecimento para o setor automotivo, nos coloca à frente. Nos últimos cinco anos o País também avançou muito em outras fontes limpas como eólica e solar".

INICIATIVAS PRÓPRIAS

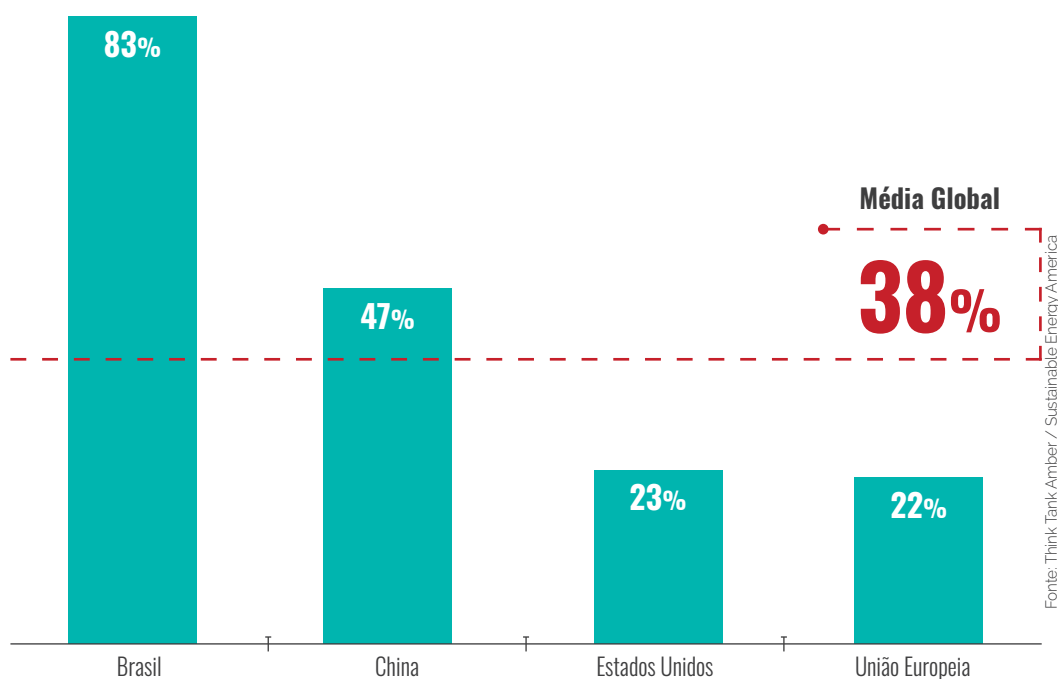
Para além do consumo de energia renovável já distribuída pela rede elétrica nacional, as empresas também têm adotado soluções próprias de geração.

Por exemplo, muitas fábricas adotaram painéis fotovoltaicos, seja em espaço do terreno ou nos telhados de prédios, que além de gerar eletricidade limpa para alimentar suas operações também podem enviar o excedente ao sistema nacional, recebendo em troca um abatimento na conta mensal.

Mas outras soluções começam a ganhar corpo no País, caso das fazendas solares, que são instaladas em grandes áreas rurais, gerando energia que é comercializada para clientes interessados em reduzir sua pegada de carbono. Parte desse público é formado por companhias automotivas, que em alguns casos até entram como investidores no projeto, ou apenas compram a energia certificada.

O presidente da AEA também lembra das PCHs, Pequenas Centrais Hidrelétricas, construídas para fornecer energia à indústria em parceria com a companhia elétrica que opera na região. A Volkswagen é o exemplo mais longo deste tipo de operação no setor automotivo: com

Matriz energética renovável





Usina solar na fábrica da Niterra, antiga NGK, em Mogi das Cruzes, SP: 10% do consumo de energia.

investimento de cerca de R\$ 150 milhões, há treze anos a fabricante inaugurou a PCH Anhanguera, construída no Rio Sapucaí, em São Joaquim da Barra, SP, capaz de gerar 20% de toda a energia elétrica que a montadora consome nas fábricas paulistas da Anchieta, em São Bernardo do Campo, São Carlos e Taubaté.

Da energia anual consumida pela Volkswagen 99% vêm de fonte hídrica e 1% de eólica, e as quatro fábricas instaladas no País são certificadas com o I-Rec, Certificado Internacional de Energia Renovável, que comprova o uso de energia elétrica 100% renovável. A entrega do documento foi feita este ano pelas fornecedoras de energia Auren Energia e Enel Brasil.

FORÇA DO VENTO E DO SOL

A Honda também investiu para gerar sua própria energia limpa, por meio do seu parque eólico instalado em Xangri-lá, RS, que começou a operar em 2015. Ele é capaz de atender 100% do consumo de energia das duas fábricas paulistas de automóveis e componentes da empresa, centro de distribuição de peças e escritórios. De 2015 a 2022 a unidade gerou 630 mil megawatts, suficientes para produzir 900 mil carros, de acordo com a Honda.

Para esta operação a Honda realiza mapeamento anual da previsão de vento na região do parque, para ter uma projeção da energia que será gerada, sendo que em alguns meses a geração é maior do que o volume consumido, sobrando energia que

é convertida em crédito para ser abatido no futuro, o que tem acontecido com mais frequência nos últimos anos, por causa da produção automotiva menor.

A fábrica da BMW instalada em Araquari, SC, produz seus veículos com energia 100% limpa, sendo que 80% do consumo anual são provenientes de fonte hídrica e 20% de solar, sendo que 6,5% são captados por painéis solares instalados em telhado da unidade desde 2020. Está nos planos o aumento da geração solar própria, que da liberação de novo investimento pela matriz.

A Nissan, com fábrica em Resende, RJ, não tem parque eólico mas desde 2020 compra apenas energia elétrica gerada pelo vento para manter sua produção no País, também com certificado I-Rec. A decisão de mudar a matriz energética faz parte do plano global que mira a redução da pegada de carbono de suas operações, em busca da neutralidade até 2050.

Na fábrica da Renault, em São José dos Pinhais, PR, a fonte de energia para produção de veículos é 100% hídrica, com certificação renovável, junto com outras soluções adotadas para reduzir a pegada de carbono, como o processo de geração de energia a partir da queima de biomassa para aquecimento da água, reutilizando sobras de madeira originadas de atividades industriais e o sistema Recovery Energy, que recupera energia dos compressores para aquecer a água utilizada na área de pintura.

BIOGÁS

Na Volkswagen a adoção do biometano, combustível de fonte renovável, para substituir o gás natural fóssil em algumas áreas de suas fábricas paulistas, é mais um passo em direção à descarbonização da produção. A migração para este biocombustível ocorrerá de forma gradual, ainda em 2023 na unidade de Taubaté e em 2024 na Anchieta.

O biogás será adquirido da Raízen, que garantirá a geração a partir de resíduos da produção de etanol, como bagaço, torta de filtro e vinhaça.

Segundo a montadora a troca do gás natural pelo biometano reduz em mais de 90% as emissões de CO₂.

Na BMW a busca por opções para substituir o gás natural na produção também está acontecendo e o biogás é visto como uma solução promissora, junto com outras tecnologias que tenham impacto ambiental menor. No ano passado a montadora já conseguiu eliminar o uso de gás natural fóssil no processo de montagem dos carros em Araquari.

Para a AEA o biometano pode ser uma boa opção porque ajuda a reduzir as emissões e o País tem muita matéria-prima para usar por causa do seu complexo agrícola, que gera biomassa que pode ser transformada em biogás.

PESADOS

No segmento de veículos comerciais o foco em reduzir as emissões durante a produção é tão importante quanto nos automóveis e o uso de energia limpa também é uma realidade por parte nas fábricas de caminhões e ônibus.

A Scania, com unidade produtiva em São Bernardo do Campo, como empresa do Grupo Volkswagen, realiza compra de energia anual dentro do mesmo contrato da montadora de automóveis, com certificado de renovável e fonte 100% hídrica. A empresa também tem uma pequena geração de energia solar na unidade, a partir de painéis fotovoltaicos, que é usada para abastecer equipamentos elétricos como empilhadeiras e rebocadores.

De acordo com Bruno Montanheiro, responsável pela área de meio ambiente da Scania no Brasil, na Holanda a montadora é referência na geração de energia solar para produção de veículos e aqui no Brasil estuda possibilidades de avançar, mas sofre com algumas restrições nos galpões, que foram construídos há 65 anos, para instalação dos painéis.

A Scania tem planos de ampliar para até 75% a participação do biometano para reduzir as emissões de carbono da sua produção e da rede de concessionárias. Este objetivo deve ser alcançado em 2025. No Brasil esta matriz energética

Matriz energética de fabricantes

		HÍDRICA	EÓLICA	SOLAR
Veículos leves	Volkswagen	99%	1%	-
	Honda	-	100%	-
	BMW	80%	-	20%
	Nissan	-	100%	-
	Renault	100%	-	-
Pesados	Scania	100%	-	-
	VWCO	100%	-	-
	Mercedes-Benz	100%	-	-
Fornecedores	NGK	-	-	10%
	Schaeffler	100%	-	-
	Continental	100%	-	-



Prédio “verde” da Mercedes-Benz em Juiz de Fora, MG: placas solares no teto.

já representa 37%, enquanto na América Latina é de 46%. Para chegar aos 75% será essencial o mercado livre de gás começar a operar no País em 2024, garantindo o fornecimento contínuo de biometano para a unidade, que substituirá o gás natural hoje consumido em maior volume pela produção de cabines.

“Em 2019 realizamos um projeto piloto em São Bernardo com o biometano sendo usado em todos os processos e o avaliamos como um substituto positivo do gás natural. Desde então estudamos formas de abastecer a unidade com biometano porque o seu transporte realizado por caminhões tinha alto custo, além das emissões geradas pelos veículos”, explica Montanheiro. “Um segundo passo será trocar o diesel usado em veículos de serviços e em teste de motores por um combustível menos poluente e o HVO é uma boa alternativa. O mercado todo está olhando para isso: é uma questão de tornar o combustível economicamente viável e incentivar sua produção.”

A fábrica instalada em Resende, RJ, da Volkswagen Caminhões e Ônibus, outra empresa do Grupo VW, é abastecida por energia certificada pelo selo I-Rec, de fonte 100% hídrica. A geração de energia a

partir de painéis fotovoltaicos também está nos planos de curto prazo da companhia, que possui projetos em andamento, em fase de aprovação, de acordo com Marcelo Vidal, gerente executivo de engenharia de manufatura. A expectativa é de que até dezembro os painéis comecem a ser instalados na unidade.

No médio prazo a VWCO também olha para o biometano, considerado uma grande oportunidade para substituir o gás natural na operação, mas aguarda formas de garantir o abastecimento contínuo em Resende.

A Mercedes-Benz compra energia limpa de fonte quase 100% hídrica para manter sua operação no País, abastecendo sua fábrica de São Bernardo do Campo e a de Juiz de Fora, MG. A planta mineira já tem um “prédio verde”, com 473 m² de painéis solares instalados no telhado, que produzem até 10 mil kWh/mês, o suficiente para abastecer todo o prédio e ainda fornecer o excedente para outras áreas da fábrica. De acordo com a empresa essa geração de energia significa economia de R\$ 8 mil por mês.

FORNECEDORES AVANÇAM

Na operação da Continental no Brasil, com fábricas instaladas em Ponta Grossa, PR, Guarulhos, SP, Várzea Paulista, SP, e Macaé, RJ, a energia utilizada também é certificada pelo selo I-Rec, garantindo a matriz renovável e limpa de fonte hídrica. Mas a companhia já estuda outras opções de compra no mercado. A captação da energia solar por meio de painéis também é realizada na Bahia, ainda como piloto, e deverá avançar para a unidade de Várzea Paulista, também como projeto piloto, sem grandes volumes, segundo Arnd Schmitz-Simonetti, coordenador de sustentabilidade.

O uso de energia renovável faz parte do plano de tornar a Continental neutra em carbono em todo o mundo até 2050, acompanhando as principais montadoras com projetos parecidos. Uma segunda meta é aplicar o conceito de economia circular em todas as suas plantas no mesmo período, usando materiais de fonte

renovável ou 100% reciclável, projeto que está mais avançado no Brasil: "Até 2050 um grande desafio será a capacidade dos nossos fornecedores de se tornarem neutros em emissão de carbono. Na nossa operação não vejo nenhum entrave para atingir a neutralidade no prazo estipulado, mas temos que olhar para a cadeia também".

A Schaeffler utiliza energia 100% hídrica em sua fábrica de Sorocaba, SP, também com certificado I-Rec, ainda sem usar fonte eólica ou solar, mas discussões internas já acontecem sobre a possível instalação de placas fotovoltaicas. Até 2033 a empresa quer neutralizar toda a sua produção e, em 2040, seus fornecedores também terão de ser neutros na emissão de carbono.

"Para o futuro neutro em carbono um dos nossos grandes desafios é a cadeia de fornecimento, porque é mais difícil controlar as ações de todos eles", afirma Karl Heinz August, diretor de operações América do Sul da Schaeffler. "Mas uma vantagem, aqui no Brasil, é a matriz energética, que quase sempre é limpa e renovável. Nossa área de compras já trabalha visando a contratos futuros com essa demanda de neutralidade em carbono."

A Niterra, antiga NGK, tem duas usinas solares em sua fábrica de Mogi das Cruzes, SP, uma com 3 mil placas fotovoltaicas instaladas em uma parte do terreno e outra com 1 mil placas no telhado de um dos prédios. Com as duas usinas solares a empresa consegue gerar 210 megawatt-hora por mês, que correspondem a 10% da energia consumida na unidade, enquanto os outros 90% são comprados de fonte hídrica e eólica, mas a empresa não revelou o percentual exato de cada matriz. A empresa investiu cerca de R\$ 6,3 milhões na instalação das placas.

A Dana também faz parte das empresas do setor que têm certificado I-Rec, recebido em 2023, após consumir 100% de energia de fontes renováveis ao longo de 2022 para manter suas operações em Gravataí, RS, e Sorocaba, SP. A matriz foi hídrica, eólica e solar, segundo a companhia.

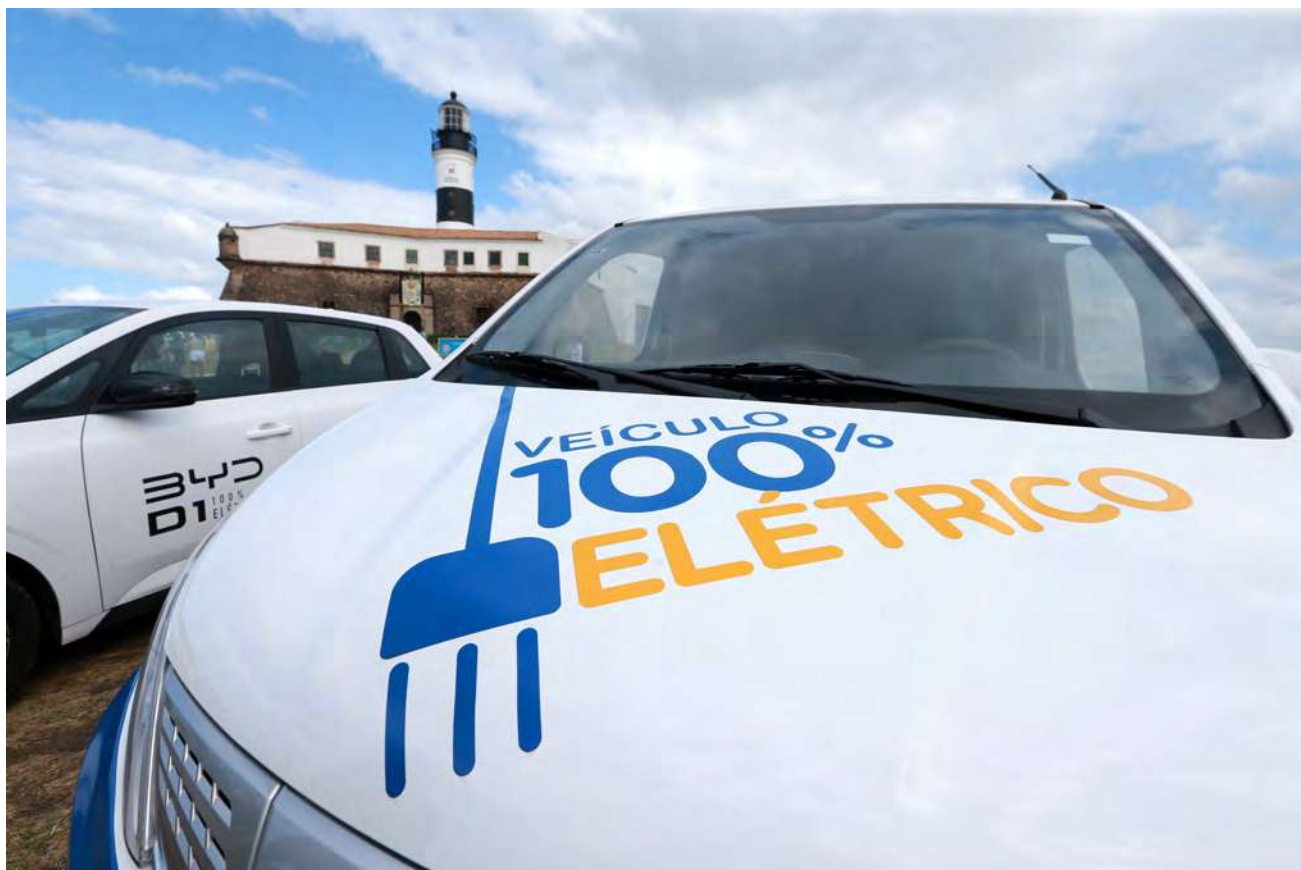
Com o uso de energia limpa a Dana calcula que deixou de emitir 8 mil toneladas de CO₂ em 2022, adotando também outras ações como uso de empilhadeiras elétricas e a implementação da compostagem dos resíduos dos refeitórios e, com isso, deixou de emitir outras 1 mil toneladas de CO₂. ■

Parque eólico da Honda em Xangri-lá, RS: 100% do consumo de energia em São Paulo.



Divulgação/Honda

BYD reconstrói sonho automotivo da Bahia



Fotos: Divulgação/Governo da Bahia

Empresa chinesa investirá R\$ 3 bilhões e deve gerar 5 mil empregos diretos no novo complexo automotivo de Camaçari, onde será produzido o primeiro carro 100% elétrico da América do Sul a partir do último trimestre de 2024

Por Roberto Nunes, de Salvador, BA | Colaborou Pedro Kutney

A Bahia começa a reconstruir seu sonho de produzir veículos com a chinesa BYD, sigla que ironicamente significa Build Your Dreams, ou Construa seus Sonhos. A maior fabricante de veículos elétricos do mundo confirmou

sua instalação no Estado, em Camaçari. Assim, após ter sido abandonado pela Ford e por alguns fornecedores em 2021 o município, a 50 quilômetros de Salvador, será novamente um polo automotivo, com investimento inicial de R\$ 3 bilhões para

instalar três fábricas da BYD: uma para chassis de ônibus e caminhões elétricos, outra de automóveis elétricos e híbridos e uma terceira para processar lítio e fosfato de ferro, dois minerais abundantes em solo baiano que são essenciais para a produção das baterias de veículos eletrificados.

Embora ainda dependa da confirmação de alguns incentivos tributários a expectativa da BYD é iniciar a montagem dos primeiros automóveis 100% elétricos produzidos na América Latina no fim de 2024, nas mesmas instalações que pertenceram à Ford, em contrato de compra que seria assinado na segunda quinzena de julho.

No último 4 de julho o governo baiano promoveu evento festivo no Farol da Barra, em Salvador, para fazer o anúncio oficial do investimento da BYD, cuja carta de intenções já fora apresentada em outubro de 2022. Em visita à Capital baiana para fazer o anúncio Stella Li, vice-presidente global e CEO para as Américas da BYD, reforçou

que a Bahia ofereceu todas as condições para a companhia chinesa inaugurar um inédito capítulo da produção de carros elétricos no Brasil.

Entusiasmado com a retomada da produção de veículos em Camaçari o governador Jerônimo Rodrigues confirmou que a BYD, além das instalações em Camaçari, também terá à disposição o terminal do Porto de Aratu, antes utilizado pela Ford e que já voltou a ser administrado pelo Estado, para escoar toda produção de veículos e de outros insumos para o mercado interno, países da América Latina e da Europa.

INCENTIVOS INCERTOS

O governador baiano assegurou pacote de benefícios fiscais similar ao que era usufruído pela Ford: a BYD terá isenção até 2032 de 95% do ICMS – ou qualquer que seja o nome do imposto estadual após a vigência da reforma tributária em trâmite de aprovação no Congresso.

Stella Li e Tyler Li, representantes da BYD, e o governador da Bahia, Jerônimo Rodrigues, em frente ao Farol da Barra: três fábricas e R\$ 3 bilhões.



Além disso os carros elétricos produzidos na Bahia com valor até R\$ 300 mil ficarão isentos de IPVA no Estado.

O problema é que estes benefícios fiscais estão restritos ao Estado. Não está certo como e se a BYD também poderá usufruir das isenções tributárias federais do Regime Nordeste, que praticamente reduz a zero o IPI de veículos produzidos na região. Este regime vale até 2025 e desde 2010 está fechado para novos participantes. No momento somente duas empresas em Pernambuco, Stellantis e Baterias Moura, estão credenciadas. No fim de 2020 a Ford decidiu não renovar sua habilitação ao programa, já antecipando sua intenção de fechar as fábricas de Camaçari e de Horizonte, CE, onde ficava a Troller, da qual herdou os benefícios após comprar a fabricante de veículos 4x4, no fim de 2006.

Pela reforma tributária em tramitação o IPI será substituído gradualmente por um imposto sobre valor agregado a partir

de 2026 – portanto depois do fim programado do Regime Nordeste. Assim, caso ainda seja inserida, a BYD poderia usufruir dos incentivos federais somente por cerca um ano, em 2025, após começar a produzir.

Por meio de uma emenda incluída de última hora, no fim da noite de 6 de julho, no texto da reforma tributária que foi votada na Câmara dos Deputados, o governo estendia até 2032 os incentivos fiscais a fabricantes de veículos e autopeças no Nordeste e Centro-Oeste com projetos aprovados até dezembro de 2024, o que garantiria os benefícios federais à BYD. Contudo no dia seguinte o PL conseguiu aprovar, por mínima margem de um voto, um destaque que suprimiu estas isenções. Agora a proposta seguiu para o Senado e lá o governo deverá tentar recolocar o dispositivo na reforma.

A BYD ainda não se pronunciou sobre o que pretende fazer caso não consiga todos os incentivos prometidos, mas até o



Energia para **transformar o futuro**

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

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



dp®

I V E C O • G R O U P

IVECO
CAPITAL

HEULIEZ

IVECO
BUS

IVECO

FPT
POWERTRAIN TECHNOLOGIES

IDV

ASTRA

MAGIRUS



momento segue com os planos e deverá até o fim deste mês formalizar a compra das instalações da Ford em Camaçari.

RECONSTRUÇÃO PÓS-FORD

Conforme adiantou há mais de um ano a reportagem Na Era pós-Ford Bahia Tenta Voltar a Produzir Carros, publicada em AutoData em maio de 2022 ([leia aqui](#)), a chinesa BYD herdará as dependências da Ford após um longo e duro período de negociações, que chegou a receber do governo baiano a oferta de um outro terreno em Camaçari, para construir a fábrica do zero.

Embora até o fim da primeira quinzena de julho o contrato de compra das instalações da Ford ainda não estivesse formalmente assinado já há uma equipe que trabalha na adaptação da antiga fábrica para ser o futuro complexo automotivo BYD em Camaçari. A retomada dos postos de trabalho e o reposicionamento da mão-de-obra qualificada e treinada pela Ford ao longo das últimas duas décadas são pontos cruciais para a nova fase da produção de veículos na Bahia.

Júlio Bonfim, presidente do Sindicato dos Metalúrgicos de Camaçari, acompanhou todo o processo de desemprego causado pela saída da Ford, anunciada em janeiro de 2021, com 8 mil demitidos e indenizados, sendo 5 mil trabalhadores diretos da Ford e 3 mil dos fornecedores sistemistas que atuavam dentro da linha de produção e que recebiam os mesmos

salários e benefícios. Em junho de 2021 a Ford ainda pagou indenização ao governo estadual de R\$ 2,1 bilhões.

Todos, segundo o sindicalista, foram atores no processo que levou à "destruição do sonho de produzir carros na Bahia", que ironicamente volta a ser reconstruído pela Build Your Dreams. Bonfim acredita que "a BYD sanará a lacuna do esvaziamento do setor automotivo no Estado" e oferecer novas oportunidades com o treinamento diferenciado de pessoal para funções dedicadas à produção de veículos eletrificados.

Alexandre Baldy, conselheiro e porta-voz da BYD Brasil, adiantou que a fábrica baiana deverá contratar inicialmente 1 mil empregados diretos e, ao longo dos próximos dois anos, com o início da produção de veículos, caminhões, ônibus e o processamento de lítio e fosfato de ferro em Camaçari, o número de vagas diretas pode chegar 5 mil, além de cerca de 5 mil indiretos. Baldy adianta que haverá aceleração das etapas de produção, especialmente após a inauguração do Centro de Desenvolvimento e Inovação da BYD na Bahia.

ELÉTRICOS BAIANOS

Na lista dos possíveis candidatos da BYD para receber cidadania baiana é tida como certa a nacionalização do híbrido Song Plus e do elétrico recém-lançado Dolphin. Os dois devem movimentar significativamente o cenário dos carros eletrificados no País, pois é esperado que

a produção nacional reduza os preços.

Baldy acredita na popularização dos carros elétricos no País com a produção nacional, o que já está acontecendo com a chegada do BYD Dolphin importado (leia nas páginas a seguir), modelo a bateria do tamanho de um Honda Fit e com preço de R\$ 149,8 mil pouco abaixo do subcompacto Renault Kwid e-Tech. Mais balançado ainda o mercado ficará com a chegada do pequeno Seagull, a ser lançado ainda neste segundo semestre por valor ainda mais baixo.

Espera-se, ainda, que a produção de um modelo inédito made in Bahia, projetado pela equipe de engenharia do futuro Centro de Desenvolvimento e Inovação da BYD no Estado, deverá jogar o preço do carro elétrico nacional para valores abaixo dos R\$ 100 mil no Brasil.

Ao instalar seu primeiro complexo industrial nas Américas para produção de veículos a BYD mira aumentar suas vendas no Brasil e na região para atingir volume de 150 mil unidades/ano a partir de 2025. Está previsto que a fábrica da Bahia iniciará a produção, no fim de 2024,

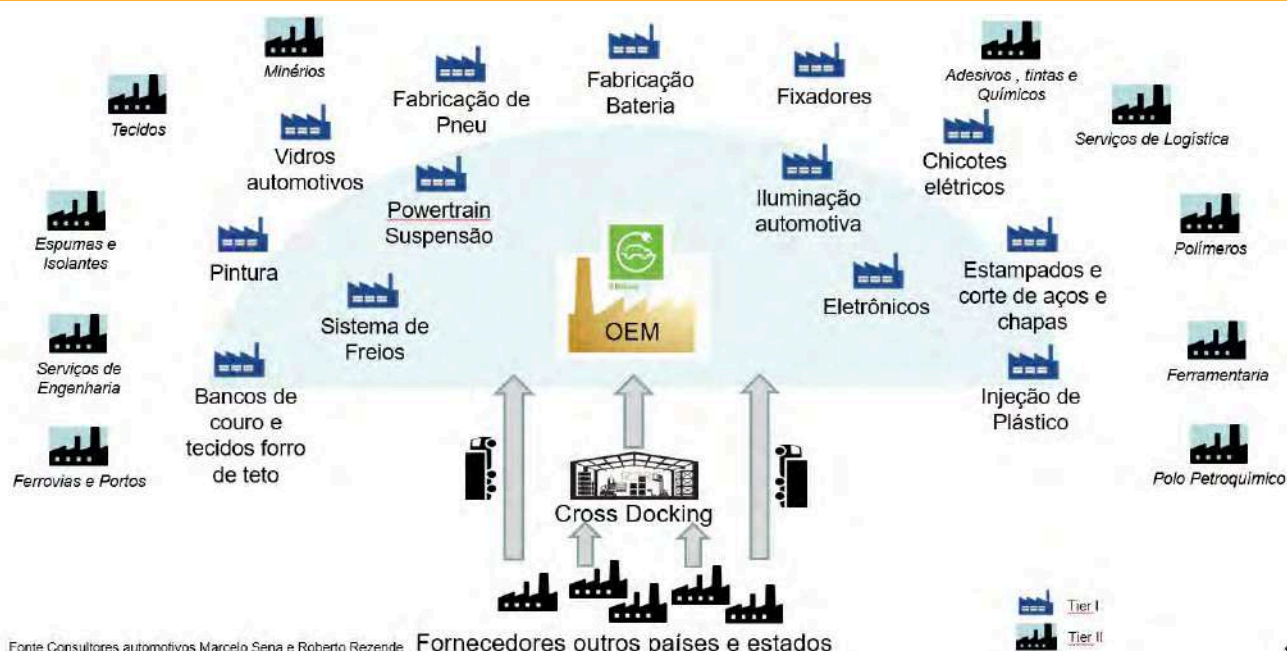
com cadência de 30 mil unidades/ano, mas deverá rapidamente acelerar o ritmo de contratação de pessoal e da venda de veículos eletrificados no País e em mercados vizinhos.

CADEIA DO CARRO ELETRIFICADO

A lentidão no processo de negociação da BYD com o governo baiano e a Ford, que demorou quase dois anos, ganhou a força de uma avalanche de oportunidades e já reestabelece uma nova cadeia de produção em Camaçari. Os fornecedores de componentes que antes trabalhavam para produzir carros com motor a combustão já iniciaram os estudos e adaptações para a manufatura de veículos híbridos e elétricos.

No ano passado o economista João Paulo Caetano, coordenador de contas regionais e finanças públicas da SEI, Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais do Estado da Bahia, informou que a saída da Ford causou um rombo de R\$ 280 milhões em impostos que deixaram de ser arrecadados em 2021. Agora ele calcula que, com o retorno da produção na

Cadeia de fornecedores pronta para a BYD em Camaçari



planta fabril da BYD e de seus fornecedores, a Bahia pode voltar a ter um aumento de pelo menos R\$ 7 bilhões/ano no PIB do Estado.

De acordo com Marcelo Sena, presidente da Seção Bahia do Sindipeças, que reúne os fornecedores no Estado, representantes de empresas sistemistas da cadeia automotiva já começaram a se movimentar para a readequação no processo produtivo dos automóveis.

"Temos um comitê-gestor que já iniciou os trabalhos para as empresas mudarem os tipos de atuação, para sair da produção de um carro a combustão para modelos elétricos. Uma empresa que faz tanque de combustível, por exemplo, perde o sentido em uma planta de carros elétricos", pondera. "Mas o tipo de manufatura desta empresa pode ser adaptada para processos da produção de veículos elétricos."

Sena e o consultor automotivo Roberto Rezende, ex-funcionário do complexo automotivo da Ford em Camaçari e ex-presidente regional do Sindipeças, elaboraram um novo mapa das empresas

fornecedoras de componentes de primeiro e segundo níveis que vão atender a fábrica da BYD (veja quadro infográfico).

"A Bahia tinha, antes, com a antiga empresa do setor automotivo, uma extensa cadeia de fornecedores que produziam desde parafusos aos componentes elétricos e eletrônicos para a produção de veículos a combustão", observa Sena. "Os fornecedores da cadeia automotiva têm total interesse em retomar a produção e podem, sim, adequar suas linhas para voltar ao cenário com a oferta de peças, componentes, sistemas e insumos no processo de manufatura para o carro elétrico que será feito na Bahia."

Sena elenca que o Estado ainda mantém a base da indústria de automóveis: a Bahia abriga empresas no Pólo Petroquímico de Camaçari, três grandes fabricantes de pneus e fornecedores das mais variadas áreas: "Agora precisamos aguardar os próximos passos da BYD e os rumos das decisões para definir o modo de produção e quais são as empresas fornecedoras para cadeia automotiva que será instalada na Bahia". ■





BÁTICA

HÁ 25 ANOS

A marca líder em micro-ônibus que movimenta o seu mundo! Inovação faz parte do nosso DNA e por isso, estamos sempre na frente, levando mais mobilidade e tecnologia para que você possa chegar ainda mais longe.

**MOVIMENTAR
O SEU MUNDO**
nos conecta



Saiba mais sobre
nossa história.

Volare

25
ANOS

/ONIBUSVOLARE

Elétrico mais em conta, Dolphin é candidato a ser baiano

Com preço de entrada no segmento de carros a bateria no Brasil, modelo poderá ser o primeiro BYD produzido na Bahia

Redação AutoData



Divulgação/BYD

Quinto modelo da linha de carros eletrificados da BYD vendidos no Brasil, o Dolphin tem porte e preço para ganhar cidadania baiana. Segundo Tyler Li, presidente da empresa no Brasil, o carro tem grandes chances de ser o primeiro automóvel elétrico montado no País, na fábrica que a chinesa prepara em Camaçari, BA, para operar até o fim de 2024.

Mesmo ainda importado da China o hatch médio chega com preço muito competitivo na entrada do segmento de carros elétricos disponíveis no Brasil: por R\$ 149,8 mil o BYD Dolphin EV é terceiro mais barato deles à venda no mercado brasileiro, perde o posto para o Caoa Chery iCar – isto porque, no início de julho, uma semana após o lançamento da BYD, a Caoa reduziu em R\$ 10 mil o preço do minicarro, para R\$ 139 mil 990 – e também para o JAC e-JS1, quase R\$ 3 mil abaixo. O valor do Dolphin ainda seguia R\$ 190 menor do que o do Renault Kwid E-Tech.

A BYD também vence a concorrência ao incluir no preço um wallbox para carregamento doméstico e franquia de 5 GB de internet nativa do carro.

Para além do preço mais em conta, o Dolphin oferece acabamento interno mais caprichado, mais espaço com 2m70 de entre-eixos e tecnologias que nenhum dos concorrentes da mesma categoria dispõe, a começar pelo mais visível, que chama a atenção de todos que entram no carro: o ICS, Inteligente Cockpit System, composto por uma tela de 12,8 polegadas que faz a rotação da horizontal para a vertical em resposta a comando de voz.

Apesar de menor e bem mais barato do que os outros modelos da BYD já vendidos no País, o Dolphin oferece pacote tecnológico similar, como a mesma tela e controles acionados por voz para aumentar ou diminuir a temperatura do ar-condicionado ou mudar a estação do rádio.

Outro fator competitivo do Dolphin é a autonomia: as medições do Inmetro garantem 291 quilômetros rodando antes de precisar recarregar. O carro usa baterias Blade produzidos pela própria BYD, que



não pegam fogo se perfuradas. O conjunto tem 44,9 kWh e pode ser recarregado de 20% a 80% em 25 minutos com um carregador ultrarrápido.

PRIMEIRO DA LINHA OCEAN

O novo hatch médio é montado sobre a e-Platform 3.0, a mais recente da BYD para seus modelos 100% elétricos, que integra o sistema de alta tensão e as baterias com o chassi do carro. O Dolphin EV é o primeiro da nova linha Ocean da fabricante chinesa, inspirada em animais marinhos e ondas do mar – coincidência ou não, é outro fator simbólico que aproxima o carro das paisagens costeiras da Bahia.

Mas a disputa deste golfinho chinês para se tornar baiano será forte com outro animal marinho da linha Ocean, o subcompacto Seagull [gaivota], menor e de preço ainda mais baixo, que a BYD promete trazer ao Brasil em 2024 e que também tem grande chance de ser produzido em Camaçari.

Segundo a BYD o primeiro lote importado do Dolphin, de trezentas unidades, já foi quase todo encomendado na pré-ven- da, mas de acordo com a empresa preço deverá ser mantido nos demais lotes.

Assim, enquanto o Seagull não chega, o Dolphin EV fica na entrada do portfólio da BYD no Brasil, juntando-se aos bem mais caros SUVs Tan EV e Yuan Plus EV, ao sedã Han RV, todos 100% elétricos, e ao SUV híbrido plug-in Song Plus DM-i E. ■

[Com reportagem de André Barros]



Ranger sobe a régua



Nova geração da picape média evolui em tudo para ficar acima da concorrência

Por Pedro Kutney, de Tatuí, SP

A terceira geração da Ranger sobe a régua do mercado de picapes médias no Brasil. O desenvolvimento do novo veículo – no qual a equipe brasileira de engenharia da Ford teve participação ativa – acrescentou evoluções significativas de design, tecnologias de assistência à condução, potência e motorização, conforto a bordo, conectividade, espaço interno, suspensão, comportamento dinâmico, capacidade off-road e até serviços ao clientes. Tudo evoluiu para melhor.

No fim de junho a Ford começou a aceitar encomendas no Brasil e na Argentina – onde é produzida a picape – apenas para as duas versões de topo da nova

Ranger, XLT e Limited, ambas equipadas com o motor turbodiesel Lion V6 de 250 cavalos, importado da Inglaterra, e câmbio automático de dez marchas – o mesmo já utilizado no Mustang – que vem dos Estados Unidos e tração integral 4WD de comutação automática.

A XLT começou a ser vendida por R\$ 290 mil e a Limited por R\$ 320 mil, ou R\$ 340 mil se o cliente quiser o pacote completo de opcionais que inclui rodas de liga leve de 20 polegadas, em vez de 18, e sistemas de assistências avançadas como controle adaptativo de velocidade ACC com modo para-e-anda, assistência de permanência em faixa e de manobras

evasivas, além de quadro de instrumentos digital de 12,4 polegadas, em vez de 10.

CINCO VERSÕES SÓ EM AGOSTO

O lançamento, mesmo sem a presença física do produto nas revendas, foi um sucesso instantâneo: segundo a Ford foram encomendadas 3 mil unidades somente na primeira semana de venda. Os compradores devem receber a picape até o fim de agosto, quando está prevista a chegada de todas as cinco versões da Ranger às 115 concessionárias da marca no Brasil.

Somente pouco antes disso serão divulgados os preços das três opções mais baratas, todas elas equipadas com o também novo motor turbodiesel Panther 2.0 de 170 cv, que vem da Índia. São duas XLS com opção de tração 4x2 ou 4x4 e transmissão automática de seis velocidades, importada da Ford nos Estados Unidos, e a XL 4x4 com câmbio manual de seis marchas que vem da China.

A Ford espera que 60% dos pedidos se concentrem nas duas versões V6 topo de linha, que concorrem com SUVs de luxo e têm público certo no meio de clientes enriquecidos pelo agronegócio. As opções XLS 4x2 e 4x4 com motor 2.0 devem dividir por igual 20% das vendas, mais procuradas para uso misto pessoal/profissional.

Já a mais rústica XL com câmbio manual e rodas de aço deve ficar com os restantes 20% da demanda. Ela será indicada estritamente para uso profissional e passará a integrar o portfólio no País da Ford Pro, divisão dedicada à venda de veículos comerciais leves que também comercializa a família de vans Transit.

APOSTA EM CRESCIMENTO

A Ford não divulga suas expectativas comerciais mas confia que as evoluções aplicadas devem garantir mais do que o terceiro lugar e participação de 15% nas vendas no segmento hoje ocupado por seis picapes médias no País.

Divulgação/Ford





A confiança na evolução do produto é tanta que para apresentar a nova Ranger a um grupo de jornalistas no Campo de Provas de Tatuí, SP, a Ford comprou e colocou lado a lado exemplares equivalentes topo de linha das principais picapes médias concorrentes: Toyota Hilux SRX, Chevrolet S10 2.8 High Country e Volkswagen Amarok V6 4Motion. Todos os veículos podiam ser avaliados nas pistas junto com a versão completa da Ranger

V6 LTD, que carregava todos os opcionais tecnológicos possíveis.

Claro que nenhuma empresa arriscaria promover tal comparação com outros competidores se não tivesse certeza da superioridade do produto que concebeu, como observou Rogelio Golfarb, vice-presidente da Ford América do Sul: "A qualidade do produto é o nosso diferencial competitivo".

O preço também é um diferencial competitivo, mas depende do ponto de vista: a Ranger LTD custa menos do que as versões de topo das três concorrentes comparadas, mas fica um pouco mais cara quando se inclui o pacote opcional de tecnologias que acrescenta ao modelo funcionalidades que as outras não têm.

QUALIDADES

Em Tatuí a Ford demonstrou a Ranger LTD V6 com todas as suas qualidades— e elas são muitas para justificar o alto preço

de R\$ 340 mil com todas as tecnologias embarcadas. Mas o design básico e o espaço e conforto da cabine dupla, idênticos para todas as versões, evoluíram para melhor em toda a linha da picape.

A Ranger cresceu por todos os lados, na altura de 1m89, no comprimento de 5m37, no entre-eixos de 3m27, 5 centímetros maior, e na largura de 1m91, para configurar bitola das rodas de 1m62, mais 2,5 centímetros para cada lado, e assim garantir maior estabilidade.

Estas medidas garantiram ganho dimensional de 5% no interior da cabine dupla, com bancos traseiros mais baixos e reclináveis, amplo espaço para as pernas e boa altura do teto que não bate na cabeça de quem vai atrás. A caçamba também ganhou espaço, aumentou de 1 mil 190 para 1 mil 250 litros.

O caimento mais inclinado do para-brisa deixa aerodinâmica e silhueta mais parecidas com as de um SUV, assim como a cabine espaçosa e luxuosa com bancos revestidos em couro, que ostenta itens

tecnológicos como quadro de instrumentos digital, alavanca eletrônica do câmbio automático e a enorme tela tátil de 12 polegadas, no melhor estilo Tesla, instalada na vertical no painel – esta exclusiva da versão LTD, nas demais a tela é de 10 polegadas.

MUITAS TECNOLOGIAS

Segundo Gilmar de Paula, engenheiro chefe da plataforma que participou do desenvolvimento da terceira geração da picape, a nova arquitetura eletroeletrônica do veículo tem 36 módulos de gerenciamento conectados em rede com 22 sensores – doze deles especiais de ultrassom –, três radares, cinco câmaras, 22 botões de comando, um microfone e sete antenas para captar e transmitir sinais de GPS, modem embarcado e rádio. Com isto os módulos podem ser atualizados on-line, sem precisar ir à concessionária.

Toda essa parafernália comanda sistemas avançados de assistência, segurança, conforto e infoentretenimento, de série nas versões V6, incluindo alerta de colisão,





frenagem automática de emergência, sete airbags, assistência de partida em rampas, controle eletrônico de estabilidade, farol alto automático, controle de velocidade de cruzeiro, limitador de velocidade, sensores de estacionamento dianteiro e traseiro, câmara de ré, reconhecimento de sinais de trânsito, multimídia Sync 4 com conexão sem fio para smartphones.

Também há o pacote opcional já mencionado que inclui ACC, câmara 360 graus, alerta de tráfego cruzado em marcha à ré com detecção de pedestres, monitoramento de ponto cego, assistente de permanência e centralização em faixa, assistente de manobras evasivas e de cruzamentos.

Com o pacote completo a Ranger LTD tem seis modos de condução acionados eletronicamente na tela central do painel, para controlar automaticamente tração, câmbio, direção e aceleração a depender do terreno.

Assim como outros veículos da Ford a Ranger também é conectada ao smartphone do proprietário pelo sistema Ford Pass, que emite alerta de roubo, dá partida remota para climatizar a cabine, verifica luzes à distância, monitora pressão dos pneus, nível de combustível e também pode alertar sobre falhas ou troca de óleo e agendar serviços de manutenção.

É tanta coisa que a Ford criou em suas concessionárias a figura do Ranger Expert, um especialista no veículo incumbido de

explicar aos interessados todas as dúvidas e funções da nova picape.

ALTO DESEMPENHO ON E OFF-ROAD

Nas pistas de asfalto de alta e baixa velocidades do Campo de Tatuí o desempenho e comportamento dinâmico da nova Ranger são admiráveis. Na cabine quase não se ouve o barulho do motor, as trocas de marchas do câmbio automático de 10 velocidades são praticamente imperceptíveis, enquanto o turbodiesel V6 de 250 cv e torque máximo de 600 Nm garante condução bastante veloz e estável. Freios a disco nas quatro rodas, os maiores do mercado, garantem paradas seguras.

A nova suspensão é bem acertada, a picape absorve as imperfeições mesmo nas estradas de terra, e o conjunto chassi-cabine usa materiais 30% mais resistentes às torções: não se ouve estalos nem nas condições mais adversas fora-de-estrada.

O projeto da nova Ranger imprimiu ainda mais capacidade off-road para enfrentar qualquer terreno, como a altura livre do solo de 23,5 centímetros que permite atravessar áreas alagadas com até 80 centímetros de imersão. A condução fora-de-estrada é muito facilitada pelas assistências eletrônicas do veículo.

Em baixas velocidades nos modos de condução off-road a tela central se divide em duas: a parte superior mostra imagens da câmara frontal com trilhas virtuais de

direção – muito útil para transpor terrenos acidentados – e na metade inferior estão todos os controles de condução.

Com tantas evoluções, do ponto de vista técnico, a Ford colocou em seu portfólio um produto de nível superior

que atende ao seu planejamento de se transformar em empresa importadora de veículos premium no Brasil, vendendo muito menos e lucrado muito mais. A nova Ranger é um perfeito exemplar desta nova Ford no País. ■

Ford Brasil ajudou a desenvolver a nova Ranger

Embora a Ford não produza mais veículos no Brasil desde que decidiu, em 2021, fechar todas as suas fábricas aqui, a engenharia da empresa sediada no País foi mantida e teve participação de peso no desenvolvimento global da nova Ranger, em projeto que foi liderado pela equipe da Austrália, onde está uma das seis fábricas que produzem a picape, localizadas também na Europa, Ásia, e América do Sul, na vizinha Argentina.

A Ranger é a segunda picape mais vendida do mundo, em mais de 180 países, assim seu desenvolvimento levou em conta essa grande diversidade de mercados e clientes. O novo veículo deu bastante trabalho à subsidiária brasileira da Ford: "Foi o mais completo e severo programa de validação de um veículo que já executamos aqui nos últimos doze anos", revela Gilmar de Paula, engenheiro-chefe da Ford América do Sul.

Segundo ele o projeto da nova Ranger começou a ser tocado em 2018 e desde 2019 a engenharia no Brasil embarcou de cabeça no programa que envolveu extensas simulações no Campo de Provas de Tatuí, SP, e testes de rodagem real que percorreram 1,2 milhão de quilômetros – 650 mil deles em ambiente fora-de-estrada – passando por 23 estados brasileiros e seis províncias argentinas.

Graças às intervenções da engenharia brasileira a nova Ranger incorporou algumas novidades importantes, como a adoção, pela primeira vez, nas duas versões topo de linha, do motor Lion turbodiesel V6 3.0 de 250 cv, produzido na Inglaterra, acoplado ao novo câmbio automático de dez marchas, fabricado nos Estados Unidos, o mesmo já utilizado pelo Mustang.

INVESTIMENTO E FORNECEDORES LOCAIS

A subsidiária brasileira também desenvolveu perto de sessenta fornecedores locais, a maioria deles no Brasil, para produzir a Ranger na Argentina – que exporta 70% da produção, a maioria para o mercado brasileiro.

A fábrica de Pacheco, Argentina, recebeu investimento de US\$ 660 milhões para produzir a nova geração da picape, segundo Rogelio Golfarb, vice-presidente da Ford América do Sul: "Foi tudo modificado, introduzimos processos de produção digitalizados da indústria 4.0. Só com a modernização do processo produtivo conseguiríamos entregar um produto de alta qualidade como a nova Ranger". Golfarb confirmou que alguns equipamentos foram aproveitados da fábrica de Camaçari, BA, fechada há quase dois anos: "Transferimos poucas coisas para a Argentina, porque quase toda a planta de Pacheco foi reformulada com maquinário novo".

Projeto brasileiro, Rampage quer voos mais altos

Primeira picape Ram nacional é o produto mais luxuoso produzido pela Stellantis aqui. Parte de R\$ 240 mil a R\$ 270 mil com ambição de ser a líder no seu pequeno segmento de veículos premium.

Por Leandro Alves



A criativa equipe brasileira de engenharia da Stellantis conquistou a inédita missão de desenvolver um novo produto para a tradicional marca de picapes do grupo. A Rampage é primeira Ram criada fora da matriz, nos Estados Unidos, e chega para confirmar a importância da América do Sul na estratégia global da empresa.

A Rampage comprova a flexibilidade nacional para reproduzir o DNA da Ram na plataforma small-wide, já muito bem aproveitada em quatro veículos produzidos em Goiana, PE, três SUVs Jeep e a picape Fiat Toro. Será um sucesso inequívoco em um mercado com consumidores cada vez mais interessados por este tipo de veículo.

O porte exclusivo médio-compacto da Rampage, o design e o luxo no interior, sua capacidade off-road, são qualidades que têm tudo para incomodar não apenas todas as outras picapes do mercado mas, também, automóveis do segmento premium.

Quinto veículo produzido na fábrica de Goiana a Rampage contou com o trabalho de oitocentos engenheiros – muitos importados da matriz da Ram para esta missão – e outros profissionais ligados ao seu desenvolvimento, que fizeram todo o seu trabalho nos centros da Stellantis no Brasil. O projeto consumiu mais de R\$ 1,3 bilhão do investimento de R\$ 13 bilhões programado para o Brasil de 2018 a 2025.

O resultado de mais de 1,2 milhão de horas de desenvolvimento são três versões da picape bem distintas, com configurações que privilegiam o desempenho, a robustez, o luxo e a tecnologia característicos do segmento de veículos premium, como conta Everton Kurdejak, vice-presidente responsável pelas operações comerciais na América do Sul das marcas herdadas do antigo Grupo Chrysler, Jeep, Ram, Dodge e Chrysler: "Nessa faixa de preço e conteúdo oferecidos estamos competindo com todos os carros premium vendidos no País".

NEM PEQUENA NEM GRANDE

A Rampage não é apenas a primeira Ram fabricada no Brasil. Ela tem diversos

elementos inéditos para a marca, como tamanho intermediário e o ajuste de suspensão para as condições e uso do cliente brasileiro tanto no asfalto – algo bastante comum por causa das picapes compactas – quanto para o trabalho no campo.

Ela está em um ponto intermediário: é menor do que as picapes médias tradicionais, construídas sobre chassi, e maior do que as compactas com carroceria monobloco. Este posicionamento é justificado pelas dimensões da Rampage: com 5m28 de comprimento ela não é nem 1 centímetro maior do que a irmã Fiat Toro feita na mesma fábrica e sobre a mesma plataforma, porém é quase 30 centímetros mais curta do que os 5m30 das tradicionais Ford Ranger, Chevrolet S10 e Toyota Hilux.

Também é menos de 1 centímetro menor em comprimento do que a Ford Maverick, outra picape média-compacta também construída em monobloco. Porém a Rampage tem na largura um dos principais atributos da sua carroceria: com 1m88 é mais larga do que todas as picapes à venda no País, fazendo jus ao significado da plataforma small-wide. Esta pequena vantagem oferece um pouco mais de espaço para os ocupantes da parte de trás da cabine dupla.

MAIS LUXO E POTÊNCIA

A primeira Ram nacional tem recursos de condução aprimorados para o segmento e versões com o motor mais potente da categoria: o Hurricane 4 a gasolina, de 2 litros, 272 cv e 400 Nm de torque, que a leva de 0 a 100 km/h em 6,9 segundos e a atingir a velocidade máxima de 220 km/h, segundo medições da Stellantis. Há ainda a opção do motor Multijet Turbo Diesel, também de 2 litros, de 170 cv de potência e 380 Nm de torque – este é o mesmo também usado em versões da Fiat Toro e dos Jeep Commander e Compass. Ambos os propulsores são importados, assim como a transmissão automática de nove velocidades da ZF.

Está descartada neste momento motorização flex porque, segundo Kurdejak, "identificamos que esse perfil de cliente

utiliza apenas gasolina em seus veículos". A estratégia é apostar na esportividade do Hurricane 4, que pode levar a Rampage a superar os 200 km/h.

"É o produto mais complexo e luxuoso produzido pela Stellantis no País", conta Márcio Tonani, vice-presidente de desenvolvimento de produtos na América do Sul.

O visual é exclusivo e foi concebido pelo Design Center na região, respeitando os elementos clássicos da linha de picapes Ram com algumas diferenciações específicas em cada versão. A Rampage Rebel tem grade frontal de plástico que remete à robustez. Já a Laramie traz grade frontal cromada, assim como em diversos pontos da carroceria, como o para-choques. É a versão mais luxuosa. E a versão R/T, mais esportiva, é ofertada em cor exclusiva e rodas e muitos apliques da carroceria em preto.

Este primeiro momento de pré-venda servirá para a Stellantis comprovar as expectativas do produto no mercado nacio-

nal. A projeção é que as versões Rebel e Laramie representem, cada uma, 45% do mix de vendas no País. Os outros 10% da demanda devem ficar para a Rampage R/T.

MAIS CONTEÚDO TECNOLÓGICO

A fabricante aposta na exclusividade da nova picape nacional especialmente porque oferece, segundo sua avaliação, conteúdo praticamente inexistente no segmento. A começar pelo que classifica como o pacote tecnológico "mais amplo" dentre as picapes. A parte mais visível deste pacote são as duas telas no painel, uma de 10,3 polegadas do quadro de instrumento e uma central multimídia de 12,3 polegadas, a maior da categoria.

Além do tamanho e da definição da tela o sistema se destaca pelo uso intuitivo e pela quantidade de recursos, como conexão sem fio para Android Auto e Apple CarPlay e possibilidade de parear dois smartphones ao mesmo tempo. São seis portas USB espalhadas na cabine.





ENTENDER TAMBÉM É AGRADECER PELA OPORTUNIDADE DE ATENDER UM CLIENTE TÃO ESPECIAL PARA NÓS



PRÊMIO VOLKSWAGEN THE ONE

Receber o prestigiado prêmio **THE ONE da Volkswagen**, na categoria de “*Serviços, Qualidade e Inovação*” é motivo de grande felicidade e motivação para seguirmos trabalhando para superar as expectativas da Volkswagen, entendendo e buscando antecipar suas necessidades com dedicação, inovação e soluções adequadas que contribuam com o seu desenvolvimento.

Ser reconhecido revigora e fortalece cada membro da nossa GENTE - um dos pilares fundamentais do nosso crescimento. Somos mais de 25 mil colaboradores, que se empenham incansavelmente para entender e atender a cada um dos nossos clientes.

Estendemos a nossa gratidão à Volkswagen por nos desafiar constantemente e com isso podermos buscar fazer o nosso melhor a cada dia.



A lista de equipamentos de segurança é enorme e inclui sete airbags (frontal, lateral dianteiro, de cortina dianteiro e traseiro e de joelhos para motorista), controle de estabilidade, mitigação de rolagem da carroceria, comutação automática do farol alto, monitoramento da pressão dos pneus e vários auxílios à condução. Dentre eles estão o controle de velocidade adaptativo com stop&go, alerta de colisão frontal com frenagem automática de emergência e detecção de pedestres e ciclistas, monitoramento de pontos cegos, detecção de tráfego traseiro cruzado e alerta de saída de faixa com correção.

O serviço Ram Connect, que estreou no Brasil em maio na Ram 1500 Limited, também está disponível na Rampage. Ele conecta uma série de serviços que podem ser acessados a bordo da picape ou por meio do smartphone.

Além de relatórios sobre as condições da picape, alertas para levar o veículo à revisão e comando remoto de partida, dentre outras facilidades, o Ram Connect é um amplo pacote de conectividade, segurança em tempo real com monitoramento 24 horas, assistência em situações de emergência, atualizações remotas e navegação inteligente, capaz de fazer o cálculo da autonomia de combustível para chegada ao destino e a situação do trânsito no momento, por exemplo.

Toda Rampage incluirá acesso gratuito a todos esses serviços por doze meses, a exemplo de wi-fi embarcado com 60 GB de franquia de dados, com possibilidade de conectar até oito dispositivos simultaneamente.

GANHO DE ESCALA

Apesar de ser construída sobre a plataforma global small-wide a carroceria





da Rampage é mais robusta, usa 86% de aços de alta e ultra-alta resistência. Esta estrutura, segundo Tonani, é uma característica da Ram da qual não se abre mão, pois já é uma identidade de todos as outras picapes da marca.

Mesmo considerando os aspectos exclusivos e essenciais da marca Ram há algo em comum com os outros quatro produtos feitos em Pernambuco. Por exemplo: as maçanetas e o painel digital já utilizados nos modelos Jeep e Fiat montados na mesma linha. O compartilhamento de itens em produtos de marcas distintas do Grupo Stellantis é algo que vem garantindo diferencial competitivo e lucros acima da média à fabricante. O ganho de escala traz bons resultados, segundo relata Antonio Filosa, presidente da Stellantis América do Sul:

“Não será diferente para novos produtos que pretendemos fazer no Brasil”.

Tonani observa, contudo, que 80% de todos os itens da Rampage são exclusivos: “Alguma coisa é compartilhada, sobretudo peças que não estão aparentes”. Mesmo utilizando motores importados o executivo afirma que a nova picape tem 70% de componentes nacionais: “Já está pronta para exportação”.

A expectativa é que, após as campanhas de pré-lançamento no Brasil e a

evolução do ritmo de produção a Stellantis inicie o programa de exportação da Rampage, que terá a Argentina e o Chile como os primeiros destinos.

Ainda não está definido mas espera-se que até dezembro, no máximo no início de 2024, a nova picape comece a ser exportada, conforme diz Kurdejak: “Este programa está sendo avaliado e depende da procura que tivermos no mercado interno. Ainda não sabemos se conseguiremos, neste primeiro momento, atender aos pedidos do consumidor”.

BUSCA DE LIDERANÇA PREMIUM

A Rampage nasceu com uma missão bem definida: fazer Ram, que só tem picapes em seu portfólio, liderar as vendas no segmento de veículos premium no Brasil. Até o fim do ano a expectativa é superar a atual líder do segmento, a BMW, que vende automóveis e SUVs, assim como outras marcas tradicionais como Mercedes-Benz, Audi, Volvo e Land Rover.

“Atualmente temos 18% de market share no segmento. Com a Rampage esperamos até dobrar esta participação e ultrapassar os 26% da BMW”, diz Everton Kurdejak. Para ele a Rampage é um veículo premium porque oferece conforto, luxo e desempenho típicos da categoria, que reúne produtos acima dos R\$ 200 mil.

PREÇOS DE LANÇAMENTO

REBEL

REBEL TURBO DIESEL
R\$ 239.990

REBEL HURRICANE 4
R\$ 249.990

LARAMIE

LARAMIE TURBO DIESEL
R\$ 249.990

LARAMIE HURRICANE 4
R\$ 259.990

R/T

R/T HURRICANE 4
R\$ 269.990

RAMPAGE

“E vamos além porque identificamos que este cliente também gostaria de um produto versátil como as picapes. Quando atingirmos o ritmo de produção ideal em Goiana esperamos que sejam negociadas mais de 2 mil unidades por mês no Brasil. Assim chegaremos à liderança do segmento premium”, prevê o executivo.

Desde sua primeira aparição, no fim de junho, está aberta a temporada de pré-lançamento da Rampage, com preços diferenciados (veja tabela acima). Após o período de pré-venda os executivos já consideram um aumento dos preços para as três versões da picape.

A primeira fase de reservas teve início em 22 de junho com quinhentas unidades ofertadas apenas pela internet. A empresa informou que todas elas foram encomendadas em apenas 28 minutos. Estas picapes serão faturadas em agosto ou setembro.

O interessado deu sinal de R\$ 1 mil e terá os preços de lançamento garantidos, além de levar de brinde o pacote Elite, que custa R\$ 6 mil e inclui sistema de áudio Harman Kadron, banco do passageiro com ajuste elétrico e o ambiente interno todo iluminado durante a noite.

Na segunda fase da pré-venda, que já está acontecendo, foram distribuídas 2 mil unidades que serão encomendadas por meio das setenta concessionárias Ram no País, mas até agosto a rede será am-

pliada para cem casas. Cada uma delas terá vinte Rampage para vender ainda com os preços de lançamento.

Com tantos atributos e expectativa de sucesso no mercado nacional e na região especula-se que a Rampage possa, em algum momento, fazer parte do portfólio da Ram no maior mercado de picapes do mundo, os Estados Unidos. Por enquanto é um sonho daqueles que estão cheios de orgulho ao criar o novo produto, como Kurdejak: “Seria um produto de entrada nos Estados Unidos. Nada está descartado. A expectativa é grande e esperamos que um dia isto possa acontecer”.





CGE É TOP 3 NO PRÊMIO

 **the One**

Compartilhamos, com imensa alegria, as indicações recebidas durante o evento “The One”, organizado pela Volkswagen, em 21 de junho, em São Paulo. A CGE foi congratulada TOP 3 Brasil Supplier nos indicadores de performance das cinco unidades de negócio da VW Brasil nas categorias:-

- **QUALIDADE** em processos robustos, agilidade e eficácia em soluções de problemas e KPMs;
- **LOGÍSTICA** segurança nas entregas, pontualidade, volume de entrega e conservação de embalagens.

Agradecemos a todos os envolvidos nesta cadeia de fornecimento, em ESPECIAL, aos COLABORADORES da CGE, pois sem vocês nada disso seria possível!

Essa conquista é de todos da Família CGE.



CGE

cge.ind.br

Volkswagen volta a premiar fornecedores e quer nacionalizar mais

Fabricante reconhece desempenho de empresas da cadeia de suprimentos e demonstra intenção de localizar a produção de componentes para carro híbrido flex, câmbio automático e outros sistemas.

Por André Barros

Quase onze anos depois de realizar a última edição do Supply Awards, na cerimônia que em setembro de 2012 reconheceu seus melhores fornecedores do ano anterior, a Volkswagen recebeu em São Paulo, no dia 21 de junho, representantes de setenta empresas de sua cadeia de suprimentos no Brasil e entregou troféus pelo desempenho de catorze deles em 2022.

O prêmio, agora chamado The One, é retomado em momento no qual a fabricante de veículos completa 70 anos no País com planos de nacionalizar mais componentes, especialmente para o projeto em andamento de seu carro híbrido flex, câmbio automático, componentes eletrônicos e aços especiais, que hoje não são encontrados em fornecedores locais. Este ano a Volkswagen pretende investir mais de R\$ 10 bilhões em compras de seus fornecedores no Brasil.

Alexander Seitz, hoje presidente da Volkswagen SAM, South America Markets, estava especialmente feliz com o retorno da premiação, pois há onze anos era o vice-presidente responsável por compras da



empresa no Brasil e foi ele o anfitrião da última edição do prêmio. Seitz não perdeu o cacoete de executivo de compras e trabalhou não só para que o reconhecimento fosse retomado, mas também criou um conselho de fornecedores composto por doze empresas, para debater temas de interesse comum como localização de componentes, desenvolvimento do mercado e regulamentações. Estas empresas não são fixas: de tempos em tempos são promovidas rotações.

VOLKSWAGEN HÍBRIDO FLEX

Seitz evita falar em datas mas admite que já está em curso o processo de nacionalização do sistema que equipará os Volkswagen híbridos flex, que estão em desenvolvimento e devem chegar ao mercado no médio prazo. Serão, portanto, veículos produzidos no Brasil, a exemplo do projeto de sua concorrente Stellantis.

O executivo afirmou, em 2022, que há um projeto de produção de um híbrido flex de entrada que é desenvolvido em parceria com a Volkswagen Índia e com a Skoda.

Segundo Seitz não há grandes dificuldades em encontrar soluções nacionais para o sistema híbrido flex. Ele cita que o motor bicombustível etanol-gasolina já é produzido, há vinte anos, pela Volkswagen em sua fábrica de São Carlos, SP. As baterias também têm fornecimento nacional: são montadas pelo Grupo Moura e equipam, inclusive, caminhões elétricos Volkswagen e-Delivery produzido desde 2021 em Resende, RJ, pela VWCO, do mesmo grupo. E para motores elétricos e outros subcomponentes também existem fornecedores locais.

CÂMBIO AUTOMÁTICO

"Produzir o motor híbrido no Brasil é mais fácil do que localizar o câmbio automático", pondera Seitz. No caso das transmissões automáticas, apesar de presente em boa parte dos veículos vendidos no País atualmente, o executivo afirma que a dificuldade é alcançar volumes para viabilizar a produção nacional: "Conheci fábricas enormes de câmbio automático no Japão e na China. Fica difícil competir com eles, que produzem milhões de unidades por ano".

Para Seitz uma possível solução para nacionalizar ao menos uma parte das caixas automáticas seria a instalação de uma linha de montagem final do sistema. Há estudos para algo do tipo em Córdoba, Argentina, onde a Volkswagen produz transmissões manuais para exportação, inclusive para a Europa.

PREMIAÇÃO

Luiz Alvarez, vice-presidente responsável por suprimentos na região SAM, durante a premiação dos fornecedores observou que, após os muitos altos e baixos dos últimos anos pós-pandemia, começa a ver a estabilização da cadeia de fornecedores, com a economia mais estável e um movimento de redução no preço das matérias-primas: "Após passar por uma era de custos elevados e pressão na cadeia, com a pandemia, crise de semicondutores e a guerra na Ucrânia, estamos caminhando para uma nova realidade de custos baixos".

Volkswagen The One 2023 Fornecedores premiados

- Segurança de Fornecimento
Maxion Wheels

- Lançamento de Produto
TSTech

- Inovação

Instituto Eldorado

- Sustentabilidade

Saint-Gobain

- Qualidade

Forvia

- Pós-Vendas

Bosch

- Diversidade & Social

Lear

- Parceria Volkswagen Argentina

Mirgor

- Parceria Químicos Exterior

Pirelli

- Parceria Químicos Interior

Chris Cintos de Segurança

- Parceria Metálicos

Ferrolene

- Parceria Conectividade e Powertrain

Moura

- Qualidade e Inovação Técnica em Serviços

JSL

- Parceria em Serviços

Grupo Sesé

Honda Automóveis premia fornecedores no Brasil

Fabricante reconheceu 22 empresas em sete categorias pelo desempenho de 2022

Redação AutoData

A Honda Automóveis reuniu seus fornecedores no fim de maio passado, em Valinhos, SP, para anunciar os que mais se destacaram em suas áreas de atuação ao longo de 2022. No total foram premiadas 22 empresas, que conseguiram bom desempenho em sete categorias da premiação, que leva em consideração critérios como qualidade, entrega, atendimento, custos, redução de emissões de CO2 e peças de reposição.

Segundo Otávio Mizikami, vice-presidente industrial, a melhoria contínua é uma busca que integra a cultura organizacional da Honda: "Neste sentido o Prêmio de Fornecedores agrega, ano a ano, novas possibilidades de evolução conjunta com nossos parceiros, sempre com foco em proporcionar processos, peças, produtos e serviços reconhecidos e desejados pela sociedade".

As empresas premiadas fornecem componentes e serviços para as unidades industriais da Honda Automóveis no Brasil localizadas em Sumaré e Itirapina, ambas no Interior paulista. ■

Prêmio Honda Automóveis 2022



- **Excelência em Qualidade e Entrega**

Axalta, Casco, GDBR, G-KT, Iber-Oleff, Kongsberg, Litens, Metalfino, Pilkington, Scórpis, Sika, Sumitomo, Sumidenso, Yachiyo

- **Programa de Qualidade Honda Way**
Mangels

- **Meio Ambiente – Redução de Emissões de CO2**
Mubea

- **Excelência no Atendimento de Peças**
G-KT, Mann+Hummel

- **Excelência no Desenvolvimento de Novos Modelos**
Pecval, Wabtec

- **Excelência em Serviços**

EP Engenharia do Processo, LSL Transportes

- **Destaque Especial**

Parceria e Atendimento aos Colaboradores Honda
Unimed Campinas



NOVO PEUGEOT 208 ROADTRIP

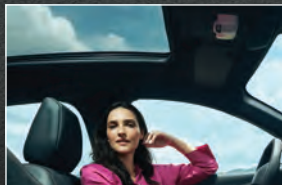
CON



A ESTRADA ESTÁ
CHAMANDO VOCÊ



I-COCKPIT® 3D



TETO PANORÂMICO



WIRELESS CHARGER

NO TRÂNSITO, ESCOLHA A VIDA!



Volkswagen soma 25 milhões de veículos produzidos no Brasil

No ano em que completa 70 anos de atividade no Brasil, a Volkswagen alcançou a marca de 25 milhões de veículos fabricados no País. Destes 4,1 milhões foram exportados. O número foi atingido com o sedã Virtus, produzido na Anchieta, em São Bernardo do Campo, SP, a primeira fábrica da empresa construída fora da Alemanha, inaugurada em 1959. O volume de produção atingido inclui também as demais plantas de Taubaté, SP, inaugurada em 1976, e de São José dos Pinhais, PR, aberta em 1999. Todas usam motores fabricados na unidade de São Carlos, SP, que abriu as portas em 1996.



Toyota investe mais R\$ 160 milhões em Sorocaba

A Toyota anunciou um novo investimento, de R\$ 160 milhões, para a construção de centro de distribuição de peças e acessórios em Sorocaba, SP. O valor se soma aos aportes de R\$ 1,7 bilhão divulgados em abril para a produção, na mesma área, de um novo modelo híbrido. A companhia construirá um armazém de 55 mil m² onde serão recebidas e despachadas mais de 1,1 milhão de peças Toyota e Lexus para as trezentas concessionárias no Brasil e mais vinte distribuidores na América Latina e América do Norte. As obras começaram em junho e a expectativa é que tudo fique pronto em 2025.



Renault comemora 1 milhão de veículos exportados do Paraná

No ano em que celebra 25 anos de produção de carros no Brasil, a Renault comemorou também outro marco: 1 milhão de veículos exportados produzidos na fábrica de São José dos Pinhais, PR. O milionésimo veículo foi um Kwid, enviado para o México. O modelo é embarcado daqui para quarenta países, assim como Duster, Oroch e Master, via Porto de

Paranaguá, também no Paraná. Em torno de 30% da produção do Complexo Industrial Ayrton Senna são exportados, principalmente para países da América Latina: México, Colômbia, Chile, Paraguai, Uruguai, Haiti e Honduras. Também são embarcados motores e peças produzidos na fábrica paranaense para Argentina, Colômbia e Turquia.

Fábrica de motores da AGCO completa 30 anos no Brasil

A fábrica de motores da AGCO, instalada em Mogi das Cruzes, SP, completou 30 anos de operação com 300 mil unidades produzidas para máquinas agrícolas das marcas Fendt, Massey Ferguson e Valtra. Atualmente a fábrica, inaugurada em 1993, produz motores diesel de 3, 4, 6 e 7 cilindros, todos seguindo as normas de emissões do Proconve MAR 1, além de motores remanufaturados.

Gerdau inaugura novo equipamento de R\$ 700 milhões

Com investimento de R\$ 700 milhões a Gerdau inaugurou em junho uma nova máquina de lingotamento contínuo de blocos e tarugos em sua usina de Pindamonhangaba, SP. O equipamento, segundo a empresa, traz ganhos de qualidade e produtividade. O aporte integra ciclo de investimento na modernização da operação de aços especiais da Gerdau no Brasil, que segue até 2025.

Eletra inaugura nova fábrica de ônibus elétricos

Com a presença do presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, a Eletra inaugurou na no início de junho seu novo prédio industrial, próximo à Via Anchieta, em São Bernardo do Campo, SP. A unidade recebeu parte dos R\$ 150 milhões do plano de investimentos da Eletra, que tem como meta tornar-se a maior fabricante brasileira de veículos elétricos de transporte. Na fábrica a Eletra recebe os chassis da Mercedes-Benz e Scania e instala o sistema elétrico fornecido pela WEG, formado por motor elétrico, inversor e baterias. De lá o chassi vai para a fábrica da Caio Induscar em Botucatu, SP, onde é encarroçado. A linha de chassis elétricos de ônibus da Eletra é composta por seis modelos, todos urbanos.



Divulgação/Eletra

Chassi elétrico Mercedes-Benz eO500U é credenciado no Finame

Com produção em série iniciada em junho, o chassi de ônibus urbano elétrico eO500U, da Mercedes-Benz, foi credenciado no BNDES para financiamentos por meio do Finame Baixo Carbono. O veículo atende ao índice mínimo de 5% de conteúdo nacional exigido pelo banco até o fim de 2024 para a linha, porcentual que ascenderá para 15% a partir de 2025, em 2027 vai para 30% e, dois anos depois, o banco exigirá 50%. Componentes do sistema elétrico e as baterias do eO500U são fornecidos pela BorgWarner, que executa a montagem do conjunto em Piracicaba, SP.

Marcopolo inicia programa de vendas do seu ônibus elétrico Attivi

A Marcopolo começou a vender o seu Attivi, primeiro veículo completo com chassi e carroceria produzidos pela encarroçadora na fábrica de Ana Rech, em Caxias do Sul, RS. Após cinco anos de desenvolvimento a empresa programou a produção de 130 veículos a bateria até o fim deste ano, para mercado doméstico e exportações, sendo que dez deles entram em testes de demonstração nas frotas de transporte urbano de algumas capitais do País. Segundo a Marcopolo seu ônibus elétrico tem índices de nacionalização de 58% para o chassi e de 96% para a carroceria. As células para as baterias de lítio são importadas da chinesa CATL e montadas em sistemas completos, incluindo o gerenciamento eletrônico, pela brasileira Moura em Belo Jardim, PE, e o motor elétrico central de 395 kW, ou cerca de 530 cv, é fornecido pela também brasileira WEG, de Jaraguá do Sul, SC.



Pedro Kuhn

XCMG lança caminhão elétrico no Brasil e estuda nacionalização

A chinesa XCMG, que já produz máquinas de construção no Brasil, em Pouso Alegre, MG, e já investiu mais de US\$ 500 milhões no País, lançou o caminhão E7-49T 6x4, primeiro cavalo-mecânico elétrico vendido aqui, pelo preço de R\$ 1,3 milhão. O modelo tem 49 toneladas de PBT, motor de 482 cv e autonomia de 150 km. Para iniciar as vendas a XCMG importou duzentas unidades da China, que já estão à venda nas suas 45 concessionárias, com expectativa de comercializar todos os veículos até dezembro. A empresa tem planos de nacionalizar a produção nos próximos dois anos.

VWCO inicia produção na Argentina...

O primeiro caminhão Volkswagen deixou a linha de montagem em Córdoba, Argentina: a produção em pré-série de um Delivery 11.180 marcou o início das operações industriais da VW Caminhões e Ônibus no país vizinho – mais um fora de Resende, RJ, juntandose a México, África do Sul e Filipinas. Os testes para validação de processos se estendem neste segundo semestre e os primeiros modelos para venda serão produzidos a partir de 2024. A VWCO pretende montar na nova área em Córdoba de 15 mil m² cinco modelos das linhas Delivery e Constellation e chassis Volksbus.



Divulgação/VWCO

Grupo SHC é escolhido para pós-venda de baterias CATL no Brasil

As baterias para propulsão veicular da CATL serão representadas no Brasil pelo Grupo SHC, nomeado responsável pelo pós-venda e pela assistência técnica dos produtos. O objetivo é dar suporte a montadoras e empresas que adquirirem sistemas de armazenamento de energia da fabricante chinesa. As baterias da CATL, que detém 34% de participação global neste segmento, equipam mais de 1 mil caminhões elétricos da JAC Motors no Brasil e também estão instaladas em cerca de 2 mil carros. A empresa agora está de olho no potencial de crescimento dos ônibus urbanos elétricos no País.



Divulgação/CATL

... E embarca caminhões VW para mais dois países africanos

Os caminhões Volkswagen produzidos em Resende, RJ, chegarão a mais dois países africanos, Benim e Togo, que receberão cinquenta unidades dos modelos Delivery e Constellation. Todos os veículos já foram exportados para a Holanda, onde o representante da marca Van Vliet mantém seu estoque e envia os veículos para África. Uma concessionária da VWCO também está em construção no Togo, com previsão de começar a operar no segundo semestre.

Hyundai é zero lixo no Brasil

A Hyundai é a primeira empresa fabricante de veículos do Brasil a ser certificada pela Zero Waste International Alliance como zero lixo. A certificação é emitida apenas para empresas que atingem a marca mínima de 90% de resíduos encaminhados corretamente para descarte e reciclagem e não para aterros – a Hyundai alcançou 93%. A fabricante também recebeu, em junho, o Selo Verde do Instituto Chico Mendes, ONG que desenvolve programas em busca da conservação dos recursos naturais. O selo reconheceu a Hyundai como uma empresa que tem boa utilização dos recursos naturais e baixo índice de poluição em sua operação na fábrica de Piracicaba, SP.



Divulgação/Hyundai

BMW homologa seu elétrico mais potente no Brasil



Divulgação/BMW

A BMW confirmou o lançamento do seu veículo elétrico mais potente no Brasil, o iX M60, que está em fase de homologação. Com 619 cv produzidos por dois motores elétricos, um no eixo dianteiro e outro no eixo traseiro, o carro acelera de 0 a 100 em 3,8 segundos, segundo a fabricante alemã. O novo modelo chega às concessionárias brasileiras da marca ao longo do segundo semestre. Na comparação com as outras versões vendidas do iX a M60 terá rodas aro 22 com desenho exclusivo, pinças de freio pintadas na cor dark blue e pintura externa exclusiva na cor titanium bronze finish.

Honda Civic Type R chega em duas versões

A Honda importa para vender no País o Civic Type R em duas versões, ambas equipadas com motor 2.0 turbo de 297 cv e câmbio manual de seis marchas. Os preços do Civic esportivo variam de R\$ 429,9 mil a R\$ 434,9 mil. A diferença das versões está no pacote Traffic Alert, composto por alerta de veículo em ponto cego e monitoramento de tráfego cruzado traseiro. Mas as duas opções têm o sistema Honda Sensing de assistência de condução, que inclui controle de velocidade adaptativo ACC e assistente de permanência na faixa de rodagem.



Divulgação/Honda

Mitsubishi inicia vendas da L200 Triton Savana 2024



Divulgação/Mitsubishi HPE

A Mitsubishi começou a vender por R\$ 310 mil a versão 2024 da picape média L200 Triton Savana, quinta geração de modelo lançado em 2004, exclusiva para o mercado brasileiro e produzida pela HPE em Catalão, GO. A picape teve seu visual todo remodelado, tem capacidade para superar trechos alagados de até 700 mm, 16,7% a mais do que a L200 convencional, e tem bagageiro de teto que suporta até 50 quilos. Dentre os itens de série estão kit multimídia com tela de 7 polegadas sensível ao toque e espelhamento para smartphones, câmera de ré, sensores de estacionamento, sensor de chuva, acionamento automático dos faróis, ar-condicionado digital de duas zonas com saídas posicionadas no teto.

Jeep Commander ganha nova versão de entrada

A Jeep acrescentou ao portfólio do Commander a versão Longitude, com preço de entrada de R\$ 229 mil 990 na linha do SUV produzido em Goiana, PE. A opção tem motor turbodiesel T270 de 185 cv, câmbio automático de seis velocidades e tração 4x2. O Commander Longitude traz itens como painel digital e central multimídia com tela tátil, que espelha Apple CarPlay e Android Auto sem fio, chave presencial, ar-condicionado dual zone e detector de ponto cego. Desde seu lançamento, em 2021, o Commander já registrou mais de 35 mil licenciamentos. Com a nova versão o catálogo agora tem cinco opções, três com motor turbodiesel de R\$ 230 mil a R\$ 273,6 mil e duas turbodiesel de 170 cv com preços de R\$ 294,6 mil e R\$ 319,6 mil.



Divulgação/Jeep



Divulgação/Volvo

VOLVO: CARLOS BANZZATTO + FELIPE BATTISTELLA

A fabricante de caminhões e ônibus promoveu Carlos Banzatto e Felipe Battistella a novos cargos em sua operação no Brasil. O engenheiro mecânico Banzatto, que ingressou na empresa em 1999 como estagiário, e que nos últimos anos era o gerente de venda para o mercado brasileiro e importadores privados na América Latina, em junho assumiu a diretoria de experiência do cliente e serviços na região. Sob sua responsabilidade ficam as áreas de satisfação de clientes, desenvolvimento de novos serviços, o Voar, serviço de atendimento rápido, a Volvo Academy, área de desenvolvimento de competências para a rede de concessionárias, gestão administrativa dos planos de serviços Volvo, garantia, qualidade e conectividade.

No início de julho a Volvo promoveu outro funcionário que também começou na empresa como estagiário, em 1996. Depois de passar por várias áreas da companhia em Curitiba, PR, Felipe Battistella agora é o novo gerente de serviços comerciais para caminhões e ônibus, responsável por definir planos e ações de vendas de peças e serviços da fabricante na América Latina.



Divulgação/New Holland

NEW HOLLAND: MARIANA BICALHO

Mariana Bicalho é a nova gerente de marketing da New Holland para a América Latina, sucedendo a Giovanni Borgonovo, que seguiu para outros desafios profissionais, segundo comunicado divulgado em junho pela fabricante de máquinas agrícolas e de construção do Grupo CNH Industrial. Bicalho assumiu o cargo no início de maio e fez sua estreia na Agrishow, em Ribeirão Preto, SP. A executiva iniciou sua carreira no antigo Grupo Fiat, em 2007, e esta é sua segunda passagem pela CNH. Na primeira seus cargos foram de coordenadora de marketing de peças e serviços e coordenadora de comunicação de serviços comerciais, somando quatro anos de trabalho na empresa.



Divulgação/Tecfil

TECFIL: JORGE SCHERTEL

A fabricante de filtros Tecfil anunciou Jorge Schertel é o novo integrante de seu conselho de administração. O executivo tem mais de cinquenta anos de experiência no setor automotivo, tendo recentemente ocupado o cargo de presidente e CEO da Nakata Automotiva de 2015 a 2021, que em 2020 foi comprada pela Frasle. Também foi presidente da Affinia Group South America. Reconhecido por sua capacidade de liderança e visão estratégica, segundo a Tecfil, Schertel trará benefícios significativos para a companhia. Ele é graduado em administração de empresas pela PUC/RS, com formação em programas de gestão executiva pela Business School da University of Michigan e pela Pennstate University.



Divulgação/Renault

RENAULT: BRUNO HOHMANN

Bruno Hohmann, vice-presidente responsável por vendas e marketing da Renault do Brasil, foi transferido para a França, onde em 1º de julho foi nomeado vice-presidente de vendas da marca em todo o mundo. Ele se reportará diretamente ao CEO Fabrice Cambolive, que já presidiu a operação brasileira. Hohmann está na companhia desde 2003 já galgou diversos postos de liderança na área comercial da empresa, com várias passagens no Exterior. Entre idas e voltas, foi diretor de marketing da Renault na Colômbia, diretor de operações na Holanda e chefe de staff do CEO em Paris, França, até 2020, quando regressou pela última vez ao Brasil. O atual presidente da subsidiária brasileira, Ricardo Gondo, assumiu as funções de Hohmann aqui, acumulando a liderança direta de vendas, vendas corporativas, pós-vendas e marketing. Em nota ele parabenizou o executivo: "Fico muito feliz em ver mais um brasileiro alcançando posições de destaque no Grupo Renault".



Divulgação/BMW

BMW: MARC ALEXANDER BREITHECKER

Marc Alexander Breithecker é o novo diretor de engenharia do Grupo BMW Brasil, sediado na fábrica de Araquari, SC. O executivo, formado em tecnologia de veículos pela Universidade de Ciências Aplicadas de Munique e especializado em pesquisa e tecnologia BMW pela Universidade de Nuremberg-Erlangen, sucede a Herbert Negele, que assumiu a chefia de desenvolvimento de materiais e tecnologia de processos na matriz alemã. Com mais de vinte anos de carreira na BMW, Breithecker acumula passagem pelos Estados Unidos e experiência como gerente de projetos da linha de produtos da BMWi, na Alemanha. Foi responsável por projetos de veículos em cooperação com parceiros e outras fabricantes de equipamentos originais, desde o conceito até o estabelecimento e a integração de fábrica de produtos como BMW i3 e BMW i8 Spyder.



Divulgação/ZF

ZF: LEA CORZILIUS

O conselho de administração da ZF nomeou Lea Corzilius como responsável por recursos humanos, assuntos jurídicos e compliance no board mundial de diretores da empresa. Especialista em transformação da indústria e fornecedores automotivos, ela assume o posto em 1º de agosto, sucedendo a Sabine Jaskula, que optou por deixar a companhia em julho. Economista de 34 anos com doutorado na Universidade Técnica de Dortmund, Lea Corzilius tem experiência como chefe executiva de recursos humanos e como diretora de relações trabalhistas. Anteriormente trabalhava no board da Hella, também uma fabricante alemã de componentes automotivos, onde era responsável pelo RH e tinha responsabilidade global pelas funções estratégicas e operacionais da área.



Divulgação/Audi

AUDI: GERNOT DÖLLNER

Gernot Döllner foi anunciado como novo CEO global da Audi e assumirá o cargo a partir de setembro. O executivo será o sucessor de Markus Duesmann na presidência do conselho de administração da empresa, após decisão aprovada pelo seu conselho fiscal. Formado em engenharia mecânica, Döllner trabalha no Grupo Volkswagen desde 1993, quando entrou na Volkswagen e depois ocupou diversos cargos na Porsche. Seu último posto foi o de supervisor da secretaria geral e estratégia de grupo e produto do Grupo Volkswagen.

27 mil

O maior número de emplacamentos de veículos da história no Brasil em um único dia, segundo a Anfavea verificado no fim de junho, quando as locadoras foram autorizadas a comprar carros com descontos.

14,6 mil

Veículos leves emplacados por locadoras no último dia útil de junho, depois que o governo autorizou a entrada de frotistas nas compras com descontos, segundo acompanhamento da Anfavea.

93,5 mil

Volume de automóveis e comerciais leves vendidos em junho com descontos patrocinados pelo governo, equivalente a 52,3% dos emplacamentos do mês, segundo levantamento da Jato Dynamics.

73 mil

Carros vendidos em junho com descontos que ainda serão emplacados em julho, segundo estimativa da Anfavea, após o esgotamento de R\$ 800 milhões destinados a reduzir os preços de veículos leves.

“Meu governo não tem tempo a perder. Não voltei a governar este País para fazer o mesmo que já fiz. A gente voltou para tentar fazer as coisas diferentes. E fazer a revolução industrial neste País, pra gente ser competitivo de verdade. A hora é agora.”

O presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, na primeira reunião do CNDI, Conselho Nacional de Desenvolvimento Industrial, realizada em julho após oito anos.

“Encerramos com sucesso o estímulo à compra de veículos leves. Foi transitório mas necessário neste momento para reaquecer um setor importante da economia que representa mais de 20% da indústria de manufatura do País.”

Geraldo Alckmin, vice-presidente da República e ministro do Desenvolvimento, no início de julho, ao confirmar o fim do programa de descontos em apresentação da Anfavea.

“Nós precisamos mudar a indústria automotiva brasileira e gerar emprego aqui. Não faz sentido desonerar importações e taxar a produção doméstica. Nós temos uma história exitosa no setor e temos de voltar a ela. Ou mudamos ou mudamos. Estamos perdendo mercado.”

Aloizio Mercadante, presidente do BNDES, em evento promovido pela Fiesp, em São Paulo, em junho.

“A estrada da descarbonização é uma das grandes ameaças à economia mundial. Não é imaginável transitar da matriz energética que está aí para outra limpa da noite para o dia, com uma oferta complicada de minerais e metais necessários para fazer carros elétricos, que são fantásticos, mas o custo é grande e vai incidir principalmente sobre países mais pobres.”

O economista Otaviano Canuto, ex-vice-presidente do Banco Mundial e ex-diretor executivo do FMI, em entrevista ao portal NeoFeed, ao comentar as principais ameaças à estabilidade econômica mundial.

PRODUTORA MULTIMÍDIA

PRODUÇÃO DE VÍDEOS

Animação 2D, EaD
e Institucional alldigitalfilmes.com.br

TRANSMISSÃO AO VIVO

Eventos, Online
e Presencial



ESTÚDIO DE VÍDEO

PODCAST

AUTO DATA

Os patrocinadores desta edição

VW Delivery 11.180
Entrega+Valor
para o seu negócio

Além de um excelente custo-benefício, por ser o mais econômico e versátil do mercado, oferece também a segurança de um veículo de qualidade.

Além de tudo, o novo modelo apresenta um design mais moderno e atualizado.

Porque entrega mais para o mesmo investimento, o 11.180 oferece:

- Melhor custo por quilômetro para quem trabalha com entregas e distribuição de mercadorias.
- Melhor capacidade de carga para quem trabalha com distribuição de mercadorias.
- Melhor capacidade de armazenamento para quem trabalha com distribuição de mercadorias.
- Melhor capacidade de armazenamento para quem trabalha com distribuição de mercadorias.

Além de tudo, o novo modelo apresenta um design mais moderno e atualizado.

Porque entrega mais para o mesmo investimento, o 11.180 oferece:

- Melhor custo por quilômetro para quem trabalha com entregas e distribuição de mercadorias.
- Melhor capacidade de carga para quem trabalha com distribuição de mercadorias.
- Melhor capacidade de armazenamento para quem trabalha com distribuição de mercadorias.
- Melhor capacidade de armazenamento para quem trabalha com distribuição de mercadorias.

ESG

ESG (Environmental, Social and Governance) é um conceito que avalia o desempenho não financeiro de uma empresa, além de seu desempenho financeiro. O ESG é composto por três pilares: Ambiental (E), Social (S) e Governança (G).

ESG é uma abordagem que busca identificar e avaliar os riscos e oportunidades não financeiros de uma empresa, além de seu desempenho financeiro. O ESG é composto por três pilares: Ambiental (E), Social (S) e Governança (G).

LEAR

Estamos felizes por recebermos este prêmio. Ao receber este prêmio, a Renault e a Leiar se unem para promover o desenvolvimento sustentável e inovar. Agradecemos a todos que nos apoiaram por este prêmio de qualidade e inovação.

Juntos, vamos continuar inovando e fazendo a diferença para o mundo!

Novas marcas disponíveis para escolha
Mas, se você preferir, pode escolher outro caminho.

Disponibilidade de peças
Facilidade de manutenção especializada
Custo de aquisição
Custo de manutenção
Custo de operação

DANA

NOVAS MARCAS E A TRADIÇÃO DA EXCELÊNCIA

Um novo caminho para a excelência.

ABG

MOURA. A MARCA ESCOLHIDA TAMBÉM PELA VOLKSWAGEN.

MOURA é uma marca que representa inovação, qualidade e excelência. A Volkswagen escolheu a MOURA para ser o parceiro oficial de seus veículos comerciais.

RENAULT KWID
O novo compacto

Renault Kwid é o novo compacto da Renault. Com um design moderno e inovador, oferece um espaço interno amplo e confortável. Além disso, possui um motor econômico e durável.

NÃO HÁ PONTO DE CHEGADA PARA QUEM TEM O OLHAR NO FUTURO.

A Renault acredita que o melhor sempre está por vir. Por isso, sempre que nos aparamos em cada ponto, a Renault faz parte de um caminho sempre novo e em constante evolução.

NEW R **RANDON**

SECURIT

SECURIT é uma empresa especializada em soluções de segurança para veículos comerciais. Oferece produtos e serviços que garantem a proteção e a integridade dos veículos e das cargas.

Energia para transformar o futuro

IVECO-GROUP é uma empresa líder em soluções de energia para veículos comerciais. Oferece produtos e serviços que garantem a eficiência e a sustentabilidade dos veículos.

IVECO-GROUP

HÁ 25 ANOS

Com 25 anos de experiência, a Valepar é uma empresa líder em soluções de transporte para o Brasil. Oferece produtos e serviços que garantem a eficiência e a sustentabilidade dos veículos.

Valepar

ENTENDER TAMBÉM É AGRADECER PELA OPORTUNIDADE DE ATENDER UM CLIENTE TÃO ESPECIAL PARA NÓS.

PRÊMIO VOLKSWAGEN THE ONE

O prêmio Volkswagen The One é uma homenagem aos melhores parceiros comerciais da Volkswagen. É uma oportunidade de agradecer pela parceria e pelo sucesso alcançado juntos.

ALDI

CGE É TOP 3 NO PRÊMIO the One

CGE é uma empresa líder em soluções de energia para veículos comerciais. Oferece produtos e serviços que garantem a eficiência e a sustentabilidade dos veículos.

CGE

NOVO PEUGEOT 208 ROADTRIP

O novo Peugeot 208 Roadtrip é um veículo versátil e econômico, ideal para quem precisa de um carro para trabalhar. Possui um espaço interno amplo e confortável, além de um motor econômico e durável.

208

PRODUTORA MULTIMÍDIA

Produção de vídeos, transmissões ao vivo, estúdio de vídeo e podcast.

PRODUTORA MULTIMÍDIA