



Caminhões  
Ônibus



# Chegaram os novos Volkswagen Meteor

Os Extrapesados Sob Medida para o seu negócio





Caminhões  
Ônibus



Perceba o risco, proteja a vida.

Acesse o QR code  
e conheça as novas  
tecnologias do Meteor





# AUTODATA

## Perspectivas 2021

O reinício da escalada

2012  
Mercado de  
3,8 mi

2019  
Mercado de  
2,8 mi

2020, Pandemia  
Mercado de 1,9 mi





# CAOA

## SEU TIGGO 5X TURBO 2021.

LOCAÇÃO A PARTIR DE

**R\$ 1.450,00**  
/MÊS



☎ **0800-771 7777**

**CAOA.COM.BR/LOCADORAS-CAOA**

IMAGENS MERAMENTE ILUSTRATIVAS

Locação para empresas | Prazo mínimo de 12 meses | Cadastro mediante análise de crédito | Valores condicionados até 20 dias após assinatura do contrato | Promoção válida até dia 15/10/2020 ou enquanto durarem os estoques



# RENT A CAR

## DA FÁBRICA PARA VOCÊ.

SEM ENTRADA,  
SEM FINANCIAMENTO.

SEM DESPESAS  
DE LICENCIAMENTO,  
DE MANUTENÇÃO,  
DE REVISÃO.

SEM MAIS  
NADA.

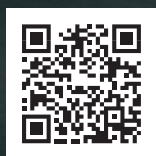
**CAOA RENT A CAR E VOCÊ.**  
**DE TÃO SIMPLES, É SÓ ALEGRIA.**

Ao fim de 1 ano, você pode renovar o contrato e receber um novo Tiggo 5X 0 km, do ano, ou escolher um outro CAO A Chery.

A marca você já terá testado e descoberto que representa a nova tecnologia do maior polo de inovação automotiva do mundo.

**EXCLUSIVO PARA EMPRESAS**

**TIGGO 5X**  
**Turbo Flex 150 cv**  
**DUAL CLUTCH FULL CONNECT 2021**



APONTE A CÂMERA  
DO SEU CELULAR  
E FALE COM A GENTE.



No trânsito, dê sentido à vida.

**CAOA**

a quantidade de veículos e quilometragem | Cores e finais de placa de acordo com estoque | Previsão de entrega de | Consulte condições para demais modelos.



PERSPECTIVAS 2021  
FROM THE TOP

12

Entrevistados, os presidentes de Anfavea, Sindipecas, Abeifa e Abraciclo relatam o ano que vem

32

PERSPECTIVAS 2021  
OPINIÃO

Márcio Stéfani, S, Stéfani e Vicente Alessi, filho, oferecem suas visões particulares em artigos exclusivos

40

ABERTURA

66

FCA

90

VEÍCULOS COMERCIAIS

44

PROJEÇÕES

70

FORD

92

DAF

46

MACROECONOMIA

72

GENERAL MOTORS

94

IVECO

50

AUTOPEÇAS E SISTEMISTAS

74

HONDA

96

MERCEDES-BENZ

54

ARGENTINA

78

HYUNDAI

98

VOLKSWAGEN CAMINHÕES

58

VEÍCULOS LEVES

80

NISSAN

100

VOLVO

60

AUDI

82

PSA PEUGEOT CITROËN

102

CARROÇERIAS/IMPLEMENTOS

62

BMW

86

RENAULT

106

MÁQUINAS AGRÍCOLAS

64

CAOA CHERY

88

VOLKSWAGEN

106

MÁQUINAS DE CONSTRUÇÃO

EVENTO  
SEMINÁRIO AUTODATA

110

Novo Brasil repete seus velhos problemas: inovação, tecnologia...

LANÇAMENTO  
NOVO PEUGEOT 208

114

Peugeot quer ver o novo 208 no Brasil vender como o antigo 206

CARREIRA  
AUTOBIOGRAFIA

118

Waldey Sanchez recorda e escreve a própria história no setor automotivo

8

LENTES

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

138

FIM DE PAPO

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

**AUTODATA**  
Empresarial

122 BECOMEX

Estratégia tributária colaborativa é alternativa para acelerar competitividade

124 BORGWARNER

Empresa celebra 45 anos de Brasil com trajetória marcada por grandes evoluções tecnológicas

126 FORD

Voluntariado é tradição entre colaboradores da Ford tanto no Brasil como em todo o mundo

128 GERDAU AÇOS ESPECIAIS

Empresa desenvolve linha inovadora de aços que contribuem para melhorar a eficiência dos veículos

130 TECFIL

Adequada à Indústria 4.0 e valorizando fortemente sua mão de obra, Tecfil eleva competitividade

132 ZF

Sistemista alemã oferece ao mercado tecnologias de ponta que aprimoram a segurança dos veículos

134 AGÊNCIA AUTODATA NEGÓCIOS

As movimentações e novidades das empresas do setor automotivo

136 AGÊNCIA AUTODATA GENTE



# Indústria da multa, a única que cresce

Por Marcos Rozen, editor

Enquanto a equipe de **AutoData** produzia esta edição especial de aniversário, a tradicional Perspectivas, a Câmara dos Deputados aprovou as emendas do Senado ao projeto de lei 3 267/19, que altera o CTB, Código de Trânsito Brasileiro. Uma das maiores mudanças é o aumento, para 40, do limite de pontos para que o motorista tenha seu direito de dirigir suspenso, ainda que tenha sido criado um escalonamento de acordo com a gravidade das infrações.

É certamente válida lembrança de 2011, quando o hoje presidente da República ainda era um deputado federal e apresentou a mesma proposta à Câmara, na época arquivada. Ali, em sua justificativa para elevar o número de pontos, afirmou acreditar "ser mais justo e lógico, até no interesse do Estado, que manteria a sua saga em arrecadar recursos" e que "assim, fica combinado: eles multam à vontade mas não tiram a CNH dos cidadãos de bem".

O tal cidadão de bem, é óbvio, agora se sentirá livre e satisfeito para receber mais multas e, portanto, aumentar a arrecadação do Estado, fazendo com que essa gloriosa máquina de gerar impostos, tributos e taxas que é um automóvel renda ainda mais para os cofres públicos.

Não custa perceber que esta é a única medida realizada até agora pelo atual governo federal no que diz algum respeito ao setor automotivo, ainda que neste caso somente do ponto de vista da utilização de seus produtos. Pedidos da indústria como ajuste do Reintegra, devolução de créditos tributários e/ou seu uso como garantia foram solenemente ignorados, pelo menos até o momento.

Ficou claro, até agora, que o setor automotivo brasileiro tem apenas suas próprias pernas, ou rodas, para buscar a retomada da retomada: primeiro voltar ao volume pré-pandemia de 2019 e depois disso retomar os esforços em busca dos melhores volumes históricos de 2012 e 2013. O ano que vem representa o primeiro degrau – mas, atenção: essa longa escada não tem corrimão. E muito menos guarda-corpo.



## AUTODATA

**Direção Geral** Leandro Alves **Conselho Editorial** Isidore Nahoum, Márcio Stéfani, S Stéfani, Vicente Alessi, filho **Redação** Marcos Rozen, editor **Colaboraram nesta edição** André Barros, Bruno de Oliveira, Caio Bednarski, Eduardo Laguna, Marcos Rozen **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR e divulgação **Capa** Vtyurina Aigul/Shutterstock.com **Comercial e publicidade** tel.

PABX 11 3202 2727: André Martins, Guilherme Christians, Luiz Gidas; Luciana Di Biasio, assistente de marketing **Assinaturas/atendimento ao cliente** tel. PABX 11 3202 2727 **Departamento administrativo e financeiro** Isidore Nahoum, conselheiro, Thelma Melkunus, Hidelbrando C de Oliveira, Vanessa Vianna **ISN** 1415-7756 **AutoData** é publicação da AutoData Editora e Eventos Ltda., Av. Guido Caloi, 1000, 4º andar, sala 431, bloco 5, 05802-140, Jardim São 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

# Volkswagen Meteor

100% fabricados no Brasil, os novos Volkswagen Meteor foram desenvolvidos para atender às necessidades dos clientes e garantir o menor custo operacional do segmento, com um design inovador, baixo consumo e alta performance. Os novos Volkswagen Meteor são os extrapesados sob medida para o seu negócio.



Perceba o risco, proteja a vida.



Acesse o QR code  
e conheça as novas  
tecnologias do Meteor



Novo motor MAN D26  
fabricado no Brasil



Nova transmissão  
automatizada de  
12 e 16 velocidades



Nova cabine mais  
ampla e confortável



Caminhão  
100% conectado

## E SE FOI WIELAND, O ALEMÃO

A rede de concessionários Chevrolet não exatamente tinha saudades dele. Walter Wieland, nascido na Argentina e que foi presidente das operações brasileiras da General Motors de 1º de julho de 2000 a 1º de janeiro de 2011. Aposentou-se em maio desse ano e viveu no Brasil desde então – até a quarta-feira, 9 de setembro. Aqui sucedeu a Frederick Fritz Henderson e foi sucedido por Ray Young.

## ÊMERSON NÃO FALHA!

Estrôina ou mau negociante não vem ao caso. A verdade é que o ex-piloto cada vez mais vezes comparece mal às manchetes, agora na coluna de Rogério Gentile no UOL, em 18 de setembro: Banco acusa Emerson Fittipaldi de esconder patrimônio para não pagar dívidas. O olho: Ex-piloto nega as acusações e, por meio de seus advogados, disse à Justiça que passa por uma situação financeira deplorável. Esse processo, do Banco Safra, é um dos 145 aos quais responde o ex-piloto, movidos inclusive por credores trabalhistas. A dívida ascenderia a R\$ 55 milhões, informa Gentile. Pelo Safra ele está sendo cobrado por dívida de R\$ 776,4 mil, acusado de levar vida faraônica nos Estados Unidos e de esconder seu patrimônio por meio de fraudes e de empresas de fachada. Em pelo menos um dos processos o ex-piloto chegou a solicitar advocacia gratuita.

## ÊMERSON NÃO FALHA! 2

O ex-piloto aparecer mal na foto não é novidade. O que não se sabia era o tamanho da encrenca. É compreensível, pois, sua atitude, numa noite de quinta-feira de setembro, 27, em 2018, durante festa de lançamento do Kia Stinger GT em São Paulo, em que fez propaganda para candidato que, apesar de desconsiderar mulheres e de fazer elegias à tortura, venceu a eleição (veja AutoData edição 349, de outubro de 2018). Estava fazendo campanha descarada em busca de quebra-galho, coisa de gente de baixos princípios.

## DINHEIRO PAGA TRANSPARÊNCIA



Divulgação/VW



### Por Vicente Alessi, filho

Sugestões, críticas, comentários, ofensas e assemelhados para esta coluna podem ser dirigidos para o e-mail [vi@autodata.com.br](mailto:vi@autodata.com.br)

Acabou, afinal – na forma de dinheiro a ser pago por meio de acordo extrajudicial, e que não agradou a todos – os inquéritos civis abertos contra a Volkswagen pelos três ministérios públicos em ação no País. Essas três ações investigavam sua cumplicidade com a ditadura civil-militar vigente de 1964 a 1985: identificação, investigação e perseguição a adversários e/ou inimigos do sistema por integrantes da segurança industrial, sua prisão nas instalações da empresa, sevícias ali mesmo. Depois remoção para Doi-Codi ou DOPS com direito às atenções e cuidados e gentilezas de praxe. O valor a ser pago para encerrar o caso, de acordo com nota expedida pela Volkswagen, é € 5,5 milhões, o equivalente a R\$ 36,5 milhões.



## DINHEIRO PAGA TRANSPARÊNCIA 2

Diz a nota, também, querer a companhia "promover o esclarecimento da verdade sobre as violações dos direitos humanos naquela época". Na prática o acordo evita ações judiciais futuras sobre a amizade da empresa com órgãos de repressão. Hiltrud Werner, que integra o conselho de administração da Volkswagen para Integridade e Assuntos Jurídicos, lamenta "as violações que ocorreram no passado". Da bufunfa toda R\$ 16,8 serão destinados à associação dos trabalhadores vitimados pela Volkswagen, a Associação Henrich Plagge, principalmente para ex-trabalhadores e/ou sucessores.

## DINHEIRO PAGA TRANSPARÊNCIA 3

A Volkswagen reconhece, na nota, corretamente, que "é a primeira empresa estrangeira a enfrentar seu passado de forma transparente durante a ditadura militar no Brasil". Mas não admite que foi forçada a essa atitude pelo desenvolvimento das audiências do GT 13 da Comissão Nacional da Verdade em São Paulo. Em 2016, recorda a nota, a Volkswagen contratou estudo com o historiador Christopher Kopper, da Universidade de Bielefeld (ver Lentes na edição 336 de AutoData, de agosto de 2017), que "concluiu que houve cooperação dos agentes de segurança da Volkswagen do Brasil e o antigo regime militar, mas não foram encontradas evidências claras de que essa cooperação foi institucionalizada na empresa". Ou seja: o trabalho identificou a colaboração da empresa com órgãos de repressão da ditadura apenas, e tão somente, no andar de baixo, no nível da segurança industrial, responsabilidade do coronel Rudge, e não conseguiu tornar evidente o envolvimento dos níveis gerencial e de diretoria por não haver encontrado nenhum papel nesse sentido. Também em nota o pessoal da Associação Heinrich Plagge aplaude "acordo inédito com a Volkswagen [que] promove justiça". Cita de passagem a Comissão da Verdade e ignora o GT 3, âmbito no qual, afinal, suas demandas encontraram eco. Agradece aos integrantes dos ministérios públicos que atuaram no caso e, mais uma vez, admite que "a negociação foi desencadeada para evitar a judicialização do conflito".

## DINHEIRO PAGA TRANSPARÊNCIA 4

Essa opinião não é unânime: em nota grupo coordenado por Sebastião Neto, secretário executivo daquele GT 13, Grupo de Trabalho Ditadura e Repressão aos Trabalhadores e ao Movimento Sindical da Comissão Nacional da Verdade, 2013-2014, e também coordenador do IIEP, Intercâmbio, Informações, Estudos e Pesquisas ([www.iiepmemoriaoperaria.wordpress.com](http://www.iiepmemoriaoperaria.wordpress.com)), lembra que o Caso Volkswagen tem origem nas audiências da Comissão da Verdade em São Paulo – Rubens Paiva, resgata a lembrança de que o trabalho de pesquisa e de sistematização da legislação internacional sobre o tema foi realizado pelo IIEP e adverte: "O acordo firmado está aquém do que foi negociado nos últimos cinco anos e corre o risco de rebaixar o parâmetro das reparações que serão exigidas em novas iniciativas de responsabilização de empresas que cometeram graves violações de direitos humanos na ditadura". Também observa que o valor a ser transferido para a Associação Plagge terá o caráter de doação, "como uma benevolência da Volkswagen". De acordo com esse grupo outra questão pertinente trata da retratação e do pedido de desculpas da empresa à sociedade: "A empresa quer fazer uma retratação rasa e distorcida, em que trabalhará a cumplicidade com a ditadura como desvio de conduta de alguns funcionários e não uma cooperação sistemática e orgânica com a repressão".

## FOGUETÓRIO

E que grande foguetório, naquela empresa especializada em consórcios da avenida Doutor José Maria Whitaker, na franja da Zona Sul de São Paulo, mais pro fim da quarta-feira, 2 de setembro, saudou a demissão do CEO e de mais alguns chegados! A happy hour da sexta-feira chegou mais cedo e as churrascadas de sábado foram antecipadas.

# NOVO CHEVROLET ONIX PLUS MIDNIGHT. INSPIRADO NA NOITE PARA VOCÊ ATUALIZAR SUAS DEFINIÇÕES DE BOM GOSTO.



**3 ANOS**  
DE GARANTIA

## #MAISOUSADIANASRUAS

Com um design inspirado na noite, o Novo Onix Plus Midnight esbanja elegância em cada detalhe. A sua grade em estilo colmeia, faróis com máscara negra, DRL em LED, rodas aro 16" pretas e o logo em preto, exclusivo dessa versão, são a combinação perfeita para quem não abre mão da sofisticação.

## FIND NEW ROADS™

<https://www.chevrolet.com.br/carros/novo-onix-plus>



Perceba o risco, proteja a vida.

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





APONTE SEU CELULAR  
E SAIBA MAIS SOBRE O  
NOVO ONIX PLUS MIDNIGHT

WAGGANN | CHEVROLET

CHEVROLET





# É um novo País

## Há a possibilidade de retorno aos volumes de 2019 em 2021?

Para isso precisaríamos, arredondando, de quase 900 mil, 1 milhão de unidades a mais contando mercado interno e exportações. A análise histórica mostra que quando há uma queda dessa magnitude o retorno vem, mas de forma gradativa. O setor automotivo não está fora do contexto do País, o PIB deve cair ao redor de 5% esse ano e crescer de 2% a 3% em 2021, com uma base menor. Nesse cenário teremos crescimento, tomara que seja em uma proporção maior que o PIB, mas é pouco provável que alcancemos os números de 2019. O consumo depende de renda, e temos um número grande de desempregados.

## Quando seria isso? A Anfavea, em julho, falava em até 2025...

Antes falávamos em um 2020 em queda de 40%, agora trabalhamos com 31%. Pode ser um pouco mais, um pouco menos, mas ficará ao redor disso. É um índice menor do que esperávamos mas ainda assim é de grande magnitude. Estamos falando de uma produção de menos de 2 milhões de veículos para um planejamento inicial de 3 milhões. Ainda temos muitas dúvidas, é difícil carimbar três anos, quatro anos... mas será uma recuperação longa. A série histórica mostra isso. Tomara que tenhamos uma recuperação mais rápida, dependemos disso.

## Essa série histórica mostra um avanço médio de 11% ao ano após a última crise. É um índice bom para trabalhar em 2021?

Apostamos que voltaremos a crescer como na última crise, neste ritmo, diferente das outras crises, quando o ritmo foi de 5%, 6% ao ano. É uma hipótese razoável.

## Não seria um avanço muito tímido considerando que tivemos um trimestre muito fraco nesse ano?

Ocorre que ainda tínhamos muita gente empregada que não temos mais, negócios que estavam abertos e fecharam. Não dá para comparar aquele número com a situação atual, temos um novo País, infelizmente um País mais pobre. Vamos recuperar, mas hoje não consigo visualizar uma recuperação mais forte.

## A revisão dos números de exportações para esse ano foi mais robusta, de queda de 53% para 34%, mesmo com a situação difícil da Argentina. A que se deveu essa reavaliação? Podemos esperar um 2021 melhor no mercado externo?

Algumas empresas conseguiram recuperar algumas entregas que ficaram paralisadas durante o período mais crítico da pandemia, de contratos anteriores. Foi isso que ajudou o índice. A Argentina continua sendo um problema pela reserva cambial limitada, eles definiram um limite até o fim do ano de 96 mil unidades. E é o nosso maior mercado de exportação.

## O câmbio não pode ajudar?

Nosso produto está mais competitivo não pela eliminação dos custos mas sim por uma cobertura das ineficiências pelo câmbio maior. Mas não estamos conse-

Foto: Christian Castanho





“O IGPM está em 18% sendo que o IPCA está em 2%. É uma clara mensagem que o custo industrial está crescendo em uma proporção muito alta, e isso tem impacto em diversos componentes que a indústria compra.”

guindo aproveitar pela crise da pandemia em outros países. Porém, eventualmente, se eles se recuperarem, com exceção da Argentina, o câmbio pode sim ajudar a buscar outros mercados, e todas as montadoras estão tentando obter um volume adicional de exportações.

**Esse mesmo câmbio pode representar novos aumentos de preços no ano que vem?**

Se confirmado o aumento de custos que estamos enfrentando. O IGPM está em 18% sendo que o IPCA está em 2%. É uma clara mensagem que o custo industrial está crescendo em uma proporção muito alta, e isso tem impacto em diversos componentes que a indústria compra, seja direta ou indiretamente, principalmente o aço.

**O agronegócio está sendo o grande condutor da economia neste momento, ajudando inclusive, mesmo que indiretamente, o setor automotivo. Este é um segmento que tem um dos menores índices de carga tributária. Não é um bom argumento para se usar durante a discussão da reforma tributária?**

Concordo plenamente. Existe um desequilíbrio da indústria com o agronegócio

na tributação. Defendemos isso, criar um equilíbrio maior, vai ser uma briga grande no Congresso. Quanto mais nivelada for a carga tributária mais negócios serão alavancados.

**Em 2021 não haverá eleições. Isso ajudará as reformas a serem realizadas?**

Tem que ser, ninguém aguenta mais. A reforma administrativa deveria vir primeiro para definir o tamanho do Estado e depois calibrar o tamanho da reforma tributária. O setor privado não aguenta mais pagar imposto para sustentar um Estado tão grande e inclusive ineficiente em algumas áreas. Não dá mais para adiar as reformas, os investidores lá fora estão olhando para nós com um pé atrás.

**As negociações envolvendo os prazos para entrada em vigor das novas normas de emissão acabarão por ficar para o ano que vem? E como ficaria o Rota 2030?**

Queremos que seja resolvido ainda este ano. Nossa prioridade ficou nas questões de emissões e segurança. O Rota está mais ligado ao aspecto da eficiência energética, e ainda estamos discutindo como tratar esse tema.

**Como manter o ânimo do setor automotivo quando caímos dessa forma bem no meio de uma recuperação? Teremos pela frente uma espécie de recuperação da recuperação. Não é um desestímulo?**

Recuperação da recuperação é um bom retrato. Confesso que no meio da pandemia fiquei bastante preocupado, achando que as coisas poderiam ser muito piores ao fim desse ano. Mas a retomada ainda neste ano mostrou a força de toda a cadeia, todos buscando saídas, inclusive os sindicatos, e passamos por essa fase. Essa capacidade de se recuperar, de adaptar-se diante de um tombo desses sem nenhuma previsibilidade nem apoio direto do governo, é uma inspiração. Esta é uma indústria muito valorosa. ■



# HÁ MAIS DE **100 ANOS** MANTENDO O MUNDO EM **MOVIMENTO**

A Maxion **lidera em Inovação e Qualidade** nos segmentos em que atua. Hoje em constante crescimento, mantém a mesma energia e compromisso na busca diária para **produzir globalmente rodas de aço e de alumínio, longarinas, travessas, chassis e conjuntos estruturais de classe mundial.**

**Somos Maxion.**  
**O que fazemos mantém o mundo em movimento.**

- MAXION STRUCTURAL COMPONENTS
- MAXION WHEELS

[www.iochpe.com.br](http://www.iochpe.com.br)

  
**IOCHPE-MAXION**



# Conservador com viés otimista

**O Sindipeças projeta hoje, para veículos, um 2020 com queda de 31,6% na produção, 28,2% no mercado interno e 37,6% nas exportações. E para 2021 um crescimento, respectivamente, de 17,8%, 11,9% e 15%. O senhor diria que estas estimativas são otimistas ou pessimistas?**

A realidade após o retorno foi melhor do que as expectativas, então não seria de se estranhar se ainda houver uma revisão desses índices para melhor até dezembro. Temos avaliado mês a mês mas claro que não temos mais como recuperar em uma contagem anual o tamanho do buraco que ficou em abril e maio. Mais importante, para mim, é o ritmo mensal com que vamos chegar ao fim do ano, que pode sinalizar se a nossa visão para 2021 está excessivamente conservadora ou não. É a visão atual mas há um viés positivo.

**Se esse cenário for mesmo melhor os fornecedores têm saúde financeira e produtiva para acompanhar em 2021 um possível retorno a 2019?**

Acho que sim, seria ótimo inclusive,

abreviaríamos a crise. Seria o melhor cenário para a indústria. Não tenho muita preocupação com o sistema como um todo, sempre há um ou outro fornecedor que pode ter problema, mas é algo normal. Esse ano inclusive observamos um aumento no número de empresas associadas ao Sindipeças, nossa base está crescendo, até porque há novas tecnologias e novas empresas. O que está preocupando a cadeia neste momento são as matérias-primas: há um tempo para recuperação da oferta, pois a cadeia é muito longa e leva alguns meses para se ajustar. Será um trabalho importante para os próximos seis meses.

**Recebemos relatos de que montadoras suspenderam pagamentos aos fornecedores durante a fase mais aguda da pandemia em nome de preservar o próprio caixa. Isso está ajustado?**

Na minha visão a cadeia de pagamentos foi mantida. Houve pedidos de prorrogação, ajustes de prazo etc. mas em uma monta de dias que não trouxe risco relevante.

Foto: Christian Castanho





**Muito se fala de aumento de nacionalização pós-pandemia, até por questões de câmbio e de dependência de mercados produtores muito distantes. O senhor acredita nisso?**

Sim, mas no que diz respeito à segunda razão. A lição que ficou é que eventos podem ocorrer a qualquer momento, fora do controle, que levem a paradas pontuais, e depender de um ponto único, ainda mais muito distante, é muito mais arriscado do que se poderia supor. Temos que ter uma opção, de preferência próxima. Essa lição está aprendida, até porque estamos vendo na Europa de novo algum fechamento de locais por conta de uma segunda onda da covid-19. O dólar pode até ajudar no curto prazo, mas historicamente a inflação ao longo do tempo minimiza a desvalorização ou então as coisas melhoram e o câmbio aprecia.

**Por que o Sindipeças não acredita em uma retomada maior também nas exportações?**

Ainda temos dependência muito grande de um único mercado, a Argentina,

que ainda apresenta cenário muito desafiador. Quase 70% das exportações iam para lá, e o mercado argentino caiu de cerca de 800 mil para 300 mil. Isso não se resolve rapidamente, e os outros mercados da América do Sul também foram afetados pela covid-19, têm questões econômicas. Precisamos sair dessa dependência.

**A Anfavea está em franca campanha para adiar as novas regras de emissões, tanto para leves quanto pesados. Isso pode afetar os fornecedores? O Sindipeças apoia essa iniciativa?**

Entendemos as ponderações da Anfavea, especialmente nos pontos em que perdeu-se tempo por causa da pandemia, principalmente no que dependia de testes com máquinas, laboratórios etc., além do que houve, obviamente, um prejuízo grande, e também ponderando que em um momento de retomada de demanda um eventual encarecimento do produto por inovação tecnológica poderia retardar essa recuperação. Isso faz sentido, mas do outro lado existe uma preocupação com investimentos que já foram realizados e quase finalizados, que significariam um custo grande, a própria questão da segurança e do nível de emissões, cujos avanços são o objetivo de todos, e a nossa aproximação do mundo, pois o atraso em cronogramas poderia nos alijar de oportunidades de exportação. O Sindipeças tem escutado a Anfavea e debatido internamente, mas não temos uma posição, estamos estudando e à disposição para conversar. Por enquanto estamos mais assistindo do que participando ativamente.

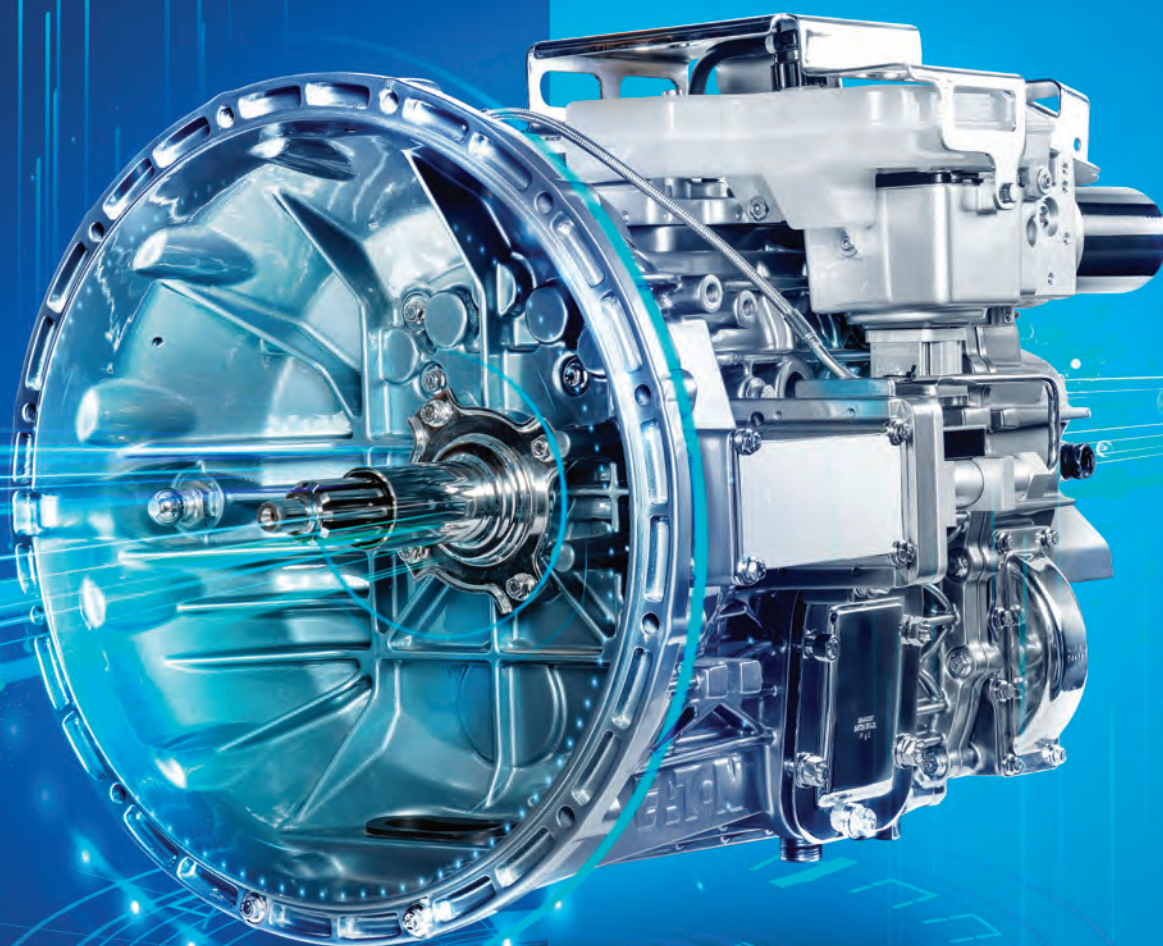
**De qualquer forma isso não poderia afetar também o Rota 2030?**

Dependeria do tamanho do ajuste. Precisaria ser analisado item a item, caso a caso. Mas se for um ajuste muito relevante pode afetar a ideia de que prazos devem ser cumpridos. ■

“A lição que ficou é que eventos podem ocorrer a qualquer momento, fora do controle, que levem a paradas pontuais, e depender de um ponto único, ainda mais muito distante, é bem mais arriscado do que se poderia supor.”

# Tecnologia avançada para estar sempre à frente.

A Eaton é finalista no prêmio AutoData, na categoria Powertrain, com a tecnologia das transmissões automatizadas para veículos comerciais leves, desenvolvidas e produzidas em solo brasileiro para o mercado nacional.



Acesse o QR Code ao lado e  
ajude-nos a levar mais esse  
prêmio para casa.  
Contamos com o seu voto!

# EATON

Powering Business Worldwide



### Como será o fechamento do ano para o mercado geral e para os importados de acordo com os dados da Abeifa?

Por enquanto mantemos a perspectiva de queda de cerca de 30% no volume total, descendo de 2,6 milhões para 1 milhão 850 mil. Estamos esperando o fim do trimestre para ajustar as projeções, se for o caso. Para os importados das associadas à Abeifa calculamos baixa um pouco menor, na faixa de 15% a 20%, porque tivemos um primeiro trimestre muito bom e no segundo e começo do terceiro havia estoques com câmbio mais favorável. Mas estes estoques agora se esgotaram e os novos chegaram com câmbio bem mais alto, o que tem que ser repassado aos preços.

### No início da pandemia a Abeifa solicitou ao governo federal, via Ministério da Economia, redução da alíquota de importação de veículos, mesmo que de forma temporária, como forma de ajudar o segmento a atravessar o furacão. Isso não aconteceu. Foi uma batalha perdida?

Ainda mantemos conversas com o governo nesse sentido, e a resposta que o governo nos dá é a de que existe a procura por oportunidades para promover alterações nas alíquotas não só para automóveis mas, sim, de forma mais ampla e geral. Então, dentro desse trabalho, nosso setor pode vir a ser contemplado. Mas de concreto, até o momento, nada. O governo foi eleito a partir de uma proposta de agenda econômica liberal, mas a postura, no que diz respeito ao comércio exterior, não é nada liberal. Isso gera dificuldades para o País, pois quando você se fecha para o comércio internacional há restrições para atrair investimentos, é danoso a longo prazo.

# De olho no dólar. E nos híbridos e elétricos.

---





“O governo foi eleito por uma proposta de agenda econômica liberal, mas a postura no que diz respeito ao comércio exterior não é nada liberal.”

**Durante a pandemia o mercado premium sofreu um pouco menos. A que se deve esse quadro? Deve permanecer assim?**

Há uma questão de elasticidade de renda, os consumidores dessa faixa continuaram com potencial de compra, como cidadãos, principalmente, e não tanto como pessoa jurídica. Eles perceberam que a variação da moeda elevaria os preços e aproveitaram a oportunidade. Isso nos ajudou. O juro em patamar baixo também: é um cenário que torna mais atrativa a compra pois por falta de boas opções de investimento a pessoa acaba preferindo o consumo mesmo. Vamos observar o último trimestre para entender como esse mercado vai se comportar diante do novo estoque e seus preços.

**E 2021: já há como dizer como deve ficar?**

Ainda está um pouco nebuloso, mas cultivamos um certo otimismo até porque a base será fraca: em 2020 tivemos dois meses praticamente em branco. O PIB deve se recuperar e a indústria também. Calculamos algo como 25% de alta para o mercado total, que deve chegar perto de 2,3 milhões de unidades vendidas, ainda abaixo de 2019 mas melhor do que 2020. No caso dos

importados ainda precisamos entender em que patamar a moeda vai se estabilizar e qual será a percepção do consumidor diante dos novos preços, lembrando que a indústria local também aumentou os preços por causa da matéria-prima importada. De forma geral vemos 2021 como um ano melhor do que 2020.

**Elétricos e híbridos podem ajudar os resultados da Abeifa no ano que vem?**

Acredito que sim, é uma tendência irreversível. Hoje metade dos produtos eletrificados vendidos no Brasil são de nossas associadas. É um mercado que certamente crescerá. O fator novidade também ajuda, pois aqui o avanço tecnológico é representativo.

**A rede de concessionárias das associadas foi muito abalada pela pandemia? Como deve ficar em 2021?**

Não houve uma alteração expressiva este ano, apesar da pandemia. Algumas marcas podem ter feito readequações em cobertura geográfica, coisas pontuais, mas o mercado retomou de forma positiva e isso ajudou as redes. Durante o período mais agudo da crise as concessionárias também usaram as medidas de flexibilização de emprego e receberam apoio das fábricas, especialmente em readequação de fluxo de caixa. Todo mundo conseguiu sobreviver e a retomada ajudou esse processo. O pós-venda teve muita importância, pois não parou por ser considerado serviço essencial, o que também foi importante para absorver pelo menos parte dos custos fixos. Acredito que para a rede de concessionárias o pior já passou. ■

“Hoje metade dos produtos eletrificados vendidos no Brasil são das associadas à Abeifa. É um mercado que certamente crescerá.”

# *MWM no Prêmio AutoData 2020.*

*Nossa tradição e alto desempenho merecem o seu voto.*



*A MWM está concorrendo  
ao Prêmio AutoData na categoria*



*Quem nos traz até aqui é você.  
Contamos com o seu voto!*

Reduza a velocidade, preserve a vida.



[mwm.com.br](http://mwm.com.br)





# De novo em busca do milhão

---

## Como se resume 2020 para as motocicletas?

Esperávamos uma continuidade da retomada. Em 2011 chegamos a produzir 2 milhões de motos, depois esse volume despencou e estávamos recuperando, crescendo gradativamente ano a ano. Começamos bem este ano, perto de 100 mil unidades fabricadas ao mês. Veio a pandemia e fomos uns dos primeiros a sentir os efeitos, com as fabricantes instaladas em Manaus. Em abril e maio a produção foi praticamente zero. A partir de junho voltamos e em julho e agosto retomamos o volume pré-pandemia, perto de 100 mil unidades ao mês. Mas ainda é aquém do que o mercado está pedindo.

## A indústria não está conseguindo atender à demanda?

As fabricantes adotaram uma série de protocolos de segurança, sendo que o distanciamento dentro das fábricas e no transporte fretado é o mais complexo. Isso cria um descompasso da necessidade de produção com o que é possível ser feito. A paralisação criou um acúmulo de entregas pendentes para os consórcios, que respondem por cerca de 20% do mercado ao mês, e há ainda o tempo de transporte das fábricas até a rede, de cerca de quinze dias. Ainda não conseguimos resolver isso. Somado a isso a pandemia reforçou o protagonismo da moto como serviço de entrega e ainda a procura por uma saída do transporte coletivo para o individual. Isso tudo alimentou o mercado.

## Como está hoje o nível de estoque?

Muito baixo. 85% da produção é de baixa cilindrada, segmento que está com cerca de cinco a dez dias na rede, se tanto. Tanto no atacado quanto no varejo agosto foi o melhor mês do ano. No acumulado do ano a produção ainda registra queda de 21%, mas a possibilidade de recuperar a baixa é remota. Do





“O necessário distanciamento dentro das fábricas e no transporte fretado cria um descompasso da necessidade de produção com o que é possível ser produzido.”

1 milhão 107 mil previstos inicialmente devemos terminar com 885 mil.

#### **A cadeia de fornecedores está conseguindo acompanhar?**

Este é outro desafio, tanto para os locais quanto para os da Ásia. Foi mais difícil no início do retorno da atividade, mas agora aparentemente voltou ao ritmo normal.

#### **O mercado de varejo até agosto está em baixa de 25%. Como fecha o ano?**

Esse muda um pouco, a queda deve ser aliviada para uma faixa próxima de 20%. Esperamos bons resultados no último trimestre.

#### **E 2021?**

O cenário para a motocicleta deve prosseguir como o atual. Mas ainda não sabemos como será a recuperação da economia e o nível de emprego, especialmente diante do fim do auxílio emergencial. Há muita incerteza. Ainda não temos projeções.

#### **Mas imagina-se um ano melhor do que 2020?**

Sem dúvida, até porque tivemos dois meses parados, o que é muita coisa. Nossa expectativa é a de recuperar o patamar de 1 milhão de unidades o quanto antes.

#### **Seria possível uma retomada em V?**

É possível mas dependerá de políticas públicas, da capacidade dos nossos governantes de gerar condições positivas para a economia.

#### **E as exportações, alguma possibilidade de recuperação?**

É pouquíssimo provável, pois nossas exportações estão concentradas na América do Sul, com a Argentina como o maior mercado. Já chegou a representar 70% do total, em 2018, e eles já estavam sofrendo antes mesmo da pandemia. Estamos procurando alternativas. Há outros com potencial, como Colômbia, Peru, Chile. Se o mercado brasileiro é de 1 milhão de unidades na América do Sul, fora o Brasil é de 1,5 milhão. É um potencial grande. Mas há uma questão de preço versus qualidade para enfrentar também, muitos desses mercados são abastecidos pela Ásia. Na Argentina esse movimento já estava sendo sentido, os consumidores perceberam que um preço menor de aquisição não compensava o custo com desgaste prematuro de peças e/ou a dificuldade de encontrá-las. De qualquer forma a expectativa inicial para esse ano era de 28 mil unidades exportadas, 10 mil a menos do que em 2019, e até agosto exportamos 20 mil unidades. Se conseguirmos manter o ritmo atual, de 4 mil a 5 mil unidades ao mês, poderemos fechar o ano com um volume total até melhor.

#### **Alguma possibilidade de exportarmos para Europa e Estados Unidos à medida que nossa norma de emissões é muito próxima?**

Os volumes de produção daqui não nos dão competitividade para compensar o custo do frete e outras coisas. As características também são distintas: nos Estados Unidos a moto de entrada é de 500 cm<sup>3</sup> de cilindrada, 600. E na Europa o forte é o scooter. ■



# Novo Renault DUSTER



**RENAULT**  
Passion for life

## Robusto, tecnológico e renovado.

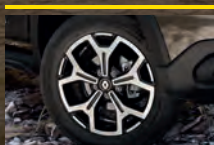
DPZ&T






**Easy Link**  
Espelhamento de  
smartphone e  
câmeras multiview.



**Novo Interior**  
Mais amplo, bonito  
e confortável.



**Novo Design**  
Com rodas 17"  
diamantadas.

   [renault.com.br](http://renault.com.br)

Perceba o risco, proteja a vida.





# A neblina ainda encobre 2021

*De forma excepcional, diante de questões pessoais inadiáveis, **AutoData** abriu uma exceção para que o presidente da Fenabrave, Alarico Assumpção Júnior, fizesse um depoimento para esta edição Perspectivas 2021.*

## O ano 2020

"A pandemia pegou a todos de surpresa, provocando uma parada súbita mundial. No Brasil não foi diferente. Todos os setores foram drasticamente afetados, o que nos fez reavaliar as perspectivas de emplacamentos de veículos que, em janeiro, apontavam para um crescimento de 9,7%. Em abril, já com a crise provocada pelo coronavírus, nossas expectativas se inverteram e passamos a projetar uma retração de 35,8% em 2020. Com a reabertura das concessionárias, Detrans, cartórios e a retomada gradativa da economia, favorecida pelo apoio emergencial do governo, controle da inflação, menor queda no PIB e pela maior concessão de crédito, temos experimentado o aumento dos índices de confiança e, também, do desejo de propriedade de veículos individuais, em substituição ao transporte coletivo.

Este conjunto de fatores trouxe resultados melhores, desde junho. A recuperação nas vendas diárias motivou uma nova

revisão das nossas projeções que, agora, indicam a possibilidade de retração de 25,3% das vendas este ano.

O crescimento da demanda nesses últimos meses pode resultar numa queda menor, mas não vislumbramos a hipótese de o quarto trimestre ser tão bom ao ponto de reverter a curva e registrarmos um resultado positivo."

## Perspectivas 2021

"Ainda não há condições para projetar como será o mercado no ano que vem. Acreditamos numa recuperação gradual e permanente dos emplacamentos, em todos os segmentos automotivos. Podemos dizer que as expectativas são de crescimento sobre 2020. Mas ainda haverá um longo caminho até chegarmos próximos aos resultados de 2019. Diante de um PIB em torno de 2,2%, o crescimento do setor deverá ser maior. Mas qualquer projeção mais apurada só será possível após o fechamento dos números de 2020."





### Desafios correntes

"A pandemia trouxe a necessidade de acelerar o processo digital nas concessionárias, principalmente no início da crise, quando estiveram fechadas ao público. Esse fato trouxe oportunidades para criarmos outros canais de vendas e de pós-vendas a ser utilizados pelas concessionárias, de todos os segmentos e em todo o País. Este movimento já havia sido capturado pelo estudo feito pelo ICDP, International Car Distribution Programme, a pedido da Fenabrave, ainda em abril deste ano. Ele mostrou que seria imperativo investir na era digital.

No entanto estamos observando movimentos interessantes e que, na verdade, corroboram com o que nossa Federação já previa. Em pesquisa feita junto aos nossos regionais, em abril, constatamos que 70% das vendas eram feitas remotamente e apenas 30% presenciais. Com a reabertura das concessionárias os percentuais se invertem: 70% das vendas passaram a ser presenciais e apenas 30% por meio de contatos remotos. Isso comprova que o brasileiro ainda prefere ir até a concessionária para fechar negócio, ainda que inicie o processo de pesquisa e compra pela internet.

Mas, como mostrou o relatório especial do ICDP, estamos cientes de que a era digital veio para ficar e assim permanecerá, como mais um canal a ser explorado.

Outra constatação, acelerada pela própria pandemia, é a de que as pessoas continuam querendo ter seu próprio transporte, em detrimento do transporte coletivo. Prova disso é que crescem as vendas de veículos novos e, também, de usados.

A concentração de grupos, as instalações mais enxutas para vendas e serviços permanecem como tendências e acredito que a maior parte das redes já esteja nesse movimento desde antes da crise de 2015. Na verdade, as concessionárias que já passaram por essa crise, que foi a mais longa que já tivemos, aprenderam a fazer a lição

“Podemos dizer que as expectativas são de crescimento sobre 2020. Mas ainda haverá um longo caminho até chegarmos próximos aos resultados de 2019.”

de casa, adotando gestões mais eficientes e se adaptando, rapidamente, a um mundo que está em constante transformação.

Muitos imaginam que no futuro não haverá concessionárias. Mas a realidade mostra o contrário, assim como estudos, tanto do ICDP quanto da NADA, National Automobile Dealers Association, que realizou diversas pesquisas, nos Estados Unidos, comprovando a importância e a perenidade das mais de 16,5 mil concessionárias de automóveis e comerciais leves naquele país. As respostas dos clientes evidenciaram que até as novas gerações manifestam o desejo de adquirir seus próprios veículos, ainda que admitam, por vezes, adotar os serviços de compartilhamento ou outros, como Uber etc.

Em nossa avaliação, para as redes de concessionárias, haverá futuro garantido para a comercialização de todo e qualquer tipo de veículo, seja elétrico, híbrido, autônomo... não importa.

Também na área de pós-vendas nosso setor será cada vez mais demandado, seja pelo volume crescente da frota circulante seja pelo desgaste dos veículos utilizados nos serviços de locação ou de transporte. Estaremos aqui para prover os melhores serviços e a reposição de peças essenciais para a manutenção desses veículos, com a capilaridade e competência que só uma rede de concessionárias estruturada pode oferecer." ■

# Sempre inovando para continuar conectando os seus destinos.

Contamos com o seu voto para colocar a Marcopolo como líder na categoria Produtores de Carroçarias e Implementos para Ônibus e levar nossas inovações para ainda mais longe. Nosso conceito é a sua segurança, por isso estaremos sempre aqui inovando no transporte. Marcopolo, sempre aqui.



Aponte a câmera do seu celular para o QRCode ao lado e vote!



Case Marcopolo Biosafe



# CLUBE DE LOUCOS

Acredito que vamos chegar muito perto de cerca de 2 milhões de veículos produzidos e vendidos no Brasil até dezembro deste ano

Nesta minha já longa carreira de quase 35 anos acompanhando os acontecimentos relativos ao setor automotivo considero que vivi muito de perto aquilo que, costumo dizer, foi um dos mais fantásticos períodos de crescimento desta indústria no Brasil e que nos levou, inclusive, a ter um dos parques industriais automotivos mais importantes de todo o mundo.

Infelizmente neste tempo todo também acompanhei de perto várias crises importantes. Algumas delas de dentro das entidades e montadoras onde trabalhei, outras já em AutoData, onde estou presente desde sua fundação, em 1992, ano que marcou a saudosa Câmara Setorial Automotiva.

Dá até pra enumerar algumas destas crises: o confisco da poupança no governo Collor, a mega inflação do começo dos anos 90, a chegada do plano real, da Rússia, da Coreia, do Japão e do México, a crise cambial do início do governo Lula, a financeira de 2008, a recessão de 2015, o impeachment da presidente Dilma e outras.

Sobrevivemos a todas elas e, com o tempo e experiência acumulada de vida, aprendi que, em um País com o potencial do Brasil, estas crises podem trazer grandes oportunidades que, se localizadas e bem trabalhadas, sempre resultam em sucesso e bom resultado, tanto empresarial como pessoal.



Rafael Custódio

Vivemos neste 2020 um dos momentos mais críticos e esquisitos da nossa história. E tudo por causa de um bichinho chamado coronavírus, que chegou de repente e bagunçou tanto a saúde como a política e a economia.

A situação atual ainda é bastante preocupante. Muita gente ainda está, infelizmente, morrendo, e a economia continua vivendo uma crise cruel quase que em todo o mundo.

A indústria automobilística brasileira, por exemplo, ficou pouco mais de três meses quase que sem produzir e vender e, em função disto, há uma previsão

de queda muito importante neste ano.

De qualquer forma entendo que os últimos números mostram que tanto as vendas como a produção estão se recuperando em um ritmo bastante expressivo, e que poderemos fechar este ano com números bem superiores àqueles que esperávamos e tínhamos no início da pandemia.

Quero oficializar que sou um cara otimista por natureza e que gosto sempre de tentar olhar o lado cheio do copo, independente do problema que estou enfrentando. Por isto, costumo dizer que sou uma espécie de sócio remido-fundador do que gosto de chamar de Clube de Loucos, que acredita que vamos chegar muito perto de cerca de 2 milhões de veículos produzidos e vendidos no Brasil até dezembro deste ano, que teremos um 2021 de pelo menos 2,5 milhões unidades e que voltaremos ao ritmo de 2019 já em meados de 2022.

Acredito que, assim como já vimos várias vezes no passado, desta vez nós também vamos conseguir sair desta crise e vamos, inclusive, ter várias boas oportunidades de desenvolvimento no futuro não só para o setor automotivo mas para a indústria brasileira como um todo.

Só precisamos ter calma e atenção para observarmos bem os fatos. A primeira oportunidade que teremos, no meu ponto de vista, é um movimento bastante interessante em busca de maior regionalização.

A globalização como a conhecemos nos últimos anos nunca mais será mais a mesma. Isto porque uma das coisas que ficou patente diante do coronavírus é que não poderemos ficar dependentes de uma única base produtiva no mundo. Este movimento resultará em uma fatal corrida por nacionalização nos próximos dois anos.

Além disso as empresas estarão mais atentas para atender às necessidades regionais dos seus consumidores. Ou seja, teremos um recuo importante também na cultura de que todos os desenvolvimentos são sempre globais e que os produtos são obrigatoriamente os mesmos em todo o planeta.

E, por último, o mercado brasileiro é muito importante e nenhuma empresa vai desistir de vender seus produtos por aqui.

Estudo feito recentemente pelo Sindipeças mostrou que o Brasil tem hoje índice de 6,5 habitantes por veículo. Ou seja: temos ainda muito espaço ainda para vender carros. Isto é inegável e as montadoras vão querer continuar aproveitando isto!

Sei que é muito difícil, mas não podemos ver o futuro com pessimismo. Pensar desta forma é suicídio! O mundo não vai acabar por causa do coronavírus.

Precisamos arregaçar as mangas, trabalhar muito e obedecer regras até que relativamente simples:

Precisamos continuar acreditando no potencial do Brasil e no nosso próprio potencial como empresários e empreendedores;

Precisamos incentivar o espírito de colaboração e inovação nos nossos colaboradores;

Precisamos ter coragem para continuar investindo em modernização e produtividade; e

Precisamos também continuar investindo pesado em desenvolvimento de novas tecnologias.

É obvio que se o governo federal der um empurrãozinho fazendo direito a tal da reforma tributária que já está prometendo há um bom tempo ajudará bastante. Mas realmente acho que nem vamos precisar disto. O brasileiro é um povo guerreiro. E como guerreiros que somos, tenho certeza que vamos vencer mais esta batalha. ■



# Mudanças no ranking

Este é um daqueles típicos momentos de mercado que separa quem sobe de quem desce no ranking de vendas

**C**risis não são propriamente novidades no setor automotivo. De tempos em tempos as vendas de veículos são abaladas por questões conjunturais das mais diversas naturezas.

A diferença, desta vez, é que, agora, a paralização das vendas aconteceu literalmente por decreto quando, logo nos primeiros meses da pandemia, as lojas foram proibidas de abrir suas portas. Reabertas as lojas, as vendas vêm sendo gradativamente retomadas.

A dificuldade, agora, está sendo projetar a velocidade desta retomada. Há de se considerar que a pandemia continua firme. Mas há que se considerar também que o quadro conjuntural se mantém favorável ao comércio automotivo, seja de automóveis ou de veículos comerciais: juros permanecem baixos e todas as marcas estão com portfólios repletos de lançamentos para atrair os consumidores.

Este é um daqueles típicos momentos de mercado que separa quem sobe de quem desce ranking do setor.

A Caoa Chery, por exemplo, convenceu os sócios chineses a antecipar investimentos e colocou dois novos modelos no mercado durante a pandemia. Resultado prático: deve vender 24 mil carros neste ano, 20% mais que no ano passado. E sua previsão para o ano que vem é de 38 mil unidades comercializadas.

A Hyundai também é outro exemplo



Claudio Belli

daquelas que foram das primeiras a retomar a produção e já mostrou pequenas novidades em seus produtos nacionais para ganhar participação junto ao consumidor tradicional – e não nas vendas corporativas.

Resultado: saiu do sétimo lugar para a quarta colocação, com 10,1% de participação de mercado.

No segmento de caminhões aqueles que tiveram novidades para mostrar nesse 2020 esquisito também estão registrando melhores resultados nos segmentos que estão demandando, principalmente a partir do último trimestre.

A produção de caminhões pesados da Iveco em Sete Lagoas, MG, já está toda comprometida até dezembro com os clientes que não só confirmaram seus pedidos, mas compraram unidades adicionais, voltados para as atividades relacionadas ao agronegócio.

Nos leves o novo Daily, cuja produção teve início em março, está aumentando as vendas tanto pela novidade no mercado mas, também, ocupando o espaço que já foi da Ford com os modelos da Série F.

A expansão da rede a reboque da saída da Ford Caminhões do País é outro movimento relevante que tem como objetivo aumentar a participação da italiana por aqui.

A novata DAF é outro bom exemplo da competição no mercado de caminhões. Tem produtos novos e em fase de consolidação da sua presença no País.

Nos automóveis o número de marcas e de produtos está aumentando a competitividade no mercado interno, trazendo algumas mudanças no ranking. E outras virão, quem sabe ainda este ano.

Já nos caminhões há um movimento interessante no crescimento de participação das empresas que sempre estiveram atrás das líderes de mercado. Mas ainda insuficiente para promover alterações radicais no ranking de vendas. Ficamos na torcida para que a competição pelo cliente seja intensa.

Ganhamos todos. ■

**brose**  
Excellence In Mechatronics



## EXCELÊNCIA QUE ABRE PORTAS PARA O FUTURO

Excelência em gestão de projetos e sistemas mecatrônicos, com soluções inovadoras e de alta performance para a mobilidade do futuro.

A Brose é pioneira e exclusiva no desenvolvimento local de sistema de abertura e fechamento automático de porta-malas.



# Chegaremos aos tuc-tuc?

Antes de responder leia o texto e conheça os surpreendentes resultados de pesquisa do IHME, de Seattle, Estados Unidos

Auscultar os humores do futuro é tarefa para alguns, aqueles dotados de rimas e métricas contemporâneas, os algoritmos, alinhadas ao desconhecido e capacitadas a dar a resposta que o poetastro pretende. No caso do setor de veículos, no Brasil, e de suas perspectivas para 2021, melhor deixar a cargo dos acertos e das revisões conservadores, que representam o lugar corrente da Anfavea no firmamento – essas revisões certamente estarão, ao longo do tempo, costeando com a realidade. Há quem reclame de não receber os dados da realidade como insight information.

Aparentemente as projeções da Anfavea seguem chegando perto às da economista chefe do Banco Mundial, Carmen Reinhart, para quem a recuperação global pode demorar cinco anos, fácil fácil, e para quem alguns países sofrerão mais e para quem taxa de pobreza, no mundo, deve crescer.

Minha crença sobre o futuro próximo pós-pandemia é, basicamente, a mesma de antes da segunda-feira, 16 de março, quando me declarei enclausurado. Covid-19 mata, sim, as pessoas, causa transtornos impagáveis às empresas e aos cidadãos, requer infraestrutura de saúde digna desse nome, reflete incapacidade e incompetência de governantes exercendo o plantão – mas um dia a covid-19 estará sob controle e a vida voltará à de sempre.



Arquivo Pessoal

Ou a quase isso, acredito. Todas as experiências vividas nesse período que signifiquem economia de custos – da qual a mais aparente é o trabalho feito em casa e que provoca, por exemplo, que empresas requeiram muito menos espaço, água, café e luz para operar – serão preservadas. E aquelas experiências comportamentais ou voltam ao que foram ou esperam pela próxima mudança, pois é moda. E, a valer o que diz minha irmã Beatriz, que o ser humano não falha, nem deve propagar-se por nós o sentimento da solidariedade, que alguns saudaram como vitória da covid-19.

## Os dez países mais populosos

	Em bilhão de habitantes	
	2017	2100
<b>China</b>	<b>1,40</b>	<b>0,732</b>
<b>Índia</b>	<b>1,38</b>	<b>1,090</b>
<b>Estados Unidos</b>	<b>0,325</b>	<b>0,336</b>
<b>Indonésia</b>	<b>0,258</b>	<b>0,229</b>
<b>Paquistão</b>	<b>0,214</b>	<b>0,248</b>
<b>Brasil</b>	<b>0,212</b>	<b>0,165</b>
<b>Nigéria</b>	<b>0,206</b>	<b>0,791</b>
<b>Bangladesh</b>	<b>0,157</b>	<b>0,081</b>
<b>Rússia</b>	<b>0,146</b>	<b>0,106</b>
<b>Japão</b>	<b>0,128</b>	<b>0,060</b>
<b>Etiópia</b>	<b>0,103</b>	<b>0,223</b>
<b>Egito</b>	<b>0,096</b>	<b>0,195</b>
<b>Congo</b>	<b>0,081</b>	<b>0,246</b>
<b>Tanzânia</b>	<b>0,054</b>	<b>0,186</b>

Mas quero, mesmo, é chamar a sua atenção para reportagem publicada pela inglesa *The Lancet*, revista semanal sobre medicina, no início de setembro, a respeito de um assunto que deveria nos importar cada vez mais, pois de absoluta importância para os negócios de forma geral, inclusive para a indústria de veículos: a demografia. Este trabalho, depois, foi reproduzido pelo site [www.visualcapitalist.com](http://www.visualcapitalist.com) com o título *Pico da População Mundial*, e descreve os surpreendentes resultados de pesquisa do IHME, Institute for Health Metric and Evaluation, com sede em Seattle, Washington: o mundo não terá os 10,9 bilhões de habitantes estimados pela ONU para 2100 e, ao contrário, viverá contração habitacional, para 8,8 bilhões. China e Índia são os maiores exemplos dessa contração: de 1,4 bilhão e 1 bilhão 380 milhões de habitantes de 2017 deverão ter, respectivamente, 732 milhões e 1 bilhão 90 milhões.

De acordo com a pesquisa do IHME o pico na população mundial seria atingido em 2064, 9,7 bilhões, para, então, iniciar seu descenso.

Mais de um quarto da população global, em 2100, deverá ter acima de 65 anos. Essas mudanças, realmente drásticas, são justificadas por movimentos migratórios, menores taxas de fertilidade em função de crescente escolaridade e maior acesso a agentes anticoncepcionais e a altas expectativas de vida.

Quem, digamos, entrevistou a tabela dos dez mais percebeu que quatro países, integrantes da África Subsaariana, deverão colher notáveis avanços populacionais: Nigéria, Etiópia, República Democrática do Congo e Tanzânia. A propósito a Nigéria deverá ser o país mais densamente povoado, com 856,3 habitante/km<sup>2</sup>, com a Índia depois, com 331,6 hab/km<sup>2</sup>. E também percebeu que a população da China cairá quase pela metade, assim como a do Japão.

Quem consultou a tabela provavelmente procurava a posição do Brasil, que sairia dos 212 milhões de hoje para 165 milhões de habitantes daqui a oitenta anos, quase depois de amanhã. O que significa isso para o negócio de veículos no Brasil e na América Latina?

A primeira coisa que vem à mente é que uma de nossas vantagens competitivas deixaria de existir, na forma do tamanho de mercado como o conhecemos hoje. Isto significaria que as vendas teriam mais qualidade ou que nosso futuro passa mais pela porta dos tuc-tuc? ■





PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO

**AutoData**  
Seminários

**VEM AÍ O MAIOR E MAIS IMPORTANTE  
ENCONTRO ECONÔMICO DO SETOR  
AUTOMOTIVO BRASILEIRO**

CONGRESSO AUTODATA

**PERSPECTIVAS 2021**

**26 - 30 OUT. | EVENTO ONLINE**

**NÃO FIQUE DE FORA!  
GARANTA JÁ A SUA INSCRIÇÃO**

**INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES:**

(11) 3202-2727 / (11) 95996-0516 • [seminarios@autodata.com.br](mailto:seminarios@autodata.com.br) • [www.autodata.com.br](http://www.autodata.com.br)



**SCHAEFFLER**

**Tecfil®**

**USIMINAS U**



Caminhões e Ônibus



APOIO



APOIO INSTITUCIONAL



# O reinício da escalada

O ano de 2021 deverá representar o primeiro degrau de uma retomada dentro de outra retomada: primeiro voltar a 2019, níveis pré-pandemia, para depois buscar os melhores números de 2012 e 2013.

**P**assados os primeiros meses do tranco inicial da pandemia a realidade foi melhor do que a expectativa. Nas diversas frentes de negócios – veículos leves, comerciais, componentes – os números de vendas e de produção ainda fecharam o primeiro semestre bastante abaixo das projeções iniciais de Anfavea, Fenabrave e Sindipeças para o ano. Mas a segunda metade do ano abriu com números bem mais alentadores.

De forma geral a projeção das montadoras para este ano passou a girar em torno de 1,7 milhão a 1,8 milhão de unidades, cerca de 30% a 40% abaixo do ano anterior. Mas pelo menos uma das empresas, a General Motors, já se atreveu a subir sua projeção para 2 milhões.

"Se não chegar a este patamar vai faltar bem pouco", diz Carlos Zarlenga, presidente da GM para a América do Sul. Em termos concretos Zarlenga espera vendas





Viyurina Agulz/Shutterstock

mensais a partir de outubro na faixa de 200 mil unidades, suficientes para somar 600 mil unidades aos números a serem registrados em 2020, que até setembro somaram quase 1,4 milhão. E 2021, acredita, será 300 mil unidades melhor do que 2020, ou seja, na faixa de 2,3 milhões de unidades comercializadas no mercado interno.

Antonio Filosa, COO da FCA Latam, é outro que caminha para entrar no ano que vem com relativo otimismo. É que está em

fase final de construção fábrica de motores turbo de alta eficiência, e simultaneamente um novo SUV com a marca Fiat começará a ganhar espaço na linha de montagem.

Mais do que volumes ou lançamentos, porém, a maior preocupação imediata é a rentabilidade, Zarlenga sintetiza: "O desafio, agora, é manter todos os dias a operação relevante para a matriz".

Ajustes, é verdade, precisaram ser feitos: "O plano de referência foi rasgado e fizemos um inteiramente novo", relata Marco Silva, presidente da Nissan. "Precisamos nos reinventar, deixar de lado velhos conceitos e criar novos para administrar o negócio".

Duas decisões foram particularmente difíceis nesta fase: o fechamento do terceiro turno com a demissão de 398 trabalhadores na fábrica de Resende, RJ, e o fim da vida útil do compacto March no Brasil.

No caso da Renault o ajuste se deu por meio de preservação do caixa e aconteceu de maneira simultânea a greve de 21 dias na fábrica de Curitiba, PR. A participação no mercado naturalmente caiu mas a planilha em destaque no computador do presidente da empresa, Ricardo Gondo, é outra: justamente a da rentabilidade.

A Ford é outra empresa com foco bem fechado na rentabilidade. Bom exemplo foi o afastamento da empresa de alguns negócios de vendas de frotistas com margens muito baixas, observa seu presidente, Lyle Waters: "Volume é importante mas ainda mais importante é a escolha de onde se quer jogar".

Em seu último balanço financeiro, referente ao segundo trimestre de 2020, a Ford América do Sul reportou seu terceiro trimestre consecutivo de redução de prejuízo – mantido, inclusive, no período mais crítico da pandemia: "Estamos melhorando ano a ano".

A Caoa Chery, de seu lado, optou por fazer crescer seu portfólio em plena pandemia com dois importantes lançamentos, diz Mauro Correia, CEO do grupo Caoa: "Tomamos as ações necessárias para preservar o caixa, mas não deixamos de acreditar no mercado".

Para resolver o problema do fluxo de



caixa a empresa buscou apoio de sua parceira chinesa, que antecipou investimentos e, em paralelo, buscou financiamento com banco brasileiro. O plano deu certo: fechará o ano com 24 mil veículos produzidos, 20% a mais do que em 2019. Para 2021 projeta produção de 38 mil unidades.

O segmento de veículos premium, além de não ter sofrido um tombo tão grande durante os piores momentos da pandemia, também mostrou rápida recuperação. Johannes Roscheck, presidente da Audi do Brasil, estima que tem tudo para terminar o ano com queda de 15% a 20%, bem me-

## Projeções: Autoveículos e Máquinas.

Fonte: Anfavea

Autoveículos: automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus							
Realizado 2019	Projeções 2020 Janeiro		Perspectivas 2020 Julho		Projeções 2020 Outubro		
mil unidades	mil unidades	%	mil unidades	%	mil unidades	%	
Licenciamento							
Total Veículos	2.788	3 050	9,4	1 675	-40	1 925	-31
Veículos leves	2 666	2 907	9	1 600	-40	1 828	-31
Veículos pesados	122	143	16,9	75	-39	97	-21
Exportações							
Total Veículos	428	381	-11,0	200	-53	284	-34
Veículos leves	407	365	-10,4	188	-54	270	-34
Veículos pesados	21	16	-22,7	12	-43	14	-32
Produção							
Total Veículos	2 945	3 160	7,3	1 630	-45	1 915	-35
Veículos leves	2 804	3 000	7	1 548	-45	1 820	-35
Veículos pesados	141	160	13,4	82	-42	95	-33
Máquinas Agrícolas e Rodoviárias							
Vendas Internas							
Total Máquinas	43,8	45	2,9	43,8	0	45,9	5
Máquinas agrícolas	39,3	39,5	0,5	40,4	3	40,5	3
Máquinas rodoviárias	4,5	5,5	22,2	3,4	-24	5,4	20
Exportações							
Total Máquinas	12,9	13	1	9,2	-29	8,9	-31
Produção							
Total Máquinas	53,1	56	5,4	48,6	-8	51	-4
Autoveículos e Máquinas Agrícolas e Rodoviárias							
Exportações							
US\$ bilhões	US\$ bilhões	%	US\$ bilhões	%	US\$ bilhões	%	
Total do Setor	9,8	9	-5,9	4,9	-50	6,8	-30

lhor do que os 30% a 35% esperados para o mercado total.

Para 2021 tudo dependerá do comportamento do dólar e seu reflexo no preço dos veículos. Mas são boas as possibilidades de um novo crescimento em 2021.

A BMW, de seu lado, espera manter até o fim do ano a redução de 6% nas vendas que registrou até agosto.

"Ainda estou no grupo dos otimistas", diz Aksel Krigwer, seu CEO no Brasil. "O pior já passou e o mercado brasileiro foi um dos que menos sofreu."

### OS COMERCIAIS

Na área de veículos comerciais o peso da covid-19 também se fez sentir, mas de forma mais suave. Para Roberto Cortes, presidente da VWCO, trata-se, sem dúvida, de uma incógnita incontrolável e cercada de indefinições, mas que tem em confronto, no outro lado, vários fatores positivos que no conjunto total são maiores e mais robustos.

"Todos os fundamentos da economia apontam para crescimento em 2021."

Cortes dá ênfase para a safra agrícola, que deve ser recorde, além da construção civil e de investimentos em infraestrutura.

Aqui o dólar alto também ajuda: exportadores de commodities tendem a renovar a frota, anda mais durante fase, como a atual, de juros baixos.

A Volvo é outra empresa que se declara otimista com relação às vendas deste fim de ano e do início de 2021, como cita seu diretor executivo, Alcides Cavalcante: "A indústria de caminhões terá redução de 15% a 20% nas vendas até fim do ano. Não é um bom desempenho mas também não é catastrófico".

A Volvo foi uma das primeiras montadoras a retomar sua produção, já em maio. Mas olha para o futuro com relativo cuidado: "Como todas as empresas do mundo estamos olhando a perspectiva de curto prazo. Nosso horizonte é de três meses".

A DAF vem passando à margem das dificuldades setoriais geradas pela pandemia. A empresa, que em outubro completa sete anos no Brasil, lançou versão renovada de seu modelo extrapesado XF e expandiu

em 25% a capacidade de produção de sua fábrica em Ponta Grossa, PR.

Segundo Lance Walters, que assumiu a presidência da empresa em janeiro, as projeções indicam aumento de 30% nas vendas da DAF em 2021 ante 2020. A nova geração do XF é vista como uma grande cartada na disputa por posições mais altas no ranking dos pesados, até hoje cativas de Scania, Volvo e Mercedes-Benz:

"Com uma maior produção agrícola cresce também a demanda por caminhões e nos faz acreditar que sim, é possível vender mais em 2021".

A Iveco também projeta crescimento neste ano e, possivelmente, também no próximo. É o feliz resultado da combinação de novos produtos e ampliação da rede, neste caso aproveitando a oportunidade aberta com a saída da Ford Caminhões do mercado. Ricardo Barion, diretor comercial, relata que "continuamos os investimentos em novos produtos nos piores momentos, abril e maio, e não sentimos retração tão forte da demanda".

### RETOMADA DA RETOMADA

Em resumo, a gigantesca maioria dos executivos do setor automotivo brasileiro acredita que o pior já passou. Esperam com afino o controle definitivo da pandemia, preferencialmente via vacina, e torcem para que os elementos macroeconômicos do País ao menos se mantenham estáveis, com esperanças de aprovação das reformas administrativa e tributária.

Como bem elencou Luiz Carlos Moraes, presidente da Anfavea, 2021 não terá condições de retomar os níveis de mercado, produção e exportação pré-pandemia, registrados em 2019. A distância é muito grande, mas será o primeiro passo para isso em processo que pode demorar de três a cinco anos, dependendo do que vier pela frente.

Só depois de consolidada essa primeira retomada é que o setor automotivo se verá em condições de retomar a retomada em que vinha até 2019, se recuperando da crise de 2016 para então, finalmente, sonhar com os números recordes de 2012 e 2013. ■



## Projeções da indústria para 2020 e 2021

Em milhão de unidades exceto quando indicado

Empresa/ Associação	2020			2021		
	Vendas	Produção	Exportação	Vendas	Produção	Exportação
Anfavea	1,925	1,915	0,284	-	-	-
Audi	-15% a -20%*	-	-	10% a 15%*	-	-
BMW	-31%	-35%	-34%	-	-	-
Caoa Chery	1,8	1,6	0,2	2,4	2,5	0,2
DAF	-	-	-	30%**	-	-
FCA	1,88	1,93	0,265	2,3	2,378	0,35
Ford	-28% a -30%	-	-	25%	-	-
General Motors	2	-	-	2,3	-	-
Honda	-30%	-	-	-	-	-
Hyundai	1,89	1,912	0,283	2,325	2,398	0,349
Iveco	0,095**	0,097**	0,014**	-	-	-
Nissan	1,8	1,915	0,284	2,3	-	-
PSA	-30% a -35%	-30% a -35%	-30% a -40%	20% a 25%	-	-
Renault	1,88	-	-	2,25	-	-
Sindipeças	2	2	0,267	2,24	2,37	0,3
Média	-30,6% / 1,897	-33,75% / 1,878	-34,5% / 263,8	23,75% / 2,3	2,41	0,3

\*Somente segmento premium | \*\*Somente caminhões

## Projeções macroeconômicas para 2020 e 2021

Empresa/ Associação	2020				2021			
	Dólar <sup>(R\$)</sup>	Selic(%)	Inflação(%)	PIB(%)	Dólar <sup>(R\$)</sup>	Selic(%)	Inflação(%)	PIB(%)
Anfavea	-	-	-	-	5 a 5,25	2,5	3	2 a 3
Audi	5,1 a 5,5	2	2,5 a 3	-5,5 a -6,5	5,2 a 5,6	2	3 a 4	3 a 4
BMW	5,25	2	1,94	-5,11	5	2,5	3	3,5
Caoa Chery	5	2	1,95	-5,11	5	2,5	3	3,5
DAF	5,4	3,1	1,83	-4,7	5,4	3,1	3,24	3,2
FCA	5,3	2	1,7	-5,3	5	3	3,1	3,5
Ford	5,25	2	2	-5	5	2,5	3	3,5
General Motors	5,3	2	1,9	-5,9	5,3	3	3,2	3,6
Hyundai	4,95	2	1,5	-6,4	4,5	2	2,7	4,4
Iveco	5,25	2	2,23	-5	5	2	3	3,5
Mercedes-Benz	5,1	2	2	-5	5,1	2,75	3	3
Nissan	5,2	2	2	-7	5	2,5	3	3,5
PSA	-	2	2	-5 a -7	-	2,5	3	3 a 5
Renault	5,19	2	1,6	-6	5	2,5	3	3,6
Sindipeças	5,2	2	2	-4,3	4,8	2	3,2	3
Volkswagen CO	5,25	2	2	-5	5,47	2,5	3,5	3,5
Média	5,2	2	2	-5,49	5	2,49	3	3,45



# VELHO NORMAL SÓ EM 2022

Na expectativa de cura da covid-19 economistas preveem um 2021 melhor. Volta ao pré-crise, porém, só deve acontecer daqui a dois anos.

**E**ngatada no terceiro trimestre a marcha da economia brasileira rumo à normalização deve continuar no ano que vem. As projeções de economistas quanto ao crescimento do PIB em 2021 variam, atualmente, em um intervalo que vai de 1,9%, nos cenários mais pessimistas, a 5,3% nos mais otimistas, sendo 3,5% o ponto médio.

A resposta de qual desses dois grupos estará, no fim do ano que vem, mais próximo da realidade dependerá de duas grandes variáveis: de um lado o sucesso de uma vacina contra a covid-19 e, de outro, a sustentabilidade fiscal do Brasil.

Quanto mais rápido a população for imunizada e quanto mais o governo der mostras de que voltará, após um período de exceção, a segurar os gastos públicos, mais perto do teto da previsão o PIB ficará.

Em compensação a atividade econômica ficará mais próxima do piso das estimativas se houver demora na imunização, deixando a economia exposta a novas quarentenas. Pior será se, nesse contexto, o governo reagir com expansão fiscal, sem exercer reformas capazes de restabelecer

compromissos fiscais – incluindo o teto de gastos públicos.

Este não é, porém, o cenário mais provável traçado pelos economistas. A expectativa em geral é a de que o governo segurar os gastos – trazendo para abaixo de 3% um déficit primário que deve fechar 2020 na casa de 12% do PIB –, ao mesmo tempo em que haverá, sim, controle da pandemia, dando condições para a reabertura econômica transcorrer sem retrocessos, o que, como consequência, tende a descomprimir o tripé de sustentação do consumo: emprego, renda e confiança.

Segundo os economistas o fim do auxílio emergencial deve limitar a retomada do consumo. Porém se o governo mostrar disciplina fiscal, como se espera no mercado financeiro, a taxa básica de juros, em um contexto de alta ociosidade da economia, tende a não se afastar muito da atual mínima histórica, puxando junto com a melhora de confiança das empresas outra alavanca da recuperação: os investimentos.

Conforme previsões de instituições como Bradesco, Santander e Porto Seguro

Investimentos o consumo privado, principal componente do PIB, deve subir de 2% a 3,6% no ano que vem, ao passo que os investimentos devem mostrar crescimento ainda maior, de 5% a 12%.

Nem o mais confiante dos economistas acredita, porém, numa recuperação completa. As opiniões mais otimistas dão conta de uma volta das condições econômicas de antes da pandemia – ou, se preferir, o velho normal – apenas em 2022, talvez no segundo semestre.

"A recuperação do dinamismo, especialmente no mercado de trabalho, profundamente desorganizado com a crise, tende a ser lenta", afirma Lucas Maynard, economista do Santander. "A retirada dos estímulos emergenciais terá um efeito sobre o consumo, e a questão é saber o quão forte será o impacto."

Tendo o crédito como propulsor a atividade industrial, depois do mergulho deste

crescimento que pode ser mais consistente se houver avanços na agenda de reformas. Se for o caso haverá mais confiança dos agentes econômicos e, logo, mais investimentos:

"Mesmo no cenário com desenvolvimento de vacina e tratamento uma frustração das premissas de recuperação do emprego, uma eventual falta de comprometimento com a agenda de reformas ou uma frustração com o crescimento global podem levar a um quadro de menor crescimento".

### TRUMP VERSUS BIDEN

No cenário internacional a recuperação da economia global será favorável aos preços das commodities, permitindo ao Brasil aumentar as suas exportações em 6%, conforme as previsões coletadas pelo Banco Central no boletim Focus.

Para José Pena, economista chefe da



Divulgação/Agência Brasil

ano, deve crescer mais de 4% em 2021. Em bancos projeta-se hoje um aumento superior a 7% do estoque de crédito do sistema financeiro em 2021.

Segundo Myriã Bast, economista do Bradesco, a poupança gerada ao longo de 2020 deve ser um dos motores de um

Porto Seguro Investimentos, uma valorização mais acentuada dos preços das commodities está na lista de ações que podem levar o PIB a um crescimento maior do que os 2,5% previstos hoje pela instituição.

Há certo consenso de que as relações Estados Unidos-China continuarão tensas



## Previsões do Banco Central para 2021

Fonte: Boletim Focus de 25/09/2020

# 3,5%

PIB

# 2,5% a.a

Selic  
(fim de período):

# 5,00

Câmbio  
(R\$/US\$ no fim do  
período)

# +6,5%

Exportações

# 3%

Inflação (IPCA)

independente do resultado das eleições que oporão Donald Trump a Joe Biden em 3 de novembro. Preservar a hegemonia econômica, tecnológica e militar dos Estados Unidos é uma agenda comum de republicanos e democratas, de modo que a China, maior ameaça ao domínio global estadunidense, seguirá sendo tratada como adversária mesmo se Biden, mais diplomático do que Trump, sair vitorioso das urnas.

Por representar uma política internacional mais multilateralista, acredita Pena, a agenda do democrata parece representar, no entanto, um caminho menos tortuoso:

"As tensões dos dois países devem continuar aumentando nos próximos anos,

mas os democratas provavelmente atuarão dentro de regras do multilateralismo, o que tende, ao menos no curto prazo, a gerar menores impactos sobre o comércio internacional".

Para Lucas Maynard, do Santander, um segundo mandato de Trump traria maior volatilidade ao ambiente econômico internacional. Embora o Brasil possa se beneficiar com a substituição das importações feitas pelos chineses – em especial de soja –, Maynard pondera que os efeitos indiretos da deterioração nas condições financeiras globais a partir do choque das duas maiores potências econômicas do mundo são mais relevantes para economias emergentes. ■



Divulgação/Agência Brasil

## PRÊMIO AUTODATA

MONTADORA DE  
VEÍCULOS COMERCIAIS

INOVAÇÃO  
TECNOLÓGICA/MONTADORAS

VEÍCULO  
COMERCIAL LEVE

VEÍCULO  
IMPORTADO

GESTÃO/MONTADORAS

VEÍCULO  
CAMINHÃO

VEÍCULO  
ÔNIBUS

No trânsito, dê sentido à vida.



Um dos mais importantes prêmios da indústria automotiva nacional acaba de reconhecer a inovação da Mercedes-Benz com sete indicações. Agora, contamos com o seu voto para trazer os troféus para casa.

O primeiro caminhão sem espelho retrovisor, um novo jeito on-line de comprar veículos comerciais e até mesmo uma fazenda urbana que produz mais de duas toneladas de verduras sem agrotóxicos dentro da fábrica. A Mercedes-Benz não para de surpreender. Por isso, não chega a ser surpresa a empresa ser indicada em sete categorias em um dos maiores prêmios da indústria automotiva nacional.

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

Mercedes-Benz





# RETOMADA, SIM. MAS PARCIAL.

Fornecedores fazem planos conservadores para 2021, com volta de apenas metade da produção perdida e cautela nos investimentos

**C**om mais dúvidas do que certezas: assim a indústria de autopeças está fechando o planejamento de 2021, o que acaba por se refletir em conservadorismo nos programas de produção e pé no freio nos investimentos.

Sem as interrupções extraordinárias de linhas que condenaram o desempenho deste ano espera-se que os pedidos das montadoras, responsáveis por mais de 60% do faturamento da indústria de componentes automotivos, voltem a crescer. Será, contudo, uma recuperação parcial, insuficiente para reconduzir a cadeia de suprimentos aos níveis de atividade de quando o mundo desconhecia o termo covid-19.

Conforme mostra o planejamento das



empresas do setor – sujeito, sempre é bom frisar, a muitas indefinições neste momento – a indústria de autopeças não prevê recuperar em 2021 muito mais do que metade da produção perdida este ano.

Como não é diferente em qualquer indústria dependente do consumo doméstico as maiores dúvidas relacionam-se não só à eficácia das vacinas em teste, da qual depende a reabertura completa da economia, mas também da disposição dos brasileiros de consumir a partir da retirada dos estímulos emergenciais que vêm dando sustentação à atividade econômica.

Quando sobram interrogações falta convicção para tirar projetos da gaveta. Sistemistas como a gigante Continental adiantam que, além do que está previsto



Divulgação/Volvo

em contratos, só estão garantidos para o ano que vem investimentos estritamente necessários ou de retornos rápidos.

Também não ajuda a convencer matrizes a colocar dinheiro no Brasil a possibilidade de adiamento, pedido pelas montadoras ao governo, de normas de segurança e emissões, algo que introduziu no horizonte dos fornecedores o risco de investimentos feitos nessas linhas não se pagarem dentro dos prazos previstos.

“O mundo parou e está tentando voltar. Só que ninguém sabe como fazer a roda girar em ambiente de altos riscos, não só na economia e na mobilidade mas, também, na saúde e na educação”, observa Besalier Botelho, presidente da Bosch, com o que resume à perfeição o senti-

mento de boa parte dos executivos da cadeia de suprimentos automotivos. “Essas incertezas sobre como a roda girará dificultam qualquer prognóstico para 2021.”

Em geral dirigentes de grupos sistematistas informam que estão com seus parques ajustados caso o mercado, de fato, confirme o que se espera dele para o ano que vem. A reversão de medidas adotadas desde abril na força de trabalho, como o afastamento temporário de empregados, está sendo planejada com muita cautela, devendo acontecer gradualmente à medida que a demanda voltar.

Ao mesmo tempo os protocolos de segurança seguirão impedindo os esquemas de produção praticados antes da chegada da covid-19. Linhas que funcionavam em



um turno passaram a trabalhar em dois para evitar aglomerações no chão de fábrica, levando a um custo mais alto, pois a fábrica precisa funcionar por mais horas para produzir o mesmo volume.

Segundo Marcelo Rezende, gerente de planta da Delphi Technologies, os resultados do ano que vem dependerão, essencialmente, da flexibilização das restrições, que, por sua vez, depende do sucesso do País em controlar a pandemia.

"As vendas iniciaram uma retomada, mas ainda há uma parcela reprimida por causa das incertezas, inclusive com relação à vacina. Um segundo fator está relacionado às políticas econômicas. Se tivermos uma economia mais estável e com maior confiança das pessoas e da indústria o mercado fluirá."

Ele diz que a Delphi prefere fazer neste momento um planejamento conservador para 2021, com previsão de produção de 10% a 12% superior à deste ano. A boa notícia, diz Rezende, é que o mercado de reposição vem se recuperando muito

mais rápido do que as encomendas das montadoras.

Na Gates, fabricante de correias, kits de transmissão, bombas d'água, o planejamento de 2021 teve como base o volume do mês passado e, pela primeira vez em anos, prevê crescimento da produção em apenas um dígito.

De acordo com Sidney Aguiar, diretor nacional de vendas, reposição e marketing, os investimentos em novas tecnologias nas fábricas brasileiras serão igualmente conservadores dadas as incertezas sobre a recuperação dos negócios com as montadoras, além de outras razões: "Isto implicará em aceleração de lançamentos de produtos importados em vez de novo conteúdo local", ele conta, ponderando, entretanto, que esse tipo de plano deverá ser temporário.

A Continental trabalha com a perspectiva de que a produção nacional de veículos não retomará o volume de 2019 antes de 2023. Apesar disso Ricardo Rodrigues, chefe da área de veículos comerciais e





Divulgação/VW



Divulgação/FCA

serviços da Continental, diz que há alguns motivos para confiar em resultados melhores no ano que vem, como o desempenho positivo do agronegócio, os juros na mínima histórica e os potenciais investimentos em infraestrutura.

Há também no segmento perspectiva menos pessimista para as exportações, em especial à Argentina, onde, após cortar pela metade as importações de peças nos últimos dois anos, as montadoras estão retomando níveis de produção pré-pandemia. Acordos do governo argentino com credores internacionais também podem atenuar a escassez de dólares que faz o país vizinho restringir a entrada de importados.

Acima de R\$ 5 o câmbio ficou mais

favorável ao produto brasileiro na competição com concorrentes internacionais, seja no terreno doméstico seja no Exterior. Porém os fornecedores de peças argumentam que tal ganho de competitividade é minimizado por aumentos nos preços de insumos.

Rodrigues, da Continental, cita aço, alumínio e plásticos como matérias-primas que tiveram rápido aumento de preços: "A competitividade da indústria local só virá de maneira sustentável mediante reformas estruturais".

Quanto ao mercado doméstico o passivo deixado pela pandemia, como perda de renda e desemprego, tende a limitar a retomada, em especial, dos mercados de entrada. Cláudio Furlan, gerente de marketing e vendas da fabricante de catalisadores Umicore, observa que locadoras de automóveis podem demorar mais tempo para girar sua frota, dado o choque sofrido pelo setor com as restrições de circulação:

"Entendemos que as regiões agrícolas seguem em franco crescimento, porém consomem menos veículos que as regiões mais industrializadas".

Nas projeções da Umicore o mercado de carros de passeio deve ficar, no ano que vem, de 15% a 20% abaixo do volume de 2019.

Na Meritor, que fabrica eixos de veículos comerciais, o plano é aumentar a produção em cerca de 12% no ano que vem após queda de 20% prevista para este ano: "Ainda estamos em fase de avaliação dos investimentos para o próximo ano, que dependerá do ritmo de recuperação do mercado de caminhões", contou Kleber Assanti, diretor de marketing, vendas e aftermarket para a América do Sul.

Para a direção da Cummins, fabricante de motores, na pessoa de seu presidente, Luís Pasquotto, a expectativa é a de que a produção de caminhões e ônibus só volte a repetir em 2022 o nível mostrado em 2019: "2021 deve ser melhor do que 2020, mas em vez de considerar isso como crescimento consideraremos como recuperação parcial do mercado que encolheu em 2020".



Connie Guanzioli/Shutterstock



# Finalmente sócios?

A onda de gafanhotos e o olho do furacão parece que já se foram da Argentina. O momento é de ação e de sonhar alto, como uma integração com o Brasil e recuperação firme do mercado

**T**odos sabemos que a Argentina passa por uma das piores crises da sua história. Os vizinhos não conseguiram nos últimos anos reverter esse inferno astral que coloca mais de 13,1% da população na linha dos desempregados e um risco, já parcialmente controlado, de

calote da dívida externa – seria o décimo default do país.

Neste momento de reconstrução da economia, a passos lentos de tartaruga, a indústria terá, novamente, chance para fortalecer posição e consolidar uma produção regional. Na Argentina e no Brasil.

Esse é um dos compromissos que a nova gestão da Adefa, Asociación de Fábricas de Automotores, que assumiu em julho, pretende levar adiante, construindo uma relação mais intensa com o Brasil para que as empresas nos dois países possam ser competitivas no mercado global. A realidade, no entanto, ainda está muito distante do sonho de uma indústria regional.

Quase todos os líderes das empresas que fazem parte desta edição Perspectivas 2021 disseram que o período de recuperação do mercado na Argentina levará bons e longos anos. Mais do que no Brasil, certamente. Outras dúvidas: o parque industrial conseguirá manter suas atividades? E mais: terá fôlego para investir e melhorar sua competitividade?

Para atacar esses pontos cruciais e olhar para o futuro da indústria automotiva por lá o novo presidente da Adefa, Daniel Herrero, partiu para a ação e disse que tem compromissos com o governo, os trabalhadores e as montadoras, ou terminales, em espanhol, para melhorar o ecossistema de negócios do setor e fazer da Argentina um fornecedor relevante na região. Antes de contar como o Brasil desempenha um papel central nesse enredo, vamos tratar do mercado interno.

Com o Ministerio de Desarrollo Productivo os terminales estabeleceram as bases da atividade industrial e comercial para 2020. O objetivo é produzir 260 mil unidades, volume mínimo para manter toda a cadeia automotiva atuando. Isso significa que não haverá demissões, outro compromisso que Herrera disse ter feito com os sindicatos.

Além disso a ideia é promover as vendas para que o mercado argentino alcance 290 mil, 300 mil unidades em 2020. Herrero já requisitou ao governo algum mecanismo de estímulo às vendas. O argumento é que com o crescimento gradual registrado nos últimos meses um programa especial de incentivo para veículos nacionais possa contribuir para atingir o teto do compromisso, que são 300 mil unidades.

É aí que o Brasil começa a entrar na história. As conversas da Adefa com o governo e os sindicatos na elaboração das estratégias de sobrevivência dão conta de que o mercado interno terá que absorver 96 mil veículos importados – a esmagadora maioria do Brasil – no último trimestre.

Caso esses números se realizem ao fim de dezembro a Argentina, sozinha, poderá importar mais do que as 82 mil unidades da nova projeção da Anfavea



Divulgação/Adefa





“Temos que ser, com o Brasil, sócios exportadores de veículos e autopeças para o mundo.”

Daniel Herrero, presidente da Adefa

para as exportações em 2020. Porém no curto prazo o dilema é verde.

Por lá são as chamadas verdinhas, ou dólares, mais especificamente a falta deles. Neste momento muitos departamentos do governo e as áreas de estratégia das montadoras estão debruçadas sobre esse problema, pois sem uma nota verdinha no caixa é impossível importar carros para abastecer o mercado interno. Algum entendimento deve sair nos próximos meses porque 2/3 das vendas internas são de veículos importados. E sem vendas não há caixa. E sem fluxo de caixa não há como realizar todos os planos que estão na mesa.

Mesmo assim os vizinhos estão anima-

dos. Trata-se de otimismo reservado, pois há gente no mercado que está apostando em pequena recuperação das vendas. Abertamente falam em uma grande interrogação em 2021. A Adefa só fará sua projeção ao fim do primeiro trimestre do próximo ano, mas há rumores em algumas terminales, na contramão do conservadorismo, de que pode haver um crescimento de mais de 60% das vendas já no próximo ano. Assim a Argentina poderia ter um mercado com, no mínimo, 400 mil unidades, chegando ao pico de 430 mil veículos em 2021.

A Adefa sinaliza ao governo de Alberto Fernández que uma complementação industrial com o Brasil é o único caminho para tornar viável as empresas nos dois países. A partir desse entendimento o desafio é construir uma base produtiva competitiva e dominante não apenas na região. Em recente entrevista à agência Télam, assim como AutoData no Brasil, um dos mais tradicionais veículos de jornalismo dedicado a economia e negócios na Argentina, com 75 anos de atuação, Herrero afirmou a importância de “nos convertermos em um sócio estratégico com o Brasil, não duplicando localizações ou plataformas. Assim passaremos a ser

sócios na exportação de veículos e autopartes para todo o mundo. Insisto com o diálogo para decidirmos o que faremos de um lado e do outro, gerando escala para ser mais competitivos. E buscar novas fronteiras".

Do discurso à prática o caminho é longo e cheio de obstáculos, principalmente neste momento de distanciamento político dos dois países.

Mas a Adefa de Herrera propõe que se faça rapidamente a lição de casa, definindo as especializações de sua indústria e quais componentes ou tecnologias devem ser localizadas.

"A Argentina tem possibilidade de ser um dos grandes produtores na América Latina, mas tomando as decisões de maneira inteligente."

Em conjunto com a Anfavea a Adefa trabalha numa agenda capaz de reduzir os entraves tributários, aumentar a competitividade, a integração comercial e o

crescimento interno dos dois mercados.

Herrero e o presidente Luiz Carlos Moraes confirmaram o desenvolvimento dessa agenda durante o 2º. Congresso de Negócios da Indústria Automotiva, realizado pela AutoData Editora, no início de setembro.

Em conferência online Herrero disse: "Precisamos fortalecer nossa relação comercial e criarmos políticas iguais para nos tornarmos um polo exportador. Existem oportunidades mais distantes, como no Norte da África".

Nas contas da Adefa o Brasil é um sócio estratégico porque importa 60% da produção argentina. Por outro lado o principal destino dos veículos e peças nacionais é cruzando a nossa fronteira.

"O segredo é como complementamos e buscamos o equilíbrio no intercâmbio, o que permitirá que sejamos sustentáveis." Mas antes de tudo isso é preciso combinar o jogo com o inimigo. ■

# AGÊNCIA AUTODATA DE NOTÍCIAS

O MAIS COMPLETO INFORMATIVO  
DIÁRIO DO SETOR AUTOMOTIVO.

Assine agora mesmo:  
(11) 3202-2727

[www.autodata.com.br](http://www.autodata.com.br)

**AUTODATA**





# Base baixa tem uma vantagem

Praticamente todas as montadoras de veículos leves do País acreditam em crescimento no ano que vem. A questão é estimar o volume mediante a baixa certeza sobre o fechamento de 2020.

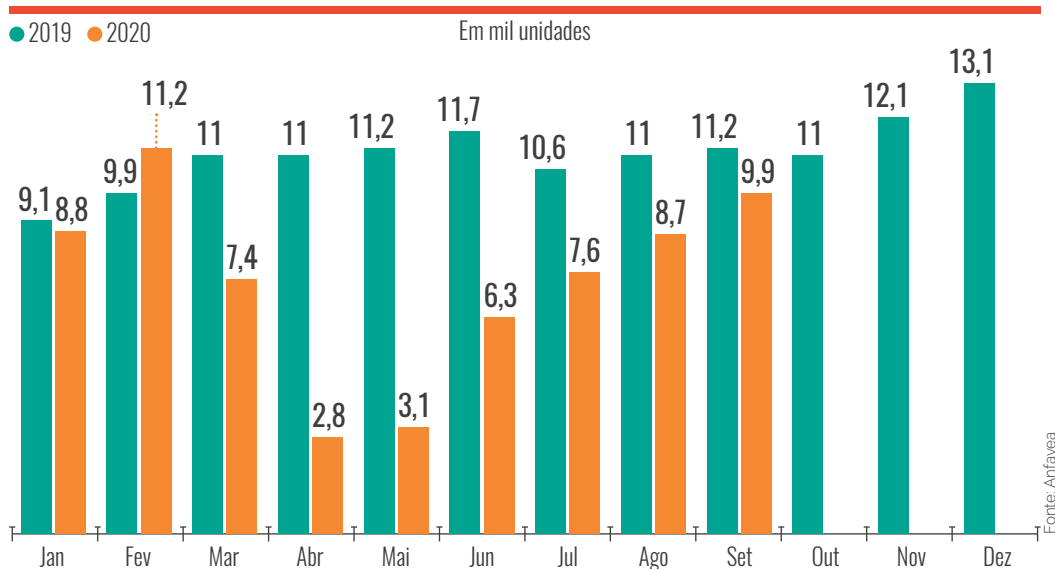
Fazer projeções pode ser uma tarefa ingrata. Uma ingratidão que pode se tornar quase uma situação hedionda quando se trata de projetar um ano à frente tendo diante de si, no presente, um cenário inédito de pandemia – e de todas as incertezas que carrega.

Teremos vacina? Se, e se tivermos, conseguiremos vacinar a todos? Podemos ter uma segunda onda até lá? E a economia sem o auxílio emergencial, como se comportará? E o dólar? E os mercados de exportação? São tantos 'e's e senões que os mais fracos podem até desistir, jogar tudo para o alto e simplesmente esperar para ver o que acontece.

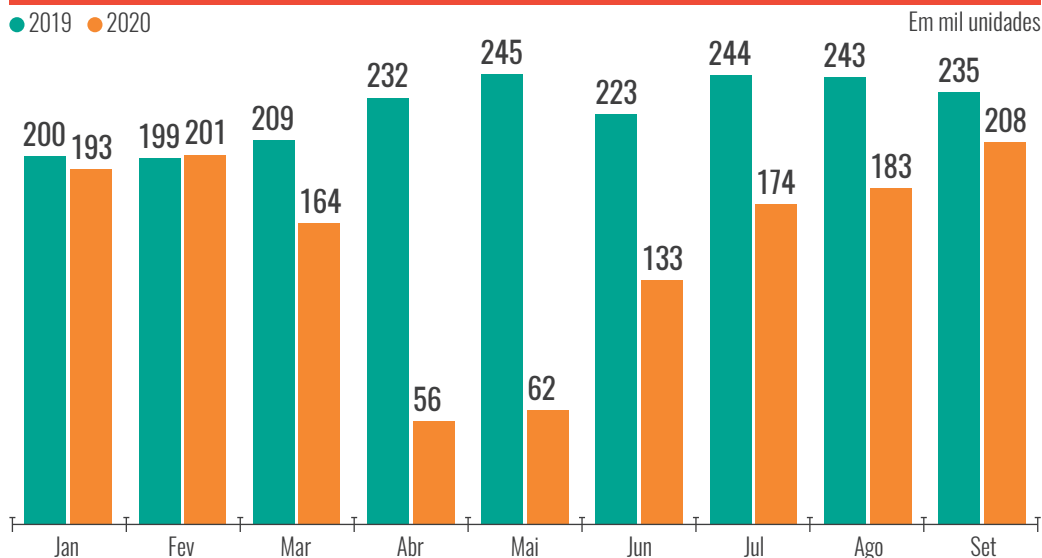
Mas o setor automotivo, em sua enorme maioria, é feito de fortes. Mesmo que por obrigação, uma vez que esta é uma área em que se trabalha sempre a médio e longo prazos por suas próprias características, praticamente nenhum executivo líder de montadora ouvido por **AutoData** que atua no principal segmento de mercado no País, o de veículos leves, se furtou a oferecer uma projeção – e não só para esse ano como também para o próximo, 2021, objetivo central desta edição.

Certamente a neblina que se formou densa e espessa nos idos de maio e ju-

## Licenciamento: média diária.



## Licenciamento mensal - Autoveículos



nho já se dissipou bastante, ainda que a visualização à frente esteja levemente prejudicada e os contornos da estrada não estejam exatamente claros. Mas o comportamento do mercado em agosto e principalmente setembro, melhor mês do ano com 200 mil unidades licenciadas, sinaliza um norte menos sombrio do que parecia antes.

Mais importante ainda é a média diária alcançada em setembro, 9,9 mil unidades, a segunda melhor do ano, atrás somente de fevereiro com 11,2 mil, e disparada a melhor do período pós-pandemia ao menos por enquanto, ultrapassando com folga as 8,7 mil de agosto. Em 2019 a média para o ano todo foi de 11 mil unidades.

Para se estabelecer quanto poderá ser o mercado no ano que vem, por óbvio, primeiro é necessário saber quanto o será neste ano. Aqui há uma razoável tenacidade, mas pelo cenário de pandemia o intervalo da mais pessimista para a mais otimista é bastante elástico, na faixa de 200 mil unidades – ou seja, um setembro inteiro, volume muito significativo.

De todo modo não se espera mercado interno total em 2020 menor do que 1,8 milhão de unidades. A aposta nessa faixa vem de executivos de Caoa Chery e Nissan

e vai cautelosamente navegando até 1,9 milhão, com maior ou menor intensidade, na visão de FCA, Ford, Hyundai, PSA, Renault e também da Anfavea. A GM acredita em um tanto a mais, um 2020 de 2 milhões de unidades, baseada na simples lógica de que outubro, novembro e dezembro pelo menos repetirão setembro, somando 600 mil unidades ao 1,4 milhão já realizado nos nove primeiros meses do ano. Mas está sozinha nessa.

De qualquer forma essa base serve bem para tentar, ao menos, desenhar um possível cenário para 2021. O que é quase um uníssono é a expectativa de crescimento, vez que a base de 2020 será baixa pelo fraquíssimo segundo trimestre, quando a pandemia começou por aqui.

Aqui aquela diferença de 200 mil unidades da projeção menor para a maior se repete nas estimativas para 2021 das fabricantes. A mais comedida é a Renault, que acredita em ano de 2 milhões 250 mil unidades. A FCA prefere usar ela mesma um intervalo, que vai de 2,2 milhões a 2,3 milhões. Hyundai, Nissan e GM acreditam em 2,3 milhões e a Caoa Chery arrisca 2,4 milhões. Ford e PSA preferem falar em índice: a primeira crê em alta de 25% e a segunda de 20% a 25%. ■



# Dólar vai dar o ritmo de 2021

Audi projeta retração inferior ao mercado total no segmento premium este ano e calcula alta de 10% em 2021

O segmento de veículos premium, além de não ter sofrido um tombo tão grande quanto o de outros do mercado durante os piores momentos da pandemia, mostrou, também, uma rápida recuperação. Esse movimento, a se confirmar no quarto trimestre, avaliza um desempenho melhor para 2021. Mas as coisas ainda demoram para retomar à normalidade e muitas questões estão em aberto, segundo a Audi.

"Sou otimista. Do contrário não aguentaria morar no Brasil. Morreria de desgosto." Assim Johannes Roschek, CEO e presidente da Audi no Brasil, fala sobre os imensos desafios do País em todos seus aspectos. Para o ambiente de negócios ele acredita que é possível, e necessário, ir adiante com a agenda de reformas, "a começar pela reforma tributária, simplificando o processo e reduzindo um pouco a carga. Os países que atualizam suas regras tributárias realmente se beneficiam com rápido crescimento".

Enquanto espera ações concretas e dias melhores Roschek fica atento às tendências do mercado premium, que tem tudo para "sofrer menos" e terminar o ano com números de 15% a 20% menores do que em 2019: "O mercado total vai diminuir de 30% a 35%. A forma como retomamos os negócios a partir de junho foi impressionante. Por isso esperamos



Divulgação/Audi

## Perspectivas

● 2020 | ● 2021

Mercado total (em mil unidades)			Montadora (em mil unidades)			Macroeconomia			
Produção	Vendas	Exportação	Produção	Vendas	Exportação	PIB(%)	Dólar(R\$)	Selic(%)	Inflação(%)
-15% a -20%*						-5,5 a -6,5	5,1 a 5,5	2	2,5 a 3
10% a 15%*						3 a 4	5,2 a 5,6	2	3 a 4

\*Somente segmento premium

“No médio e longo prazos a economia se recupera e acabamos mantendo nossos negócios aqui. Mas nesse meio tempo muitas empresas vão embora por causa das dificuldades encontradas no Brasil. É uma pena, uma lástima presenciar isso em um País com esse potencial imenso.”

Johannes Roschek, CEO e presidente da Audi do Brasil

que a Audi registre queda de apenas 6% das vendas em 2020”.

A expectativa é a de que este ano os consumidores desse segmento continuem indo atrás das novidades que a Audi trouxe para o país: Q3, Q7 e seu primeiro elétrico, o e-tron, dentre outras atualizações de seu portfólio.

Uma variável muito importante é o câmbio. Este ano já houve aumento de preços em torno de 15% no segmento premium por causa da variação cambial, que depreciou a moeda brasileira em mais de 40%.

Para 2021 o dólar será um dos principais fatores para determinar o tamanho do mercado premium porque qualquer variação sua, negativa, pode não apenas deixar os veículos mais caros mas fazer com que o consumidor recue na

conclusão de um negócio. “Temos que acompanhar o desempenho do câmbio em 2021 para uma projeção mais concreta. Se nada mudar há a possibilidade de mantermos o nível de vendas do último trimestre de 2020.”

Assim o segmento premium terá condições de crescer até 10% em 2021, segundo a Audi. Roschek está confiante que sua marca poderá ir além da projeção para o mercado, sobretudo por causa do lançamento do A3 de nova geração e da oferta de novos modelos elétricos como o e-tron GT.

“O e-tron mostra que o mercado brasileiro está aberto para esse tipo de produto. Tivemos um resultado surpreendente, bem mais do que esperávamos. Por isso seguiremos trazendo novos modelos eletrificados.”



# 2019 em 2021

BMW prepara para o ano que vem a retomada no segmento premium e aposta na digitalização para reencontrar o consumidor

**A**pandemia acelerou processos na BMW do Brasil, que trouxe para o mercado premium formas inéditas de se comunicar e de fazer negócios. A agilidade para colocar em prática seus planos e criar canais nas mídias digitais oferecendo produtos de forma rápida e prática contribuiu para que as vendas retomassem o ritmo dos primeiros meses de 2020 a partir de setembro.

“Acreditamos que as vendas em patamar pré-pandemia se estendam até o fim do ano”, avalia Aksel Krieger, CEO do Grupo BMW do Brasil, que está animado com os resultados da iniciativa, inédita, no segmento com loja de 0 KM aberta no Instagram e no Facebook e um canal para venda de seminovos no Mercado Livre. “No mundo online 30% das interações tornam-se oportunidades de vendas. O mercado vai migrar para as plataformas digitais. Estamos aproveitando para oferecer todas essas facilidades.”

Krieger espera que a queda de 6% nas suas vendas, registrada até agosto, se mantenha nos últimos meses do ano, o que seria um bom desempenho considerando que o segmento premium deve fechar 2020 em retração de 18%, segundo os cálculos da empresa.

“Ainda estou no grupo dos mais otimistas. O pior já passou. Mesmo com todas as turbulências mundiais o mercado



Divulgação/BMW

## Perspectivas

● 2020 | ● 2021

Mercado total (em mil unidades)			Montadora (em mil unidades)			Macroeconomia			
Produção	Vendas	Exportação	Produção	Vendas	Exportação	PIB(%)	Dólar(R\$)	Selic(%)	Inflação(%)
-35%	-31%	-34%	7,9 a 8	Estável		-5,11	5,25	2	1,94
			Estável	10%		3,5	5	2,5	3,01

brasileiro foi um dos que menos sofreu. O mercado total pode se aproximar de 2 milhões de unidades ou pelo menos ficar 30% menor do que 2019.”

Os produtos fabricados pela BMW no Brasil também oferecem motivos para um otimismo com o futuro. Sem revelar números Krieger espera que o volume de veículos produzido aqui em 2020 seja equivalente ao de 2019.

O desempenho do X1 e do Série 3 nacional, além da gama que oferece a possibilidade de escolher uma motorização tradicional, a combustão, ou híbrido ou elétrico, consolidam a estratégia da BMW no País. E há ainda o segmento de

motos, que também já retomou o ritmo de vendas pré-pandemia, segundo Krieger.

Uma vacina para o coronavírus, muito esperada para 2021, não afetará o desempenho do mercado automotivo na avaliação da BMW – ao menos no mercado premium: “O cenário para 2021 é sem vacina: até que todas as pessoas sejam imunizadas o ano já terá acabado”.

Assim a projeção da empresa é repetir no ano que vem o volume de vendas de 2019 no segmento premium. Krieger acredita que uma possível euforia do consumidor da faixa para ir às compras não seja o fator primordial para o resultado de 2021: trata-se de recuperação orgânica do mercado. Por isso a BMW prepara novidades, inclusive com a produção nacional de séries especiais dos seus produtos atuais, o que pode elevar o volume da fábrica de Araquari, SC.

Nem mesmo um efeito perverso do câmbio terá força para reduzir as expectativas para 2021. A tendência, considerando o euro como moeda de conversão para o real, é de melhora da relação ao longo de 2021, conduzindo a cotação para patamar próximo de R\$ 6,30: “O real deve se fortalecer porque hoje está muito fraco. Não repassamos toda a desvalorização no período para os preços acreditando que a moeda brasileira retomará sua força em 2021.”

“Ainda estou no grupo dos mais otimistas. O pior já passou. Mesmo com todas as turbulências mundiais o mercado brasileiro foi um dos que menos sofreu.”

Aksel Krieger, CEO do Grupo BMW Brasil



# Fase 3, ativar

A Caoa Chery não travou seu cronograma durante a pandemia e inicia, em 2021, a fase 3 de sua instalação no mercado brasileiro

**A** Caoa Chery fez crescer seu portfólio com dois importantes lançamentos em plena pandemia. Enquanto a decisão natural seria colocar o pé no freio para olhar o mercado com mais atenção a empresa optou por seguir na direção oposta: acelerou seus planos e colocou nas linhas o sedã Arrizo 6, em Jacareí, SP, e o SUV Tiggo 8, em Anápolis, GO.

"A decisão foi acertada: tomamos as ações necessárias para conservar o caixa mas não deixamos de acreditar e de investir no Brasil", argumenta o CEO da Caoa Montadora, Mauro Correia, para quem não houve atrasos "nem nos carros novos previstos para este ano e nem naqueles que estão sendo desenvolvidos para chegar no ano que vem. Enquanto outras marcas pensaram em adiar seus planos nós antecipamos os lançamentos".

Para resolver a questão do fluxo de caixa a Caoa Chery buscou apoio de sua parceira chinesa, que antecipou investimentos e ajudou a irrigar os cofres durante a fase mais crítica. Em paralelo buscou financiamento com um banco brasileiro.

Como consequência da pisada no acelerador a companhia herdou um daqueles problemas que soam como música aos ouvidos da diretoria: a demanda pelo Tiggo 8, lançado em agosto, supera a capacidade projetada para a produção. Segundo o CEO da Caoa Chery, Márcio Alfonso, os planos



Divulgação/Caoa Chery

## Perspectivas

● 2020 | ● 2021

Mercado total (em mil unidades)			Montadora (em mil unidades)			Macroeconomia			
Produção	Vendas	Exportação	Produção	Vendas	Exportação	PIB(%)	Dólar <sup>(R\$)</sup>	Selic(%)	Inflação(%)
1 600	1 800	200	24	22	projeto piloto	-5,11	5	2	1,95
2 500	2 400	200	38	35	projeto piloto	3,5	5	2,5	3

“Abrimos uma frente de trabalho para localização de peças de olho principalmente nas de maior escala. Existem empresas que produzem aqui e na China, então buscamos parcerias nesse sentido”

Márcio Alfonso, CEO da Caoa Chery

de produção já foram revistos, para cima, duas vezes.

Assim a fabricante, que ainda tem uma operação enxuta, fechará o ano com 24 mil veículos produzidos em Jacareí e Anápolis, mais do que os 20 mil 195 produzidos em 2019. Com sete modelos, quatro SUVs e três sedãs, sendo um elétrico, ocupou a décima-primeira posição do ranking do mercado nacional, com cerca de 1% das vendas – dentro do projetado.

Conclui com êxito, segundo Alfonso, a chamada fase 2 do estabelecimento da Caoa Chery no Brasil, que tinha como objetivo expandir o leque de opções em segmentos importantes, e rentáveis, do mercado nacional.

2021 será o ano do início da fase 3: “Na terceira fase nos preocuparemos em atender às exigências do Rota 2030, buscando a

fórmula de equilíbrio para os combustíveis utilizados, e em renovar o portfólio, atualizando os produtos atuais e aumentando nosso leque de opções”.

Estão nos planos também o desenvolvimento de tecnologias, hoje trazidas da China, aqui no Brasil, e a expansão da operação para a América Latina: “A exportação do Tiggo 2 para o Paraguai foi o primeiro passo. Há potencial para outros mercados na região e já recebemos pedidos de cotações de outros países. Mas é um trabalho demorado, que está apenas começando”.

A Caoa Chery projeta para 2021 produzir 38 mil veículos em Anápolis e Jacareí, para um mercado estimado de 2,2 milhões a 2,4 milhões de unidades – em 2020 Correia e Alfonso não imaginam vendas abaixo de 1,8 milhão de automóveis e comerciais leves.

O dólar segue como alvo de atenção e contribui para a aceleração do plano de nacionalização de peças e componentes. Alfonso observa que muitos fornecedores estão com capacidade ociosa, o que abre espaço para negociações que beneficiem ambos os lados:

“Abrimos uma frente de trabalho para a localização de peças, principalmente as de maior escala na produção e reposição. A base brasileira é bem instalada e existem empresas que produzem aqui e na China, então buscamos, também, parcerias nesse sentido, porque aí é mais fácil localizar”. ■



# Chega logo, 2022!

Na FCA o trabalho segue a todo vapor para lançar produtos inéditos e motores considerados revolucionários e iniciar novo ciclo de crescimento na região

Um clima de ansiedade e otimismo domina os escritórios, laboratórios e fábricas da FCA principalmente em Betim, MG, onde muita coisa está acontecendo. É ali que está sendo finalizada uma fábrica que pode ser a fornecedora global de motores turbo de alta eficiência para todas as marcas do grupo.

Também ali estão sendo criados, no Centro de Design, Segurança e Engenharia, os inéditos SUVs da Fiat e um novo modelo da Jeep, cujo conceito surgiu aqui mas já transcendeu para um projeto global. Boa parte dessas novidades será revelada ao mercado aos poucos: em 2021 os novos motores e talvez o primeiro SUV Fiat. E em 2022 algumas outras novidades.

A pandemia pode ter adiado o cronograma mas os trabalhos continuam a todo vapor e Antonio Filosa, COO da FCA Latam, está de olho em quase tudo ao mesmo tempo:

"Hoje fui à fábrica de motores, que fica a 50 metros do meu escritório. Está tudo praticamente instalado, estamos qualificando os operadores, calibrando as máquinas e recrutando mais pessoas para, ainda em 2021, iniciarmos a produção".

Durante a entrevista, realizada online em meados de setembro, ficou evidente o orgulho, o otimismo e uma certa ansiedade do executivo, que aprovou programa de investimento de R\$ 14 bilhões e neste



Divulgação/FCA/Leo Lara



## THE POWER OF DREAMS

Impulsionados pelo espírito de desafio, buscamos criar um novo valor à vida das pessoas maximizando a experiência da mobilidade por terra, água e ar.

[www.honda.com.br](http://www.honda.com.br)

**HONDA**  
The Power of Dreams



## Perspectivas

● 2020 | ● 2021

Mercado total (em mil unidades)			Montadora (em mil unidades)			Macroeconomia			
Produção	Vendas	Exportação	Produção	Vendas	Exportação	PIB(%)	Dólar(R\$)	Selic(%)	Inflação(%)
1 930	1 880	265	434	425,5	51,3	-5,3	5,3	2	1,7
2 378	2 300	350	547,8	490,9	64,5	3,5	5	3	3,1

“Para mim 2021 é o ano da vacina, não quero nem pensar em esperar mais. É o ano da vacina e o ano da Stellantis”

Antonio Filosa,  
COO da FCA Latam

momento vê que seus planos começam a tomar forma: “Tenho acompanhado os trabalhos dos dois SUVs da Fiat e posso dizer que estou bastante entusiasmado com o que vamos oferecer. Também estamos indo muito bem com o desenvolvimento do novo SUV da Jeep, que terá novas tecnologias de conectividade e powertrain. Era um projeto Latam que virou global. Então outras equipes da FCA no mundo também estão contribuindo para esse veículo que será feito aqui”.

A programação original previa que em 2024, quando termina o atual ciclo de investimento, Fiat e Jeep estivessem com o portfólio totalmente renovado. Inclusive com modelos elétricos importados, parte dessa ofensiva da FCA na região. Mas a pandemia estendeu esse prazo: “Tivemos um efeito na logística global com fornecedores na China e na Europa que já nos fez perder seis meses. Assim, tudo estará pronto em 2025”.

Para Filosa o pior já passou e o momento é de avaliação dos motivos que levarão, ou não, a uma recuperação do mercado capaz de sustentar as operações da cadeia automotiva daqui por diante. Ele não acredita que em 2020 o mercado possa chegar a 2 milhões de unidades vendidas e as razões para isso estão muito ligadas aos preços dos produtos, bastante influenciados pelo câmbio: “O dólar principalmente,

mas outros fatores, como os impactos da pandemia na economia, geraram uma crise de confiança. A demanda poderia estar mais aquecida, mas os preços fazem o consumidor recuar neste momento”.

Em 2021 o mercado será “muuuuito melhor”, nas palavras de Filosa, mas ainda abaixo de 2019:

“Passaremos de 2 milhões. Talvez 2,2 milhões, 2,3 milhões, precisaremos acompanhar mês a mês. Mas o volume só retornará a normalidade, ou seja, ao ritmo de 2019, em 2023”.

Se os números projetados não se realizarem haverá necessariamente um ajuste da força de trabalho em toda a cadeia automotiva, afirma: “A indústria está hiper-capacitada para a demanda que temos na região. Se o mercado brasileiro, principalmente, não reagir de maneira rápida, teremos, como indústria, que pensar na diminuição da força de trabalho”.

O processo de fusão da FCA com o Grupo PSA, que formará a Stellantis, segue seu curso. Isso é tudo que pode ser dito oficialmente, mas Filosa destaca que não enxerga grandes mudanças na sua estrutura nos próximos anos: “Nós somos diferentes das outras empresas por causa da Stellantis. Acredito que nossa força laboral não terá alterações nos primeiros anos dessa grande empresa. 2021 será o ano da vacina e o ano da Stellantis”. ■

# Valeo

SMART TECHNOLOGY  
FOR SMARTER MOBILITY

## UV purifier AC



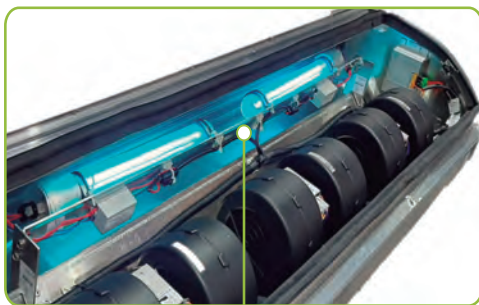
### Funcionamento

- A radiação UV-C é gerada através de lâmpadas e potencializada pela vazão de ar do ar-condicionado;
- O ciclo de filtragem ocorre de 50 a 60 vezes por hora.



### Aplicação

- Micro Ônibus (ar de teto e split)
- Rodoviário e Fretamento (ar de teto)
- Duplo Piso
- Urbanos (ar de teto)
- Articulados



### Segurança

- Sistema instalado dentro do módulo de ar-condicionado, os usuários não tem contato com a radiação UV-C.



### Sustentabilidade

- Lâmpadas livres de Ozônio.



### Laudos UCS e UFSM

- Eficácia antimicrobiana da radiação ultravioleta: mais de 99% ( testes conduzidos pelo Laboratório de Microbiologia Clínica da Universidade de Caxias do Sul (UCS), e pelo Departamento de Bioquímica e Biologia Molecular da Universidade Federal de Santa Maria).

## Eletrônicos

Itinerários



Controlador Itinerários

Réguas de LED



Carregador USB



Placas de Relés



Controlador Ar Condicionado Duplo Piso



Controlador Ar Condicionado



Valeo Climatização do Brasil - Veículos Comerciais S/A

Av. Rio Branco, 4688 - Bairro São Cristóvão - CEP 95060-145 | Caxias do Sul - RS - Brasil | Tel. +55 (54) 2101.5700

www.valeo-thermalbus.com/br



# O tortuoso caminho da rentabilidade

Ford tomou decisões difíceis para poder retomar o caminho do lucro na América do Sul

**N**o seu último balanço financeiro, referente ao segundo trimestre de 2020, a Ford América do Sul reportou o terceiro trimestre consecutivo de redução no prejuízo. Não é, ainda, motivo para soltar rojões, mas indica um caminho em direção à rentabilidade – mantido, inclusive, durante o período mais crítico da pandemia.

O presidente Lyle Watters diz não conseguir visualizar quando a operação local parará de gerar prejuízo e voltará a enviar dividendos para a matriz, mas não deverá ser no terceiro trimestre, cujos resultados ainda não foram divulgados: "Mas está melhorando ano a ano".

Medidas duras foram, e ainda estão sendo, tomadas pela Ford para superar os muitos obstáculos. A mais expressiva foi o fechamento da fábrica de São Bernardo do Campo, SP, e a saída do negócio de caminhões na região, no ano passado. Mais recentemente a empresa resolveu endurecer as negociações com um importante cliente: as locadoras.

"Nós nos afastamos de alguns negócios de vendas a frotistas com margens baixas. Dessa forma dissemos não para algumas grandes locadoras."

A ideia é ser mais seletiva nas negociações, abrindo mão de volume e, por consequência, de participação de mercado: "Não penso apenas no volume, porque já vi



Divulgação/Hyundai

## Perspectivas

● 2020 | ● 2021

Mercado total (em mil unidades)			Montadora (em mil unidades)**			Macroeconomia			
Produção	Vendas	Exportação*	Produção	Vendas	Exportação*	PIB(%)	Dólar(R\$)	Selic(%)	Inflação(%)
-28% a -30%						-5	5,25	2	2
25%						3,5	5	2,5	3

empresas terem problemas ao perseguir só volume. Isso é importante, mas ainda mais importante é a escolha de onde você quer jogar. É necessário ser seletivo, saber onde podemos ter margem. E isso é saudável para manter viável o negócio".

Watters demonstra preocupação com relação ao futuro do negócio dentro do contexto atual do Brasil. Embora aposte na retomada das vendas, com algo em torno de 1,9 milhão a 2 milhões de unidades vendidas em 2020 e um crescimento de 25% em 2021 – caso a pandemia seja controlada, sem novos períodos de restrição –, o executivo aponta o dedo para a alta ociosidade com a qual a indústria brasileira terá que conviver nos próximos meses.

"As fábricas estão operando com 40% da capacidade, o que não é bom para os negócios. Pode levar mais dois ou três anos para recuperarmos totalmente os níveis de indústria com que convivemos em um passado recente. Acredito ser um problema, porque leva a preços mais baixos."

Ao mesmo tempo, segue Watters, há enorme pressão sobre as matérias-primas e os componentes importados por causa do dólar valorizado, o que joga na indústria uma necessidade de repasse de preços que pode não ser bem encarada pelo mercado. Aliado às deficiências de infraestrutura e às altas taxas de juros – o executivo admite não ter visto em nenhum

**“Nós nos afastamos de alguns negócios de vendas a frotistas com margens baixas. Dessa forma dissemos não para algumas grandes locadoras.”**

Lyle Watters,  
presidente da Ford  
América do Sul

outro lugar do mundo spreads tão alargados como os praticados pelo sistema bancário brasileiro –, já conhecidas do País, o trabalho das montadoras se torna ainda mais complicado.

"E há mais um ponto: a indústria automotiva recebe do Exterior de US\$ 11 bilhões a US\$ 14 bilhões por ano, com muito pouco saindo na forma de dividendos. Uma enorme quantidade de entradas apenas para manter o fluxo de caixa do negócio na região e continuar a investir. Isso não é sustentável. A indústria precisa passar por algumas mudanças estruturais."

Watters aponta como solução exportar, e não apenas para países vizinhos: "O Brasil não é um país exportador: faz negócios dentro da América do Sul. Eu adoraria ver nossa capacidade de exportar fora da região, mas os custos e os impostos não permitem ao Brasil ser competitivo o suficiente".

Watters aponta que cabe também ao governo fazer sua parte, reduzindo a carga tributária e a burocracia: "A reforma tributária é muito importante, desde que não aumente a carga, e a simplificação pode ajudar muito. Precisamos de um sistema que não leve a maiores taxas de litígio, e muito do que fazemos é litigado pelas autoridades. Isso tem que parar, não ajuda a confiança das empresas. A simplificação poderá ser uma ação muito positiva se o governo seguir em frente com isso". ■



# 2 milhões ainda em 2020

Além de um mercado maior do que as primeiras expectativas no auge da pandemia, GM espera mais 500 mil veículos vendidos na América do Sul em 2021

**A** convicção de que o mercado brasileiro, em 2020, atingirá quase 2 milhões de unidades não está fundamentada somente no portfólio renovado e em produtos campeões de venda. Tampouco nas respostas do consumidor sobre o reconhecimento das boas oferta de produtos, serviços e tecnologias. A justificativa de Carlos Zarlenga para acreditar em recuperação, digamos, mais agressiva dos mercados, tanto no Brasil quanto na América do Sul, é a necessidade de manter a operação relevante. E assim garantir a sobrevivência.

O presidente da GM para a América do Sul sacramenta que "o que não é core para a companhia corre riscos. Hoje a GM Brasil é core para a companhia. Mas daqui a três anos tudo pode mudar. O desafio é manter todos os dias a operação relevante para a matriz".

Zarlenga completou, em setembro, quatro anos à frente da operação no Brasil e, posteriormente, assumiu as responsabilidades da GM no subcontinente. No período em que garantiu e executou o plano de investimento que trouxe os novos Onix e Tracker, além de outros produtos que foram adiados pela pandemia, mas virão, Zarlenga adquiriu bastante conhecimento e confiança na planificação da companhia.

Durante os piores momentos da pandemia foi um dos poucos, e talvez o pri-



Divulgação/GM

## Perspectivas

● 2020 | ● 2021

Mercado total (em mil unidades)			Montadora (em mil unidades)			Macroeconomia			
Produção	Vendas	Exportação	Produção	Vendas	Exportação	PIB(%)	Dólar(R\$)	Selic(%)	Inflação(%)
2 000						-5,9	5,3	2	1,9
2 300						3,6	5,3	3	3,2

meiro presidente, a dizer que o rombo seria superior a R\$ 50 bilhões na cadeia automotiva. E agora, sem titubear e praticamente sem sotaque – o que demonstra realmente quando um líder estrangeiro fala com convicção e tranquilidade sobre seus objetivos – Zarlenga espera para o fim de dezembro 2 milhões de veículos vendidos: “Se não chegar vai faltar bem pouco para isso”.

Para o ano que vem haverá, no Brasil, a recuperação de 300 mil unidades acrescidas ao resultado projetado para 2020. Na Argentina as 280 mil unidades deste ano serão 40 mil a mais em 2021. No total a América do Sul tem potencial para mais 500 mil veículos vendidos em 2021 quando, segundo Zarlenga, a região terá um mercado de 3,4 milhões de unidades.

Mas as coisas não estão fáceis e o desafio é imenso para recuperar os prejuízos: “Temos que voltar à rentabilidade rápido”. Alguns ajustes importantes, como o apoio da GM a fornecedores mais vulneráveis para evitar qualquer risco de colapso em sua cadeia de peças, sistemas e componentes, dentre outras ações, não serão suficientes caso as projeções não se confirmem.

E a matemática já está pronta para o plano B: o ajuste de empregos na cadeia acompanhará a queda do volume de vendas:

“Temos que voltar à rentabilidade rápido. O que não é core para a companhia corre riscos. Hoje a GM Brasil é, mas daqui três anos tudo pode mudar. O desafio é manter todos os dias a operação relevante para a matriz.”

Carlos Zarlenga, presidente da General Motors para a América do Sul

“Se as vendas caírem 33% este será o percentual de ajuste na força de trabalho”.

Por isso Zarlenga espera um ritmo de vendas mensal a partir de outubro que seja próximo ou superior a 200 mil unidades. E que essa velocidade se mantenha no mercado no primeiro trimestre do ano que vem. Se não, “após esse período, será inevitável o ajuste nas fábricas”.

Não apenas pela pandemia mas este momento da história deixa a relevância do Brasil em xeque no tabuleiro automotivo global. Relevância que vem sendo perdida nos últimos anos e que pode ser atropelada pela transição para a eletrificação, que vai retirar recursos dos projetos de produtos tradicionais: “Isso causará impacto no volume de investimentos nos próximos três, quatro anos”.



# O pior já passou mesmo?

O presidente da Honda, Issao Mizoguchi, entende que há possibilidade de que ainda não, especialmente no mercado de veículos e na economia

**M**esmo com tantas dificuldades em 2020 o presidente da Honda South America, Issao Mizoguchi, tem dúvidas se o pior já passou. Nem tanto com relação à pandemia, embora acredite que apenas uma vacina coloque ponto final na covid-19 e espante a possibilidade de novas medidas de isolamento no Brasil e no Exterior, mas sim quando analisa a economia e o mercado brasileiro de veículos.

Os bons resultados das vendas no mercado brasileiro em agosto e setembro surpreenderam a Honda, mas não o suficiente para acender a chama do otimismo em uma empresa que sempre se comportou com os pés bem no chão. Mizoguchi questiona: é mesmo uma tendência, uma recuperação?

"Não consigo medir o quanto do resultado de agosto e setembro significa uma demanda reprimida de abril e maio, dois meses em que as lojas ficaram fechadas e o isolamento estava mais rigoroso. Então não sabemos qual é o tamanho real do mercado atual."

As projeções da Honda para o mercado em 2020 indicam queda de 30% nas vendas – e Mizoguchi prefere não arriscar palpite para o ano que vem. O fim do auxílio emergencial de R\$ 600 preocupa o presidente da Honda: apesar de não estar diretamente vinculado ao mercado



Divulgação/Honda

# NOSSOS CONSUMIDORES SÃO TÃO IMPORTANTES PARA NÓS QUE ACHAMOS UM JEITO DE CAMINHAR JUNTOS ATÉ QUANDO ELES ESTÃO A PÉ.

VOTE NA PROMOÇÃO “PEGADA CONTINENTAL” NA CATEGORIA  
“MARKETING, COMUNICAÇÃO E PROPAGANDA/FORNECEDORES”,  
NO PRÊMIO AUTODATA.

Conheça o case da promoção realizada em 2019 que premiou os clientes com um par de tênis Adidas. Afinal, nosso espírito inovador vai além da paixão por veículos: ele também está presente na forma como nos conectamos com as pessoas.



Aponte sua câmera para este QR Code para votar: será uma honra receber seu apoio.

SIGA NOSSAS REDES E FIQUE POR DENTRO DAS PRÓXIMAS AÇÕES.





## Perspectivas

● 2020 | ● 2021

Mercado total (em mil unidades)			Montadora (em mil unidades)			Macroeconomia			
Produção	Vendas	Exportação	Produção	Vendas	Exportação	PIB(%)	Dólar(R\$)	Selic(%)	Inflação(%)

-30%

-30%

Um pouco  
melhor

automotivo o valor ajuda a movimentar a economia, no entender do executivo, que acrescenta ser necessário o governo fazer com que a economia ande, agora, com suas próprias pernas.

"Não sabemos ainda se haverá investimento em infraestrutura, algo para incentivar o emprego. Porque é isso que o Brasil precisa: emprego."

A questão cambial é outro foco de atenção do presidente da Honda, que no ano passado já havia relatado possibilidade de inflação gerada a partir da subida do dólar. "Achei que as reservas poderiam segurar um pouco mais a moeda, mas não foi o que aconteceu. No começo do ano o dólar estava em R\$ 4,10, agora supera os R\$ 5. É um aumento de 35% no custo não só da indústria, mas de toda a população."

Mizoguchi admitiu, porém, que as vendas de veículos deverão ser ao menos um pouco superiores às deste ano em 2021. E lembrou que a companhia, assim como suas competidoras, tem um desafio importante para o ano que vem:

"Precisamos fazer grandes investimentos para a próxima fase do Proconve, a L7, que entra em vigor em janeiro de 2022. Estamos nos preparando para adequar nossos produtos e processos das fábricas à nova legislação, mas vamos precisar correr. A covid-19 atrasou um pouco o desenvolvimento, pois foi preciso, por

**“Não sabemos ainda se haverá investimento em infraestrutura, algo para incentivar o emprego. Porque é isso que o Brasil precisa: emprego”**

Issao Mizoguchi, presidente da Honda South America

exemplo, fechar nossos centros de pesquisa no Japão. Será uma corrida contra o tempo para que não atrase".

A produção da Honda acompanhará o desempenho do mercado. Esperem, portanto, queda de 30% neste ano – até porque Itirapina, SP, que produz Fit, WR-V e HR-V, e Sumaré, SP, de onde saem City, Fit e Civic, ficaram mais de cem dias sem produzir este ano por causa da pandemia e depois para ajustar os estoques à nova demanda. Em 2021 a expectativa é "um pouco melhor do que 2020".

As exportações caíram mais da metade e a tendência é permanecer em níveis baixos, por uma razão: a Honda do Brasil deixou de exportar para a Argentina em maio, quando a fábrica argentina parou de produzir automóveis. Sem intercâmbio de lá para cá, a Honda não tem como atender o flex e precisa pagar imposto de importação, o que torna mais atrativo importar modelos de outros países.

# NOVO IVECO DAILY

O único com beleza de carro e força de caminhão.

No trânsito, a vida vem primeiro.



#### Segurança

Controle de estabilidade e tração adaptativo e auxílio de partida em rampa



#### Conforto

Novo interior com ar-condicionado digital, volante com comandos integrados, melhor ergonomia e kit multimídia



#### Economia

Menor custo operacional da categoria



#### Beleza

Design global, mais moderno, funcional e aerodinâmico



#### Força

A força do consagrado motor e chassi Daily e o melhor trem de força da categoria



#### Carteira B

Nas versões 3,5 toneladas



Único como você.

**IVECO**



# Um 2021 10% abaixo de 2019

Ganhando posições no ranking com paralisação das vendas às locadoras Hyundai encontra na pessoa física um importante cliente na pandemia

O acompanhamento apurado da realidade pela Hyundai, analisando dia-a-dia o desempenho de cada um dos seus modelos no mercado, sinaliza para uma recuperação gradual das vendas capaz de terminar 2020 com 1,9 milhão ou até 1 milhão 940 mil unidades negociadas no País. A empresa informa que já ganhou três posições no ranking das mais vendidas. E que esse ritmo tem tudo para continuar no ano que vem, cujo resultado pode ser apenas 10% menor do que o de 2019.

No período mais duro da pandemia, até agora, claro, a Hyundai calculou que o mercado teria uma retração maior do que os 26% esperados para o mercado total em 2020. E no ano que vem a queda, nas suas contas, já está em 16% com viés de baixa, de acordo com Angel Martinez, vice-presidente de vendas, pós-vendas, marketing, relações públicas e logística:

"Analisamos fortemente a tendência para os próximos meses, modelo a modelo. Não temos Creta para entregar no momento. Nossa fábrica trabalha em dois turnos por causa da pandemia e, nas concessionárias, faltam modelos com motor turbo. O estoque está muito baixo. Isso demonstra que existe uma demanda no mercado, que deve se manter assim em 2021".

Assim como outras montadoras a



Divulgação/Hyundai

## Perspectivas

● 2020 | ● 2021

Mercado total (em mil unidades)			Montadora (em mil unidades)**			Macroeconomia			
Produção	Vendas	Exportação	Produção	Vendas	Exportação	PIB(%)	Dólar <sup>(R\$)</sup>	Selic(%)	Inflação(%)
1 912	1 890	283	149,7	152	4	-6,4	4,95	2	1,5
2 398	2 325	349	172,1	166,8	5,3	4,4	4,5	2	2,7

“A queda das vendas para pessoas físicas foi menor do que as vendas corporativas. Quando a locadora para de comprar a Hyundai se destaca. Éramos a sétima em vendas e agora estamos em quarto lugar.”

Angel Martinez,  
VP de vendas, pós-vendas, marketing, relações públicas e logística da Hyundai

Hyundai entende que o mercado interno está muito apoiado nas vendas corporativas, principalmente para locadoras. Exatamente no período em que as locadoras pararam de comprar, em abril, maio e junho, as projeções das montadoras davam conta de um tombo de 40% do mercado total. O efeito das locadoras na ociosidade das fábricas assustou as empresas. Mas, ao mesmo tempo, possibilitou que os negócios tivessem um direcionamento um pouco diferente, por causa das margens mais elevadas nas pouquíssimas vendas realizadas para pessoas físicas.

“A queda das vendas para pessoas físicas foi menor do que as vendas corporativas. Quando a locadora para de comprar a Hyundai se destaca. Éramos a sétima em vendas e agora estamos em quarto lugar.”

A Hyundai reduziu a participação em negócios com as locadoras para 12%, enquanto, segundo os seus cálculos, 33% das vendas totais estão apoiadas nessa modalidade: “Locadora e pessoa jurídica sustentarão o mercado. Isso só mudará quando o desemprego cair”.

A guerra de preços patrocinada pelas locadoras – que fazem leilões com as montadoras em busca do menor custo para comprar grandes volumes de carros – e o desemprego são os principais entraves para um desenvolvimento mais

sadio da indústria automotiva. Outro problemão, para a Hyundai, é o câmbio, cuja desvalorização de mais de 30% do real, traz grande impacto nos custos de produção: “Ninguém poderia imaginar o que estamos passando agora. Mas, ao mesmo tempo que muita coisa mudou, pouco mudou. Temos os mesmos problemas para resolver e com um desafio adicional com a piora da cotação”.

O executivo conta que está na cultura da empresa coreana enxergar oportunidades de crescimento em mercados em retração. Manter a agilidade logística, os padrões de qualidade e de produtividade em Piracicaba, além desse olhar de águia nas vendas de seus modelos, são pontos importantes da sua estratégia.

Com seus planos de lançamentos mantidos, inclusive um novo serviço de mobilidade ainda em 2020, a expectativa para 2021 é a melhor possível. A Hyundai acredita que o agronegócio levará o PIB a subir a 4,4%: “Nunca tivemos commodities vendidas pelos próximos três anos. Isso ajudará muito a economia”.

Outra ajudinha sonhada por Martinez: uma simplificação da carga tributária que desonere automóveis e seja capaz de induzir o consumidor a ir às compras de produtos com preços um pouco menores: “Se as vendas aumentam o governo também se beneficia”.



# Nas prateleiras de cima

Nissan deixa de produzir o March em Resende e foca em modelos de maior rentabilidade

**A** Nissan promoveu uma verdadeira revolução no seu planejamento para a operação brasileira com a chegada da pandemia. Como conta seu presidente, Marco Silva, "o plano de referência foi rasgado e fizemos um novo. Precisamos nos reinventar, deixar de lado velhos conceitos e criar novos para administrar o negócio".

Duas decisões, em particular, foram duras: a primeira foi o fechamento do segundo turno e a demissão de 398 trabalhadores da fábrica de Resende, RJ, logo nas primeiras semanas de covid-19 – sendo que há dezoito meses o pensamento era o oposto, de abrir o terceiro turno. A segunda foi antecipar o fim da vida do hatch compacto March no Brasil: desde agosto ele não é mais produzido e não há planos de importar a nova geração.

O objetivo, garante Silva, é a lucratividade. As margens do hatch compacto não eram tão largas quanto, por exemplo, a do SUV Kicks, o Nissan mais vendido no Brasil: "Nós nos concentraremos em modelos de maior valor agregado, como o Kicks, a Frontier e o V-Drive [o Versa de antiga geração]. Foi necessário atrasar lançamentos para adequar o fluxo de caixa, então o novo Versa [importado do México] chega até o fim do ano em vez de no primeiro semestre, como prevíamos anteriormente".

A justificativa para deixar de competir



Divulgação/Nissan

## Perspectivas

● 2020 | ● 2021

Mercado total (em mil unidades)			Montadora (em mil unidades)			Macroeconomia			
Produção	Vendas	Exportação	Produção	Vendas	Exportação	PIB(%)	Dólar(R\$)	Selic(%)	Inflação(%)
1 915	1 800	284	52	62	8	-7	5,20	2	2
	2 300		65	78	8	3,5	5	2,5	3

na base do mercado é a projeção para os próximos anos. Silva acredita que a recuperação da economia brasileira será em K, ou seja, a porção mais endinheirada voltará a crescer rápido e os mais pobres passarão por um período maior de dificuldades. Haverá demanda por modelos urbanos, como o Kicks, e do agronegócio, caso da Frontier.

"A economia não parará pois existe um motor por trás dela. Uma parte ainda sofrerá bastante mas alguns segmentos registrarão impacto menor, até venderão mais. Então aquele volume do hatch B será compensado pelo sedã C, ou pelo SUV B. Nossa bola de cristal indica esse sentido, então tomamos a decisão de racionalizar a capacidade da fábrica."

Resende abastecerá principalmente o mercado interno. As exportações, que vinham crescendo, reduziram em 50% em 2020 e deverão se manter na casa das 8

mil unidades também em 2021. O que pode mudar por causa do dólar, na casa dos R\$ 5: "O câmbio nesse patamar deixa nosso produto mais competitivo. Estamos, junto com a matriz, buscando abrir espaço em outros mercados, especialmente nas américas do Sul e Central".

Marco Silva acredita que as vendas domésticas fecharão 2020 na casa de 1,8 milhão de unidades, 1 milhão abaixo da projeção original, feita antes da pandemia. Para 2021 a expectativa é mercado brasileiro de 2,3 milhões de veículos e retornar ao patamar de 2019, 2,6 milhões, já em 2022.

Essas projeções servem como argumento para justificar novos investimentos na região. No ano que vem a Nissan começa a produzir em Resende a nova geração do Kicks, que demandou US\$ 40 milhões – que não foram anunciados como um ciclo mas compuseram aporte na operação local. Recentemente foram anunciados outros US\$ 130 milhões na Argentina, para expandir a produção da picape Frontier. "O próximo ciclo de investimentos é nosso. Estamos trabalhando bastante e espero trazer boas novidades nos próximos meses."

Outro trabalho, este com a parceira da Aliança, a Renault, é o de localização de peças. A ideia, segundo Silva, é construir um plano integrado de curto e médio prazo: "Os fornecedores também sofrem com o dólar alto".

"O plano de referência foi rasgado e fizemos um novo. Precisamos nos reinventar, deixar de lado velhos conceitos e criar novos para administrar o negócio."

Marco Silva, presidente da Nissan



# Um ano para pegar impulso

Grupo PSA prepara a fábrica de Porto Real para ofensiva de novos produtos no mercado brasileiro

Independente do desempenho do mercado brasileiro 2021 será um ano de menor volume de produção de modelos Peugeot e Citroën em Porto Real, RJ, comparado com 2020. A fábrica do Grupo PSA deixou de produzir o Peugeot 208, cuja nova geração chega importada, e passa por transformação para receber a plataforma CMP – a mesma já em operação em El Palomar, Argentina, para produzir o novo 208. De lá sairão outros modelos, mas qual?, ou quais?, o presidente para a América Latina, Patrice Lucas, ainda não revela.

O investimento de R\$ 220 milhões na unidade sul-fluminense foi mantido mesmo com a pandemia, embora inevitavelmente alguns prazos tenham sido alongados: a fábrica ficou três meses parada por causa da pandemia da covid-19, o que atrasou cronogramas de desenvolvimento, sobretudo dos novos produtos.

“Estamos preparando a fábrica para o novo produto e uma nova ofensiva no mercado brasileiro. Devemos ter um incremento forte de produção em 2022.”

Já pensando no futuro a PSA adaptou, durante a pandemia, o quadro de trabalhadores, que será mantido mesmo com a produção menor. Segundo Lucas eles serão necessários para o volume programado para o ano seguinte. Em paralelo seguem negociações com fornecedores



Divulgação/PSA



# POWERING PROGRESS TOGETHER

A Marelli é uma das quatro empresas indicadas como finalistas no Prêmio AutoData na categoria Sistemista

Seu voto é essencial para apoiar aqueles que contribuem para o desenvolvimento sustentável da mobilidade brasileira e global. Contamos com ele

A MARELLI é um dos principais fornecedores independentes em nível global no setor automotivo.

Com experiência e valores de referência em inovação e excelência em manufatura, a missão da MARELLI é transformar o futuro da mobilidade.

A Marelli, presente no Brasil com uma história de sucesso de mais de 40 anos, expande sua presença no mercado e enriquece sua oferta aos clientes, graças à nova Unidade Interior Experience.



MARELLI.COM



## Perspectivas

● 2020 | ● 2021

Mercado total (em mil unidades)			Montadora (em mil unidades)			Macroeconomia			
Produção	Vendas	Exportação	Produção	Vendas	Exportação	PIB(%)	Dólar(R\$)	Selic(%)	Inflação(%)
-30% a -35%	-30% a -35%	-30% a -40%	Queda	Queda	Queda	-5 a -7		2	2
Elevação	20% a 25%	Elevação		Elevação		3 a 5		2,5	3

para nacionalizar peças e componentes e, assim, tentar escapar da dependência cambial.

“A questão é que muitos componentes ainda não são competitivos no Brasil. É uma preocupação, pois temos desvantagens com relação ao México e a outros países. As reformas do governo precisam avançar para que tenhamos a possibilidade de melhorar a competitividade.”

Porto Real à parte em termos comerciais a PSA tem boas perspectivas para seu desempenho no mercado brasileiro em 2021. A intenção de Lucas é crescer um pouco acima da média do mercado, justamente por causa do primeiro ano cheio de vendas da nova geração do 208. O bom desempenho dos utilitários Peugeot Boxer, Partner e Expert e Citroën Jumpy e Jumper é outra razão para que ele acredite em volumes maiores para suas marcas – e a picape Peugeot Landtrek ainda pode ampliar os volumes do segmento se chegar ao mercado em 2021.

É preciso crescer volumes: até setembro, segundo dados da Fenabrave, a Peugeot ocupa a décima-quinta posição do ranking de automóveis e comerciais leves do mercado brasileiro, com 8,4 mil licenciamentos. Ficou atrás da BMW, que atua exclusivamente no segmento premium.

A Citroën tem desempenho um pouco melhor: décima-terceira posição, 10,3 mil

“Muitos componentes ainda não são competitivos no Brasil. É uma preocupação: temos desvantagens ante o México e outros países”

Patrice Lucas,  
presidente da PSA  
para América Latina

emplacamentos. Somadas, acumulam 18,8 mil unidades comercializadas em nove meses, o que representa 1,45% de participação. Nem assim entrariam no Top 10 do mercado, perdendo para a Nissan, décima colocada, que tem 3,35% de fatia de mercado.

A expectativa da PSA para o mercado total em 2021 é crescimento de 20% a 25% ante o volume de 2019, que terá vendas de 30% a 35% inferiores a 2019: “No ano que vem ainda não recuperaremos a queda deste ano”.

A partir de janeiro a companhia começa a vender, importado da Europa, seu primeiro modelo elétrico, o 208 e-GT. Lucas confessa não esperar grande volume, ainda, mas inicia um plano de oferecer opções híbridas, híbridas plug-in e elétricas de seus modelos aqui vendidos, mantendo a mesma carroceria da versão a combustão.

Será em 2021, ainda no primeiro trimestre, que o Grupo PSA passará a integrar a Stellantis, nome criado para a companhia que resultará da fusão com a FCA. O presidente para a América Latina esclareceu que muitas das sinergias – que eram estimadas em € 3,7 bilhões em dezembro do ano passado, quando a fusão foi anunciada, e foram ampliadas para € 5 bilhões em setembro – sairão das operações da América Latina. ■

# 44 PAÍSES. 5 CONTINENTES. 1 DESTINO: O SEU.



A Keko é fornecedora oficial das maiores montadoras e está presente nos quatro cantos do mundo. Uma marca alcançada através do empenho em criar diferente, fazendo a inovação de cada projeto cruzar fronteiras e chegar às mais diversas personalidades do planeta.

**Seja qual for o destino, a Keko está presente no caminho.**

Fornecedora oficial das maiores montadoras mundiais.



Jeep



 **KEKO**  
SEU CARRO, SUA PERSONALIDADE



# Troca de planilha

Após consecutivos anos de ganho de participação a Renault passará por 2020 com queda superior à do mercado – mas o foco, agora, é a rentabilidade.

**D**esde 2010 a Renault, ano a ano, registrou desempenho superior à média do mercado, celebrou ganhos de participação e escalou degraus no ranking brasileiro de automóveis e comerciais leves. O ápice foi em 2019, quando fechou o ano com 9% das vendas e foi a quarta marca mais vendida no mercado nacional, com 239,2 mil unidades licenciadas.

Ao fim de 2009 ocupara a quinta posição, com 117,5 mil emplacamentos e 3,9% das vendas.

Esta série de desempenhos superiores aos do mercado deverá se encerrar neste 2020, admite o presidente da Renault do Brasil, Ricardo Gondo. Não apenas pela pandemia: uma greve de mais de vinte dias em São José dos Pinhais, PR, prejudicou o abastecimento da rede e provocou reflexos nos resultados – no acumulado até agosto ficou na sétima posição do mercado, com 7,1% de participação e queda de 48,4% nas vendas, diante de um mercado com recuo de 35,8% com relação aos oito primeiros meses de 2019.

A greve, porém, contribuiu para trilhar o caminho da Renault nos próximos anos. A planilha em destaque no computador de Gondo agora é outra: a da rentabilidade:

“O ambiente de negócios mudou muito com a covid-19. Nosso foco não é perder menos mercado, mas perder menos di-



Divulgação/ Renault

## Perspectivas

● 2020 | ● 2021

Mercado total (em mil unidades)			Montadora (em mil unidades)			Macroeconomia			
Produção	Vendas	Exportação	Produção	Vendas	Exportação	PIB(%)	Dólar(R\$)	Selic(%)	Inflação(%)
1 880			186	127	60	-6	5,19	2	1,6
2 250			229	162	72	3,6	5	2,5	3

“O ambiente de negócios mudou muito com a covid-19. Nosso foco não é perder menos mercado, mas perder menos dinheiro, preservar nosso caixa. Participação é só um dos indicadores.”

Ricardo Gondo,  
presidente da  
Renault

nheiro, preservar nosso caixa. Participação é só um dos indicadores”.

Um acordo com o Sindicato dos Metalúrgicos de Curitiba e Região, após meses de discussão que envolveu além da greve demissões e readmissões de 747 trabalhadores – o equivalente à força de trabalho do terceiro turno – garantiu previsibilidade para a operação Renault no Paraná até 2023. Foi aberto um PDV, o excedente do quadro colocado em lay off, os reajustes e PLR estão definidos para os próximos anos e há a promessa de um novo produto para a fábrica.

Sobre investimentos, porém, Gondo disse não haver ainda martelo batido: “Um novo CEO assumiu a companhia recentemente e estamos fazendo uma revisão completa de nosso plano de negócios. E o momento também não é o mais propício para ficar negociando novos investimentos”.

Com relação ao mercado total a visão da Renault é de 1 milhão 880 mil unidades em 2020, recuo de 30% com relação ao resultado do ano passado. Recupera um pouco em 2021: 2 milhões 250 mil veículos novos vendidos, alta de 33%, com um ritmo mais forte de crescimento no primeiro semestre, que se compara a uma base mais baixa – mas ainda muito aquém das 2,6 milhões unidades comercializadas em 2019.

Gondo acredita também na recuperação das vendas diretas, modalidade de comercialização na qual a Renault tem uma presença importante. Ele projeta um retorno ao mesmo nível de 2019, após, este ano, locadoras e frotistas terem reduzido as compras.

O cenário projetado tem como base o crescimento de 3,6% no PIB brasileiro no ano que vem, após um tombo de 6% em 2020. E o mais importante: prevendo a chegada da vacina para a covid-19 no primeiro trimestre.

Mas não é só para as vendas tradicionais, o varejo, que a Renault olha. O carro como serviço é um dos modelos de negócio que a empresa estuda aqui no Brasil – e toca uma série de projetos-piloto.

E não só nos elétricos, com o qual mantém projetos de carsharing em São Paulo, Paraná, Distrito Federal e até Fernando de Noronha: com apoio do Banco Renault lançou, há alguns meses, o Loopster, plataforma digital de assinatura mensal de veículos.

Oferece planos de R\$ 970 mensais, com o Kwid e todos os impostos e seguros inclusos na parcela, a até R\$ 2 mil, para o Duster mais completo. Gondo disse tratar-se, ainda, de um projeto pequeno, mas já indica que a Renault enxerga que, no futuro, não bastará apenas produzir e vender carros. ■



# Fim do ciclo e busca por volumes

Em 2021 estarão no mercado todos os lançamentos prometidos pela VW no último ciclo de investimento. A consequência será a liderança?

**A** Volkswagen encerra em 2021 o seu último ciclo de investimentos anunciado no Brasil, que gerou vinte lançamentos e seus três primeiros SUVs produzidos na América do Sul: T-Cross, Nivus e Taos. Será um ano de consolidação dos lançamentos e busca por volumes – ainda que, garante o vice-presidente de vendas e marketing, Gustavo Schmidt, de forma responsável, sempre priorizando os resultados financeiros positivos da empresa e de sua rede.

A atual vice-líder de mercado tem a expectativa de fechar o ano na liderança, superando a General Motors. Conta com volumes adicionais do Nivus, cuja chegada animou a rede e acelerou a produção em São Bernardo do Campo, SP – em algumas regiões só há entrega disponível para dezembro – e da picape Amarok V6, produzida na Argentina com motor mais potente, que será apresentada no fim de outubro. Além do T-Cross, que chegou a liderar o ranking de automóveis e comerciais leves em julho.

“Podemos dizer que 2020 foram três anos em um: até março ritmos acelerados, em níveis superiores a 2019. Em abril e maio os volumes caíram quase 80%, provocando uma reformulação de todo o negócio, tanto na produção como na nossa área de vendas, marketing e negociação com a rede de concessionários. A partir do fim



Divulgação/VW

## Perspectivas

● 2020 | ● 2021

Mercado total (em mil unidades)			Montadora (em mil unidades)			Macroeconomia			
Produção	Vendas	Exportação	Produção	Vendas	Exportação	PIB(%)	Dólar(R\$)	Selic(%)	Inflação(%)
						3.6	5,47	3,55	2,67

de junho, começo de julho, com o retorno da produção, o mercado retomou e acho que seguiremos nesse nível de setembro, de 10% a 15% abaixo do ano passado, nos próximos meses”.

Schmidt disse que a Volkswagen trabalha com perspectivas semelhantes às da Anfavea para este ano: vendas de 1 milhão 828 mil automóveis e comerciais leves, 31% abaixo de 2019. E para 2021 um crescimento de 10% a 20% sobre esse volume:

“Sem dúvida será melhor que 2020. Acredito nos dois dígitos de crescimento, mas deixo essa lacuna grande na porcentagem da recuperação, sem cravar um número, por causa das incertezas, especialmente relacionadas à pandemia. Os casos estão voltando na Europa, obrigando a medidas de fechamento e não sabemos como será por aqui”.

O vice-presidente da Volkswagen acredita que o pior da pandemia no Brasil já tenha passado, mas mantém a cautela. Acrescentou que é fundamental a recuperação dos empregos no País, assim como o avanço das reformas no Congresso.

Apesar de todas as dificuldades impostas, segundo Schmidt, a pandemia colaborou de certa forma para a aceleração de um processo que a Volkswagen já tinha estabelecido como um dos prioritários: a digitalização das vendas e do negócio como um todo. O VP da VW disse que não

“Sem dúvida será melhor que 2020. Acredito em dois dígitos de crescimento, mas ainda há incertezas relacionadas à pandemia.”

Gustavo Schmidt,  
VP de vendas  
e marketing da  
Volkswagen

estará satisfeito até que todo o processo seja conduzido em um smartphone.

“Claro que a venda física não vai acabar: as duas conviverão. Mas nós acreditamos que a digitalização tem e terá cada vez mais importância dentro do processo de compra de um automóvel.”

O executivo espera ter no ano que vem 100% da rede adequada às ferramentas digitais, como o DDX. Também a partir de 2021 começa o processo de atualização da identidade da rede, adotando o novo logotipo 2D. “Era algo previsto para este ano, mas postergamos por causa da situação.”

Com relação às fábricas o executivo reforçou a importância do processo de readaptação do quadro de trabalhadores diante da ociosidade. Embora a VW siga buscando novos mercados de exportação para seus modelos a dependência ainda grande da Argentina para as vendas externas não faz o executivo acreditar em grandes saltos no ano que vem. “O câmbio colabora para as exportações, que acredito serão maiores do que em 2020, mas nada que exija níveis elevados de produção.”

Segundo o executivo a produção brasileira de veículos deverá acompanhar o ritmo do mercado brasileiro, de 10% a 20% superior à deste ano, 1,8 milhão de unidades, de novo alinhado com as estimativas da Anfavea. Mas com a Volkswagen crescendo um pouco mais do que a média. ■



# De carona no agro

Fabricantes de caminhões estão ligeiramente otimistas com o ano que vem, ainda que com ressalvas. Já nos ônibus a coisa anda bem complicada.

No começo de outubro a Anfavea revisou suas projeções para o segmento de veículos comerciais no Brasil para 2020, e os novos números, nas palavras do vice-presidente Marco Saltini, são ruins mas "menos ruins" do que se calculou em julho, sob o impacto do período mais agudo da pandemia.

Agora a expectativa é de uma queda de mercado interno de 21%, para 97 mil unidades. Até então o índice de baixa estimado era de 39%, para 75 mil. 2019 fechou com 122 mil unidades licenciadas e a expectativa inicial, pré-pandemia, era de 143 mil, alta de 17%.

Subdividindo as novas projeções para os caminhões se espera 83,5 mil unidades vendidas, redução de 18% ante o total do ano passado, e nos chassis de ônibus baixa bem mais pronunciada, de 33%, para 13,5 mil.

No acumulado até setembro as vendas de caminhões apontam 62,8 mil unidades, em redução de 15,4%. Se o mercado continuar a registrar de 7 mil a 8 mil unidades vendidas ao mês, o que Saltini entende como o novo patamar, a nova projeção será ultrapassada até com certa facilidade, para além de 84 mil.

Nos ônibus o acumulado do ano registra 10 mil emplacamentos, 34% aquém do mesmo período de 2019, 15,2 mil. Dos 1,2 mil de setembro boa parte deveu-se ao programa federal Caminho da Escola, segundo Saltini, pois "os urbanos e rodoviários seguem muito retraídos e representam o ponto mais crítico, hoje, do setor automotivo nacional. O segmento requer

ajuda do governo".

Para a produção, somados caminhões e ônibus, os novos indicadores apontam redução de 33%, para 95 mil. Antes, em julho, acreditava-se em diminuição de 42%, para 82 mil. Naquele janeiro pré-pandemia falava-se em avanço de 13,4% ante as 141 mil unidades produzidas no ano passado, o que resultaria em 160 mil unidades.

A principal razão para os números um pouco menos drásticos no segmento, apontada pela Anfavea, é o bom desempenho do agronegócio, que está demandando caminhões pesados para escoar a safra recorde, além do e-commerce, segmento alavancado durante a pandemia e que necessita tanto dos caminhões pesados quanto dos leves para entregas urbanas.

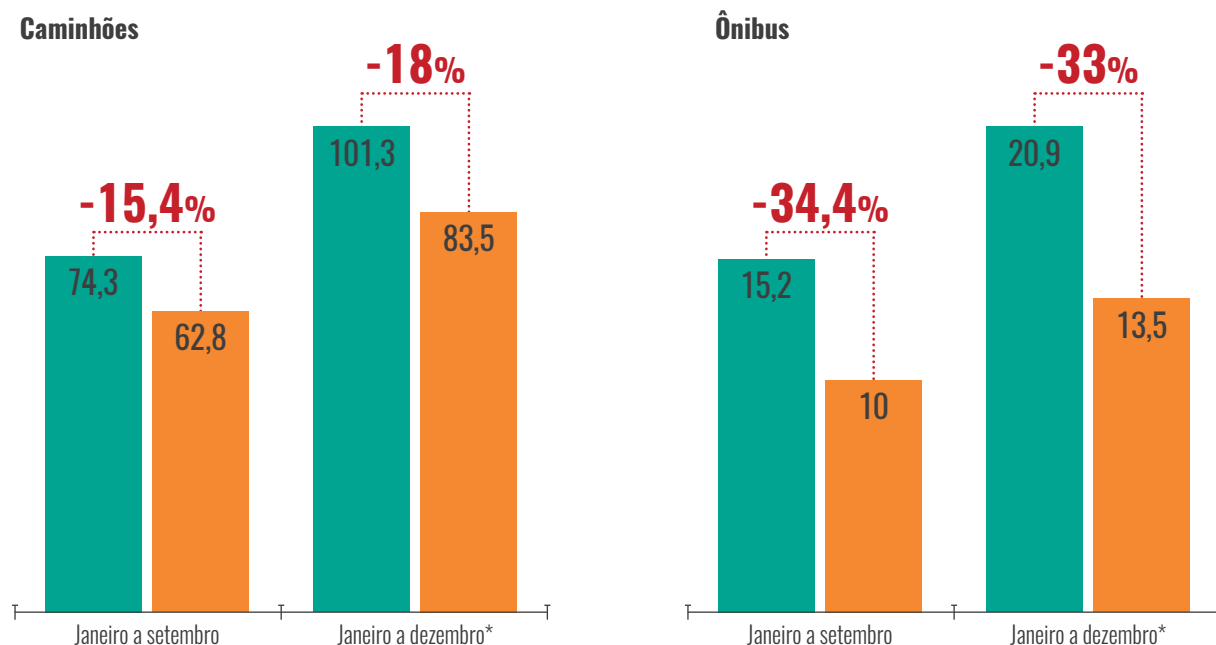
Até nas exportações as expectativas para esse ano melhoraram um pouco, dentro do possível: a Anfavea estima agora embarque de 14 mil caminhões e ônibus, redução de 32%, quando antes calculara baixa de 43%, para 12 mil. Com isso houve até uma aproximação com a projeção pré-pandemia, que já estimava baixa para 2020 de 22,7%, com 16 mil unidades – 2019 fechou com 21 mil.

Esses números formam o alicerce para as projeções dos executivos do segmento ouvidos por AutoData. O sempre otimista Roberto Cortes, presidente da Volkswagen Caminhões e Ônibus, entende ser este 2021 "o ano mais difícil de se projetar" devido às incógnitas geradas pela pandemia, mas é taxativo: "Descarto ficar pior do que este ano. Todos os fundamentos da econo-

## Mercado interno de caminhões e ônibus

● 2019 ● 2020

Em mil unidades/\*Projeção



mia apontam para crescimento em 2021".

Alcides Cavalcanti, diretor executivo de caminhões da Volvo, conta que "é muito difícil analisar como será o mercado no ano que vem. Todas as empresas no mundo estão olhando a perspectiva de curto prazo e não é diferente aqui. Trabalhamos com o horizonte de apenas três meses". Mas entende que a baixa deste ano nos caminhões neste ano não pode ser considerada catastrófica e vê os próximos meses de maneira ligeiramente otimista.

Por seus lados Iveco e DAF não têm exatamente do que reclamar, ambas surfando em boa onda com lançamentos mantidos apesar da pandemia: a primeira com a nova geração do Daily, se aprovei-

tando da ausência da Ford e do impulso do e-commerce nos leves, e a segunda com o novo XF nos pesados.

Ricardo Barion, diretor comercial da Iveco para a América do Sul, considera: "Ainda não sabemos se o mercado cresce ou se mantém em 2021, mas acredito que não será um ano de queda".

E na Mercedes-Benz o novo presidente Karl Deppen ainda observa os movimentos e entende o ano que vem como uma grande interrogação, ainda que espere por vendas de caminhões melhores na comparação com 2020, "sobretudo para frotistas que atendem ao agronegócio, que é um setor que está se beneficiando do câmbio valorizado". ■



# A hora da verdade

Novo pesado eleva as expectativas da DAF para o ano que vem, quando pretende buscar a liderança no segmento via agronegócio

O ano 2020 tem sido um período e tanto para a DAF no Brasil, apesar da pandemia. Afora completar sete anos de operações no País, em outubro, é período importante para a montadora em termos de realizações: lançou geração renovada de seu modelo pesado, o XF, depois de muito tempo buscando volume e margem de mercado que justificassem a novidade, e expandiu a capacidade de produção da fábrica de Ponta Grossa, PR, em 25%, algo importante para uma companhia que demonstrava sua caminhada a passos comedidos.

Estes são considerados fatores suficientes para levar a empresa a acreditar que, em 2021, venderá mais caminhões do que em 2020. Segundo Lance Walters, que assumiu a presidência em janeiro, as projeções indicam aumento de 30% nas vendas de caminhões DAF em 2021 ante 2020. E com base na projeção preliminar a empresa olha para o ano que vem com otimismo, de acordo com seus principais indicadores de desempenho.

"As vendas neste ano serão menores, é evidente. Por outro lado o câmbio seguirá favorecendo os produtores agrícolas nas exportações. Com uma maior produção agrícola cresce também a demanda por caminhões, e assim podemos acreditar que, sim, é possível aumentar as vendas em 2021. Sobre tudo porque temos um



Divulgação/DAF

## Perspectivas

● 2020 | ● 2021

Mercado total (em mil unidades)			Montadora (em mil unidades)			Macroeconomia			
Produção	Vendas	Exportação	Produção	Vendas	Exportação	PIB(%)	Dólar(R\$)	Selic(%)	Inflação(%)
						-4,7	5,4	3,1	1,83
			+ 30%			3,2	5,4	3,1	3,24

produto novo no segmento que mais atende ao agronegócio."

A nova geração do XF é vista pela companhia como a grande cartada para buscar posições mais altas no ranking de vendas, no qual Scania, Volvo e Mercedes-Benz historicamente são cativas.

Se, antes, na busca por melhores posições no ranking dos mais vendidos pesava o fato de o caminhão pesado DAF ter uma cabine obsoleta na comparação com as dos demais competidores, acredita-se que, agora, o item tenha sido riscado da lista.

Jogava contra, também, o tamanho da rede de concessionários, pois a DAF, concorrente com operação mais nova do que as demais, contava com reduzida capilaridade.

Deverá ser algo superado a partir do ano que vem: até o fim do ano a companhia pretende atingir 44 pontos no País, com a possibilidade de, em 2021, a depender da evolução do mercado, seguir em expansão: "Estamos conversando com uma série de grupos interessados".

Em setembro, segundo dados da Fenabreve, a empresa detinha fatia de mercado de 4,7%, o que lhe deu a sexta colocação. A líder M-B ficou com 33,4%.

No entanto, quando analisada a lista de emplacamentos dentro do segmento no qual a empresa compete, o pesado

**“Com uma maior produção agrícola cresce também a demanda por caminhões, e assim podemos acreditar que, sim, é possível aumentar as vendas em 2021.”**

Lance Walters,  
presidente da DAF

da DAF foi o segundo mais vendido no acumulado do ano até setembro, com 2,7 mil unidades, e superado em volume apenas pelo Volvo FH 540.

“Podemos dizer que nosso principal desafio no ano que vem será o comportamento do consumidor diante de incertezas naturais de um período marcado por uma crise. Por outro lado, se olharmos para como ele está se comportando agora, é possível acreditar que o mercado demandará mais caminhões no segmento em que atuamos.”

O câmbio favorável aos negócios no mercado externo se mostra atraente à montadora que, por ora, atende apenas ao mercado interno com os modelos produzidos no Paraná: os DAF que desembarcam nos demais países da América Latina são produzidos em outras unidades.

“Está nos planos iniciar um processo de exportação com baixos volumes nos próximos anos”.

O dólar valorizado ante o real hoje também é considerado pela empresa como um ponto de atenção: o XF tem quase metade do seu conteúdo produzido no Exterior, o que, reconhece Lance Walters, exerce pressão nas planilhas: “Há a expectativa de elevar o índice de conteúdo nacional em 10%, mas isso depende de como desenvolveremos os fornecedores locais”.

# Estabilidade à vista

Ao alcançar bons resultados com novos produtos e com a expansão da rede Iveco acredita que a pressão dos custos pelo câmbio pode inibir o crescimento em 2021

2020 pode vir a ser um ano surpreendente para a Iveco. A combinação de diversos fatores com lançamentos de produtos está contribuindo para o crescimento projetado ainda em 2019, ou seja, antes da pandemia. A praga do momento deu uma ajudazinha quando o mercado demandou mais entregas urbanas, segmento que a marca tem no novo Daily, recém-lançado, seu principal produto. Quase todos os segmentos estão tendo bons resultados este ano e o momento é de expansão da rede. A expectativa é manter o foco nessa trajetória de crescimento em 2021.

Ricardo Barion, diretor comercial da Iveco para a América do Sul, conta que “continuamos o investimento em novos produtos e nos piores momentos, abril e maio, não sentimos um recuo tão forte na demanda. E mesmo com sensível queda nas médias diárias em agosto e setembro a Iveco projeta conquistar um crescimento de 25% em 2020”.

A produção foi retomada em 21 de abril na unidade de Sete Lagoas, MG, uma das primeiras a retornar às atividades utilizando os protocolos de segurança aplicados meses antes nas fábricas da Itália. A principal razão, no entanto, foi o comportamento dos clientes, que mantiveram os pedidos.

De acordo com Barion as atividades ligadas à agricultura não só confirmaram a



Divulgação/Iveco



## Perspectivas

● 2020 | ● 2021

Mercado total (em mil unidades)			Montadora (em mil unidades)			Macroeconomia			
Produção	Vendas	Exportação	Produção	Vendas	Exportação	PIB(%)	Dólar(R\$)	Selic(%)	Inflação(%)
95	97	14				- 5	5,25	2	2,23
						3,5	5	2,5	3,02

necessidade dos caminhões que estavam sendo produzidos nos piores meses da pandemia como aceleraram as vendas: "Temos toda a produção de veículos para atividade agrícola vendida até dezembro. Esse volume representa 40% dos modelos semipesados e pesados da nossa produção".

O crescimento da demanda por veículos com capacidade até 3,5 toneladas para entregas de curtas distâncias, potencializado pela pandemia, também ajudou o principal produto da Iveco, o novíssimo Daily, lançado em março. Para Barion as condições oferecidas no financiamento, como o pagamento da primeira parcela após seis meses da compra, também atraiu o cliente: "Ganhamos participação nesse segmento".

Outros caminhões que movimentam a produção em Sete Lagoas são os modelos de 9 a 11 toneladas, também utilizados pelo setor de alimentos, entregas urbanas e e-commerce. E os 24 toneladas para transporte rodoviário que, segundo Barion, "parou mas retomou com força total no segundo semestre. Foi um crescimento em V".

Com a migração de alguns grupos de concessionários antes ligados à Ford Caminhões a expansão da rede Iveco demonstra que há oportunidades de negócios em diversas regiões do País. Em 2020

“É latente a necessidade de aumento de preços devido à variação do câmbio. Esse pode ser um limitador do crescimento em 2021.”

Ricardo Barion, diretor comercial da Iveco para a América do Sul

serão nomeados quinze novos concessionários e até dezembro estão previstos os últimos quatro novos pontos de venda.

Assim a produção, este ano, repetirá o resultado de 2019. Mas no ano que vem a situação pode complicar, por causa do brutal impacto do câmbio: "O que pode limitar o crescimento do mercado é o custo. Tivemos um aumento gigantesco com a variação cambial. Temos conteúdo importado e nossos fornecedores também".

A recomposição dessa variação dos custos ainda não foi totalmente repassada ao preço final dos caminhões. Mas essa é uma necessidade latente, segundo o executivo, porque em sua opinião a indústria não conseguirá sobreviver em 2021 com as margens atuais: "Ainda não sabemos se o mercado cresce ou se mantém em 2021. Mas acredito que não será um ano de queda. Pode vir a ser um ano de estabilidade".

# A grande interrogação

Incertezas levam a Mercedes-Benz a se arriscar pouco nas projeções para 2021. Queda em 2020 é estimada em dois dígitos.

**P**aira sobre a fábrica de São Bernardo do Campo, SP, onde fica também a sede administrativa da Mercedes-Benz no País, um grande ponto de interrogação. Pelo menos quando o assunto são projeções para 2021 e o que esperar do mercado, de fato, no ano que vem, dadas as incertezas que o envolvem como neblina.

Karl Deppen, presidente da companhia recém-chegado ao posto que, há pouco, era ocupado por Philipp Schiemer, é claro: "Não fosse a pandemia, e a paralisação das linhas de produção no País, poderíamos registrar resultados melhores no fim do ano".

A companhia aguardou com curiosidade a revisão dos números da indústria automotiva, feita pela Anfavea na primeira semana de outubro, para poder dar sequência ao planejamento correspondente ao próximo ano. Não apenas porque considera a cautela como postura adequada para o momento mas, também, porque tudo ao seu novo presidente lhe parece novidade.

Deppen tem trinta anos de Grupo Daimler, ocupando cargos ligados à gestão e finanças na China, nos Estados Unidos, no Japão e na Turquia, mercados, segundo o executivo, muito diferentes dos demais em termos operacionais e logísticos.

A cautela da companhia acerca do futuro dialoga também com a adaptação do novo presidente ao mercado da América Latina. Por ora, afirma Deppen, o que, sim,



Divulgação/MBB

## Perspectivas

● 2020 | ● 2021

Mercado total (em mil unidades)			Montadora (em mil unidades)			Macroeconomia			
Produção	Vendas	Exportação	Produção	Vendas	Exportação	PIB(%)	Dólar(R\$)	Selic(%)	Inflação(%)
						- 5	5,1	2	2
						3	5,1	2,75	3

“No ano que vem esperamos vendas de caminhões melhores na comparação com 2020, sobretudo para frotistas que atendem ao agronegócio, que é um setor que está se beneficiando do câmbio valorizado”

Karl Deppen,  
presidente da  
Mercedes-Benz

se pode esperar com certa certeza em 2020, em termos de volume de vendas no mercado total de caminhões e ônibus, é uma queda de dois dígitos. A nova projeção da Anfavea corrobora com a da Mercedes-Benz, ainda que a entidade tenha diminuído a queda de cerca de 40% para 20% até dezembro nas vendas, de 43% para 32% nas exportações e de 42% para 33% na produção.

“No ano que vem, por outro lado, esperamos vendas de caminhões melhores na comparação com 2020, sobretudo nas vendas para frotistas que atendem ao agronegócio, que é um setor que está se beneficiando do câmbio valorizado. Mas ao mesmo tempo o otimismo dá lugar à preocupação quando vemos um PIB que cresce pouco e mercados atingidos duramente pela pandemia no Exterior.”

A companhia espera que o PIB encerre 2020 em nível compreendido de 5% a 6% negativos. No ano que vem é possível que o produto interno bruto passe para o lado positivo, chegando a cerca de 3%.

Em termos produtivos a M-B tem na manga capacidade de adaptar o volume das linhas de São Bernardo do Campo, SP, de forma flexível, ou seja, sem que o fato de produzir mais ou menos caminhões configure mudanças bruscas em termos de equipamento e custo operacional.

Tal condição se tornou possível por meio

dos investimentos feitos na fábrica do ABC Paulista, sua maior unidade o País – em Juiz de Fora, MG, são produzidas cabines. Em São Bernardo do Campo, hoje, são produzidos caminhões e também chassis de ônibus em estrutura baseada nos conceitos da Indústria 4.0, ou manufatura digital, que tem como uma de suas principais características a integração de diversos produtos no mesmo processo de fabricação, fator diretamente ligado à redução de custo.

Parte relevante dos R\$ 2,4 bilhões destinados à operação brasileira no ciclo 2018-2020 foi aplicada em melhorias na linha de caminhões, ônibus e, em breve, nas áreas de produção de motores e transmissões: “Hoje a produção se adapta à capacidade e usufrui do benefício da flexibilidade. Conseguimos produzir ônibus rodoviários e urbanos na mesma linha, por exemplo.”

No caso das exportações, contudo, o executivo afirma que a companhia vive bom momento ainda que muitos mercados cativos dos seus ônibus estejam se recuperando dos efeitos da pandemia da covid-19.

“A Argentina vive um momento difícil, mas não vemos neste momento os embarques sendo muito afetados. A exportação de ônibus está muito forte, mas mesmo assim estamos em busca de contratos em outros mercados porque o dólar é favorável.”



# Dez pontos positivos. E um negativo.

Para o sempre otimista Roberto Cortes, presidente da Volkswagen Caminhões e Ônibus, só há uma certeza: 2021 não será pior do que 2020.

O presidente da Volkswagen Caminhões e Ônibus, Roberto Cortes, elenca dez pontos positivos para acreditar em dias melhores para o mercado brasileiro de veículos comerciais pesados. E um negativo: a covid-19.

"Temos esta incógnita incontrolável. Haverá um repique? A vacina chegará quando? Esse é, com certeza, o ano mais difícil de se projetar desde que começamos a, anualmente, fazer este exercício para a edição Perspectivas de AutoData."

O executivo, que, por ser integrante do board do Grupo Traton, uma empresa de capital aberto, não pode falar sobre números futuros, tem uma certeza: 2021 não será pior do que foi 2020, mesmo diante desta variável negativa. Até porque as positivas são mais numerosas e até mais robustas.

A começar pela própria projeção para o PIB em 2021. Após o tombo em 2020, provocado pela pandemia, todas as projeções apontam para crescimento no ano que vem – e Cortes lembra que o desempenho do mercado de caminhões está muito correlacionado com o da economia brasileira.

"Todos os fundamentos da economia apontam para crescimento em 2021. Dois pontos se relacionam: a previsão de nova safra recorde, e o agronegócio vem, há anos, puxando o segmento de caminhões extrapesados, e o crescimento acima do



Divulgação/Hyundai

## Perspectivas

● 2020 | ● 2021

Mercado total (em mil unidades)			Montadora (em mil unidades)			Macroeconomia			
Produção	Vendas	Exportação	Produção	Vendas	Exportação	PIB(%)	Dólar(R\$)	Selic(%)	Inflação(%)
						-5,05	5,25	2	1,99
						3,5	5,47	2,5	3,5

esperado em construção civil e entrega urbana. São setores que vêm comprando muitos caminhões."

O dólar alto, que colabora com as exportações, é outro ponto positivo: exportadores de commodities estão investindo em frota.

E podem ter uma ajudinha do governo, que sinaliza investimentos em infraestrutura – e este é o quinto ponto positivo apontado por Cortes.

"O Brasil precisa disso e o caminhão estará presente nessas obras."

Do governo vem também o sexto ponto positivo: uma eventual prorrogação do auxílio emergencial, ou sua transformação em política pública mais longa, contribuiria para o aumento do consumo da população. A necessidade de renovar frota, especialmente daqueles que seguraram as compras em 2016 e 2017 por causa da crise, foi apontada por Cortes como outro fator.

Ao sétimo ponto, o da renovação, soma-se a abundância e facilidade no crédito neste momento: "As taxas baixas de juros incentivam os transportadores que, ao fazer a conta, percebem que o momento é propício".

O crescimento na locação de caminhões foi outro fator apresentado por Cortes.

Ele lembrou a venda de 1 mil 350 ca-

**“Todos os fundamentos da economia apontam para crescimento em 2021. Dois pontos se relacionam: nova safra recorde e o avanço acima do esperado em construção civil e entrega urbana.”**

Roberto Cortes,  
presidente da  
VWCO

minhões VWCO para o Grupo Vamos, empresa dedicada à locação de caminhões da JSL:

"É uma nova maneira de se renovar a frota sem precisar imobilizar tanto capital".

Por fim o décimo ponto positivo, considerado por Cortes o mais óbvio: "A frota brasileira está muito velha e desvalorizada. É preciso renová-la".

Embora não possa falar em números Cortes deu pistas com relação à sua visão para o mercado.

Disse, por exemplo, que em 2020 as vendas de caminhões deverão ficar mais próximas do que projetou, durante a pandemia, a Fenabreve, 82,9 mil unidades, queda de 18,6%, do que a Anfavea, 65 mil unidades, queda de 40%.

Para 2021, se não andar de lado, cresce um pouco: "Só descarto ficar pior do que este ano".

Para a VWCO será um ano importante: a presença em todos os segmentos, com uma linha completa após a chegada dos extrapesados, pode fazer a empresa ganhar participação embora Cortes admita não ser este o principal objetivo:

"Precisamos de lucratividade. O trabalho será recuperar os preços defasados desde a crise de 2016".

E será ainda o ano da chegada dos elétricos e novas versões das famílias atuais e da nova, a Meteor. ■

# Sem projeções, mas com otimismo

Setores específicos da economia, como o agronegócio, somados ao auxílio emergencial, influenciam para o bem e para o mal os planos da Volvo

O ano marcado pela pandemia trouxe, além de muita incerteza, algumas variáveis que podem causar impacto no setor de transporte de carga no ano que vem. Por exemplo: quem diria que os custos de produção aumentariam por causa dos necessários protocolos de prevenção à covid? Ou prever já no terceiro trimestre do ano o impacto negativo na economia da redução do valor do auxílio emergencial? Tudo isso é um problema e tanto no momento de traçar o novo plano anual de negócios das empresas fabricantes de caminhões.

Mesmo assim a Volvo está ligeiramente otimista com os próximos meses de 2020 e na continuidade dos negócios em 2021. Na avaliação de Alcides Cavalcanti, diretor executivo de caminhões da companhia, "a indústria de caminhões terá redução de 15% a 20% das vendas até o fim do ano. Não é um bom desempenho, mas também não é catastrófico".

A razão para seu otimismo com ressalvas é que, durante os meses mais duros da pandemia os clientes, principalmente do agronegócio e de insumos, como o minério de ferro, demandaram veículos novos para suas operações: "Algumas encomendas foram adiadas mas houve muito transporte nesse período, principalmente do segmento agrícola, o que reduziu os estoques".

Por isso a Volvo foi uma das primeiras a



Divulgação/Volvo



## Perspectivas

● 2020 | ● 2021

Mercado total (em mil unidades)			Montadora (em mil unidades)			Macroeconomia			
Produção	Vendas	Exportação	Produção	Vendas	Exportação	PIB(%)	Dólar(R\$)	Selic(%)	Inflação(%)

“É muito difícil analisar como será o mercado no ano que vem. Todas as empresas no mundo estão olhando a perspectiva de curto prazo. Não é diferente aqui. Trabalhamos com o horizonte de apenas três meses.”

Alcides Cavalcanti, diretor executivo de caminhões da Volvo

retomar a produção, ainda em maio. E os trabalhos na fábrica de Curitiba, PR, continuam em dois turnos – poderia ser apenas um, mas assim segue pela necessidade de distanciamento e diminuição do número de pessoas na linha de montagem. Isso reduz o volume produzido e aumenta os custos, segundo Cavalcanti.

As incertezas e o comportamento do mercado são tão dinâmicos na era da pandemia que é muito difícil afirmar como será o desempenho em 2021. A Volvo não arrisca oficialmente qualquer projeção pois até para este ano está difícil coordenar os planos de produção e vendas: “São muitos os fatores e estamos, aqui, olhando com bastante atenção para todos os cenários”.

Nos últimos meses do ano pode haver um movimento de antecipação de compras por parte dos operadores de transporte

de cargas, que pensam em aproveitar as taxas de juros menores para atualizar a frota agora, e não em 2021. O crescimento da movimentação de carga com a retomada gradual da economia é outro fator que pode acelerar os negócios no último trimestre.

Cavalcanti observa, porém, o comportamento da economia com a redução do valor do auxílio emergencial de R\$ 600 para R\$ 300: “Pode haver queda da atividade no quarto trimestre por causa da desconfiança do consumidor em ir às compras. E isso influenciará nossa estratégia. Além disso uma antecipação de renovação, agora, pode reduzir o volume no ano que vem”.

Outro fator que está dificultando bastante é o impacto do câmbio sobre as peças importadas. As variações de 25% a 35% no custo do caminhão produzem mudanças constantes na formação do preço final: “Estamos repassando parte desse custo do dólar e os transportadores estão sabendo disso”.

Há uma agenda intensa de trabalho que envolve negociações com fornecedores, concessionários e grandes clientes para atender demandas pontuais e aproveitar as oportunidades de mercado.

Cavalcanti resume: “O foco agora é no dia-a-dia. Não ter foco no futuro é uma situação do momento. Com um pouco mais de confiança dos transportadores e frotistas em breve conseguiremos ter um panorama mais claro sobre o ano que vem”.

# Mais sensível para uns, menos para outros



Divulgação/VWCO

Pandemia muda o cenário para carrocerias de ônibus e implementos rodoviários: o primeiro se apoiou no Caminho da Escola e no fretamento, enquanto o outro viu os pesados acima dos leves

**A**s restrições impostas à população como forma de controlar o avanço da pandemia da covid-19 abalaram toda a atividade de transportes de passageiros no País, derrubando a produção e os emplacamentos aos níveis históricos mais baixos. No segmento de rodoviários as perdas de receita das operadoras beiraram os 90%. Nos urbanos, segmento mais representativo da atividade, oscilaram de 60% a 80%, com o agravante de que os contratos obrigam as empresas a manter, independentemente do movimento, em média 50% da frota em operação.

Gustavo Bonini, vice-presidente da Anfavea, vê alguns cenários possíveis para a recuperação da atividade tomando como base dados históricos. A projeção mais otimista é de que níveis como os de 2019 somente serão possíveis em 2025, quando considerado o processo de recuperação da crise de 2015-2016, que teve altas seguidas de 11% ao ano após queda de 41%.

Na condição mais pessimista a normalização só viria em 2030, tomando como base a crise de 1981, com recuo de 41% e recuperação média anual de 5%. Outros cenários consideram as crises de 1987,

com retração de 33%, e recuperação média de 7% a. a., jogando a normalização para 2027, e a de 1998-1999, recuo de 35%, retomada de 6% a. a. com expectativa para 2029.

Com os resultados de 2019, que trouxeram alívio após a crise de 2015-2016, a atividade estimava a partir de 2020 atingir volume próximo de 23 mil unidades. O desempenho do primeiro bimestre permitiu sonhar com a consolidação destes números, mas com a pandemia tudo mudou. Agora a projeção mais otimista é chegar perto de 10 mil unidades emplacadas: "É uma situação sem precedentes e é difícil de prever algo mais consistente".

Já nos cálculos da Fabus, Associação Nacional dos Fabricantes de Ônibus, a produção de carrocerias de ônibus no Brasil deve retornar, este ano, ao nível de 2016 e 2017, totalizando algo de 14 mil a 15 mil unidades. O volume representaria recuo de 35% com relação ao que foi consolidado no exercício passado, que chegou a 22,1 mil carrocerias. A projeção feita pela Fabus, porém, não inclui as unidades produzidas para o programa Caminho da Escola.

De acordo com a associação a retração do primeiro semestre foi de 31%, decorrência direta da pandemia e fortemente concentrada em abril, que apurou perda de 61%, teve férias coletivas e paradas das montadoras de chassis, observa o presidente da Fabus, Ruben Bisi: "Começamos o ano bem, como era imaginado, com alta de 9% no bimestre. Veio a pandemia e derrubou todas as projeções".

Ele lembra que o ano representaria a consolidação da retomada do setor, que passou 2015, 2016 e 2017 com produção média de 14 mil a 17 mil. Nos dois anos seguintes os volumes somaram em torno de 20 mil e 22 mil: "Para 2020 se calculava de 24 mil a 25 mil". No primeiro semestre as oito marcas produziram 7 mil 549 unidades, com queda mais expressiva no mercado interno, de 47%.

Na avaliação da Fabus a retomada mais

efetiva do setor se dará assim que as empresas elevarem a receita e alcancarem equilíbrio financeiro, até por força da necessidade de renovar a frota, que está envelhecendo em razão das sucessivas crises: "A restrição para a movimentação das pessoas é mundial. No segmento urbano a redução de passageiros oscila de 40% a 60%".

A coisa teria sido ainda pior não fosse o programa federal Caminho da Escola, que pode representar algo como 30% dos negócios totais de ônibus este ano. Jorge Carrer, ferente de ônibus da Volkswagen, considera que "as entregas deste ano serão importantes para todo o mercado. As demais compras públicas também serão impactantes, porque quase nada teremos do setor privado".

Para Walter Barbosa, diretor de vendas da Mercedes-Benz, outro segmento que foi menos atingido em 2020 é o de fretamento, beneficiado pela necessidade de mais veículos para garantir o transporte de passageiros em menor número por unidade em respeito ao distanciamento social provocado pela covid-19.

Carrer acredita que o segmento passará por adequações e trará mais custo a quem contrata, pois haverá mais frota com menos gente transportada. Mas alerta: "A dúvida é saber até quando isto será sustentável".



Divulgação/MBB



### IMPLEMENTOS RODOVIÁRIOS

Já a situação para os implementos rodoviários é bem menos crítica. Segundo dados da Anfir, a associação nacional do segmento, as vendas em 2020 somam até setembro cerca de 85 mil unidades, retração bem mais branda, de 4%, ante as 89 mil do mesmo período de 2019. Os reboques e semirreboques foram os que menos sofreram, em baixa de quase 2%, enquanto as carrocerias sobre chassi viram redução de 7%.

Para Norberto Fabris, presidente da Anfir, o ano deve terminar nesse nível, em queda próxima de 5%: "É bem melhor do que poderíamos imaginar em março, abril".

A retomada foi puxada, segundo o dirigente, principalmente pelos segmentos de agricultura, florestal e construção civil.

E o índice só não será ainda melhor dentro das circunstâncias por dificuldades com as matérias-primas, relata Fabris: "O resto da cadeia não conseguiu acompa-

ñar a retomada. Por causa do volume que conseguimos produzir agora a produção deste ano já está toda vendida e estamos hoje vendendo para entrega no primeiro trimestre do ano que vem".

Apesar deste início já promissor ele prefere não arriscar números para 2021, ainda que se considere um otimista e espere "um ritmo muito bom", em avanço de dois dígitos. Ele espera também uma recuperação da linha leve, que hoje está abaixo da pesada, contrariando a série histórica.

Nas exportações, porém, o cenário deverá ser um pouco mais comedido: "Os mercados de América Latina e África, grandes compradores dos produtos brasileiros, também estão em baixa. A situação não é nada boa, mas pode melhorar um pouco se a pandemia estiver sob controle nesses países. E quando isso acontecer poderemos retomar as rodadas presenciais de negócios que fizemos até o ano passado em parceria com a Apex." ■






# VOTE DANA NO PRÊMIO AUTODATA 2020

Categorias Exportação e Marketing, Propaganda e Comunicação.



Há momentos em que saber  
em quem confiar é o mais importante.



Dana. 73 anos  
movendo  
o que importa  
no Brasil.

É em tempos como este que estamos vivendo, que os valores e compromissos se tornam ainda mais relevantes e fazem a diferença no caminho que escolhemos. Ao completar 73 anos de Brasil, a Dana reafirma seu compromisso com seus clientes, com o país e as comunidades onde atua, alinhada aos mesmos princípios que a tornaram uma empresa líder, reconhecida pela responsabilidade, excelência e capacidade de trabalho de seus colaboradores. E são esses princípios que fazemos questão de destacar neste momento, com todos juntos, mesmo que momentaneamente separados, nos movendo na mesma direção.







# MAIS TRABALHO EM 2021

Indústria projeta crescimento de produção e venda de máquinas agrícolas e de construção no ano que vem

**O** agronegócio foi um dos únicos setores que não parou durante a pandemia. Apesar da covid-19 manteve suas perspectivas para a safra de grãos e de outros produtos em alta, com grande demanda nas exportações, o que fez com que as vendas de máquinas conseguissem atravessar o período mais crítico da pandemia de uma forma bem melhor do que outras áreas. Isso anima as

fabricantes nacionais, que projetam um 2021 promissor.

Thiago Wrubleski, diretor de planejamento e serviços comerciais da CNH Industrial para a América do Sul, por exemplo, trabalha com expectativa de vendas de 5% a 10% maiores no mercado nacional.

Ele acredita que alguns fatores macroeconômicos impactarão positivamente o setor: "Os produtores estão capitalizados





Divulgação/Case

e a alta do dólar impulsiona o preço de exportação das commodities, o que gera um cenário ainda mais positivo. Tudo isso deve continuar no ano que vem, e o câmbio não deve ser diferente, aumentando a demanda por máquinas”.

Alfredo Jobke, diretor de marketing do Grupo AGCO, também está otimista para o ano que vem, apesar de apostar em um crescimento mais tímido, na faixa de 5%: “A safra de grãos deverá ser recorde mais uma vez e ajudará a impulsionar o setor”.

A projeção de ambos para a produção é de um crescimento igual ao das vendas, ou talvez até em um ritmo um pouco maior, impulsionada por uma possível recuperação mais forte das exportações. Deixam claro, porém, que para isso acontecer o cenário mundial da pandemia da covid-19 tem que estar controlado.

Para o fechamento desse ano o otimismo é um pouco arrefecido, mas ainda assim pode ser considerado excelente diante das circunstâncias. Jobke, da AGCO, troca de lado e é quem faz a maior aposta, com incremento de 3% nas vendas ante 2019.

Wrubleski é um pouco mais cauteloso e aposta em um empate no melhor dos cenários, ou até queda, de no máximo 5%. A Anfavea, em outubro, atualizou suas

projeções: espera para o segmento, neste ano, avanço de 5% nas vendas, para 45,9 mil unidades, sendo 40,5 mil máquinas agrícolas, alta de 3%, e 5,4 mil rodoviárias, avanço de 20%. Para a produção a entidade estima baixa de 4%, por causa de redução de 31% nas exportações.

Se para o ano que vem o volume em si não preocupa a cadeia de fornecimento foi considerada um ponto importante de atenção ainda neste 2020: os executivos estão observando de perto o poder de reação dos fornecedores diante da aceleração de demanda.

Segundo Wrubleski os níveis de estoque de componentes estão abaixo do normal, mas ainda assim sua expectativa é de um empate dos volumes de produção nesse ano ante 2019.

Por seu lado a AGCO está confiante em que problemas mais sérios não acontecerão, baseando-se em relatos dos parceiros recebidos durante reuniões frequentes. Jobke estima que a produção este ano possa crescer até 3%, seguindo o ritmo das vendas ao mercado interno.

Nas exportações, para 2020 a AGCO projeta recuo de 30% a 35% enquanto a CNH estima retração um pouco menor, de 15% a 20%.



Divulgação/Valtra



Divulgação/Volvo

### CONSTRUÇÃO EM ALTA

Nas máquinas de construção as perspectivas também são positivas para 2021, segundo Gilson Capato, diretor comercial da Volvo CE no Brasil. A companhia está definindo seus números, mas a expectativa é de vendas em expansão puxadas por agronegócio, construção civil, locação e mineração.

“Esse é o termômetro das conversas que temos com nossos clientes até agora. O cenário na América Latina também deverá melhorar com a pandemia controlada e as exportações poderão crescer, especialmente para Colômbia e Peru.”

Para 2020 a Volvo projeta 20 mil unidades vendidas até dezembro, representando expansão de 21% na comparação com 2019. De acordo com o executivo alguns segmentos foram essenciais para esse incremento de vo-

lume, particularmente o agronegócio.

“Além dele a construção civil também está em alta acima de 50% no acumulado, e está puxando a demanda por máquinas, assim como o mercado de locação. O quarto segmento mais importante para esse incremento foi o de mineração, que cresceu 20% até agora.”

Para o universo particular Volvo CE a expectativa é vender 21% a mais do que em 2019, acompanhando o ritmo do mercado. Índice semelhante deverá ser registrado pela produção da companhia no País.

Nos outros países da América Latina o cenário não é dos mais animadores para as fabricantes de máquinas que atendem à região: na maioria o impacto da pandemia ainda é forte e a recuperação está acontecendo mais lentamente, reduzindo volumes e expectativas de exportação. ■



# INO VAÇÃO

**ONDE TEM AÇO USIMINAS,  
TEM MOVIMENTO.**

A Usiminas é líder no mercado brasileiro de aços planos e oferece soluções integradas, customizadas e completas, alinhadas às necessidades de cada cliente. Os modernos aços de alta resistência, com características sob medida, representam uma empresa em constante movimento, sempre focada na inovação. Afinal, quando o assunto é elevar o patamar da indústria automotiva brasileira, a Usiminas está pronta para os desafios do mercado.



Use o leitor de QR Code do seu smartphone e descubra como os nossos aços podem ser aplicados no setor automotivo.

[usiminas.com](http://usiminas.com)

[facebook.com/Usiminas](https://www.facebook.com/Usiminas)

[twitter.com/Usiminas](https://twitter.com/Usiminas)

[linkedin.com/company/usiminas](https://www.linkedin.com/company/usiminas)

[@usiminas.oficial](https://www.instagram.com/usiminas.oficial)

**USIMINAS**

Aço em dia com o futuro



# O novo Brasil e seus velhos problemas

Inovação, tecnologia e reformas foram temas apresentados com insistência por especialistas em evento promovido pela AutoData Editora

**A** pandemia trouxe dificuldades para todos os setores econômicos do Brasil, com paralisação das linhas de produção, fechamento do comércio e retração dos indicadores de consumo. Foi nesse momento, no entanto, que muitas empresas redesenharam seus modelos de negócios e investiram em inovação, razão que indica que o momento de crise também é o das oportunidades.

Para mostrar esse cenário em maior profundidade a AutoData Editora promoveu, no fim de setembro, durante dois dias, o seminário O Novo Brasil, o que Esperar do Futuro, realizado em ambiente virtual. Especialistas debruçaram-se sobre as opções que o quadro atual da economia do País oferece em termos de crescimento e de melhorias das estruturas sobre as quais estão sedimentadas as empresas do segmento automotivo.

Para José Velloso Dias Cardoso, presidente da Abimaq, a indústria de transformação não conseguiu se recuperar dos efeitos negativos da pandemia na mesma proporção que outros setores: sobre os fabricantes e suas cadeias de fornecedores incidem ônus tributário e político que impedem a recuperação e o ganho de competitividade.

"O setor de automóveis não se recuperou como o de máquinas, que registrou os melhores julho e agosto desde 2013. Se o País não aproveitar o momento para realizar as reformas necessárias não conseguiremos nos posicionar como uma indústria competitiva, que deverá ser global novamente a partir de novembro, quando acabará a onda Made in Brazil."

Para o dirigente da Abimaq as reformas tributária e administrativa "poderiam provocar melhorias no mercado interno em termos de custos de produção". Segundo ele 46% do custo total de produção da indústria nacional diz respeito à tributação: "Não dá para competir com a China, por exemplo, onde esse índice é de cerca de 8%".

O momento também seria propício para a união das empresas em torno de pautas comuns, propôs Ricardo Bacellar, diretor da área automotiva da KPMG: "Existe uma janela de oportunidades, mas com prazo. É momento de união para a resolução de temas caros ao setor e também é o momento de pensar em novas formas de receita".

Para Flávio Padovan, CEO da Social In/Mentor & Business Advisor, isso poderia ajudar a indústria automotiva a ocupar a



Reprodução

sua capacidade: "Nos momentos em que a indústria se uniu para discutir algum assunto houve avanços importantes, como, por exemplo o Rota 2030. O que é preciso, hoje, é avançar em outras frentes, principalmente naquelas que tratam das exportações".

O mercado externo também foi considerado importante por Paulo Cardamone, diretor da Bright Consulting: "O Brasil está geograficamente longe dos grandes mercados. Estreitar a distância, então, se dá apenas por meio do custo. A questão das exportações tem que ser encarada como uma política de Estado e não apenas como um tema corporativo".

### AVANÇAR NAS PEQUENAS

Fábio Josgrilberg, diretor de inovação da GKS Inteligência Territorial, acredita que investimento em inovação, novas tecnologias e produtos, já presente nas grandes companhias, deveria avançar também nas pequenas empresas: "É necessário colocar esse assunto na agenda para que aconteça a discussão de novos temas que levem ao desenvolvimento de novos produtos rentáveis ao negócio. Não é fácil, leva tempo e gera discussões internas, mas é preciso dar o primeiro passo para avançar".

Para ele as parcerias são alternativa positiva para discutir novas ideias, dividir custos e superar o entrave estrutural. Por seus cálculos as dez empresas consideradas as mais inovadoras este ano aumentaram em 15% o índice de parcerias com startups, instituições acadêmicas e outras companhias.

Para Henry Joseph Júnior, diretor técnico da Anfavea, a indústria brasileira está presente na rota do desenvolvimento global de novas tecnologias: "Esse é um tema muito debatido e que teve avanços no País graças aos diversos laboratórios e centros de pesquisa e desenvolvimento que temos. São poucos os países que possuem capacidade como a nossa".

Édson Orikassa, vice-presidente da AEA, Associação Brasileira de Engenharia Automotiva, ressaltou os investimentos realizados pelas montadoras e fornecedores nos últimos anos, o que permitiu o desenvolvimento de novas tecnologias importantes, como o primeiro veículo híbrido flex do mundo – mas ponderou que o atual cenário não é dos melhores:

"Antes da pandemia a engenharia nacional estava decolando e agora as empresas congelaram os investimentos para ajudar a compensar os prejuízos com re-



cuo nas vendas e alta do dólar. A retomada também tem que acontecer na área do desenvolvimento e inovação para que os avanços de nacionalização continuem até porque não há outra forma de sobreviver nesse mercado".

Sérgio Kremer, diretor geral para veículos comerciais da Eaton, lembrou que, para definir um foco de inovação que receberá investimento, o valor que o usuário final reconhece naquela tecnologia é um ponto considerado importante: "Um exemplo é a transmissão automatizada, que ganhou reconhecimento do mercado por trazer mais segurança e reduzir o consumo dos veículos".

### NOVA REALIDADE

Roberto Cortes, presidente da Volkswagen Caminhões e Ônibus, afirmou que a pandemia da covid-19 demandou mudanças para que a empresa se adaptasse a uma nova realidade de trabalho:

"Tivemos que reorganizar todo o nosso processo fabril e os postos de trabalho. Criamos horários flexíveis nos escritórios para evitar aglomerações, aceleramos o home office e o uso da tecnologia para realizar reuniões internacionais e avançamos nas áreas de digitalização e conectividade.

Também pretendemos mudar algumas estruturas internas de trabalho nos próximos meses".

Inovar também é um ponto que Cortes considera importante em momentos de crise. E as ações tomadas seguem nesse sentido: "Fazer as coisas sempre iguais não garante que será possível sair da crise, por isso a necessidade da inovação. Temos que estar sempre pensando dessa forma".

Investir em tecnologias de digitalização e automatização de processos são pontos essenciais para que as empresas consigam aumentar sua competitividade no mercado, independentemente do seu tamanho. É nisso que acredita Roberto Canavann, diretor de vendas da QAD, empresa de tecnologia dedicada à indústria de manufatura: "Diante do atual cenário, cheio de mudanças em diversas áreas, dar o primeiro passo nesse sentido é muito importante para não ficar para trás, porque os concorrentes já podem estar fazendo isso e conquistando mais competitividade. Quem não o fizer ficará em desvantagem".

No evento também foram debatidas as lições e aprendizados que a crise proporcionou ao setor automotivo, sobretudo em duas frentes específicas: a financeira e a da reputação. Na primeira o que se



pode esperar, segundo Paulo Paiva, vice-presidente do segmento automotivo da Becomex, são empresas mais atentas às formas de proteção ao caixa no sentido de manter a liquidez.

"Percebe-se um movimento forte de busca por formas de manter a liquidez. Na esfera tributária, e olhando para o futuro, o que se pode fazer para melhorar a operação é seguir o dinheiro, ou seja, rastrear tributos e incentivos e saber com o que contar no momento de dificuldade."

A crise também expôs as empresas às dívidas e foi um período marcado por intensos processos de negociação financeira, disse Washington Pimentel Júnior, advogado especialista em gestão de dívidas, reestruturação empresarial e recuperação judicial: "Bancos têm produtos de prateleira, mas em momento de crise as instituições financeiras podem abrir negociações moldadas por dados. Quanto melhor as empresas apresentarem suas necessidades baseadas em números maiores as possibilidades de acordo".

Fábio Yonamine, diretor da Cerium Consultoria Empresarial, ressaltou o papel da liderança corporativa no processo de negociação financeira: "Um grande desafio, hoje, é verificar onde as empresas não

estão sendo eficientes. E também elas entenderem que o processo negocial é um meio importante para que elas sobrevivam às crises".

Outro legado são as estratégias anti-crise, que envolvem gestão das marcas e respectivas reputações no mercado. Para Marcelo Lyra, especialista em reputação corporativa, a reputação, hoje em dia, é fator ligado de forma direta ao valor real das companhias: "85% do valor de mercado das empresas se baseia em fatores intangíveis, como é o caso da reputação. A crise pela qual o mundo ainda passa rendeu diversos exemplos de como proteger algo que é tão importante, hoje, na sociedade de consumo".

O que as empresas buscam em momentos em que se veem diante de uma crise para gerenciar é chamado de jornada da reputação. De acordo com André Senador, especialista em comunicação e CEO da Perennial Gestão de Reputação e Imagem, há quatro pilares importantes nessa construção de imagem: desempenho, inovação, humanização e ética: "A execução depende de como as empresas enxergarão o novo mercado e, a partir daí, construirão suas marcas e fortalecerem sua reputação". ■





**Peugeot vê o novo 208  
como um novo 206**



Pelos cálculos da empresa a novidade pode render, sozinha, 1% de participação de mercado para a marca Peugeot no País em breve

O modelo é o novo 208, mas a Peugeot o vê como um novo 206, pelo menos no que diz respeito à expectativa comercial. É essa a árdua missão do hatch compacto produzido na Argentina e lançado em setembro no Brasil.

Isso porque a Peugeot viveu seus melhores dias de Brasil com o 206 produzido em Porto Real, RJ. Chegou a ocupar degraus bem mais elevados do que seu atual décimo-quinto lugar no ranking de marcas, e a registrar ao menos cinco vezes mais do que os 0,65% de participação de mercado de janeiro a agosto.

Naquela época a rede era monomarca, com casas Peugeot e Citroën separadas, e hoje é, em sua maioria, bimarca, de oficina compartilhada e somente showroom separado. Segundo a PSA são atualmente 105 casas Peugeot espalhadas pelo País, com previsão de chegar a 122 até dezembro.

Repetir o sucesso do 206 significa volume alto – e não apenas o 1% ao qual o diretor comercial, Osvaldo Ramos, diz desejar: "Esse é o mínimo que eu espero para a Peugeot no mercado brasileiro. O 208 sozinho é capaz de alcançar essa participação. Mas meu plano é alcançar ao menos 3%", estimou, sem revelar prazo – mas naturalmente com mais modelos na gama, que começa a crescer com a chegada dos modelos produzidos sobre a plataforma CMP na Argentina e em Porto Real, RJ, planos ainda ocultos sob a discrição corporativa.

São quatro versões, com preços a partir de R\$ 75 mil. Ramos afirma que o plano de ataque visa aos Volkswagen Polo e Toyota Yaris, ou seja: salvo algumas versões topo de linha dos hatches mais vendidos do País, como Chevrolet Onix e Fiat Argo, a Peugeot não os encara como principais adversários de vendas.

"Nosso consumidor é o cliente de hatch compacto que gosta do segmento e que não se preocupa com o orçamento. Por isso mesmo acreditamos que as versões mais vendidas serão Allure e Griffé, as duas superiores. Representarão mais de dois terços do volume."

A versão de entrada, Active, oferece transmissão automática, central multimídia,





piloto automático, ar-condicionado digital, assistente de partida em rampa e garantia de três anos sem limite de quilometragem.

Acima dela a Active Pack tem como grande diferencial o teto de vidro panorâmico, por R\$ 82,5 mil. Por R\$ 89,5 mil o cliente tem acesso à Allure, que oferece o i-Cockpit 3D.

Na topo de linha Griffé, por R\$ 95 mil, sistemas semiautônomos como alerta e correção de permanência em faixa, alerta de colisão, frenagem de emergência, auxílio de farol alto e baixo, reconhecimento de placas de velocidade, detector de fadiga e câmaras com visão 180 graus para auxiliar nas manobras de estacionamento.

Também para todas há o plano Just Drive, uma espécie de leasing operacional que usa mecanismos do CDC. O consumidor poderá dar uma entrada de R\$ 35 mil e pagar parcelas a partir de R\$ 1,1 mil por mês, subindo R\$ 200 em cada versão, e tem a garantia de que, após trinta parcelas, a Peugeot recomprará o veículo pelo preço de tabela Fipe.

Quinze dias após o lançamento do 208 a Peugeot estendeu o programa de financiamento para toda sua linha de modelos no Brasil.

### TURBO, NÃO

Todas as versões produzidas na Argentina para o mercado brasileiro têm motor 1.6 L flex, aspirado. Ficou assim fora do portfólio nacional a versão com o motor turbo 1.2, que formará a gama disponível na Argentina.

Por aqui a versão esportiva será a elé-

trica, e-GT, importada da Europa e que, a princípio, não será vendida nos países vizinhos.

É mais uma aposta da Peugeot brasileira para o novo 208. Quer estrear a tecnologia, aqui, com seu mais icônico modelo e se diferenciar da concorrência, que a oferece em modelos exclusivamente elétricos.

Há, também, uma questão econômica: os 208 e-GT entram no País sem imposto de importação, tarifa que incidiria sobre os motores turbo importados, pois não haveria escala que justificasse a localização da manufatura do motor. Nas contas da Peugeot o posicionamento de mercado do elétrico seria mais atrativo, até pela questão da imagem.

As pré-reservas estão abertas, embora o preço ainda não tenha sido informado: será divulgado somente em período mais próximo ao do lançamento, previsto para o ano que vem. ■





## Premiada pelas montadoras mais exigentes do mercado!

Axalta Brasil recebe a prestigiosa **Certificação Q1 da FORD Brasil** por seu alto desempenho e por atingir os rígidos requisitos técnicos relacionados à qualidade, processos rigorosos de produção, entrega e satisfação.

Por mais de 4 décadas, a Axalta tem orgulho de ser fornecedor exclusivo de materiais de pintura para a FORD Brasil e estamos animados por continuar esta sólida parceria.



Sua paixão,  
**Nossas cores**





# Waldey Sanchez e sua história calorosa

40 anos de serviços prestados ao setor de veículos e ao segmento de motores estão retratados no livro *Começar de Novo*

WALDEY SANCHEZ



Divulgação

**C**omeçar de Novo, a autobiografia de Waldey Sanchez, que se aposentou há pouco mais de quatro anos como chefe da MWM e que foi o responsável pela integração da International, subsidiária da Navistar, com a MWM, em 2005, traz duas epígrafes, a síntese aparente dos seus propósitos.

Uma, estritamente profissional, é tão saborosa como fundamental: Você não tem uma segunda chance de causar a primeira boa impressão. Isso ele absorveu do amigo Al Ries, arguto profissional de marketing de Nova York. A outra é apenas humanista, de Antoine de Saint-Exupéry: O verdadeiro sentido de uma profissão é unir os homens.

Essa autobiografia é o perfeito reflexo do autor: caloroso e disciplinado, cartesiano e afiado, duro cobrador e educadíssimo apoiador. Um otimista desesperadamente necessário. O atual presidente do Sindipeças o herdeiro do Grupo Ioschpe, Dan, escreve, no prefácio, que Sanchez "é um personagem. Um formador de gente por ser um líder completo. Motivador, inspirador, extremamente capaz e habilíssimo negociador. E, além, disso, um amigo de todos e grande companheiro. Tudo isso já bastaria para que ele fosse admirado e chegasse onde efetivamente chegou, com uma carreira espetacular, que se desenvolve em uma empresa multinacional, que passa a ser brasileira e que desemboca, novamente, em uma



LIVE E WEBCON, SÉRIES DE CONVERSAS COM OS LÍDERES DO SETOR AUTOMOTIVO

# ACOMPANHE A AUTODATA NO YOUTUBE



## CONFIRA ALGUNS ENTREVISTADOS



LUIZ CARLOS MORAES - PRESIDENTE DA ANFAVEA



PHILIPP SCHIEMER - PRESIDENTE DA MERCEDES-BENZ DO BRASIL



LUI PASQUOTTO - PRESIDENTE DA CUMMINS NO BRASIL



PABLO DI SI - PRESIDENTE E CEO DA VOLKSWAGEN AMÉRICA LATINA

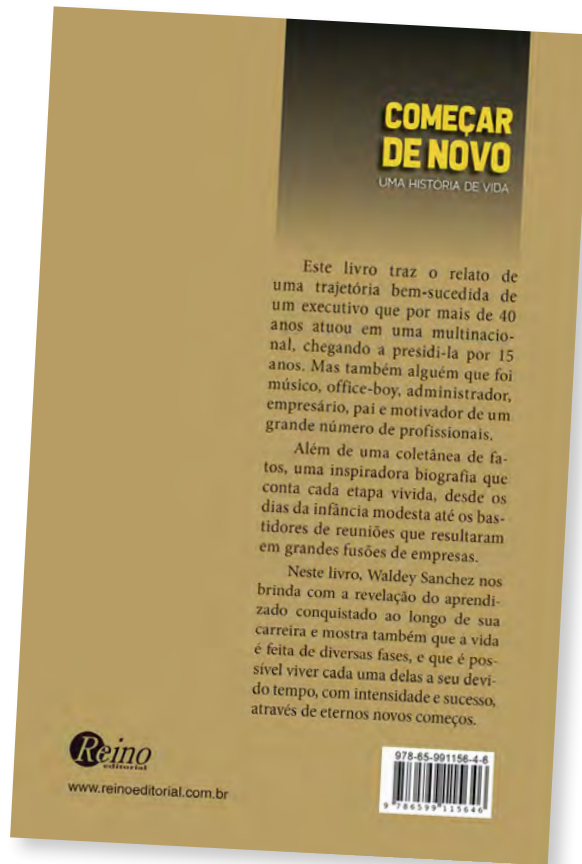


[WWW.YOUTUBE.COM/AUTODATAEDITORA](http://WWW.YOUTUBE.COM/AUTODATAEDITORA)

O LIVRO  
Começar de Novo  
já está à venda  
na Amazon.

**CLIQUE AQUI**

Custa R\$ 58.



multinacional dos Estados Unidos, que se funde, por obra dele, a uma multinacional alemã!"

É a história de um especialista em informática em uma época em que computador era conhecido como cérebro eletrônico, que se tornou administrador de empresas pela FGV e que esteve, afinal, tantas vezes, no lugar certo e na hora certa, pronto para sair correndo para fazer bem feita a sua tarefa. Ele diz que, muitas vezes, "o universo conspirou a favor".

Essa é, talvez, a singularidade marcante da sua persona profissional: ele conseguiu, sempre, fazer tudo certo, inclusive as tarefas que ninguém desejava para si – como estabelecer o quadro diretivo e gerencial definitivo durante a integração da Navistar com a MWM. Teve a ventura de conviver com muitos mestres anônimos por onde passou, a quem ele agradece, e de quem bebeu ensinamentos preciosos, e de ter dois orientadores que ainda são os Mestres

dos Mestres no setor de veículos, André Beer e Wolfgang Sauer.

Isso não é coisa pouca, principalmente para o Menino nascido à luz de bateria de avião, como conta, no Campo de Marte, em 13 de julho de 1950. Até sair de casa, em 1974, foi ali, na porta de entrada da Zona Norte da cidade, que ele cresceu, brincou, fez arte, estudou, aprendeu a tocar violão e guitarra e pensou em ser oficial da Aeronáutica, claro, e foi barrado pelo daltonismo.

Ali também começou a tomar as primeiras decisões que deram rumo à sua vida: depois de muitas noitadas como músico e de uma reprovação escolar chegou em casa numa madrugada e encontrou o pai à espera: "Se você quiser continuar nessa vida o problema é seu, mas não mais aqui em casa. Aqui é lugar de gente séria, responsável, que quer trabalhar e ser alguém na vida". Decidiu abandonar a jovem carreira.

Dias depois esta nova etapa surgiu no horizonte de Waldey Sanchez na forma de emprego do Banco Lar Brasileiro, o Chase Manhattan, na avenida Ipiranga, no Centro Novo da cidade. Depois veio a Prodesp, a estatal paulista de processamento de dados, até entrar, em 1975, como analista de planejamento, na Massey Ferguson, que se tornou Massey Perkins e depois Maxion, International Engines, International Indústria Automotiva do Mercosul...

Os grandes desafios surgiram, sempre, ligados a essas empresas. Todas elas sofreram algum padrão de evolução identificado pelas digitais de Waldey Sanchez, inclusive fora do Brasil, tantas foram as alegres caravanas de negócios de que participou, Iraque, Grécia, China, Egito, e os novos e inesperados locais de moradia, Argentina e Rio Grande do Sul.

Enfim é, a desta autobiografia, uma história exemplar, como a poderia chamar Saavedra. De um Menino que realizou, tem discípulos, tem admiradores. De um Menino que elaborou uma obra. Mas, principalmente, de um Menino que, depois disso tudo, mantém infinidade de amigos. ■

# AUTO DATA

## Empresarial

122

BECOMEX

Estratégia tributária colaborativa é alternativa para acelerar competitividade do setor automotivo

124

BORGWARNER

Empresa celebra 45 anos de Brasil com trajetória marcada por grandes evoluções tecnológicas

126

FORD

Voluntariado é tradição entre colaboradores da Ford tanto no Brasil como em todo o mundo

128

GERDAU AÇOS ESPECIAIS

Empresa desenvolve linha inovadora de aços que contribuem para melhorar a eficiência dos veículos

130

TECFIL

Adequada à indústria 4.0 e com forte valorização de sua mão de obra, Tecfil eleva sua competitividade no mercado nacional

132

ZF

A sistemista alemã oferece ao mercado nacional tecnologias de ponta que aprimoram a segurança dos veículos



# UM POR TODOS, TODOS POR UM

Estratégia tributária colaborativa desenvolvida pela Becomex pode aumentar competitividade de todas as indústrias que atuam no setor automotivo nacional

A cascata de tributos que historicamente aflige o setor automotivo nacional, minando sua competitividade e elevando o “Custo Brasil” pode ter seus efeitos bastante reduzidos se, entre todos os elos da cadeia, houver maior colaboração. A solução já existe, foi elaborada por consultoria especializada, e pode ser implementada imediatamente.

Batizado de BCC (Business Collaboration Chain), o projeto desenvolvido pela Becomex, uma das maiores consultorias para as áreas

fiscal, tributária e aduaneira do Brasil, líder em regimes especiais, com destaque de atuação na indústria automotiva, consiste em aplicar estratégia tributária colaborativa envolvendo todos os elos da cadeia automotiva, começando pelas montadoras e passando por todos os fornecedores.

“Em vez de cada empresa agir isoladamente, buscando mecanismos para reduzir seus encargos e aumentar sua competitividade, estamos propondo uma ação conjunta colaborativa onde cada um, seja grande ou pequeno, faça o máximo aproveitamento dos benefícios fiscais oferecidos pelo governo nos regimes especiais”, comenta Paulo Paiva, vice-presidente da Becomex.



Paulo Paiva, vice-presidente  
da Becomex.



Quando as empresas aderem ao projeto, os especialistas da Becomex fazem um profundo estudo em cada elo da cadeia automotiva para analisar a matriz tributária e definir a melhor estratégia a ser adotada buscando a redução de custos, maximização do fluxo de caixa e monetização dos créditos tributários. “Nossa grande missão, neste momento, é demonstrar a cada fornecedor da cadeia automotiva que o BCC oferece vantagens financeiras a todos indistintamente”.

Esses ganhos financeiros mútuos podem, também, impactar em redução de preços de itens que alimentam a cadeia automotiva, uma vez que muitas taxas podem ser recolhidas apenas no final do processo. “Com uma nova estratégia de preços é possível vender mais aumentando a fidelização de seu cliente e ser, naturalmente, mais competitivo no setor”, diz Paiva.

De acordo com levantamento feito pela consultoria, cerca de 30% dos incentivos fiscais oferecidos pelo governo às indústrias não são,

efetivamente, aproveitados. “Só no ano passado o governo ofereceu isenções de quase 400 bilhões de reais, mas, mesmo assim, mais de 100 bilhões de reais, que poderiam ser poupados, foram pagos em impostos. Esse recurso poderia ter sido investido em modernização, aumento de capacidade ou, ainda, em maior fluxo de caixa”.

A metodologia BCC consiste em se criar uma cultura positiva de colaboração entre todos os protagonistas da cadeia automotiva, envolvendo montadoras e Tiers 1, 2, 3, 4 e, assim, sucessivamente. Com o apoio da Becomex é possível aplicar estratégias mais inteligentes, integradas e aderentes a cada elo desta cadeia, de modo que cada um contribui com todos, proporcionando, assim, maior eficiência tributária. Paiva completa: “Isso significa forte impacto no caixa das empresas pois nossa estratégia prioriza que os impostos sejam pagos ao final do processo quando a montadora vender o carro para o consumidor final”.

# 45 ANOS DE INOVAÇÕES NO BRASIL

Conhecida pela qualidade de seus turbocompressores, BorgWarner comemora quase meio século no País com uma trajetória marcada por uma série de evoluções tecnológicas

**A** BorgWarner completa neste mês de outubro 45 anos de Brasil. A empresa iniciou as suas atividades no País com a produção de turbocompressores para motores a diesel de veículos comerciais em 1975 e, atualmente, com aquisições e lançamentos de outros produtos, a marca é referência no desenvolvimento e fabricação de soluções tecnológicas limpas e eficientes para veículos a combustão, híbridos e elétricos.

No Brasil, as plantas de Itatiba (SP) e Brusque (SC) são focadas na produção de turbocompressores, embreagens viscosas e ventiladores, correntes de sincronismo, motores de partida e alternadores que atendem as principais montadoras e o mercado de reposição nacional e sul-americano

“Estamos muito orgulhosos pelos 45 anos no Brasil. Para nós, trata-se de um importante marco na história da BorgWarner, comprovando a nossa constante evolução ao longo desse período, sempre com foco na busca por novas tecnologias, qualidade, parceria e proximidade com os clientes. O nosso objetivo é contribuir cada vez mais com soluções eficientes e sustentáveis.”, comenta Vitor Maielaro, gerente-geral da BorgWarner Emissions, Thermal and Turbo Systems no Brasil.

Ao longo de sua trajetória brasileira, a em-



Divulgação/Agência Brasil

45 anos de constante evolução no Brasil.





presa, que emprega 29 mil colaboradores no mundo e está presente com instalações técnicas e industriais em 19 países, registrou grandes avanços tecnológicos e importantes evoluções. Em 1980 lançou os primeiros turbocompressores das séries "S". No ano de 1997, adquiriu a empresa KKK, na Alemanha e, no ano seguinte, muda o nome para 3K-Warner.

Em 1999, a BorgWarner Inc. adquire, mundialmente, a Schwitzer Company e a Lacom-Schwitzer, no Brasil, que se unem à 3K-Warner para formar a BorgWarner Brasil Ltda. Neste mesmo ano, a BorgWarner Inc. compra a divisão Fluid Power, da Eaton. Em 2001, inicia a produção da linha de produtos remanufaturados. Dois anos depois, passa a fornecer componentes e conjunto central para outras unidades da BorgWarner no mundo. Em 2004, ocorre mais um importante avanço com a fabricação de turbocompressor com tecnologia R2S, duplo estágio, voltada para exportação.

Outros marcos importante são registrados

neste período: início da produção de turbocompressor da série "B", unindo o melhor das linhas "S" e "K", para fornecimento à Daimler, nos Estados Unidos; o turbocompressor com tecnologia R2S passa equipar a picape VW Amarok, o primeiro veículo do Mercosul com motor biturbo; novas instalações em Itatiba (SP), a chegada do Morse System ao Brasil e a Certificação Leed para a planta de Itatiba e esse importante passo faz com que a BorgWarner se torne a primeira empresa de autopeças no País a ser reconhecida por sua construção sustentável.

Em 2015, a empresa inaugura o Tech Center, Centro de Pesquisa e Desenvolvimento, na planta de Itatiba e se torna a pioneira a produzir no Brasil turbocompressor para carros de passeio com motor flexfuel. Ao longo destes 45 anos no País, a BorgWarner já produziu mais cinco milhões de turbocompressores, mais de 10 milhões de motores de partida e mais de três milhões de embreagens. ◀

# O PODER DA ADAPTAÇÃO

Voluntariado já é tradição na Ford há mais de 15 anos, tanto no Brasil como em todo mundo

Desde que a crise do coronavírus pegou o mundo de surpresa, a Ford tomou algumas decisões importantes e rápidas para o enfrentamento da pandemia. Entre outras ações, suspendeu a produção e passou a fabricar equipamentos de proteção individual em suas fábricas, doados para profissionais que atuam na linha de frente em atividades essenciais, além de ajudar no conserto de respiradores, sempre com a participação de empregados voluntários.

No mês de setembro, como faz há 15 anos, a empresa realizou o Mês Global do Voluntariado, que incentiva seus empregados em

todo mundo a participar de iniciativas de apoio à comunidade. Este ano, tanto pelo aniversário como pela situação inédita, a comemoração teve um significado especial. Bill Ford, presidente do Conselho e bisneto do fundador Henry Ford, fez um agradecimento emocionado aos empregados que abraçaram essa causa com a empresa.

“Nossos empregados são o coração e a alma desta empresa. Sua energia, criatividade e dedicação em fazer a vida das pessoas melhor é o que torna a Ford realmente especial”, disse Bill Ford.

No evento virtual de comemoração em que foram homenageados 15 empregados voluntários de todo o mundo, inclusive do Brasil, o executivo lembrou as resistências que encontrou em 2005 para criar o Corpo de Voluntários da Ford, hoje com mais de 1,7 milhão de horas de serviços comunitários realizadas.



Divulgação/Agência Brasil

Empregados da fábrica de Taubaté realizam “Gincana do Bem” e doam 7 toneladas de alimentos e produtos de higiene para instituições sociais.



“Esta é realmente uma das coisas mais emocionantes que fiz em minha carreira na Ford. Olhando para trás, eu não tinha ideia de que iria durar 15 anos e fazer parte da nossa cultura, que eu prezo muito”, disse. “Usar os recursos, alcance mundial e talentos da Ford como uma força do bem, para mim não é só a coisa certa a fazer, mas realmente motivador.”

Entre os motivos que levaram à criação do Corpo de Voluntários, Bill Ford lembrou que, desde que estagiou na Ford antes de 1979, nas férias da universidade, viu que cada departamento tinha um grupo de voluntários fazendo ações como visitas a hospitais e limpeza de parques. E as listas de nomes para essas ações eram preenchidas rapidamente, com sobra.

Este ano, a epidemia mudou totalmente a rotina da empresa, com a maioria trabalhando em casa em vez do escritório. Essa situação mudou também a noção de voluntariado, que, como tudo que se faz hoje, é mais virtual. Mesmo com a redução das oportunidades de atuar presencialmente devido à Covid, a

vontade dos empregados de ajudar continua grande. “É o que eu adoro nesta empresa: se você pedir ajuda aos empregados eles nunca negam e somos inundados de respostas surpreendentes”, diz Bill Ford.

As ações durante a pandemia ajudaram a elevar a posição da marca nas pesquisas de reputação. “Se ajuda a nossa empresa, ótimo. Mas não foi feito com essa intenção, seria ruim. Fizemos porque achamos que é a coisa certa, estávamos em condições de fazer e individualmente e coletivamente nos sentimos bem com isso”, destaca.

Ao ver o impacto que essas ações têm na vida das pessoas, ele diz ter dois pensamentos: primeiro, que é ótimo estar ajudando e, em segundo, que gostaria de fazer muito mais, porque muitas outras precisam de ajuda em todo o mundo. “Na minha carreira eu não lembro das reuniões de negócios, não lembro da maior parte das instalações ou mesmo dos produtos que fizemos, mas sempre lembro das pessoas cuja vida nós tocamos.” ◀



# AÇOS DE ALTA PERFORMANCE

Gerdau Aços Especiais desenvolve produtos inovadores que contribuem para melhorar a eficiência dos veículos

**T**rabalhando em conjunto com montadoras e sistemistas, a Gerdau Aços Especiais desenvolveu linhas de aços mais leves, ecológicos e resistentes que, em diversas aplicações automotivas, agregam tecnologia, inovação e melhor desempenho ao produto final.

As linhas Gerdau Max, Gerdau Tech e Gerdau Custom já estão presentes em diversos componentes de automóveis, caminhões e ônibus produzidos em todo o mundo.

A linha Gerdau Max é focada na maximização de performance a partir de quatro produtos: Gerdau Max Machinity (melhor desempe-

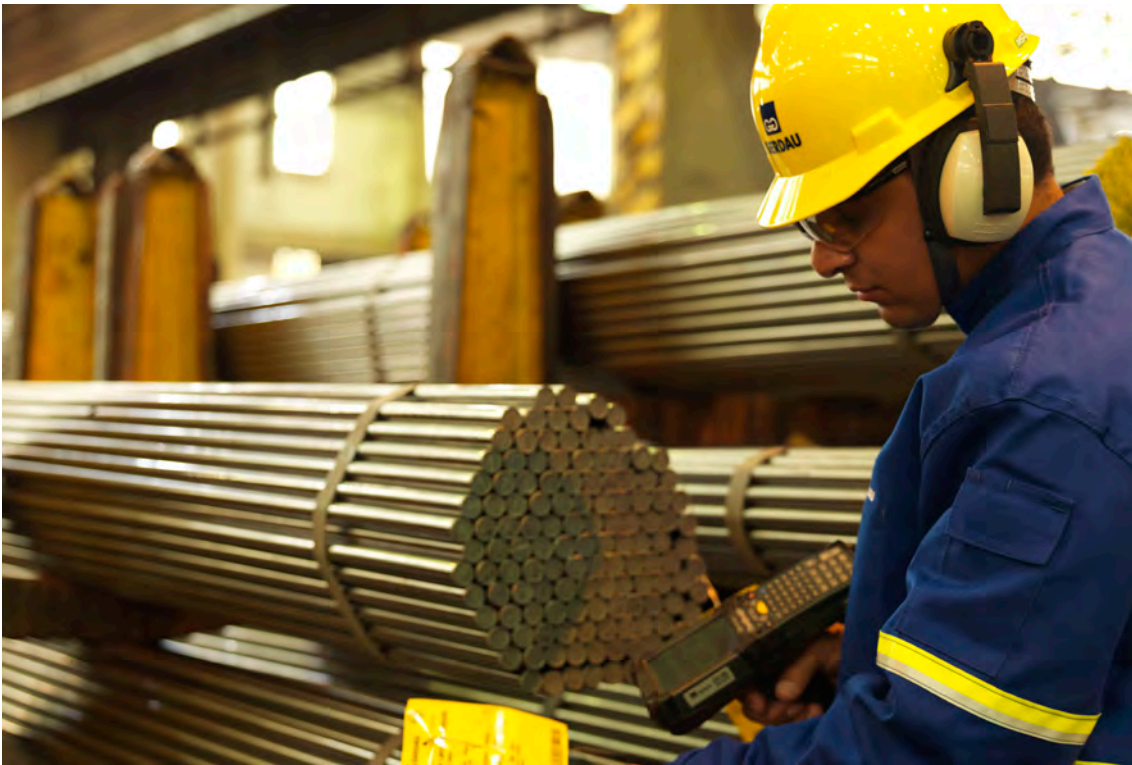
nho no processo de usinagem e maior vida útil do ferramental); Gerdau Max Cleanity (proporciona redução de peso dos componentes e gera maior vida útil e resistência mecânica); Gerdau Max Hiductility (proporciona alto nível de resistência ao escoamento e impacto), e Gerdau Max Paraboler (aplicação em molas parabólicas de veículos pesados, com tecnologia para maior temperabilidade e resistência mecânica).

Já a linha Tech apresenta dois produtos com alta tecnologia agregada. O primeiro, o Gerdau Tech Ecomachining, é reconhecido por suas ligas ecológicas com o benefício de maior rendimento ao processo de usinagem, menor desgaste do ferramental e por não agredir o meio ambiente pois utiliza o bismuto na sua composição química. Já o segundo, Gerdau Tech Induheat, tem alta resistência, mesmo em baixas temperaturas, homogeneidade de propriedades e alta confiabilidade nas características mecânicas. Por último, o Gerdau Custom desenvolve produtos customizados de acordo com a necessidade de cada cliente.

Gerdau Aços Especiais: mais eficiência para a indústria automotiva.



Divulgação/Agência Brasil



A Gerdau possui três unidades de produção de aços especiais no País: Charqueadas (RS), Pindamonhangaba (SP) e Mogi das Cruzes (SP). Os materiais exigem características físicas e metalúrgicas específicas para aplicações com alta exigência mecânica. Atualmente, 80% dos aços especiais produzidos pela companhia são consumidos pelo setor automotivo.

## Inovação constante e métodos ágeis direcionam as equipes de Pesquisa e Desenvolvimento da Gerdau

O desenvolvimento de produtos conjuntamente com cada cliente, atendendo suas necessidades específicas, é um dos segredos do sucesso da empresa. “Prezamos pelo trabalho colaborativo e o relacionamento próximo e duradouro com nossos clientes contribuiu para que estejamos sempre atentos às tendências de mercado e ao futuro da mobilidade, com foco na proposição rápida e ágil de soluções para os desafios enfrentados pela indústria automotiva”, afirma Fladimir Gauto, Vice Presidente Executivo da Gerdau Aços Especiais Brasil.

A companhia segue uma trilha da inovação na cadeia de valor do aço além de inserir novas tecnologias em seus processos e produtos. Os novos aços são criados de forma dinâmica por um time focado em Pesquisa e Desenvolvimento que segue acompanhando as tendências e necessidades do mercado global, a partir, também, de parcerias com universidades e centros de pesquisa para o desenvolvimento de novos produtos e soluções. ◀

# TRANSFORMAÇÃO DIGITAL HUMANIZADA

Totalmente adequada à indústria 4.0 e com forte valorização de sua mão de obra, Tecfil amplia competitividade no mercado nacional

**A** Tecfil – maior fabricante em filtros automotivos da América Latina – vem crescendo e ampliando sua participação de mercado nacional com investimentos em automação, inteligência artificial, transformação digital e valorização de seus recursos humanos. Como resultado, a empresa dobrou a sua capacidade industrial nos últimos dez anos, saltando de quatro milhões para oito milhões de unidades por mês, graças à implantação de sistemas avançados direcionados à indústria 4.0.

O aumento da capacidade de produção local, aliado aos sistemas de automação, se tornou,

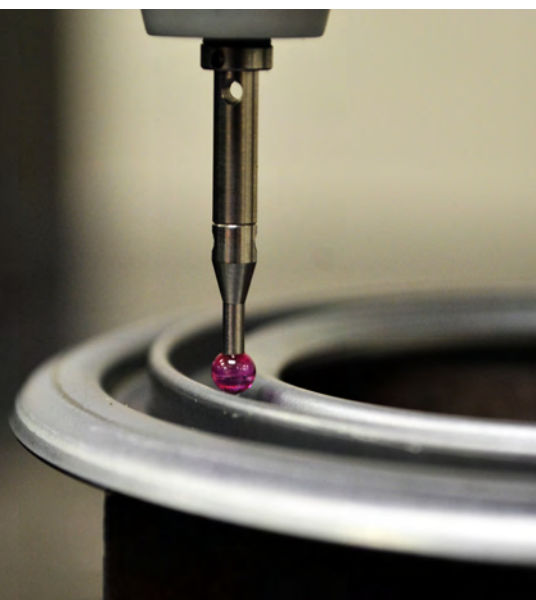
no atual contexto da pandemia da COVID-19, um importante diferencial competitivo, por garantir o abastecimento do mercado com regularidade de preços e oferta.

O uso de sistemas avançados de tecnologia contribuiu para assegurar maior produtividade, potencializando o aumento da capacidade e garantindo mais eficiência a todo o processo, inclusive com redução significativa das perdas industriais, em função da gestão automatizada do chão de fábrica e a maior excelência nas áreas de logística e administrativa.

“A Tecfil tem uma estrutura hoje única no setor de filtros automotivos, por conjugar uma forte base de produção local – o que se tornou um aspecto fundamental para dar segurança aos clientes no momento em que a pandemia impacta o custo e a logística dos produtos importados – e um modelo avançado e ancorado na indústria 4.0”, afirma Flávio Montanari Boni, Diretor Industrial da Tecfil.

De acordo com Boni, a adoção dos novos

Tecfil: alta tecnologia assegura  
mais qualidade e produtividade.



Divulgação/Agência Brasil





sistemas permitiu à Tecfil ter a gestão da fábrica na palma da mão. A revolução digital é uma constante na manufatura e hoje a produção pode ser totalmente monitorada pelo smartphone. “É possível saber tudo o que ocorre na fábrica em tempo real, o que permite tomar decisões e fazer ajustes muito rapidamente, sem a interferência humana, aumentando a eficiência na agilidade das consultas necessárias”.

Com isso, qualquer alteração no processo produtivo leva menos de sete minutos. Outro ganho garantido pelos sistemas inteligentes é o controle e gerenciamento do estoque em processo por rádio frequência, o que permite identificar com rapidez se uma caixa está circulando vazia e precisa ser preenchida. O controle de documentos e rastreabilidade é digital, feito através de leitura QRcode, que garante a confiabilidade das informações, agilidade na coleta de dados por parte do operador, redução de custo de impressão, além de acesso em tempo real a todos os dados do sistema.

“Nesse processo, destacou-se o fato de que a fábrica foi automatizada sem que a Tecfil tivesse que reduzir vagas”, diz Boni. A política de investir fortemente em treinamento dos profissionais e na qualidade de vida no trabalho garantiu que o time estivesse preparado e também com disposição para assumir novas funções de maior qualificação.

“As pessoas são nosso maior ativo e investimos fortemente em seu desenvolvimento, pois acreditamos que os bons resultados dependem não só de novas tecnologias, mas principalmente das pessoas por trás dos robôs”, afirma Ana Paula de Oliveira, Gerente de Recursos Humanos.

A Tecfil segue investindo em automação e otimização dos processos fabris. As linhas de produção, que já contam com sete robôs, preparam-se para receber ainda mais nos próximos anos. “A tecnologia digital no chão de fábrica é um processo contínuo e fascinante”, afirma Boni. ◀

# TECNOLOGIA A FAVOR DA VIDA

ZF desenvolve complexos sistemas que são capazes de fazer com que veículos possam ver, pensar e agir de maneira a suportar os motoristas em situações de risco

**O**s acidentes de trânsito matam mais de um milhão de pessoas por ano no mundo. Dados alarmantes divulgados pela Organização Mundial da Saúde (OMS), em 2018, apontam uma fatalidade a cada 24 segundos por consequência deste tipo de problema.

De acordo com estudo elaborado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), o Brasil perdeu 479.857 vidas no trânsito entre 2007 e 2018 e o custo desses acidentes ul-

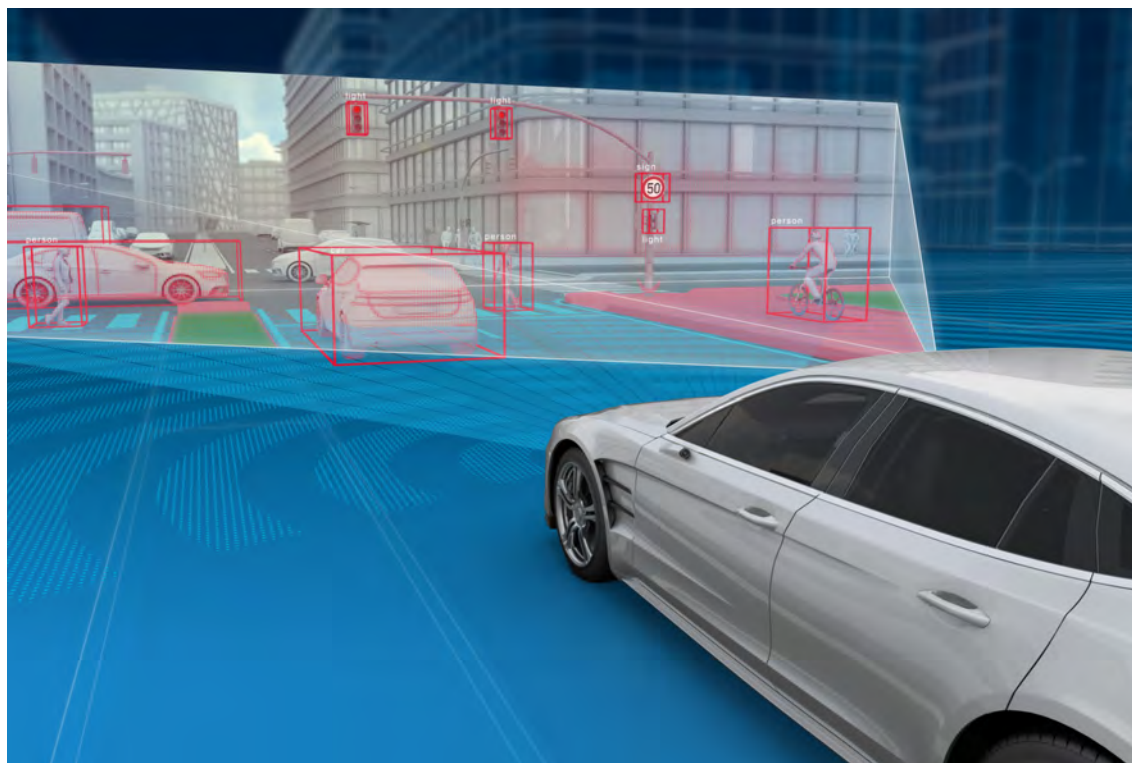
trapassa 1,5 trilhão de reais. A situação preocupante levou o País a assumir compromisso na ONU de reduzir as fatalidades no trânsito pela metade ainda neste ano.

Para que esses resultados possam ser notados a curto e médio prazo é preciso investir forte e urgentemente em educação no trânsito, legislação e em alta tecnologia. Este último item faz parte do DNA da ZF, empresa global de tecnologia que atua nos setores automotivo e industrial e está há mais de 60 anos no Brasil. A empresa, que há muito tempo adotou o conceito Visão Zero - zero acidentes e zero emissões, vem investindo em tecnologias



Divulgação/Agência Brasil

ZF: tecnologias inovadoras que podem ajudar a salvar vidas.



inovadoras que ajudam a reduzir as emissões de CO<sub>2</sub>, aprimoram a segurança no trânsito, além de garantir alta eficiência a favor da vida.

De acordo com o ONSV (Observatório Nacional de Segurança Viária), as três principais causas de acidentes de trânsito são: “Fator Humano, Fator Veículo e Fator Via”. Segundo a entidade, 90% dos acidentes ocorrem por falhas humanas – que podem envolver desde a desatenção dos condutores até o desrespeito à legislação.

Focada em seu objetivo de redução total de acidentes, a ZF desenvolveu complexos sistemas que são capazes de fazer com que veículos possam ver, pensar e agir de maneira a suportar os motoristas em situações de risco.

São câmeras de última geração aliadas a sensores ultra sensíveis que enxergam inclusive na escuridão total. Supercomputadores capazes de processar bilhões de informações em frações de segundos e sistemas eletrônicos que permitem que os veículos (automóveis, caminhões ou ônibus) possam

desviar-se de obstáculos ou mesmo frear independente da ação do motorista, podendo ajudar a reduzir os números de acidentes relacionados ao Fator Humano.

Já com relação aos veículos, a OMS alerta que os itens de segurança neles aplicados desempenham papel essencial na prevenção de acidentes e na redução da probabilidade de lesões graves. Por isso, recomenda que tecnologias como controle eletrônico de estabilidade, airbags e cintos de segurança equipem todos os veículos.

A ZF vem inovando e avançando em sistemas integrados e inteligentes de segurança com vistas à sua meta de zero acidentes e mobilidade que permita o máximo de segurança e comodidade às pessoas. São mecanismos de elevada eficácia que tornam o trânsito cada vez mais seguro e que podem ajudar a salvar vidas. Toda essa tecnologia capaz de não apenas mitigar as consequências, mas também reduzir os riscos de acidentes no trânsito (para motoristas, passageiros e pedestres) já está disponível também no Brasil. ◀



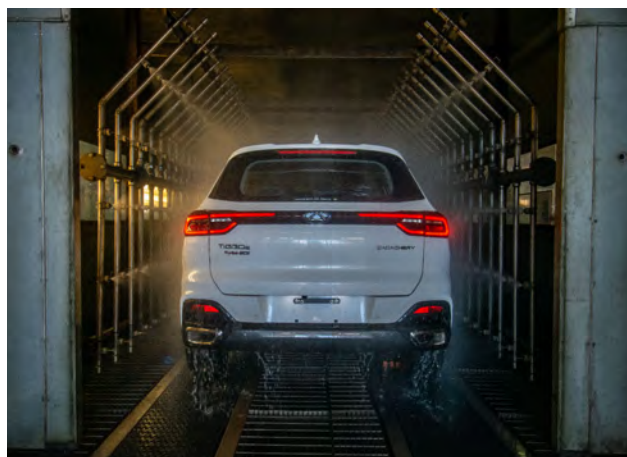
## DEZ ANOS DE BONGO NO URUGUAI

A Kia comemorou dez anos de produção do caminhão leve Bongo K2500 no Uruguai, em fábrica compartilhada com a Nordex. Nesse período a empresa produziu 30 mil unidades, 27,5 mil dedicadas ao mercado brasileiro e 2,5 mil ao uruguaio. Para o início da operação, em 2010, a Kia investiu cerca de US\$ 25 milhões naquele país. Nos dez anos mais US\$ 10 milhões foram investidos na modernização dos equipamentos. Na década a fábrica foi considerada a melhor pela Kia Motors Corporation dentre todas as suas operações CKD no mundo.

## BYD ARTICULADO COM PISO ALTO

A BYD finalizou a fabricação do primeiro chassi de ônibus articulado com piso alto e powertrain elétrico no País, em suas instalações de Campinas, SP. O modelo D11A, com 22 metros de comprimento, foi equipado com baterias de fosfato ferro lítio que prometem autonomia de até 250 quilômetros com uma carga completa. A aplicação do veículo, segundo explicou a empresa, é para BRTs.

## CAOA CHERY: 20 MIL EM ANÁPOLIS.



Divulgação/Caoa Chery

Um Caoa Chery Tiggo 8 simbolizou marca de 20 mil automóveis produzidos pela companhia em Anápolis, GO. O modelo, o maior em tamanho e mais sofisticado em termos de acessórios, deixou a linha de produção na quinta-feira, 9. A fábrica de Goiás do Grupo Caoa emprega 1,5 mil pessoas e tem capacidade para produzir 86 mil automóveis por ano, além de dispor de centro de pesquisa e desenvolvimento para homologar veículos e motores. O primeiro Caoa Chery ali produzido foi o Tiggo 5X, no fim de 2018.

## NOVA MITSUBISHI L200

A HPE investiu em sua fábrica de Catalão, GO, para produzir a nova picape Mitsubishi L200 Triton Sport 2021. Segundo a montadora, novas ferramentas foram adquiridas e adequações promovidas na unidade, como a mudança nos equipamentos usados para posicionar as chapas de aço para solda e no transporte das carrocerias. A capacidade de produção da picape pode chegar a até 1,5 mil unidades/mês, caso o mercado demande, mas diante do atual cenário econômico e das limitações de produção para garantir a segurança dos trabalhadores, o volume atual é menor.



Divulgação/HPE

## CONTINENTAL DOA R\$ 870 MIL

A Continental criou a campanha Amigos da Conti para arrecadar recursos financeiros que serão convertidos em cestas básicas para doação. Para começar a ação a empresa doará R\$ 870 mil, sendo R\$ 820 mil para compra de cestas básicas e R\$ 50 mil em pneus e serviços para veículos da Cruz Vermelha. Com a ação a companhia quer tentar arrecadar recursos tanto da iniciativa privada quanto da sociedade civil. As doações serão destinadas a instituições beneficentes com atuação em regiões em que a empresa mantém unidades fabris e filiais logísticas e administrativas.

## NISSAN OFERECE CONSULTORIA DE DESIGN

O Estúdio de Design da Nissan América Latina passou a oferecer serviços de consultoria em design para projetos de empresas de fora do setor automotivo. A iniciativa é pioneira dentro da companhia: dos oito estúdios de design Nissan ao redor do mundo o The Box, como é conhecido internamente o latino-americano, pela sua arquitetura que lembra uma caixa, é o primeiro a colocar suas mentes e braços à disposição de terceiros. O designer chefe John Sahs acredita que a experiência da equipe da Nissan contribui para diversos projetos: "Nós desenhamos bancos automotivos e assim podemos colaborar com o design de móveis. Roupas e acessórios de vestuário, bicicletas e outros meios de mobilidade são outros exemplos". Localizado em São Paulo o The Box possui equipe de seis colaboradores com experiência em diversos setores e países.

## VOLVO FMX COMPLETA DEZ ANOS DE BRASIL

A Volvo celebrou os dez anos do lançamento do FMX, caminhão para operações severas fora-de-estrada, atendendo a segmentos como mineração, construção, madeira e cana de açúcar. Atualmente a montadora comercializa a segunda geração do veículo no País. Segundo a montadora, o FMX foi um divisor de águas do mercado de caminhões e responsável pelo crescimento da empresa no segmento off-road, no Brasil e no mundo.

## HONDA: 2 MILHÕES DE AUTOMÓVEIS NO BRASIL.

Desde o primeiro Honda Accord, importado em 1992 após a reabertura das fronteiras brasileiras para veículos produzidos em outros países, a Honda já somou mais de 2 milhões de automóveis vendidos a brasileiros. De importadora a companhia passou a fabricante cinco anos depois, ao inaugurar a fábrica de Sumaré, SP, produzindo o Civic. No ano passado começou a produzir também em Itirapina, SP: as duas fábricas abastecem 213 concessionárias no Brasil e atendem a outros mercados na região. Atualmente saem das linhas City, Civic, Fit, HR-V e WR-V. E há a oferta dos importados Accord, Civic Si e CR-V.

## FCA: 500 MIL FIREFLY EM BETIM.

A FCA alcançou a marca de 500 mil motores Firefly produzidos no Polo Automotivo Fiat de Betim, MG. O símbolo foi um motor 1.0 de três cilindros que, no Brasil, equipa os Fiat Argo, Cronos, Strada e Uno. Por dia são produzidos em Betim 1,3 mil motores Firefly, os 1.0 de três cilindros e 1.3 litro de quatro cilindros, ambos com bloco em alumínio. Cerca de oitocentos funcionários trabalham em três turnos para atender demandas do Brasil e do Exterior: cerca de 50% do volume, atualmente, são exportados para Itália e Polônia para equipar os Fiat Panda, 500 e Lancia Y. A fábrica de motores da FCA em Betim passa por ampliação: receberá, em breve, linha de produção de motores turbo.

## YAZAKI: R\$ 60 MILHÕES EM BONITO.

A Yazaki assinou acordo para investir R\$ 60 milhões na construção de fábrica em Bonito, PE, para fornecer à unidade FCA de Goiana, também em Pernambuco. Segundo o governo estadual serão gerados 2 mil postos de trabalho a partir de junho de 2021, para quando está previsto o início da produção. A Yazaki produz chicotes automotivos e componentes como displays e dispositivos eletrônicos, abastece a FCA a partir de fábrica instalada em Nossa Senhora do Socorro, SE, mas a expansão da produção da montadora demandou um novo investimento fabril na região. A fábrica de Bonito será a décima da multinacional de origem japonesa na América do Sul e a sexta no Brasil.



Divulgação/Nissan

**NISSAN: RODRIGUEZ**

A Nissan anunciou mudanças em sua estrutura organizacional geográfica, parte do plano de reestruturação Nissan Next. Realinha divisões e reduz de sete para quatro as regiões-chave: Japão-Sudeste Asiático, China, Américas e Amieo, África, Oriente Médio, Europa e Oceania. O argentino Guy Rodríguez, que era chairman para a América Latina, foi nomeado VP regional sênior de marketing, vendas e operações da Nissan América do Sul. A América do Norte fica sob responsabilidade de Jérémie Papin, VP do comitê de gerenciamento da América do Norte. Ambos se reportarão ao vice-CPO e CCO Christian Vandenhende até que a divisão Américas seja criada efetivamente.



Divulgação/Volvo

**VOLVO: GERBER**

Silvia Gerber assumiu o cargo de CFO do Grupo Volvo na América Latina, sucedendo Mônica Beckert, que atuará como diretora-executiva da Lapônia, grupo de concessionárias Volvo do interior paulista. A nova vice-presidente de finanças trabalhará na sede da Volvo em Curitiba, PR. Gerber está na montadora há 12 anos e já ocupou cargos como CFO da Volvo Buses Latin America e da Volvo México.



Divulgação/VW

**VW: OWSIANSKI E NASCIMENTO**

O atual presidente e CEO da Volkswagen Argentina, Thomas Owsianski, acumula função de vice-presidente de vendas e marketing para a América do Sul. Ele sucede a Stefan Mecha, que terá nova função dentro do Grupo. Ainda na Volkswagen Marcelo Quio Ribeiro do Nascimento foi nomeado diretor da área de assuntos jurídicos da Volkswagen do Brasil e para a Região América do Sul. Com mais de vinte anos de experiência na área, Quio vem da Mercedes-Benz.



Divulgação/Continental

**CONTINENTAL: BONILHA**

A Continental Pneus indicou Rodrigo Bonilha para o cargo de vice-presidente de vendas e marketing para a região Mercosul. Na empresa desde 2014, Bonilha ingressou como gerente de operações e, recentemente, dirigia a unidade de negócios de pneus de carga. O executivo, formado em engenharia, sucede a Renato Sarzano, que após 22 anos na operação no Mercosul agora gerencia o negócio de pneus de carga para as Américas, baseado nos Estados Unidos.



Divulgação/Iveco Bus

**IVECO BUS: FETZNER E ALVAREZ**

A Iveco Bus anunciou mudanças em seu quadro diretivo: Danilo Fetzner é seu novo diretor responsável na América do Sul e se reportará diretamente a Márcio Querichelli, o presidente da empresa na região. Fetzner coordenará suas ações com Stéphane Espinasse, presidente global da Iveco Bus. Ana Paula Alvarez também foi contratada pela Iveco Bus e será responsável pela área que se relaciona com os importadores de ônibus na América Latina, reportando-se a Fetzner.



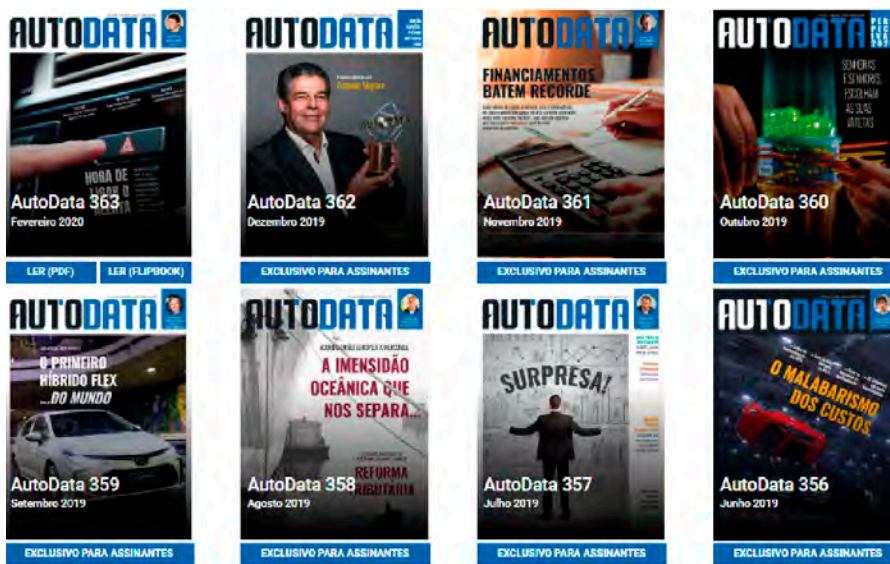
# AUTODATA

ASSINE AUTODATA E RECEBA DIARIAMENTE O CONTEÚDO  
MAIS RELEVANTE SOBRE A INDÚSTRIA AUTOMOTIVA  
NO BRASIL E NO MUNDO



SÃO 20 NEWSLETTERS/MÊS COM REPORTAGENS  
ESPECIAIS, ENTREVISTAS E TUDO O QUE  
ACONTECE DE MAIS IMPORTANTE  
NO MUNDO DO AUTOMÓVEL

ALÉM DISSO SOMENTE OS ASSINANTES PODERÃO ACESSAR O BANCO  
DE DADOS COM TODAS AS EDIÇÕES DA REVISTA AUTODATA



AUTODATA: TRANSFORMANDO INFORMAÇÃO EM CONHECIMENTO.

ASSINE AGORA MESMO:  
[www.autodata.com.br/assinatura](http://www.autodata.com.br/assinatura)

(11) 5189-8900 • [www.autodata.com.br](http://www.autodata.com.br)



“O plano levanta sérias questões quanto à sua legalidade e praticidade.”

Andrew Wheeler, chefe da EPA, Agência de Proteção Ambiental estadunidense, sobre o plano do Estado da Califórnia de barrar vendas de automóveis que não sejam emissão zero a partir de 2035.

“A Califórnia pediu a todas as montadoras que cortassem a emissão de gases de efeito estufa e lutassem por um ar mais limpo. Chevrolet, Jeep e Toyota disseram não. A Ford disse sim.”

Trecho de comercial veiculado pela Ford sobre o mesmo tema. O filme pode ser assistido em <https://www.youtube.com/watch?v=iErlyt0AiRI>.

**150 555**

brasileiros morreram vítimas da covid-19 até a segunda-feira, 12 de outubro de 2020.

**US\$ 28 milhões**

é o valor que a GM pagará ao Estado de Ohio, nos Estados Unidos, como compensação por incentivos fiscais recebidos. A empresa fechou uma fábrica ali em 2019.

**R\$ 481 bilhões**

é quanto a população brasileira deverá gastar com produtos e serviços ligados ao setor automotivo em 2020, alta de 138% na comparação com 2019 segundo pesquisa do IPC Maps, que mede o índice potencial de consumo nacional das famílias em diversos setores econômicos.

“A data original de abril de 2021 é o primeiro quadrimestre das gestões a serem eleitas neste ano. É muito do crescimento desordenado em áreas de risco passa pela falta de instrumentos para inverter a lógica de implantar políticas de mobilidade só para responder à demanda.”

Deputado Federal Gustavo Fruet (PDT-PR), em justificativa para nova prorrogação do prazo para municípios elaborarem seus planos de mobilidade urbana – a data tem sido prorrogada sucessivamente desde 2016. A nova prorrogação foi aprovada pela Câmara dos Deputados, passando a 2022 nas cidades com mais de 250 mil habitantes e 2023 nas abaixo disso.

> **Nós estamos  
no**



Este é um ano que está exigindo o melhor de todos. E nesses momentos as qualidades que cultivamos todos os dias ficam mais evidentes: excelência, processos robustos e pontualidade nas entregas. Com isso, temos a certeza de que vamos estreitar nossos laços com clientes e colaboradores, nos tornando ainda mais fortes. Estamos juntos para aprender com o presente e projetar um novo horizonte repleto de conquistas compartilhadas.

**Schulz Automotiva**

*Presente em qualquer futuro*



Peças fundidas, usinadas, pintadas e montadas.

**SCHULZ  
AUTOMOTIVA**

[www.schulzsa.com](http://www.schulzsa.com)



# A LENDA SE SUPEROU.

O MENOR CONSUMO DE COMBUSTÍVEL DA CATEGORIA.

# FIAT

A PAIXÃO MOVE.

STRADA.FIAT.COM.BR



Leo Burnett TM



MELHOR ÂNGULO DE ENTRADA.



O MAIOR VOLUME DE CARGA DA CATEGORIA.



E-LOCKER - CONTROLE DE TRACÇÃO AVANÇADO (TC+).

# NOVA FIAT STRADA



SAC: 0800 707 1000 / 0800 282 1001

PERCEBA O RISCO, PROTEJA A VIDA.

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

