

AUTO DATA



From the Top
Mauro Correia,
da HPE Auto

ÔNIBUS EM ROTA DE RECUPERAÇÃO

Com muitos lançamentos elétricos

BOSCH CHEGA AOS 70 ANOS

Fornecedor ajuda a traçar o futuro do setor no Brasil

MARCOPOLO FAZ 75 ANOS

A trajetória e a força da maior fabricante de ônibus

EXPORTAÇÕES EM XEQUE

VEÍCULO NACIONAL PERDE A COMPETIÇÃO INTERNACIONAL



CONHEÇA OS CASES FINALISTAS PARA VOTAR



Paz no trânsito começa por você.



Acesse o QR Code
e assista ao videoclipe.



Volkswagen Caminhões e Ônibus



Volkswagen Caminhões e Ônibus



@vwcaminhoes

Só quem sonha consegue alcançar.

É O METEOR DA VOLKSWAGEN.

MAS PODE CHAMAR DE

METEOR DA PAIXÃO



Caminhões
Ônibus

VW METEOR. PENSE GIGANTE.



Caminhões
Ônibus

*Imagem referente ao modelo VW Meteor 29.530. Alguns itens são vendidos como opcionais.

**LAT.BUS TRANSPÚBLICO
ÔNIBUS EM ASCENSÃO**

20

Todos os fabricantes de chassis lançaram modelos elétricos que serão produzidos no Brasil, enquanto se preparam para novo aquecimento do mercado

**EXPORTAÇÕES
VENDAS EXTERNAS ENFRENTAM GARGALO**

30

Fabricantes de veículos no País têm produtos de pouca penetração global e só chegam a mercados regionais de baixo volume e grande concorrência

**HISTÓRIA 1
BOSCH COMPLETA 70 ANOS NO PAÍS**

66

A centenária empresa alemã ajudou a construir a indústria automotiva nacional com investimento em novas tecnologias e produção local

**HISTÓRIA 2
MARCOPOLO CHEGA AOS 75 ANOS**

80

A empresa gaúcha começou improvisando carrocerias de madeira sobre chassis e se tornou uma das maiores fabricantes de ônibus do mundo

**LANÇAMENTO
O NOVO PEUGEOT 2008**

90

SUV compacto produzido na Argentina começou a ser vendido no Brasil com expectativa de revigorar as vendas da marca francesa no mercado

**INVESTIMENTOS
PARA ONDE VÃO OS RECURSOS**

96

Confira todos os programas de investimento em curso dos fabricantes de veículos leves e pesados e o destino dos aportes em fábricas e produtos



42

**OS MELHORES
PRÊMIO AUTODATA 2024**

Conheças todos os cases de empresas, produtos e personalidades indicados à premiação em dez categorias este ano

**WORK
STUDIO
AUTO DATA**

29

FORD

40

GRUPO SADA

78

RESFRI AR

6

LENTES

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

10

FROM THE TOP

Mauro Correia conta como a HPE pretende aumentar a produção de modelos Mitsubishi no País com investimentos de R\$ 4 bi.

100

GENTE & NEGÓCIOS

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

109

FIM DE PAPO

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

O barco das exportações está afundando

Por Pedro Kutney, editor

Sempre que as exportações afundam – e elas sempre caem mais do que sobem – vêm à tona desse naufrágio as muitas mazelas da falta de competitividade internacional do País e, em particular, de sua indústria mais pujante: a automotiva. São velhos e conhecidos problemas, sempre endereçados nos discursos de executivos do setor e de representantes dos governos de plantão.

Todos dizem ser essencial transformar o Brasil em um polo de exportação de veículos, por dois motivos: aumentar o saldo positivo da balança comercial do País com mais vendas externas de bens de maior valor agregado e ocupar os muitos espaços ociosos das fábricas brasileiras, que hoje têm capacidade para abastecer a América Latina inteira mas mal trabalham com metade deste potencial.

Apesar dos muitos discursos em defesa deste posicionamento pouco se faz na prática para tirar do buraco as vendas externas de veículos brasileiros, que seguem afundando aos mais baixos níveis de dois anos para cá. O fato é que poucos fabricantes produzem carros exportáveis, com alcance limitado a pequenos mercados latino-americanos, de baixos volumes e sempre em crise. As deficiências nacionais tributárias e logísticas tratam de puxar ainda mais para baixo o barco das exportações. Para piorar os principais países clientes de carros brasileiros estão sendo inundados por produtos chineses equivalentes ou superiores em qualidade e tecnologia – e que custam menos.

A extensa reportagem de capa desta **AutoData** mostra o beco sem saída no qual estão metidas as exportações de veículos brasileiros. Ainda que seja difícil é urgente tomar medidas práticas para que esta parcela importante da indústria nacional não fique vendo navios chegarem carregados de carros importados e partirem vazios.

Para começar é preciso investir naquilo que sabemos fazer melhor, para ganhar diferencial competitivo mais independente de movimentos econômicos efêmeros. Nesse sentido pode-se aproveitar bons exemplos como o da indústria nacional de ônibus, que na Lat.Bus Transpúblico deste ano mostrou que é capaz de produzir veículos de qualidade internacional, inclusive elétricos e híbridos inovadores. Esta **AutoData** retrata este movimento e conta a história de 75 anos do maior representante deste segmento, a Marcopolo. Também contamos o bom exemplo de como uma centenária empresa alemã que chegou ao Brasil há setenta anos, a Bosch, ajuda a construir o futuro do setor automotivo nacional.

E por falar em bons exemplos eles não faltam dentre as empresas, produtos e personalidades indicados ao Prêmio AutoData deste ano, cuja votação para escolher os melhores dos melhores começa assim que esta revista estiver publicada. Boa leitura e boas esperanças.

autodata.com.br 

autodataseminarios 

autodataseminarios 

AutoDataEditora 

autodata-editora 

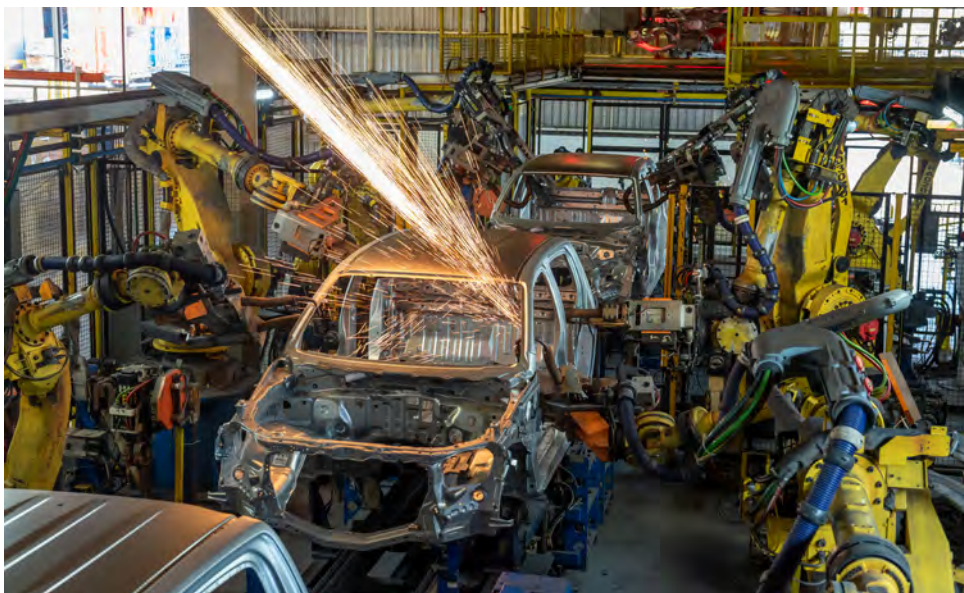
AUTODATA **Diretor de Redação** Leandro Alves **Conselho Editorial** Isidore Nahoum, Leandro Alves, Márcio Stéfani, Pedro Stéfani, Vicente Alessi, filho **Redação** Pedro Kutney, editor **Colaboraram nesta edição** André Barros, Caio Bednarski, Roberto Hunoff, Soraia Abreu Pedrozo **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR/divulgação **Capa** Foto divulgação/VW **Comercial e publicidade** tel. PABX 11 3202 2727; André Martins, Luiz Gíadas **Assinaturas/atendimento ao cliente** tel. PABX 11 3202 2727 **Departamento administrativo e financeiro** Isidore Nahoum, conselheiro, Thelma Melkunas, Hidelbrando C de Oliveira, Vanessa Vianna **ISN** 1415-7756 **AutoData** é publicação da AutoData Editora e Eventos Ltda., Av. Guido Caloi, 1000, bloco 5, 4º andar, sala 434, 05802-140, Jardim São Luis, São Paulo, SP, Brasil. É proibida a reprodução sem prévia autorização mas permitida a citação desde que identificada a fonte. **Jornalista responsável** Leandro Alves, MTb 30 411/SP

FATOS QUE VOCÊ PODE NÃO TER NOTADO

Relatório da FAO, órgão da ONU, Organização das Nações Unidas, para Alimentação e Agricultura, distribuído nos últimos dias de julho, relatou que 20% da população brasileira [43 milhões de pessoas] “não tiveram acesso adequado à alimentação nos últimos três anos”, e que há 8,4 milhões de subnutridos. O relatório reconhece que houve algum avanço positivo diante do resultado do último levantamento mas que o País permanece no Mapa da Fome global. Diz, também, que em 2021 e em 2022 3,9% da população, coisa de 9,6 milhões, apresentaram desnutrição crônica, índice que baixou para 3,1% no ano passado.

FATOS QUE VOCÊ PODE NÃO TER NOTADO 2

O nível do desemprego no Brasil caiu para 6,9% da população economicamente ativa, indicou a PNAD, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, desenvolvida pelo IBGE e divulgada no penúltimo dia de julho. Trata-se da menor taxa aferida para o período desde 2014: o índice perdeu 1 ponto porcentual diante do resultado do trimestre imediatamente anterior e 1,1 pp confrontado com idêntico período de 2023. O tamanho da população desocupada veio para 7,5 milhões, volume mais contraído desde fevereiro de 2015, e a população ocupada chegou a 101,8 milhões, novo recorde desde 2012.



Divulgação/GM



Por Vicente Alessi, filho

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

FATOS QUE VOCÊ PODE NÃO TER NOTADO 3

No comecinho de agosto o IBGE divulgou dados da sua Pesquisa Industrial Mensal e o crescimento de 4,1% da indústria brasileira na comparação com junho, resultado que contrastou com os de maio e os de abril, que somaram queda de 1,9% – foi a maior alta mensal desde junho de 2020. Analistas erraram: esperavam por crescimento de 2,4%. Quem liderou o resgate foi o segmento de produtos químicos, com 6,5%, seguido pelo de derivados de petróleo e de biocombustíveis, 4,0%. O crescimento acumulado do primeiro semestre chegou a 2,6%. Metalurgia cresceu 5%, veículos 3,1%. Em síntese: as quatro grandes categorias econômicas e dezesseis das 25 atividades industriais pesquisadas cresceram.

CLIMA PARA GOLPE 1

O site Capitalista Visual buscou aferir a satisfação da população de 26 países com o que chama de democracia por meio de pesquisa realizada pelo Pew Research Center. Na América do Norte o resultado mostrou o seguinte: 52% no Canadá, 50% no México e 31% nos Estados Unidos estão satisfeitos. Na América do Sul: 44% no Brasil e na Argentina, 30% no Chile, 21% na Colômbia e 11% no Peru. Na Europa: 75% na Suécia, 58% na Holanda, 55% na Alemanha, 49% na Hungria, 39% no Reino Unido, 35% na França, 30% na Itália e na Espanha, 22% na Grécia.

CLIMA PARA GOLPE 2

No que diz respeito à Ásia o resultado da pesquisa mostrou que estão satisfeitos 80% da população de Singapura, 77% da Índia, 64% da Tailândia, 57% das Filipinas, 51% da Malásia, 38% do Sri Lanka, 36% da Coreia do Sul e 31% do Japão. No caso da Austrália 60% da população aprovam a sua democracia.

PREFERÊNCIAS DA LIVRE INICIATIVA

Fala-se, amiúde, a respeito da profissionalização da direção executiva de entidades representativas – conversa antiga pelo menos até fins de 1988, no caso da Anfavea: Carl Hahn conseguira demitir Wolfgang Sauer da Volkswagen e da Autolatina, que ficaria sem emprego nem função uns dias à frente. Ele imaginou o Conasa, de mau nome na América Latina mas que serviria aos seus propósitos mais imediatos: reuniria Anfavea, Fenabrave e Sindipeças em presidência rotativa, entidade suprasegmentada, que representaria o setor automotivo nacional. Naquele instante seria a salvação da lavoura da carreira de Sauer que, afinal, resolveu-se melhor sem ela e sem a compreensão de Jacy Mendonça, também da Volkswagen, vice-presidente da Anfavea e presuntivo sucessor de André Beer na presidência da entidade: pois Jacy informou a Sauer que não contasse com ele no apoio à nova associação.

PREFERÊNCIAS DA LIVRE INICIATIVA 2

Este episódio suscitou maré de ideias a respeito dos presidentes profissionais, que me parece perfeita para circunstâncias em que o céu é de brigadeiro que nunca voou, em que o mar foi feito para o almirante Ernâni do Amaral Peixoto e a terra polvilhada de guerreiros de tabuleiro como certos que conhecemos. Realmente tenho muitas dúvidas se funciona em época de tantas dúvidas e de transição óbvia e evidente como esta que atravessamos. O primeiro passo seria o de uma entidade unida de verdade, a partir de reunião na qual os presidentes das associadas batessem os seus farelos e se manifestassem por unidos grupos de Três Mosqueteiros. Mas não acredito neste tipo de compreensão do processo à medida que existem muitos grupos de interesse. No passado era mais simples armar um grande entendimento ganha-ganha.

PREFERÊNCIAS DA LIVRE INICIATIVA 3

Independente de minhas observações a questão é simples: qual é, digamos, o Zeitgeist que predomina, hoje, na Anfavea? Está pronta para este salto de qualidade? Isto é o que importa e levando em consideração as questões geopolíticas do setor de veículos no mundo todo: todo produtor é meu inimigo ou somente alguns? Até onde encerras das matrizes devem repercutir aqui da mesma maneira, num País que não é a matriz? Tipo: o governo brasileiro deve ser pressionado a boicotar empresas nativas de país amigo? A livre iniciativa serve a todos ou tem suas preferências? São perguntas para um mundo grande em busca de respostas.

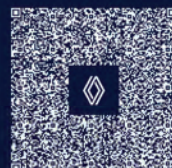


RENAULT KARDIAN

o motor 1.0 turbo mais forte do Brasil* com 125 cv e 220 Nm de torque
câmbio automático EDC com e-shifter
13 sistemas avançados de assistência de direção
multimídia com espelhamento sem fio de série

afirmação do motor mais forte do Brasil baseada na unidade Nissan mista, com base no Sistema Internacional de Unidades, o número oficial é 220Nm, sendo o motor 1.0 turbo com três cilindros e injeção direta com maior torque o valor correspondente à potência é de 125cv

descubra





QUATRO RODAS
VENCEDOR
COMPARATIVO
RENAULT KARDIAN
VOLUME 2024 (MAYO) X RENAULT KARDIAN
X FIAT PALISSE
MAYO - 2024



Paz no trânsito começa por você.

renault.com.br

Diversão com desafios

Depois de servir a Ford, por vinte anos, como engenheiro de manufatura e dirigir um dos maiores e mais ousados projetos da indústria automotiva, a fábrica de Camaçari, BA, construída no início dos anos 2000 com os principais fornecedores dentro da linha de montagem, quando precisou "esquecer os livros e fazer algo novo", Mauro Correia tornou-se um executivo forjado por desafios: "Gosto deles, sempre me diverti muito com todos".

Após passagens pela indústria de eletrônicos e de roupa íntima feminina Correia voltou ao setor

automotivo para se divertir, por coincidência, com os desafios de duas das raras montadoras nacionais de veículos, ambas com fábricas em Goiás.

Em 2014 assumiu o posto de CEO do Grupo Caoa, que além de grande concessionário já tinha instalado em Anápolis, GO, linha para montar veículos Hyundai. Nos nove anos que passou na Caoa Correia trabalhou na modernização e ampliação da fábrica, que em 2017 também passou a produzir carros da chinesa Chery.

Com a experiência de depender do próprio faturamento, sem matriz

no Exterior, e de conhecer melhor o seu cliente, por dirigir também uma grande rede de concessionários de quatro marcas, Correia mudou de emprego mas manteve desafio similar. Desde 2023 ele vem se divertindo como CEO da HPE Automotores, que também tem fábrica em Goiás, esta em Catalão, e representa duas marcas estrangeiras, ambas japonesas: Mitsubishi e Suzuki. O executivo chegou em boa hora, para anunciar o maior investimento da história da HPE, de R\$ 4 bilhões, para trazer novos produtos e novas tecnologias ao País, como ele conta nesta entrevista.



Clique aqui para assistir à versão em videocast desta entrevista

Quando o senhor assumiu a gestão da HPE Automotores, há pouco mais de um ano, qual missão recebeu?

A mesma missão de toda a equipe que está aqui, que é promover uma grande inovação, não só dentro das operações, mas na forma de comercializar veículos, na transformação digital, no foco aos nossos eventos que trazem experiência diferenciada ao nosso cliente. Estamos trabalhando para mudar o patamar da empresa, não em qualidade ou tecnologia, que sempre foram pontos fortes,

mas para criar inovação na relação com o consumidor e para continuar a entregar a ele uma experiência que só uma marca como a Mitsubishi pode oferecer.

Em abril a HPE anunciou um dos maiores ciclos de investimentos da sua história aqui, são R\$ 4 bilhões de 2024 a 2032. Como este valor será aplicado?

Existem várias ações: serão desenvolvidos e lançados novos produtos até 2032, investiremos em tecnologias específicas para o Brasil, principalmente

CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✨



em conectividade, o plano também inclui grande expansão da nossa rede e envolve melhorias e novos equipamentos para a nossa fábrica em Catalão.

A HPE tem baixos volumes de produção em Catalão e vende, hoje em dia, um portfólio pequeno de produtos no País. Qual é o plano para sobreviver diante de concorrentes bem maiores e poderosos?

Apesar da redução de portfólio que tivemos nos últimos anos para ajustá-lo à legislação de emissões e segurança, nós temos um público cativo: em torno de 65% dos clientes que têm um Mitsubishi compram outro e nós estamos utilizando isto na nossa base. Não queremos só vender um carro ou uma picape, nós vendemos atributos e experiência: a Mitsubishi é a única marca que mantém há trinta anos rallies e passeios 4x4 para os nossos clientes e suas respectivas famílias. Então nós levamos o nosso consumidor à liberdade, à união com a família e os amigos. É assim que continuaremos a trabalhar. Mas é lógico que para manter tudo isto produtos são necessários e, por isto, lançaremos dois carros no ano que vem,

faremos a renovação de um modelo e outros virão depois.

Desde 1998 a HPE produz modelos Mitsubishi em Catalão. A fábrica tem capacidade de montar 120 mil unidades por ano, mas o máximo que alcançou foram 46 mil, em 2014. Depois o volume foi caindo ano a ano e, em 2023, somou menos de 17 mil unidades. O senhor já declarou que o objetivo é quase triplicar o volume para 50 mil/ano. Qual é o plano para aumentar a produção?

Algumas ações: a primeira delas nós já tomamos em 2023 e estamos, ainda, trabalhando este ano, que é reposicionamento dos nossos produtos. Mexemos em conteúdo e com isto, por exemplo, o Eclipse Cross quase que dobrou suas vendas. Só não estamos vendendo mais por causa de restrição de capacidade externa [de fornecimento de componentes importados da Mitsubishi], que está sendo resolvida, além de problemas de transporte marítimo. Mas para o ano que vem o Eclipse terá um volume ainda maior. Também reposicionamos a picape L200 Triton, lançamos novas séries e isso manteve o crescimento em torno de 6% [em comparação com 2023]. Fizemos a mesma coisa com o Pajero Sport: lançamos um novo catálogo reposicionando preços, fazendo as vendas crescerem pouco mais de 26%. Esta é a primeira etapa. Em outra frente já estamos ampliando a rede, pois abrimos de doze a catorze novas lojas este ano e temos plano para mais em 2025. Também discutimos com a matriz da Mitsubishi o lançamento de novos produtos que virão a partir de 2026, além dos dois veículos que entrarão na nossa

“Para retomar nossos volumes não estamos pensando em importações, queremos é brigar por exportações, trazendo novos veículos para serem produzidos em Catalão.”

CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✨

“No total programamos lançar seis modelos Mitsubishi até o fim do ciclo de investimento de R\$ 4 bilhões, quatro deles produzidos na fábrica de Goiás, contando com a renovação dos dois veículos atuais, L200 e Eclipse Cross. Chega em 2025, em princípio importado, um híbrido plug-in, mas estamos estudando também se é viável fazer a montagem aqui.”

linha de 2024 para 2025. Tudo isso nos ajuda muito a promover o crescimento dos nossos volumes.

Hoje são produzidos aqui apenas dois modelos: a picape L200 Triton e o SUV Eclipse Cross. Quantos modelos a fábrica poderá produzir ao fim do ciclo de investimento de R\$ 4 bilhões?

No total programamos seis modelos [Mitsubishi] até o fim do investimento, quatro deles produzidos aqui, contando com a renovação dos dois modelos atuais, L200 e Eclipse, que hoje dividem quase meio-a-meio o volume de produção.

O senhor já confirmou que está nos planos o lançamento de um híbrido plug-in da Mitsubishi. Quando que ele chega? Será produzido no Brasil?

Chega no ano que vem, a princípio importado, mas estamos estudando também se é viável fazer a montagem local.

A HPE pretende lançar modelos híbridos fechados e leves, os não-plugáveis? E adotará a tecnologia híbrida flex?

O objetivo é que todos os carros para a produção local sejam flex. Já estamos em uma discussão bem avançada com a Mitsubishi para fazer este desenvolvimento. Hoje o que temos pronto é o híbrido plug-in. Estamos discutindo a possibilidade de ter um híbrido mais leve, mas ainda não temos nenhum projeto aprovado.

A HPE também representa a Suzuki no Brasil e já montou seus carros. Hoje não monta mais e só importa um modelo, o Jimny Sierra. Existem planos de importar mais modelos da Suzuki ou de voltar a produzi-los?

Já tive várias reuniões com a Suzuki, fui ao Japão conversar com eles para construir um plano de crescimento aqui. O que já fizemos é aumentar o volume destinado ao Brasil, porque existia restrição de capacidade mundial do Jimny, que vende muito bem em todos os países onde a Suzuki opera. Conseguiram quebrar este gargalo e agora estamos triplicando as importações, mas ainda há fila de espera. Espero, agora em agosto, no máximo em setembro, estar com eles

CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✦

“O objetivo é que todos os carros para a produção local sejam flex. Já estamos em discussão bem avançada com a Mitsubishi para fazer este desenvolvimento. Estamos discutindo também a possibilidade de ter um híbrido mais leve, mas ainda não temos nenhum projeto aprovado.”

de novo e entender que tipo de portfólio podemos ter no Brasil, que tipo de desenvolvimento precisa ser feito e aí, sim, discutir a viabilidade de voltarmos a montar um modelo Suzuki.

Qual é hoje o índice médio de nacionalização da L200 e do Eclipse Cross? Há conversas com fornecedores para aumentar essa localização?

Hoje temos 218 fornecedores locais de componentes produtivos para a fábrica de Catalão, o que resulta em pouco mais de 30% de nacionalização. Trata-se do percentual viável no momento. Por exemplo: montamos todo o motor da L200, há vários componentes que fazemos dentro de casa e outros que compramos, mas é um produto de valor agregado alto e de volumes baixos. Só duas picapes médias são produzidas no Brasil e a Mitsubishi é a única com tecnologia japonesa: o restante vem da

Argentina. Desta forma não conseguimos tornar viável o custo do ferramental necessário para nacionalizar um veículo que não tem volume expressivo de produção.

Em 2012 a Mitsubishi alcançou seu pico de vendas no Brasil, com 67 mil carros, sendo que os importados representaram 45% do volume. No ano passado, dez anos depois, as vendas caíram para menos de 20 mil e as importações representaram em torno de 15%. Por que as vendas caíram tanto e por que as importações foram tão reduzidas?

Isto ocorre porque saímos dos segmentos de maior volume no Brasil. O ASX, por exemplo, está na categoria dos SUVs que mais são vendidos no País hoje, mas precisava de desenvolvimentos que não eram viáveis, para atender legislações de emissões, e por isto saiu de linha. Então foi simplesmente a redução do portfólio que causou esta queda. Mas para retomar não estamos pensando em voltar às importações: queremos é brigar por exportações, trazendo novos modelos para as linhas de Catalão.

Por falar nisto as exportações da HPE sempre foram esporádicas, talvez por não atender aos conteúdos mínimos de localização. O máximo exportado foram 861 unidades em 2010, mas na maior parte dos anos o volume foi zero. Existe a intenção de voltar a exportar, então?

Quando se fala de exportação esporádica aconteceu porque algum país da região pediu, aí ganhamos uma concorrência para um volume específico, mas nós não temos foco em exportar. Agora estamos discutindo isto seriamente, o

CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

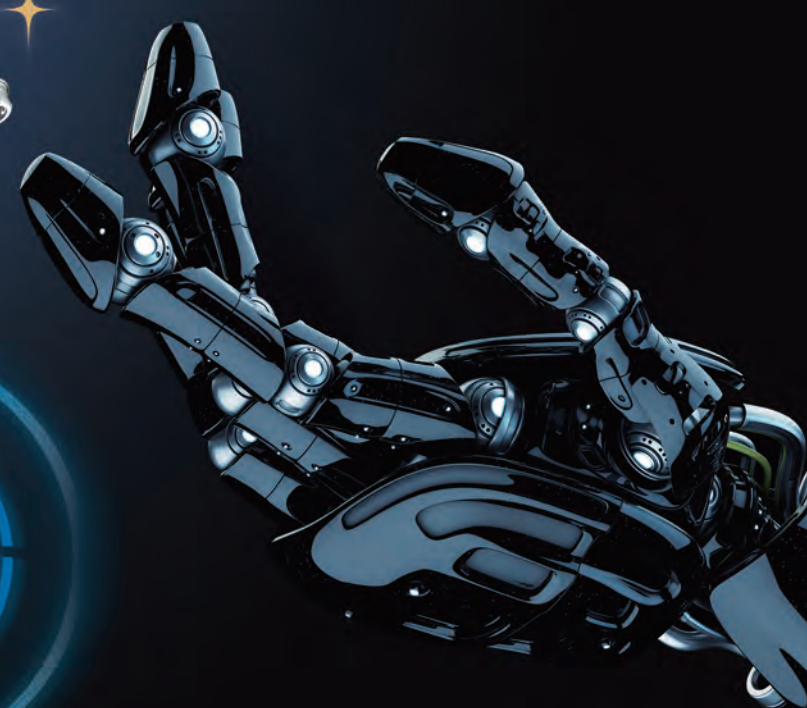
Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✨



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.



HIGH-TECH INDUSTRIAL FASTENERS



PRODUCTS

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



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

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



que aumenta a necessidade de localizar, para atender o mínimo e ter o certificado de origem. Mas hoje nós já conseguimos exportar para vários países com a localização que temos. Esta é mais uma discussão que estamos concluindo com o Japão, porque o Brasil pode ser um grande centro exportador para os países da América Latina, principalmente para países com os quais existem acordos bilaterais, dentro do Mercosul, com imposto de importação menor e transporte mais próximo, o que pode tornar os Mitsubishi mais competitivos.

Qual a sua opinião sobre a nova política industrial do setor automotivo, o programa Mover, Mobilidade Verde e Inovação?

Acho que o MDIC [Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio] faz um excelente trabalho, de busca de crescimento da indústria e de motivação dos investidores dessas grandes multinacionais: para que tragam novos produtos, novos componentes. O único cuidado que devemos tomar é continuar fazendo com que o Brasil legisle o resultado das tecnologias e não as tecnologias em si. É muito certo definir os índices máximos de emissão de CO2 e de outros gases, bem como da eficiência energética, mas me preocupo um pouco se começar a impor uma tecnologia para isto. O que deve ser considerado é o atingimento de metas a serem estabelecidas pelo governo, independentemente da tecnologia que se utiliza.

A HPE pretende aproveitar os incentivos do Mover? Já habilitou algum projeto no programa?

Não habilitamos ainda, estamos estudando o que fazer. Como já disse esta discussão nós estamos tendo com o Japão faz menos de um ano, para acertar o produto adicional que tentaremos desenvolver localmente. Se isto acontecer teremos projetos na mão para fazer a adesão ao programa. Nossos investimentos já consideram isso, mas ainda não tenho o produto totalmente desenhado nem o que será feito aqui.



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✨

Quanto são importantes para a HPE os incentivos federais ao Centro-Oeste, que foram renovados até 2032, para manter a fábrica de Catalão?

O incentivo é importante para colocar uma fábrica em Catalão. O custo logístico de operar lá é muito maior, estamos longe de portos e do grande centro consumidor. E não podemos esquecer que os modelos que produzimos hoje em Goiás concorrem com picapes importadas da Argentina, na sua grande maioria, que são trazidas sem imposto de importação e também recebem benefícios no país de origem. Mas existe um prazo para o incentivo terminar, então estamos trabalhando muito para que a fábrica não tenha dependência de incentivo.

Existem vários caminhos para descarbonizar as emissões dos veículos. Qual o senhor avalia ser o melhor para o Brasil e em qual a HPE aposta mais?

Olhando para o que o Brasil tem, sendo o precursor dos veículos a álcool, com tecnologia de ponta no agronegócio que ajuda muito no aumento de produtividade da cana e na produção do álcool, um combustível renovável que ajuda o

meio ambiente, acho que a tendência aqui é o veículo híbrido flex. Este é o caminho para o Brasil.

Qual desafio foi maior na sua carreira? Construir do zero e com uma fórmula inovadora de produção a fábrica da Ford em Camaçari ou tornar mais produtivas duas fábricas bem menores em Goiás?

Em todos estes desafios eu me diverti muito. Em Camaçari eu era muito jovem, trinta e poucos anos de idade, quando pediram para que eu gerenciasse todo o projeto, algo muito grande, um investimento muito alto e nos foi dada a liberdade de desenvolver métodos e negócios novos. Era para esquecer os livros de manufatura e criar coisas novas aqui no Brasil. Isso virou um benchmark mundial. Quando eu passei por outras empresas, de eletrônicos ou de roupa íntima feminina, eram outros desafios totalmente diferentes. E depois, quando vim para duas operações que são 100% nacionais (Caoa e HPE), mas que estão atreladas a grandes multinacionais, era outra cabeça, outro negócio, uma delas com rede de distribuição muito grande. Eu aprendi muito também nestas duas empresas, porque ao ficar mais próximo do varejo você realmente entende quem é o seu consumidor. E, quando se trabalha em uma corporação nacional, é você e a equipe que está aqui: não pode bater na porta de ninguém, não pedirá investimento para ninguém, tem que gerar o seu próprio caixa para isto, tem que ter a certeza que fará o volume do mês porque tem que faturar, há as contas para pagar, precisa remunerar o capital do acionista. Mas eu gosto muito de desafios e gostei de todos eles. ■

“Hoje temos 218 fornecedores locais de componentes produtivos para a fábrica de Catalão, o que resulta em pouco mais de 30% de nacionalização. É o percentual viável no momento.”



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✦

AUTODATA FAZ HISTÓRIA MAIS UMA VEZ!

**AUTO
DATA**


Somos pioneiros, lançando o primeiro serviço de notícias via WhatsApp exclusivo para executivos do setor automotivo da América Latina!

RECEBA
ATUALIZAÇÕES
EM TEMPO REAL,
ONDE QUER
QUE ESTEJA.



Para ter acesso a todo este conteúdo escaneie o QRcode ou [CLIQUE AQUI](#) para participar do Canal de Notícias AutoData

AUTODATA

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



Divulgação/Lat.Bus

Ônibus entram em rota de recuperação lenta e de eletrificação

Maior feira do setor de transporte de passageiros da América Latina bateu recorde de público e de negócios, com aposta no reaquecimento do mercado brasileiro e adesão aos veículos elétricos. Todos os fabricantes lançaram chassis a bateria que serão produzidos no Brasil.

Por Pedro Kutney

Recuperação e eletrificação são as duas palavras que definem a mais recente edição da Lat.Bus Transpúblico, maior feira da América Latina dedicada ao transporte público de passageiros, realizada de 6 a 8 de agosto no São Paulo Expo, com recordes de expositores, visitantes, negócios e lançamentos de novos ônibus elétricos – todos os cinco fabricantes de chassis presentes apresentaram modelos a bateria, mais de um em dois casos, que já estão em produção no Brasil ou que serão produzidos a partir de 2025.

Segundo os organizadores, OTM Editora e NTU, associação que reúne as empresas de transporte urbano, a Lat.Bus 2024 recebeu público recorde de 20 mil visitantes – cerca de 1 mil deles estrangeiros – e teve todos os 30 mil m2 dos pavilhões 2 e 3 do SP Expo ocupados por 150 expositores: fabricantes de chassis, carrocerias, fornecedores de componentes e serviços, que alinharam cerca de R\$ 3,5 bilhões em negócios e a venda de 3 mil chassis e carrocerias.

Após quatro anos de severa crise os fabricantes de ônibus e as empresas de transporte público reconhecem uma certa retomada dos negócios, ainda que tímida e de nível abaixo dos anos pré-pandemia: "Projetamos este ano crescimento de 10% nas vendas de chassis e de 30% na produção", indica Márcio de Lima Leite, presiden-



te da Anfavea, que reúne os fabricantes de veículos instalados no País.

A projeção, portanto, é de 20,4 mil ônibus vendidos e de 26,8 mil produzidos até o fim de 2024. De janeiro a julho foram comercializados 11,3 mil chassis, em queda de 11,5% na comparação com o mesmo período do ano passado que, espera-se, deve ser recuperada no segundo semestre, e as 16,9 mil unidades fabricadas representaram alta de 47,4% sobre 2023, em forte retomada porcentual após o tombo provocado pela adoção da motorização Euro 6, mais cara, para atender à legislação brasileira de emissões Proconve P8.

O Brasil segue sendo o terceiro maior mercado de ônibus do mundo, atrás de China e Índia, e por isto construiu ao longo dos últimos setenta anos indústria nacional altamente especializada e qualificada no segmento, conforme observa Lima Leite: "Somos referência em ônibus com as mais modernas tecnologias. É o que sabemos fazer muito bem".

RECUPERAÇÃO LENTA E IDADE ALTA

Apesar de ainda preservar posição de destaque no cenário internacional e do otimismo demonstrado nos corredores da Lat.Bus, o sentimento geral é de que o mercado nacional de ônibus pode e deve rodar mais rápido, conforme aponta o presidente da Volkswagen Caminhões e

Ônibus, Roberto Cortes: "A venda de 22 mil unidades, esperada para este ano, ainda está muito abaixo do nível acima de 30 mil alcançado em 2013. A idade média da frota está mais alta, um problema que se agrava com a crise de perda de passageiros nos últimos dez anos, principalmente depois da pandemia. É necessário garantir fatores macroeconômicos e programas de financiamento para tornar viáveis os investimentos do setor".

O País tem frota de 388 mil ônibus em circulação que transportam cerca de 226 milhões de passageiros por mês. O número de usuários é grande mas muito menor do que já foi. Segundo o anuário da NTU em nove das regiões metropolitanas mais populosas do Brasil houve redução de 44% nas viagens de ônibus urbanos nos últimos dez anos, o que representa perda de 19 milhões de passageiros pagantes por dia. O fenômeno se intensificou com a pandemia e, desde 2019 até 2023, a queda no número de pessoas transportadas nas cidades foi de quase 26%. Ou seja: em quatro anos uma a cada quatro pessoas deixou de usar o transporte coletivo público nas regiões monitoradas.

"Estamos em um momento de transição. O setor vem se recuperando da dramática crise da covid-19, que intensificou a tendência de queda da demanda registrada nas últimas décadas, até agora recu-



Divulgador/Mercedes-Benz

peramos 85% do volume de passageiros que tínhamos antes da pandemia", afirma Francisco Christovam, diretor executivo da NTU. "Os dados mostram que a demanda de passageiros dificilmente retornará aos níveis pré-pandemia sem a adoção de novas políticas públicas."

A pandemia provocou mudanças de hábitos, aumentou a preferência pelo transporte individual em carros e motos, provocando forte retração do mercado de ônibus. O resultado mais aparente, além da queda do número de passageiros, é o avanço do envelhecimento da frota, cuja idade média vem aumentando desde 2011 e, em 2023, atingiu seis anos e cinco meses, um recorde histórico segundo a NTU. A entidade aponta que o ideal seria cinco anos.

Cristovam reconhece que o horizonte melhorou com o direcionamento de R\$ 15 bilhões do PAC, programa do governo federal, para financiar renovações de frota de ônibus em todo o País: "Depois de muito tempo sem recursos do governo o setor está voltando a investir com a oferta de financiamentos".

A ROTA ELÉTRICA

Apesar do ritmo mais lento do que era esperado há um ano as vendas de ônibus elétricos começaram a avançar no País e



O Mercedes-Benz e0500UA: chassi articulado elétrico já está em testes e será produzido em São Bernardo do Campo a partir de 2026.

todos os fabricantes de chassis investiram na produção de modelos eletrificados – alguns, inclusive, já estão dobrando a aposta inicial com o lançamento de um segundo modelo eletrificado. Na Lat.Bus, como a maioria dos ônibus a diesel Euro 6 já tinha sido apresentada na feira de 2022, desta vez os elétricos protagonizaram a cena nos estandes.

Para Márcio de Lima Leite, da Anfavea, o que se viu na Lat.Bus é motivo de comemoração: "Ônibus elétricos e híbridos desenvolvidos no Brasil são um marco na evolução da indústria, com produção nacional que também beneficia a cadeia de autopeças no País".

"Há setenta anos fazemos ônibus no Brasil e usamos toda nossa experiência, como centro global para desenvolvimento



NOVO PEUGEOT 2008

DEIXE A INSPIRAÇÃO TE GUIAR

2008



I-COCKPIT® 3D



TETO PANORÂMICO



FARÓIS FULL LED 3D



PAZ NO TRÂNSITO COMEÇA POR VOCÊ.

IMAGENS MERAMENTE ILUSTRATIVAS. CONSULTE CONDIÇÕES NO SITE PEUGEOT.COM.BR



Divulgação/Volvo

O biarticulado Volvo BZRT: maior veículo elétrico do mundo deverá ser produzido em Curitiba.

de chassis, para produzir o nosso primeiro veículo elétrico, o eO500U, que já está em produção em São Bernardo do Campo [SP], e vamos fabricar mais veículos do futuro até 2030", disse Achim Puchert, presidente da Mercedes-Benz do Brasil, que hoje domina 43% das vendas de chassis no mercado brasileiro.

A empresa completará a entrega de 250 unidades do eO500U até o fim deste ano para operar na cidade de São Paulo, mas já testa o veículo em Curitiba, PR, Belo Horizonte, MG, Rio de Janeiro, RJ, e Vitória, ES. Também iniciará exportações para o Chile e a Argentina, e o México está na mira.

As vendas já poderiam ser bem maiores não fosse pelo atraso causado pela Prefeitura de São Paulo na instalação de rede de alta tensão para recarga dos veículos nas garagens das operadoras, o que postergou o plano da cidade de incorporar 2,6 mil ônibus elétricos à frota de transporte público em 2024 e 2025.

Apesar do atraso Puchert avalia que a eletrificação é um caminho sem volta e que a empresa seguirá investindo – mesmo sem revelar quanto – para produzir chassis elétricos no País: "Com todos os desafios de infraestrutura que enfrentamos já vamos apresentar aqui na Lat.Bus o nosso segundo produto, o ônibus articulado elétrico eO500UA, que começaremos a entregar aos clientes a partir de 2026. E

não pretendemos parar por aqui".

O eO500UA, com seus 18 metros e capacidade para transportar até 120 passageiros, era a atração que mais chamava a atenção dos visitantes no estande da Mercedes-Benz na Lat.Bus. O desenvolvimento foi liderado pela equipe brasileira de engenharia com participação da Alemanha, Índia e do México – os dois últimos são mercados potenciais para o novo articulado elétrico. O ônibus tem autonomia para 250 quilômetros ou 300 quilômetros, a depender do pacote escolhido de baterias – já produzidas e fornecidas no Brasil pela BorgWarner, que também montou estande na Lat.Bus para mostrar a solução aos visitantes. O motor elétrico de 540 cv instalado no eixo é acoplado a uma transmissão automática de três velocidades. O conjunto motriz é fornecido pela ZF, ainda importado da Alemanha, mas com possibilidade de produção local a depender da demanda.

O MAIOR ELÉTRICO DO MUNDO

A Volvo adotou a mesma linha da Mercedes e fez, literalmente, o maior lançamento da feira, trazendo da Suécia o seu chassi elétrico biarticulado de 28 metros, o BZRT, sigla de Bus Zero-Emission Rapid Transit, próprio para circular em corredores BRT para transportar até 250 passageiros.

Trata-se do maior veículo elétrico do mundo, com dois motores de 200 kW cada instalados na parte central do chassi, totalizando potência equivalente a 540 cv. O câmbio automatizado de duas velocidades é baseada na transmissão Volvo I-Shift. Pode ser equipado com seis ou oito pacotes de baterias, que garantem autonomia de até 250 quilômetros.

O BZRT já é o segundo ônibus elétrico trazido ao Brasil pela Volvo. O primeiro foi o BZR, também exposto da Lat.Bus, um chassi de 13m20 para levar até noventa passageiros, que já está em testes no Brasil desde o fim de 2023. Por enquanto ambos são importados mas o Grupo Volvo já separou R\$ 250 milhões, de seu plano de investimento de R\$ 1,5 bilhão no Brasil até 2025, para nacionalizar a produção dos dois chassis em Curitiba, PR.

Ana Westerberg, presidente global da Volvo Bus, afirmou que o Brasil e os mercados latino-americanos vizinhos são dos mais importantes para a empresa no mundo e que, portanto, é natural trazer para cá os produtos mais avançados: "Já temos mais de 6 mil ônibus elétricos circulando em mais de vinte cidades e queremos introduzir a mesma tecnologia aqui. Desenvolvemos esta nova plataforma elétrica durante a pandemia: só agora estamos lançando em algumas cidades europeias e já trouxemos para mostrar na Lat.Bus".

"Esta Lat.Bus é especial para nós porque trouxemos toda a experiência da Volvo Bus

A VWCO já está pronta para produzir o e-Volksbus, seu primeiro chassi elétrico



Divulgação/VWCO

para a América Latina, com as soluções mais seguras, eficientes e sustentáveis que temos no mundo", afirmou André Marques, presidente da Volvo Bus América Latina.

NOVOS PLAYERS ELÉTRICOS

A Volkswagen Caminhões e Ônibus também trouxe o seu primeiro chassi elétrico para a Lat.Bus, o e-Volksbus 22L, cujo protótipo em testes já havia sido apresentado no ano passado. O veículo já está pronto para entrar em produção comercial em Resende, RJ, e as encomendas foram abertas durante o evento, ao preço aproximado de R\$ 3 milhões. A ideia é colocar, até o fim do ano, cerca de dez unidades em frotas de clientes para avaliação.

O e-Volksbus 22L de 13m20, com capacidade para levar até 82 passageiros, foi desenvolvido no Brasil com base na experiência do caminhão elétrico da VWCO, o e-Delivery, lançado em 2021. O chassi também é produzido pelos parceiros do e-Consórcio, mas com índice de nacionalização menor, pois o motor de 360 cv ainda é importado, assim como as baterias, que podem ser configuradas em oito a doze módulos para autonomia de 250 quilômetros a 350 quilômetros.

Quem também trouxe seu primeiro chassi elétrico para a Lat.Bus foi a Scania, que começará a produzir o K230E em São Bernardo do Campo a partir de março de 2025, com investimento já aprovado de R\$ 60 milhões, parte de seu plano de R\$ 2 bilhões no Brasil até 2028. A empresa já começou a receber encomendas durante o evento.

"O elétrico complementa nossa jornada para um futuro eclético, com ofertas também de veículos a gás e a diesel mais eficientes", observa Alex Nucci, diretor de vendas da Scania Brasil.

Marcelo Gallão, diretor de desenvolvimento de negócios, conta que o ônibus foi desenvolvido levando em conta as necessidades brasileiras: "Escolhemos o chassi K por ser mais robusto e adaptável a todas as aplicações de carrocerias no Brasil, com os mesmos pontos de encarroçamento para modelos urbanos ou rodoviários".



O K230E: Scania trouxe para a Lat.Bus seu primeiro chassi elétrico a ser produzido no Brasil a partir de 2025.

O K230E, com capacidade para até 83 passageiros, é equipado com motor elétrico importado da Scania na Suécia de 320 cv, acoplado a câmbio de duas marchas, em configuração para fazer o veículo encarar operações severas, como subir rampas com inclinação de até 17 graus, como é comum em rotas urbanas no País.

As baterias fornecidas pela sueca Norvolt são produzidas com energia limpa – o que evita emissões de CO₂ durante o processo produtivo que envolve várias cargas e descargas – e tecnologia inovadora: é utilizada a composição NMC, níquel-manganês-cobalto, que concentra 30% mais energia em um mesmo peso do que as já conhecidas LFF, lítio-ferro-fosfato. São utilizados de quatro a cinco módulos que conferem autonomia de 250 quilômetros a 300 quilômetros: “Desenvolvemos as baterias para que durem o mesmo tempo do ônibus, ou perto de 1,2 milhão de quilômetros”, afirma Gallão.

A Iveco também eletrificou seu estande: trouxe importada a van eDaily Minibus, versão para passageiros do furgão elétrico lançado um mês antes, e apresentou um chassi elétrico conceito que desenvolveu para o mercado brasileiro utilizando uma fórmula mais rústica e de menor custo, adaptando o seu modelo de 17 toneladas apresentado na Lat.Bus como 17-E BEV.

O modelo 4x2 tem piso alto, suspensão metálica que pode receber carrocerias urbanas de 6m60 a 12 metros. Os quatro a oito packs de baterias são instalados no chassi e garantem autonomia de até 250 quilômetros.

Como alternativa mais barata de descarbonização a Iveco também trouxe à feira o chassi 17-210G, com motor de 210 cv a gás natural ou biometano, produzido desde 2022 em Córdoba, Argentina, onde o modelo venceu licitação municipal para fornecimento de vinte unidades:

“Com o sucesso do ônibus resolvemos trazê-lo para o Brasil para testes”, conta Paulo Kazuto, especialista em marketing de produto. “Para cidades que não têm condições de comprar elétricos temos esta opção quase tão boa quanto, que reduz emissões em até 95% com uso de biometano, por um preço quatro vezes menor”.

HÍBRIDO FLEX

Coube à brasileira Marcopolo apresentar a inovação que parece mais apropriada à realidade brasileira: um micro-ônibus Volare Attack 9 híbrido flex, com tração 100% elétrica alimentada por um gerador da também brasileira WEG, impulsionado por um motor 1.0 turboflex de 125 cv fabricado em São José dos Pinhais, PR, pela Horse, a divisão de motores do Grupo Renault – o motor é o mesmo utilizado pelo recém-lançado Kardian.

Conforme conta o CEO da Marcopolo, André Armaganijan, “a tração é toda elétrica, o motor a combustão alimenta o grupo gerador e pode ser abastecido com etanol, garantindo energia limpa e com emissão zero se levada em consideração a medição de todo o ciclo do combustível renovável a partir da cana-de-açúcar”. Com instalação

de três packs de baterias alimentadas pelo gerador interno a autonomia do Attack 9 híbrido pode chegar a 450 quilômetros.

O protótipo ainda entrará em fase de testes a partir de 2025 e a intenção é iniciar as vendas em 2026. O objetivo é oferecer uma solução alternativa de descarbonização em regiões onde não há infraestrutura para o veículo elétrico e a energia possa ser obtida por meio renovável, como usinas e fazendas, segundo Armaganijan: "Pre-tendemos oferecê-lo nas versões urbana, escolar e fretamento".

A Marcopolo, que durante a Lat.Bus comemorou seus 75 anos de história (leia reportagem nesta edição), está utilizando a eletrificação para avançar da posição de maior encarregadora de ônibus para fabricante de ônibus completos, chassi e carroceria, como é o caso do Volare Attack 9 híbrido flex e do 100% elétrico a bateria Attivi, lançado há um ano e também exposto no estande.

CONDIÇÕES PARA ELETRIFICAÇÃO

Os muitos lançamentos de ônibus elétricos na Lat.Bus endossam a confiança de fabricantes de que a eletrificação do segmento deve avançar no País, em algum momento nos próximos dois a quatro anos, um prazo mais estendido do que se esperava um ano atrás.

"Comprar um ônibus a diesel é algo completamente diferente de um elétrico, a começar pelo preço três vezes maior", pondera Francisco Christovam, da NTU. "Para eletrificar a frota é preciso de um modelo diferente também, com financiamento subsidiado, mudanças no contrato de concessão e infraestrutura da distribuidora de energia."

Como argumenta o vice-presidente da Mercedes-Benz do Brasil responsável por marketing e vendas de ônibus, Walter Barbosa, a eletrificação de ônibus urbanos depende de quatro vertentes: tecnologia de produtos, linhas de financiamento especiais, políticas públicas de incentivo e infraestrutura de recarga. Ele sustenta que apenas as duas primeiras estão construídas e que as duas últimas estão em construção:

"Já temos boa diversidade de tecnologia, com lançamento de muitos modelos elétricos que serão produzidos no País".

Quanto aos recursos o executivo cita os R\$ 10,6 bilhões do PAC Mobilidade, para renovações de frotas com elétricos e diesel, e linhas especiais do BNDES, do BID, da Caixa Econômica Federal e do Banco do Brasil, que somam R\$ 5,6 bilhões, para financiar a compra de ônibus elétricos: "Existem recursos, o que falta é acesso a eles, pois muitos municípios não têm nenhuma experiência nem têm programas para comprar ônibus elétricos".

As políticas públicas de incentivo à descarbonização do transporte público são bastante distintas nos municípios do País, com São Paulo, Salvador e Curitiba em estágio mais avançado.

A Prefeitura de São Paulo, por exemplo, paga ao transportador dois terços do valor de um ônibus elétrico, normalmente três vezes mais caro do que um similar a diesel: "Com isto o operador vai pagar o mesmo

Opções de descarbonização da Iveco: o chassi elétrico 17-E BEV desenvolvido no Brasil e o ônibus 17-210G a gás natural e biometano já em circulação na Argentina.





A Marcopolo apresentou o Volare Attack 9: elétrico híbrido flex com motor Horse e gerador WEG.

preço de um ônibus a diesel, com a vantagem de poder financiar 100% do valor com linhas com juros subsidiados”.

O problema maior enfrentado até o momento é a falta de infraestrutura de recarga, com o impasse na instalação de redes de alta tensão para as garagens, com custo em torno de R\$ 80 milhões a R\$ 120 milhões e prazo de dois a três anos para completar todo o processo.

É justamente isto o que atrasou o plano de São Paulo de integrar 2,6 mil ônibus elétricos à frota da cidade em 2024 e 2025, número que por falta de infraestrutura de recarga será reduzido a, no máximo, quinhentas unidades até o ano que vem.

Trata-se de uma trapalhada do poder público municipal: já estava certo que a Enel faria este investimento em São Paulo em troca da exclusividade para vender energia para as empresas operadoras de ônibus, mas após os problemas de cortes de energia no início do ano e com a proximidade das eleições a Prefeitura tomou para si o protagonismo de instalar a rede de alta tensão, sem saber como fazer isto, atrasando todo o processo.

A falta de planejamento trouxe um problema adicional: a falta total de renovação da frota municipal de 13 mil ônibus, a maior do País, nos últimos dois anos, pois no fim de 2022 a SPTrans proibiu os operadores de comprarem ônibus a diesel para renovar suas frotas, obrigando assim à aquisição de elétricos. Como a infraestrutura de recarga

não foi instalada os frotistas não puderam comprar nem elétricos e nem veículos a diesel, provocando o envelhecimento da frota com conseqüente aumento de custos e da poluição.

“Para manter eficiência em custos de combustível e de manutenção os operadores, historicamente, todos os anos renovam de 8% a 10% das frotas. No caso da cidade de São Paulo isto significa a compra de aproximadamente 1,3 mil ônibus por ano, o que não acontece há dois anos”, aponta Barbosa. “Por isto parece inviável continuar com a proibição de comprar ônibus a diesel, a SPTrans terá de flexibilizar, permitindo a renovação com diesel e elétricos.” ■

[Com reportagens de André Barros, Caio Bednarski e Soraia Abreu Pedrozo]



FORD EM EXPANSÃO

Chega ao Brasil a marca Ford Performance, divisão de veículos de alto desempenho e competição da companhia, responsável por intensificar a oferta de experiências da marca aos novos consumidores

Com uma operação consolidada e saudável no Brasil, a Ford acaba de anunciar a estreia da marca “Ford Performance”, que gere os modelos de alto desempenho e competição da montadora. O lançamento inclui também Argentina, Chile, Colômbia e Peru na América do Sul.

A chegada da Ford Performance faz parte da expansão global das operações da marca, com um plano de negócios focado em inovação tecnológica e emoção. “A Ford nasceu nas pistas e a competição faz parte do nosso DNA. A Ford Performance é hoje a divisão responsável por levar adiante esse legado vitorioso, trazendo veículos e experiências exclusivas que combinam alto desempenho, estilo de vida e emoção”, disse Antonio Baltar Jr, diretor de Vendas, Marketing e Serviços da Ford.

Tendo como cartão de visitas a Ranger Raptor, primeiro veículo desenvolvido pela Ford Performance disponível no país, ela é a picape mais rápida e capaz do mercado em qualquer terreno, equipada com motor 3.0 V6 biturbo GTDI de 397 cv, que acelera de 0 a 100 km/h em 5,8 segundos. Além dos veículos Ford Performance já disponíveis na região – Ranger Raptor, F-150 Raptor e Explorer ST –, a Ford também oferece o Mustang GT Performance e o Mustang Mach-E GT Performance.

O plano da grife é oferecer futuramente experiências únicas para os clientes com o portfólio da Ford Performance, como “track days”, roteiros diferenciados em estrada e fora de estrada, a participação em eventos esportivos globais na região e o licenciamento de produtos.



Momento histórico

O anúncio da Ford Performance chega em um ótimo momento para a marca, que registrou em julho o melhor mês de vendas dos últimos três anos, com 4.279 emplacamentos, além de celebrar o crescimento de 68% no acumulado do ano, comparado ao mesmo período do ano passado.

A Ranger, carro-chefe da marca, apresentou um crescimento de mais de 58% no ano e consolidou a sua posição como vice-líder das picapes médias. “A Ranger trouxe um novo padrão para o segmento de picapes médias e isso está sendo cada vez mais reconhecido pelo mercado. Tanto que 50% dos seus compradores são clientes novos na marca”, diz Antonio Baltar Jr.

O Bronco Sport e a Maverick foram outros modelos que contribuíram para esse resultado. O SUV teve crescimento de 170% no acumulado de 2024, enquanto a picape Maverick cresceu 90%, comparado ao mesmo período do ano passado.



Gargalo fechado para exportações brasileiras

Mercados externos em queda e falta de competitividade internacional derrubam mais uma vez as vendas externas dos fabricantes de veículos no Brasil

Por Pedro Kutney

No discurso representantes do governo e executivos da indústria automotiva instalada no Brasil sempre concordaram que exportar mais veículos é um objetivo de alta prioridade para ocupar a grande ociosidade das fábricas nacionais, estimada em mais de 45% atualmente, bem como aumentar a qualidade das exportações com bens manufaturados de maior valor agregado – afinal ganha-se muito mais vendendo meia dúzia de carros do que algumas toneladas de soja, açúcar ou minério de ferro.

Na prática, porém, pouco se faz de concreto para atingir os objetivos de fazer a indústria exportar mais – e assim as exportações de veículos fabricados no País seguem navegando ao sabor de marés efêmeras, com poucas altas passageiras e muitas baixas duradouras. Os momentos de forte retração das vendas externas, sem a compensação do mercado doméstico mais forte, como acontece agora, apenas puxam à tona problemas perenes, que sempre assombram o setor ano sim e ano também.

Há anos os problemas são os mesmos: faltam produtos competitivos e o alcance externo da indústria se limita aos países da América Latina, todos mercados muito menores que o do Brasil e que vivem em constantes crises econômicas e políticas, tão sérias quanto as nossas. E para ajudar a afundar os navios de exportações os carros brasileiros carregam consigo o peso extra de impostos atávicos que atravessam fronteiras.

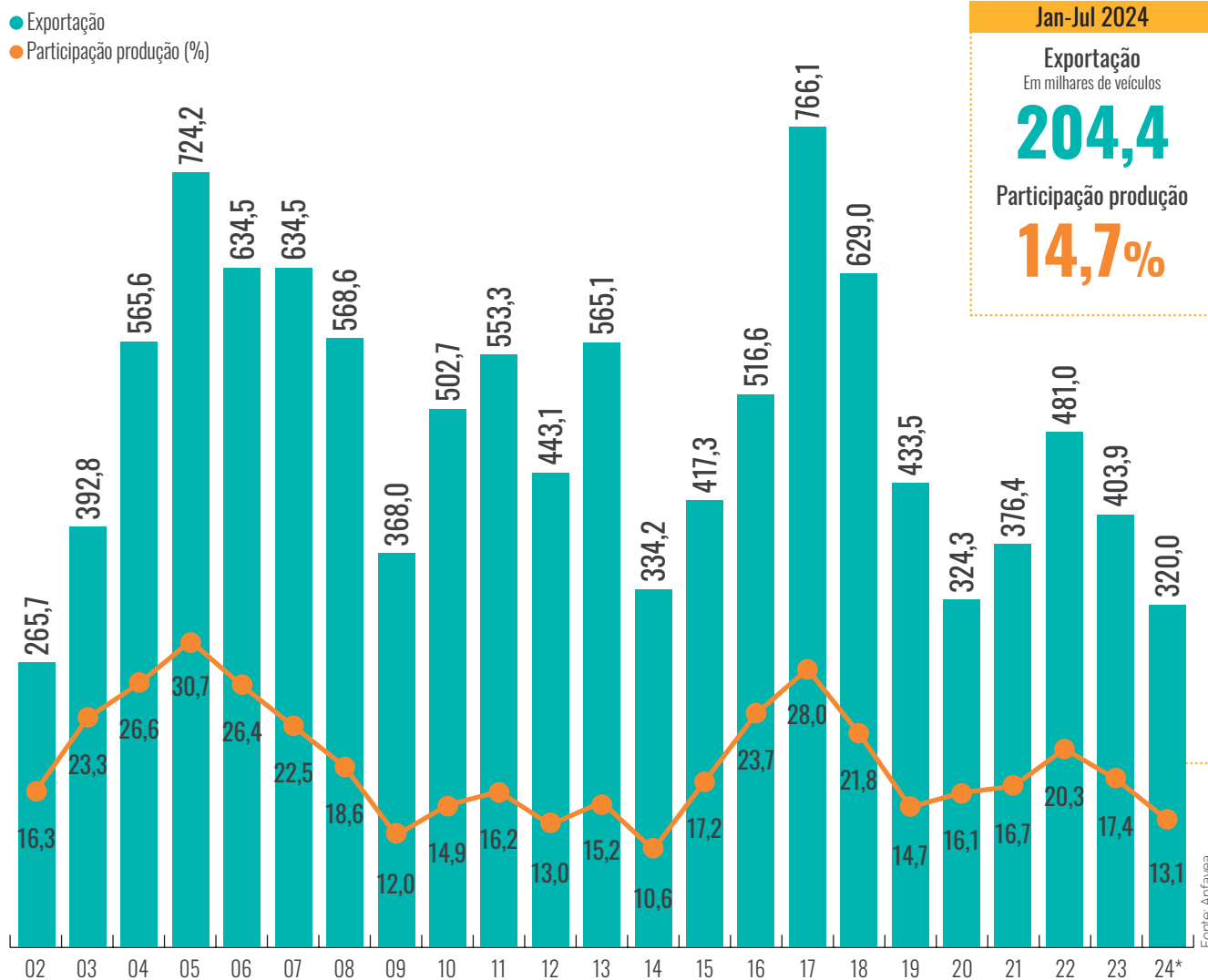
Alguns dizem que também falta celebrar mais acordos bilaterais de comércio, mas mesmo que eles existissem em

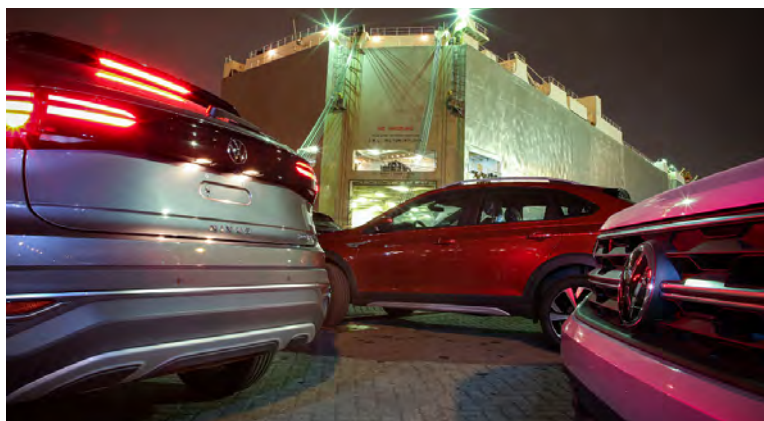
maior número fica difícil imaginar onde mais os carros brasileiros podem entrar em grandes volumes, já que metade do mundo ao norte, justamente a parte mais rica e compradora do planeta, já estão muito bem servidos por produtos vindos de Estados Unidos, China, Japão, Coreia, Alemanha, França, Itália e até a subdesenvolvida Índia, dentre outros. Aliás os mesmos fabricantes que fazem aqui o que poucos querem comprar fazem lá coisas melhores para eles mesmos.

O resultado deste isolamento mercadológico é que o máximo que o Brasil já

Exportações têm histórico de poucas altas e muitas baixas

Em milhares de veículos | *Projeção Anfavea





Divulgação/VW

Embarque de Nivus: modelo projetado e produzido pela Volkswagen no Brasil tem chances maiores de exportação.

exportou foram 766 mil veículos, em 2017, o equivalente a 28% da produção daquele ano. O segundo melhor resultado foi em 2005, com 724 mil unidades, quase 31% do que foi produzido.

Mesmo nos melhores tempos o Brasil nunca chegou a exportar sequer 1 milhão de veículos e, segundo projeta a Anfavea, este ano não deve passar de pifios 320 mil, representando menos de 15% da produção projetada e em queda de 21% sobre 2023, que também não foi um bom ano.

PERDA DE TERRENO NO QUINTAL

Enquanto isso a China – citada aqui só para lembrar que sua indústria automotiva foi construída bem depois da brasileira, nos últimos vinte anos – este ano deverá se tornar o maior exportador mundial de carros, ultrapassando o Japão com mais de 6 milhões de unidades enviadas aos quatro cantos do mundo, inclusive para mercados latino-americanos onde os produtos brasileiros ainda tinham alguma chance.

Levantamento recente elaborado pela associação dos fabricantes, a Anfavea, demonstra que as exportações brasileiras de veículos estão perdendo terreno no quintal de casa, em seus maiores mercados externos da América Latina, principalmente para a China.

No primeiro semestre, em dólares, as compras de carros do Brasil caíram 76,8% na Argentina, que na mão oposta aumentou em 8,2% as importações do México, e as vendas brasileiras para os



Arquivo Pessoal

mexicanos caíram 5,3% enquanto as chinesas aumentaram 33,1%, no Uruguai a queda foi de 43,1% para produtos do Brasil e alta de 19,3% para os da China, país que elevou em 26,5% o faturamento no Chile, enquanto o valor das exportações brasileiras para lá declinou 7,2%.

“É difícil aceitar perder exportações para mercados como Uruguai ou Paraguai, que têm realidades e problemas políticos e econômicos muito parecidos com os do Brasil”, pondera Max Frik, gerente executivo de exportação da Volkswagen do Brasil, historicamente o maior exportador de veículos do País, que desde 1970 já exportou 4,2 milhões de unidades produzidas em suas fábricas brasileiras, inclusive para mercados maduros e exigentes como Estados Unidos e Alemanha. “Os produtos brasileiros deveriam ser melhor aceitos ao menos nos países vizinhos.”

O QUE E PARA QUEM?

O analista [David Wong](#), diretor da Alvarez & Marsal, avalia que o Brasil tem pouca diversidade de veículos a exportar. Ele pergunta: “Vender o que e para quem? Nós não fabricamos carros de luxo e portanto só sobram modelos compactos para exportar a lugares que já recebem esses produtos com preços mais baixos da Ásia”.

Basicamente os fabricantes no Brasil produzem uma grande gama de carros compactos de menor valor agregado que são pouco competitivos em outros lugares do mundo que não o próprio mercado brasileiro. “Para exportar é necessário focar em algum segmento, algo que você faz melhor do que os outros, como a China está fazendo com os elétricos ou a Tailândia com as picapes”, indica Wong.

O consultor aponta que os fabricantes instalados no País produzem carros que, em sua maioria, competem com eles mesmos nos principais mercados de exportação. Com exceção da Argentina que integra o Mercosul e tem produção de modelos complementares aos brasileiros, os demais países latino-americanos são dominados por importações da Ásia, com expressivo crescimento da China.

O México, um dos poucos países fora do Mercosul que têm acordo de livre comércio de veículos com o Brasil, em 2023 ultrapassou a Argentina na qualidade de maior comprador estrangeiro de carros brasileiros, consumindo 32% das exportações do setor. Mas o movimento foi efêmero e este ano, até julho, esta proporção caiu para 27%, voltando ao segundo lugar com apenas 52,7 mil unidades exportadas, volume que representa declínio de 36% em relação ao mesmo período do ano passado.

"No México, de 2003 a 2007, o Brasil já respondeu por metade das importações de carros do país. Hoje, dependendo do ano, fica com 20% a 30%", observa Wong. "Isto ocorre porque os fabricantes chineses e coreanos estão chegando com produtos melhores e mais baratos. Mesmo empresas que já estão há mais tempo por lá, como a Nissan, não precisam comprar nada da fábrica brasileira. Somente a Volkswagen pode exportar mais para os mexicanos porque tem modelos como o Nivus que não são feitos lá e nem vêm de outros lugares."

PREÇO ALTO EM MERCADO FRACO

Martín Bresciani é presidente da Aladda e da Cavem, associações que reúnem os distribuidores de automóveis na América Latina e no Chile. Com sua experiência ele afirma que vê poucas exportações de carros brasileiros para a maioria dos países latino-americanos: "Vemos que a maioria das importações são de veículos asiáticos. Os carros brasileiros têm boa reputação e não têm problemas de qualidade, a questão é de preço".

Tomando como exemplo o país onde vive, o Chile, Bresciani diz que com exceção da Fiat praticamente não vê em circulação outros carros vindos do Brasil. Não é para menos: este ano, até julho, foram embarcados para os chilenos apenas 9,5 mil automóveis e comerciais leves, uma queda de 40% em relação ao mesmo período de 2023. No ano passado inteiro o Chile recebeu 26,8 mil veículos importados do Brasil, o que já foi um desempenho bastante ruim, retração de



Divulgador/Toyota

Produção do Toyota Corolla Cross em Sorocaba: exclusividade para abastecer 22 países da América Latina.

57% sobre as 62,5 mil unidades de 2022.

O problema é agravado pelo fato de que todos os mercados preferenciais dos veículos brasileiros, assim como o Chile, além de serem pequenos, enfrentam crises que estão reduzindo as vendas. E Bresciani não vê nenhuma luz no fim deste túnel, conforme ele resume: "Só Brasil e México mantêm volumes mais estáveis este ano, os demais países estão em queda e devem continuar assim por algum tempo, porque existe insegurança política e ânimo contra as empresas, ao mesmo tempo em que as economias estão débeis, com câmbio depreciado [o que torna as importações mais caras] e falta crédito porque os juros estão altos e as garantias estão fracas, o que prejudica mais da metade das vendas na região".

A fraqueza dos principais mercados externos anula boa parte de uma vantagem que o Brasil teria para exportar neste momento: a depreciação cambial que compensa a falta de competitividade dos produtos puxando para baixo os preços em dólar. "Com o câmbio a R\$ 5,50 conseguimos ser mais competitivos mas se descer a R\$ 4,50 ficamos no limite", indica Max Frik, da Volkswagen.

O problema é que as variações cambiais são muito voláteis no País e nos mercados vizinhos. Assim como a depreciação do real empobrece os brasileiros para comprar bens importados, o mesmo está acontecendo na maioria dos países latino-americanos, o que anula em parte a vantagem dos exportadores.



Arquivo Pessoal

Maiores mercados dos veículos brasileiros

Automóveis e Comerciais Leves

* Volumes em milhares de unidades

| País | Jan-Jul 2024 | | Variação 2023/2024 |
|--------------|--------------|--------------|--------------------|
| | Participação | Volume* | |
| Argentina | 36% | 70,7 | -10% |
| México | 27% | 52,7 | -36% |
| Uruguai | 11% | 21,1 | 17% |
| Colômbia | 10% | 19,0 | -30% |
| Chile | 5% | 9,5 | -40% |
| Paraguai | 3% | 6,6 | -12% |
| Outros | 9% | 18,3 | -53% |
| Total | 100% | 197,9 | -26% |

Fonte: Anfavea

Este tipo de variação compromete os planos, justifica Frik: "Levamos muitos meses para planejar exportações, nesse tempo os mercados mudam e perdemos a oportunidade". Ou pior: "Algumas vezes erramos em ir com força demais a certos mercados, investimos tempo e dinheiro, depois o cenário mudou e os resultados não se confirmaram, com perdas para nós e a rede de concessionários desses países. Exportar deve ser uma política de longo prazo, aproveitar apenas oportunidades esporádicas pode causar danos".

APOSTA CERTA

Ao menos a Volkswagen acertou uma aposta arriscada que fez no início deste ano: o aumento de vendas para a Argentina. "Debatemos a situação do país no começo de 2024 e decidimos programar mais volumes para lá, porque avaliamos que após o momento de turbulência [causado pela eleição de um novo governo] os argentinos iriam adotar um comportamento já conhecido: tirar dinheiro dos bancos e aplicar em bens, como segurança", relata Frik.

"E nós acertamos. É o que está acontecendo, aumentamos nossas vendas na

Argentina, mas não quer dizer que isto vai durar muito tempo. É o nosso maior mercado externo mas há anos passa por fortes retrações, deve consumir de 300 mil a 400 mil veículos este ano, mas já foi de mais de 700 mil."

Graças às apostas acertadas a Volkswagen caminha este ano para retomar seu posto histórico de maior exportador de veículos do Brasil, perdido em 2022 e 2023 para a Toyota. No primeiro semestre de 2024 a fabricante exportou quase 36 mil veículos para dezoito países, todos na América Latina, em crescimento de 14,8% sobre o mesmo período do ano passado – resultado acima da média da indústria, que amargou queda nos embarques de 29%, com 156,1 mil automóveis e comerciais leves vendidos a outros países de janeiro a junho.

Apesar do desempenho atual melhor do que os concorrentes a Volkswagen também vem registrando quedas de suas exportações. A companhia, historicamente, sempre exportou de 20% a 25% de sua produção no País, chegando ao pico de 46,5% em 2006 com 340,6 mil embarques, e o volume máximo foi de 392,5 mil em 2010, equivalentes a 37% de tudo

Maiores mercados dos veículos brasileiros

Caminhões e Ônibus

* Volumes em unidades

| País | Jan-Jul 2024 | | Variação 2023/2024 |
|--------------|--------------|--------------|--------------------|
| | Participação | Volume* | |
| Argentina | 22% | 1.718 | -30% |
| Peru | 21% | 1.608 | -12% |
| Chile | 20% | 1.553 | -3% |
| México | 7% | 574 | -35% |
| Uruguai | 5% | 372 | -31% |
| Paraguai | 3% | 231 | -19% |
| Outros | 22% | 1.709 | -25% |
| Total | 100% | 7.765 | -21% |

Fonte: Anfavea

que produziu. Mas em anos recentes as quantidades caíram bastante e, em 2023, alcançaram apenas 62,8 mil unidades, em proporção de 17% do que foi fabricado.

"Vamos dizer que a indústria vive um momento em que os astros não se conectam para exportações", diz Frik, apontando que os seus três maiores mercados, Argentina, México e Colômbia, vêm apresentando retrações nas vendas. "Mas vamos retomar aos poucos e meu trabalho é exportar mais de 20% da produção este ano."

PRODUTO CERTO FAZ DIFERENÇA

O que ninguém discorda é que para exportar ter o produto certo faz toda a diferença. De novo, a questão é se especializar naquilo que se sabe fazer bem. Foi assim, com carros exportáveis desenvolvidos no Brasil, que não concorrem com a matriz nem outras subsidiárias do grupo, que a Volkswagen conseguiu manter vendas em dezenas de mercados externos, e da mesma forma a Toyota conseguiu ser o maior exportador de veículos do Brasil em 2022 e 2023.

Os modelos mais exportados pela Volkswagen em sua história no País são,

pela ordem, Gol, Voyage e Fox, que em comum são carros desenvolvidos pela subsidiária brasileira, atendendo necessidades de mercados similares ao brasileiro, e que não foram produzidos em nenhum outro lugar do mundo. No início dos anos 2000 a fábrica de São José dos Pinhais, PR, exportava o Golf para as Américas, inclusive Estados Unidos, e até para a Alemanha foi exportado o Fox também produzido no Paraná, até perder competitividade cambial, em 2007.

"O diferencial da Volkswagen é a capacidade de desenvolver no Brasil produtos específicos para estes mercados", avalia Frik. Os mais exportados pela marca atualmente são Saveiro, Polo e T-Cross, nesta ordem. Note-se que o campeão de vendas externas é uma invenção brasileira, sem similar no mundo, e por isto muito demandado em certos países: "Vendemos bem a Saveiro no México porque há poucas outras opções de picapes pequenas, robustas e mais baratas, então temos pouca concorrência", observa o executivo.

Também por causa de particularidades locais a Volkswagen já conseguiu exportar o T-Cross para nove países da África: Angola, Costa do Marfim, Gabão, Gana,



Divulgação/Toyota

Híbrido produzido no Brasil: 26% das exportações da Toyota.

Madagascar, Ruanda, Senegal, Sudão e Líbia. Como na maioria destes mercados os motores turbo não funcionam bem por causa do combustível de baixa qualidade a fabricante conseguiu preparar uma versão do T-Cross para exportação com o motor 1.6 aspirado que produz na fábrica de São Carlos, SP.

Este ano, contudo, as vendas da montadora para a África foram interrompidas. Apesar de o continente sempre ser apontado como de grande potencial para exportações brasileiras fora da América Latina, existem muitas barreiras para consolidar vendas mais constantes, justifica Frik: "São mercados pequenos e limitados, com dificuldades tecnológicas e de rede. Nós só conseguimos atuar na faixa central da África, porque o norte é dominado por importações da Europa e no sul há muitos países de mão inglesa [carros com volante à direita] que são abastecidos por fabricantes instalados na África do Sul".

Uma oportunidade que deve se abrir no norte da África é o Egito, que tem acordo de livre comércio com o Mercosul e prevê redução de tarifas de importação até a isenção total a partir de 2026.

PROTAGONISMO REGIONAL

Fabricar no País produtos adequados também fizeram toda a diferença para a Toyota. De vendas externas incipientes – iniciadas nos anos 1970 para poucos países vizinhos com o jurássico utilitário Bandeirantes – a partir da década passada a empresa adotou um plano crescente de

exportações que atingiu o pico de 95,4 mil unidades embarcadas de suas fábricas brasileiras em 2022, o equivalente a 42,6% de sua produção nacional. No ano seguinte, apesar da queda para 82,4 mil veículos exportados, 40% de tudo que produziu, a Toyota respondeu por 20% das embarques do setor, tornando-se o maior exportador de carros do Brasil pelo segundo ano.

Como diz o presidente da empresa no País, Evandro Maggio, para exportar "é necessário ter os produtos certos e um plano consolidado que vai além de aproveitar oportunidades passageiras". Nesse sentido, assim como fizeram outras empresas, a Toyota começou a produzir no Brasil modelos que não enfrentam a concorrência de outras subsidiárias da fabricante, como foi o caso do Etios, Yaris e Corolla Cross, fabricados exclusivamente em Sorocaba, SP, para abastecer o mercado brasileiro e países latino-americanos.

Os horizontes foram significativamente ampliados a partir do lançamento, em 2021, do SUV médio Corolla Cross, que fez o número de mercados de exportação da Toyota do Brasil saltar para 22 países, consolidando o protagonismo regional da subsidiária, como destaca o diretor de comunicação corporativa **Roberto Martarazzo Braun**: "O aumento das nossas exportações é resultado da forte integração que promovemos em mercados da região. Hoje 80% dos modelos Toyota vendidos na América Latina e no Caribe são produzidos no Brasil ou na Argentina. Isto nos permite atender melhor as necessidades dos clientes com produtos, design, segurança e eletrificação mais adequados à região".

Ele acrescenta que 26% das vendas externas são de modelos híbridos fabricados no Brasil, versões do sedã Corolla e do SUV Corolla Cross. "Exportar híbridos tem dois benefícios: aumenta as exportações do Brasil de bens manufaturados e contribui com a redução de emissões da região", diz Braun.

Com os bons resultados dos últimos



Divulgação/Toyota

Novamente entre os melhores



O Grupo ABG é referência em inovação e excelência no setor. Nossa missão é fornecer soluções e produtos que impulsionam o desempenho dos nossos clientes da cadeia automotiva. Estamos honrados pela indicação ao Prêmio Autodata 2024, na categoria Fornecedores de Autopeças, Sistemas e Componentes.

Dia a dia, nós fazemos acontecer.

Contamos com o seu voto para alcançar mais esse reconhecimento.

GRUPO
ABG

NEO
RODAS

NEO
STEEL

NEO
PWT

NEO
PARTS

NEO
POLÍMEROS

NEO
USINAGEM

anos a Toyota atingiu, este ano, o marco de 700 mil veículos exportados do Brasil – quase 600 mil deles nos últimos dez dos sessenta anos que a fabricante japonesa produz no País. A este volume também se soma a exportação, iniciada em 2021, de motores fabricados em Porto Feliz, SP, para equipar carros da marca feitos nos Estados Unidos.

Mas o maior protagonismo regional não imuniza a Toyota dos problemas regionais, pois também fica restrita a vender para mercados pequenos e em queda, sem perspectivas de tentar a sorte em outras regiões. O objetivo declarado da fabricante este ano era de aumentar as exportações em 5% sobre 2023, para 86 mil unidades. Contudo, de janeiro a julho foram embarcados 33 mil veículos, menos da metade do pretendido em doze meses. Braun admite que "será um desafio" bater a meta.

DIFICULDADES E SOLUÇÕES

Existem dificuldades latentes para exportar mais veículos a partir do Brasil. Braun cita três principais: complexidade tributária que embute impostos nos produtos exportados; diferenças de regulamentações nos países da mesma região, como por exemplo a exigência de conteúdos regionais diferentes como 50% ou 60% para um mesmo veículo; e por fim a falta de acesso a mais mercados na América Latina, em alguns casos ainda limitados por cotas ou falta de acordos comerciais mais amplos.



Divulgação/VW

Max Frik, da Volkswagen, pondera: "Fora do Mercosul não temos nenhum benefício. Na maior parte dos países latino-americanos um carro brasileiro paga o mesmo imposto de importação aplicado sobre um modelo chinês ou japonês. Além disso, apesar da proximidade, o frete para países da região é caro, encarece nossos produtos".

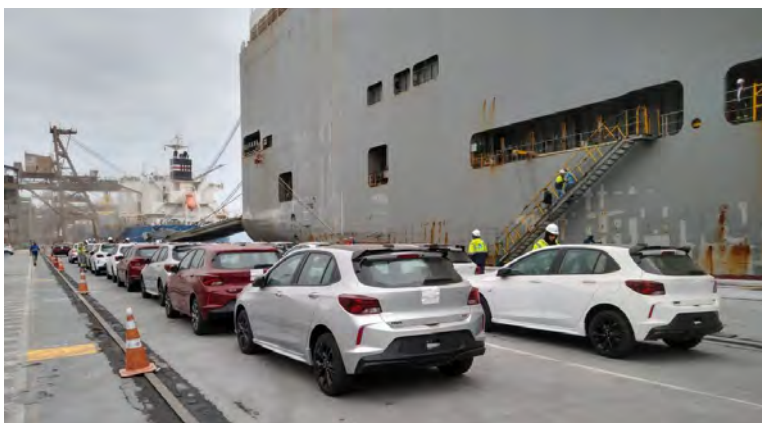
Existem oportunidades à mão para refinar acordos comerciais e reduzir impostos e cotas com países como Equador e Colômbia, ou tentar restringir a importação de usados na Bolívia e no Paraguai para aumentar a atratividade dos zero-quilômetro brasileiros, ou esperar pela isenção de tarifas no Egito. Mas é certo que nenhum desses países oferecem volumes para tirar as exportações brasileiras do buraco.

A redução de tarifas e cotas também não resolve a exportação de impostos embutidos, que nem macumba parece tirar dos corpos dos carros brasileiros. A reforma tributária, que começa a valer a partir de 2026, ao evitar o acúmulo de créditos tributários de ICMS pelas empresas exportadoras que dificilmente são devolvidos pelos estados, deverá reduzir o problema, mas não o elimina.

O consultor David Wong adverte que o Brasil continuará a exportar impostos: "A reforma tributária deve eliminar créditos tributários de ICMS mas não vai tirar do custo do produto os encargos sociais como recolhimento à Previdência, FGTS ou Sistema S. Não há como se abater isso".

Wong sugere que, para compensar essa diferença de custo ante os principais concorrentes mundiais, o Brasil deveria retomar as discussões sobre o Reintegra, uma espécie de restituição que o governo paga aos exportadores a título de compensar os resíduos tributários embutidos nos produtos exportados. A devolução já chegou a ser de 5% do valor exportado mas o benefício foi cortado a apenas 0,1% em 2015.

Em 2019 Anfavea encomendou um estudo à consultoria AT Kearney que calculou em cerca de 15% o custo dos



Divulgação/GM



Divulgação/ Renault

impostos embutidos em cada veículo exportado pelo Brasil. A consultoria estimava que a devolução de parte desses recursos via Reintegra de 10% tinha potencial para elevar para mais de 1 milhão de veículos por ano as vendas externas do setor, o que criaria mais 120 mil empregos na cadeia automotiva, gerando ao Fisco algo como R\$ 8 bilhões em impostos adicionais. A medida poderia devolver competitividade internacional ao produto nacional sem causar nenhum rombo nas contas públicas – muito pelo contrário, aumentaria a arrecadação.

“Esta conta foi levada ao governo mas na época houve o temor de que a restituição do Reintegra poderia ser entendida como um subsídio e gerar uma reclamação na OMC [Organização Mundial do Comércio]. Ai já perdemos de novo mais uma oportunidade”, relata Wong.

O fato é que o espaço para as exportações brasileiras de veículos está ficando

cada vez mais reduzido e sendo ocupado por fabricantes que estão na China. Algumas das empresas estrangeiras que estão lá há anos, como Volkswagen e General Motors, perderam mercado doméstico para as marcas chinesas e, para compensar as perdas de volumes e de faturamento, vão começar a fazer produtos globais para exportá-los a outros mercados, aproveitando a infraestrutura industrial que já têm no país e os custos de produção imbatíveis na comparação com qualquer outro lugar do mundo.

O Brasil tem hoje capacidade interna de produção para abastecer todo o mercado da América Latina, mas não tem preços nem produtos para isto. Se com os veículos e custos brasileiros já está difícil competir no quintal latino-americano de casa, o cenário pode ficar bem pior sem a adoção de políticas de incentivo às exportações, com menos discurso e mais ações práticas. ■

EM PLENA FORMA

Naquele 4 de agosto de 1976, a fundação do Grupo SADA remontava ao empreendedorismo de um jovem visionário, Vittorio Medioli. Vindo da Itália, ele iniciou as operações de uma transportadora para atender a necessidade de armazenamento e distribuição de veículos da recém-inaugurada planta da Fiat, em Betim (MG). Tanto que a empresa nasceu na cidade vizinha, em Contagem, mas logo transferiu a sua sede, sete anos depois, para o mesmo município onde está sediada a montadora até hoje.

Com forte tradição empreendedora, acumulando milhões de km rodados para entregar carros novos em todo o país com suas cegonheiras ao longo das primeiras décadas, a SADA cresceu rapidamente e expandiu seus negócios por todo o país. Atua hoje em dez diferentes segmentos, é presente em mais de 50 cidades e conta com mais de 8.000 pessoas em suas operações. É o maior operador logístico de transporte automotivo de modelos zero km da América Latina.

A vertical de transporte e logística automotiva é o principal negócio do Grupo. Movimenta 2,4 milhões de veículos anualmente para as principais montadoras do país, em todas as regiões e em países como a Argentina, Chile, Paraguai, Bolívia e Uruguai, por exemplo. Foram 293 mil viagens e quase 500 milhões de km percorridos em 2023. Conta com frota própria e de parceiros, totalizando mais de 3 mil veículos, além de estruturas de pátios (capacidade de 100 mil vagas),

Grupo SADA completa 48 anos neste mês com o mesmo pique de empreendedorismo inicial

ferramentas de gestão (sistema Yard Management System) e monitoramento 24 horas.

Para o Daniela Medioli, vice-presidente executiva do Grupo SADA, o sucesso da organização está pautado na sua diversidade e no legado construído pelas pessoas que fazem parte dele. “Em quase cinco décadas de muito trabalho, continuamos a acreditar na força do empreendedorismo para transformar nosso país, gerar oportunidades e sermos úteis e relevantes não apenas para os nossos clientes, mas também para toda a sociedade”, completa a executiva. Hoje, a SADA possui negócios na área de venda de veículos leves e pesados (concessionários das marcas Fiat e Iveco), fabricação de autopeças, siderurgia, reflorestamento, produção de etanol e distribuição de combustíveis, comunicação (rádio, jornal e portal O Tempo). Além de uma equipe de





“Continuamos a acreditar na força do empreendedorismo para transformar nosso país”

Daniela Medioli, vice-presidente executiva do Grupo SADA

vôlei (SADA Cruzeiro) e uma fundação (Fundação Medioli).

Tanto a SADA é motivada pelo princípio de que sempre é possível ser e fazer melhor por meio da diversificação dos negócios, do investimento em inovação, que a empresa desenvolveu know-how para oferecer outras soluções logísticas aos seus clientes, mesmo no foco principal de distribuição de veículos: serviço de inspeção pré-entrega (PDI) com revisão completa dos veículos e customização conforme a demanda. Acompanhamento pelo sistema PDI onTrack, que permite a gestão em tempo real.

O segmento de transportes especiais também conta com a expertise da SADA, como no caso da Porsche Cup Brasil, que tem a marca como seu operador logístico nas provas que acontecem fora do circuito de Interlagos, com destaque para a etapa

da Argentina, em uma operação que envolve mais de 80 carros de competição e dez dias de viagem.

Neste caso, além dos veículos, o Grupo SADA, em sua operação de carga geral, apoiou a logística da competição para a etapa de Portugal neste ano. A empresa foi responsável pelo transporte por contêineres com carros e equipamentos da etapa entre a oficina da organização e a entrega no Porto de Santos para que fossem embarcados via marítima, em uma operação com 26 carretas e 40 profissionais.

Reforçando o seu compromisso com as ações de ESG, a fim de criar um impacto positivo na sociedade, o Grupo SADA atua em frentes com o Pacto Global da ONU, possui selo Ouro no Programa Brasileiro GHG Protocol e no último ano, investiu R\$ 12 milhões em ações sociais.



Prêmio

AUTO DATA

2024

Melhores
do setor
automotivo

**Dez categorias reúnem
42 cases selecionados**

Este ano o Prêmio AutoData chega à sua 25ª edição com a seleção de 42 cases que representam nos últimos doze meses as melhores iniciativas empresariais, os produtos mais importantes lançados e as personalidades de destaque

Redação AutoData

Ao completar 25 anos o Prêmio AutoData, a primeira e mais tradicional premiação do setor automotivo nacional, chega a 2024 com renovações importantes para ampliar sua relevância em reconhecer as melhores iniciativas deste importante segmento industrial. Com o objetivo de elevar a importância de cada um dos reconhecimentos o número de categorias foi reduzido para dez que, nos doze meses terminados em julho passado, abrigam iniciativas empresariais, veículos lançados no período e também as personalidades de maior destaque na indústria.

Foram selecionados ao todo 24 cases de 22 empresas que se enquadram em seis categorias empresariais: Montadora de Automóveis e Comerciais Leves; Montadora de Veículos Comerciais; Fornecedores de Autopeças, Sistemas e Componentes; Cadeia Automotiva Ampliada [incluindo motores, carrocerias, implementos, serviços e matérias-primas]; Inovação Tecnológica e ESG; e Exportador. Todos os cases, quatro em cada categoria corporativa, foram escolhidos com base em reportagens publicadas pela **Revista AutoData** e pela **Agência AutoData de Notícias**.

Os produtos foram divididos em três categorias com quatro lançamentos cada, que este ano, além do corpo editorial de **AutoData** formado por Márcio Stéfani, Leandro Alves, Pedro Kutney, André Barros, Caio Bednarski e Soraia Abreu Pedrozo, que votaram em todos os segmentos de veículos, também foram convidados jornalistas para votar de acordo com sua especialidade.

Assim na categoria Automóveis e Pica-apes foram computados votos adicionais dos jornalistas Fábio Trindade [Motor.1], Fernando Calmon [colunista], Joel Leite [AutoInforme] e Sérgio Quintanilha [Guia

do Carro]. Os Veículos Comerciais de Carga [caminhões e furgões] também foram votados por Andreia Ramos [Estradão], José Augusto Ferraz [Frota&Cia] e João Geraldo [Transporte Mundial]. Para o segmento de Veículos Comerciais de Passageiros [ônibus e vans] a votação foi restrita aos jornalistas de **AutoData**.

A já tradicional categoria Personalidade do Ano não sofreu mudanças e conta com seis executivos indicados, que mereceram reconhecimento por sua visão estratégica e resultados na liderança, no País, tanto de fabricantes de veículos como de fornecedores de autopeças e sistemas.

VOTAÇÃO

A partir desta publicação começa a votação, que se estende até 31 de outubro, para eleger os melhores dentre os melhores: será enviada por e-mail uma cédula eletrônica, com um link, para cada leitor que recebe os produtos editoriais de AutoData, para que ele escolha três de quatro cases de cada uma das dez categorias da premiação – é uma forma de não restringir a votação apenas à empresa de cada eleitor.

No início de novembro serão divulgados, no site de AutoData, os cases mais votados de nove das dez categorias do prêmio. A categoria Personalidade do Ano será divulgada apenas no mesmo dia da entrega dos troféus aos vencedores, no segundo dia do Congresso AutoData Tendências e Perspectivas 2025 do Setor Automotivo Brasileiro, em 27 de novembro próximo. Também durante o evento os participantes poderão votar em um dos seis cases corporativos vencedores para eleger a Empresa do Ano, que será revelada na mesma data. Agora é só ler os cases nas páginas seguintes para orientar suas escolhas. ■

VOTE AQUI



25º PRÊMIO AUTODATA

- Eleição dos melhores cases pelos leitores: agosto a outubro.
- Anúncio dos vencedores: início de novembro.
- Votação da Empresa do Ano: 26 e 27 de novembro no Congresso AutoData Tendências e Perspectivas 2025.
- Revelação Personalidade do Ano e entrega de troféus aos vencedores: 27 de novembro.

Renault



Ao completar 25 anos de operação no Brasil, no fim de 2023, a Renault anunciou um novo ciclo de investimento de R\$ 4,1 bilhões até 2025 na modernização da fábrica de São José dos Pinhais, PR, para a introdução da nova plataforma global RGMP, que resultou no desenvolvimento e produção do SUV compacto Kardian, veículo global feito primeiramente no Brasil. Além do Kardian o investimento trará mais um SUV médio para a fábrica brasileira e a nacionalização dos motores turboblex SGe 1.0 e 1.3. Nesta nova fase, sem a Aliança com a Nissan, a Renault mudou a identidade de sua logomarca e investe, sozinha, no desenvolvimento, aqui, de um sistema híbrido flex.

Stellantis



A Stellantis anunciou o maior investimento da história da indústria automotiva no Brasil: são R\$ 30 bilhões de 2025 a 2030 para lançar quarenta novos produtos das marcas Fiat, Jeep, Ram, Peugeot e Citroën. Os aportes incluem o desenvolvimento de oito powertrains eletrificados e um motor 100% etanol, que serão utilizados nas plataformas Bio Hybrid. O ciclo levará R\$ 13 bilhões para a fábrica de Goiana, PE. Outros R\$ 14 bilhões seguirão para Betim, MG, que desenvolverá os novos produtos e tecnologias, além de receber modernização da sua linha de montagem. E ainda há R\$ 3 bilhões para Porto Real, RJ, onde será produzido mais um modelo inédito. A Stellantis também planeja expandir seus negócios, incluindo aquisições como a da DPaschoal para o setor de reposição automotiva.

Toyota



A Toyota anunciou o maior ciclo de investimento de sua história no Brasil, de R\$ 11 bilhões até 2030 nas unidades industriais do Interior paulista, em Sorocaba, que deverá dobrar de tamanho, e na planta de motores de Porto Feliz, que produzirá os motores a combustão do sistema de propulsão híbrido flex – e também a gasolina para exportação. Parte do total, R\$ 9,3 bilhões, será destinada a novos projetos. A produção do sedã Corolla será transferida de Indaiatuba, SP, para Sorocaba até o fim de 2026, levando ao fechamento da fábrica. Os aportes focam na nacionalização de modelos híbridos: o SUV Yaris Cross, cujo lançamento está programado para 2025, e uma picape média em 2027. Também está nos planos a montagem de baterias de alta tensão em Sorocaba a partir de 2026.

Volkswagen



A Volkswagen anunciou investimento adicional de R\$ 9 bilhões no Brasil, combinando-se ao ciclo de R\$ 7 bilhões até 2028, totalizando R\$ 16 bilhões. Os recursos serão destinados ao lançamento de dezesseis veículos, sendo quatro inéditos, incluindo um novo SUV compacto a ser produzido em Taubaté, SP, e uma picape média-compacta em São José dos Pinhais, PR, além do desenvolvimento da plataforma MQB Hybrid e de um novo sistema de propulsão híbrido flex. A fábrica de São Carlos, SP, produzirá motores a combustão flex para os híbridos. O investimento visa a fortalecer a competitividade da Volkswagen no mercado nacional e internacional, com expectativas de volumes de vendas superiores ao nível atual.

Iveco

IVECO

Um dos maiores contratos de fornecimento para o Programa Caminho da Escola é o da Iveco Bus, que contabiliza 2 mil pedidos de ônibus para entregas este ano. De olho neste mercado a Iveco lançou o ORE 2, ônibus rural escolar, que na versão 10-190 tem capacidade para transportar 44 alunos e a 15-210 para 59. O objetivo da empresa é elevar em 35% a produção na unidade de Sete Lagoas, MG, sobretudo da linha de caminhões pesados S-Way e dos chassis de ônibus. Além disto foi feito um aporte adicional de R\$ 100 milhões ao seu ciclo de investimentos, de R\$ 1 bilhão até 2025, para trazer ao Brasil a versão elétrica do utilitário Daily. E após vender toda a produção do S-Way a gás a empresa promete trazer de Córdoba, Argentina, o Tector GNV, que já é vendido no país vizinho.

Mercedes-Benz



Líder do mercado de chassis ônibus no País, com 62,7% das vendas, a Mercedes-Benz busca recuperar também a liderança nos caminhões. Para isto, além de lançar versões inéditas das linhas Actros, Arocs e Atego, está em curso profunda transformação na estrutura produtiva com a terceirização da produção de itens como eixo dianteiro e transmissão. O projeto permitirá maior competitividade e a possibilidade de tornar viável novos investimentos. Seu primeiro ônibus elétrico feito em São Bernardo do Campo, SP, o eO500U, já está circulando no ABC e a expectativa é de que 225 unidades estejam nas ruas ainda este ano. Além disto a Mercedes-Benz, pelo décimo-terceiro ano consecutivo, incentiva e premia ações socioambientais de seus concessionários e parceiros.

Scania



A Scania iniciou um novo ciclo de investimentos no País, com R\$ 2 bilhões a serem aplicados de 2025 a 2028 para reforçar seu plano de descarbonização dos ecossistemas de transporte e logística. Destaque para os R\$ 60 milhões na instalação da linha de montagem para a produção de um ônibus elétrico na fábrica de São Bernardo do Campo, SP. Os testes da linha de montagem começam em março de 2025 com o início de produção em setembro. Este ano a empresa também comemorou a produção de 500 mil caminhões no País.

VWCO



Líder do mercado brasileiro de caminhões com 26% de participação a VWCO também é a maior exportadora do País de veículos comerciais pesados. A expansão dos negócios criou uma rede de concessionárias no Exterior maior do que a brasileira: são mais de duzentas casas em 35 mercados da América Latina, África, Ásia e Oriente Médio, contra 150 aqui. Na Ásia a VWCO inaugurou uma linha de montagem nas Filipinas, e na América do Sul tem no Chile um dos seus maiores clientes com mais de 25 mil veículos negociados, inclusive o caminhão elétrico e-Delivery, que já é exportado para seis países. No Brasil, este ano, ampliou o portfólio da linha Delivery e lançou o Volksbus 22.260 S, chassi com a maior capacidade técnica do segmento de ônibus urbanos.

Continental Parafusos



A Continental Parafusos celebrou seu aniversário de primeiros 50 anos em 2024 destacando sua posição de fornecedor internacional no setor automotivo. Desde 1974 a empresa produz e vende parafusos e sistemas de fixação para montadoras e sistemistas. Nos anos 1990 buscou parcerias na Ásia e desde 2007 tem uma filial baseada em Taiwan, que contribui para o avanço tecnológico dos componentes que comercializa. Com certificações como VDA 6.3 da Volkswagen e ISO 9001 a Continental prepara-se e investe no desenvolvimento de fixadores para veículos eletrificados.

Eaton



A Eaton lançou nova geração de transmissões automatizadas Advantor desenvolvidas no Brasil para as condições locais. A empresa destacou que para as três configurações, com seis, oito e dez marchas, aumentou a base de fornecedores locais. A Advantor, adequada para caminhões e ônibus de 9 a 49 toneladas, reduz em 10% o consumo de combustível comparado a câmbios manuais e 20% com relação aos automáticos. A Eaton investiu R\$ 800 milhões desde 2020, com R\$ 600 milhões para modernização das fábricas e R\$ 200 milhões para P&D. A empresa planeja expandir o quadro de engenheiros e exportar a Advantor.

Grupo ABG



O Grupo ABG, proprietário das marcas de componentes Neo Rodas, Neo Parts, Neo Steel, Neo Polimeros, Neo PWT e Neo Usinagem, está expandindo e diversificando seus negócios no setor automotivo visando a mais do que dobrar o faturamento para R\$ 5 bilhões nos próximos cinco anos. A estratégia inclui não apenas o fortalecimento das operações no Brasil, por meio de aquisições, mas também a expansão internacional. Com planos de consolidar sua primeira fábrica fora do país, na Argentina, até o fim de 2025, o grupo pretende diversificar suas fontes de receita e ampliar seu alcance internacional. Na América Latina o foco é consolidar o fornecimento às montadoras e ampliar o leque no mercado de reposição.

ZF



A ZF iniciou a produção local da ECU, unidade de controle eletrônico, do seu ESC, sistema eletrônico de controle de estabilidade, em sua fábrica de Limeira, SP, antecipando as exigências legais de 2024, quando o ESC passou a ser obrigatório em todos os veículos vendidos no Brasil. Anteriormente a ECU do ESC era importada da Alemanha. A ZF destaca que 90% dos veículos produzidos no Brasil já têm o sistema, que permite a integrações com as tecnologias de assistência ao motorista, que até 2027 devem equipar 40% dos carros no País. A produção local não só atende à demanda regional mas possibilita a futura nacionalização de outros sistemas avançados, como AEB, ACC e LKA, dependendo das condições de mercado.



 **Marcopolo**  anos
years
años

Parabéns à Marcopolo pelos 75 anos
anos de história, conquistas e inovação.
É um orgulho fazer parte desta jornada
de sucesso.

Bridgestone



A Bridgestone inaugurou a primeira fase da expansão da fábrica de pneus em Camaçari, BA, que consumiu investimento de R\$ 1 bilhão. Com a ampliação, cujas obras deverão terminar no fim de 2024, serão criados mais quatrocentos empregos e a capacidade da unidade saltará para 1,5 milhão de pneus/ano, já incluindo a transferência de Santo André, SP, para a planta baiana de toda a produção de modelos para veículos leves. A empresa também investiu, no último trimestre de 2023, R\$ 10 milhões para ampliar sua fazenda de geração de energia solar, garantindo mais energia limpa para suas operações.

Cummins



A Cummins Brasil investiu R\$ 170 milhões no desenvolvimento de novos motores diesel Euro 6 e sistemas de pós-tratamento de gases para o Proconve P8, em vigor desde o início de 2023. Estes motores reduzem em mais de 77% as emissões de NOx e em 66% as de material particulado em comparação com a motorização Euro 5. O projeto durou três anos e meio, em parcerias com Volkswagen Caminhões e Ônibus, Agrale e Marcopolo. A empresa tem o objetivo de aumentar a produção para 150 mil unidades/ano até 2030, impulsionando exportações para México e Estados Unidos. Além dos modelos diesel a fabricante também introduz em sua linha motores a gás que reduzem em até 80% emissões de CO2 e particulados, e 90% o NOx.

Marcopolo



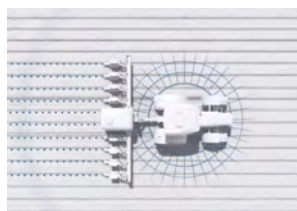
A Marcopolo alcançou lucro líquido recorde de R\$ 810,8 milhões em 2023, aumento de 85,6% com relação a 2022. O crescimento foi impulsionado pelo aumento nas vendas de carrocerias para ônibus rodoviários, a consolidação da linha G8 no mercado e o mix de produtos de maior valor agregado, como veículos urbanos articulados. A receita líquida atingiu R\$ 6 bilhões 680 milhões, um crescimento de 23,4%, com R\$ 4 bilhões gerados no mercado brasileiro e R\$ 2,6 bilhões de exportações. O lucro bruto foi de R\$ 1,5 bilhão, representando 23% da receita líquida. Apesar dos resultados financeiros positivos a produção caiu 11,5% em comparação a 2022, totalizando 13 mil unidades, com 83% produzidos no Brasil.

MWM Motores



A MWM, empresa do Grupo Tupy, substituiu os motores a diesel de caminhões e motobombas da Cocal, empresa do setor sucroenergético do Oeste Paulista, por equivalentes 100% a gás, com potências de 220 cv a 330 cv, abastecidos exclusivamente com biometano, produzido a partir de resíduos da cana-de-açúcar, como vinhaça e torta de filtro, na unidade de biogás da Cocal em Narandiba, SP. O gás renovável é distribuído a clientes por meio de carretas ou gasoduto e também é usado na frota da empresa, reduzindo o consumo de diesel. A operação resultou na conversão de vinte equipamentos. Além da redução do impacto ambiental a mudança trouxe benefícios como a simplificação da manutenção e reposição de peças, com 85% dos componentes sendo idênticos aos dos motores a diesel.

Bosch



Fotos: Divulgação/Empresas

No ano em que completa setenta anos de operações no País a Bosch segue apresentando soluções inovadoras para aproveitar o bom momento do agronegócio brasileiro. São tecnologias desenvolvidas no País, como sistemas automáticos de plantio e de pulverização inteligente – este equipamento, por meio de câmaras, identifica o local exato onde pulverizar defensivos, somente borrifados em cima de ervas daninhas no meio de plantações de milho ou soja, por exemplo, o que reduz em 80% o uso de agrotóxicos. Segundo a sistemista esta é a primeira vez que há um equipamento com essa tecnologia.

General Motors



A GM atualizou seu sistema multimídia MyLink e o módulo de conectividade OnStar, permitindo mais atualizações remotas e programações personalizadas que vão do desempenho do motor ao visual do quadro de instrumentos. Considerando a operação em toda a América do Sul a meta da GM é chegar a 1 milhão de veículos conectados em 2024 e a 2 milhões em 2026. Com o OnStar, caso o motorista se envolva em acidente com acionamento dos airbags, a central faz contato e, se necessário, aciona o resgate. A conectividade também dificulta furtos e roubos: a central consegue rastrear a localização, reduzir a velocidade do veículo e até travar o motor, facilitando a interceptação pela polícia. Dessa forma a companhia atingiu índice acima de 90% de recuperação de veículos roubados.

Gerdau



Fundada há 123 anos em Porto Alegre, RS, a Gerdau se transformou de uma pequena fábrica de pregos em uma gigante global, com 29 unidades produtoras de aço e mais de 30 mil colaboradores. A empresa é uma das maiores produtoras mundiais de aços especiais. Para o setor automotivo produz aços para motores, transmissões e suspensões. Ao operar com fornos elétricos a arco em todas as suas unidades no Brasil e nos Estados Unidos a Gerdau utiliza até 100% de sucata como insumo. A empresa recicla anualmente 11 milhões de toneladas de aço, utilizando aproximadamente 90% de energia renovável no processo. Com uma das menores intensidades de emissões de CO₂ da indústria global de aço a Gerdau pretende reduzir ainda mais suas emissões para 0,82 t CO₂ por tonelada de aço produzido até 2031.

VWCO



Volkswagen Caminhões e Ônibus, CBMM e Toshiba apresentaram um ônibus elétrico com bateria de íon lítio e nióbio prometendo recarga completa em 10 minutos. O e-Volksbus, em fase de protótipo, utiliza a bateria SCiNb da Toshiba, que em sua composição substitui grafite por nióbio, o que aumenta a densidade energética em até 35%. O ônibus está em testes na operação da CBMM, que fornece o nióbio, e após doze meses de avaliação os dados serão analisados para avançar no desenvolvimento. A solução permite autonomia de 60 quilômetros, com recarga rápida por pantógrafo, o que reduz a custos de infraestrutura e permite a utilização de baterias mais leves e baratas. A CBMM planeja expandir o teste com mais ônibus elétricos.

BorgWarner



Fotos: Divulgação/Empresas

A fábrica de sistemas de baterias da BorgWarner em Piracicaba, SP, em operação desde o ano passado, já iniciou a produção em série para equipar os ônibus elétricos Mercedes-Benz eO500U e atraiu clientes internacionais, garantindo a primeira ampliação da unidade. A partir de 2024 o módulo de controle de baterias passou a ser exportado para os Estados Unidos. Com esta demanda adicional a planta terá duas linhas, triplicando o volume. O moderno sistema produtivo adotado proporciona eficiência, competitividade de custos e alta qualidade, fatores decisivos para vencer a concorrência internacional. De olho na expansão do mercado de veículos comerciais elétricos no Brasil a BorgWarner instalou no País a quarta fábrica mundial de baterias da Akasol, adquirida em 2022.

CNH Industrial



A CNH Industrial investiu R\$ 100 milhões na unidade que produz colheitadeiras Case IH em Sorocaba, SP, para transformá-la em polo global de produção e exportação de máquinas de menor porte. O primeiro produto exportado é a Axial-Flow Série 160 Automation, que incorpora inteligência artificial. O modelo passou por melhorias tecnológicas, com 60% do maquinário renovado, oferecendo mais conectividade e facilidade de operação com quatro modos de colheita. A empresa também adotou novos processos e tecnologias de produção e contratou 1,3 mil trabalhadores para a manufatura.

Toyota



A Toyota já exportou o total de 700 mil veículos a partir do Brasil, desde 1971 até o fim do primeiro quadrimestre de 2024. A trajetória começou com os primeiros utilitários Bandeirantes produzidos em São Bernardo do Campo, SP, e exportados para países da América Latina. A expansão das exportações ganhou impulso em 2012 com a inauguração da fábrica em Sorocaba, SP, e a produção de novos modelos, incluindo o Corolla Cross desde 2021, com versão híbrida, que em 2023 foi o modelo brasileiro mais exportado, totalizando 31,7 mil unidades. No ano passado a Toyota foi a maior exportadora de veículos do País, com 82,4 mil unidades enviadas para 22 países da América Latina e do Caribe. O recorde anual de exportações foi alcançado em 2019, com 100 mil veículos exportados.

TE Connectivity



O avanço da produção de veículos eletrificados e a demanda por soluções de transmissão de dados, conhecidas como data connectivity e e-mobility, impulsionou a procura por conectores e terminais especiais. Neste cenário a TE Connectivity localizou mais itens e ampliou sua produção no Brasil, com investimento de R\$ 30 milhões para atender o mercado interno e, sobretudo, as exportações: em torno de 30% do volume produzido é exportado para as unidades da TE nos Estados Unidos, na Europa, Ásia e África. Em 2023 houve aumento de 11,9% nos embarques com relação ao ano anterior. No ano passado foram fabricados na unidade de Bragança Paulista, SP, 518,6 milhões de conectores e 1,7 bilhão de terminais, fornecidos fabricantes de carros, picapes, caminhões, ônibus e tratores.



Nossos clientes
recebem produtos
fabricados com
**energia
renovável
certificada**

CERTIFICADO

I-REC

Pelo segundo ano consecutivo, obtivemos a **Certificação I-REC** (International REC Standard) por comprovar que a energia elétrica consumida em nossas operações é proveniente de fontes de energia renovável. Essa conquista reafirma nosso compromisso com a sustentabilidade de nossas operações e da cadeia de suprimentos de nossos clientes.

É assim que lideramos e inovamos rumo a um futuro mais sustentável.



Leia nosso Relatório de Sustentabilidade 2023



BYD Dolphin



Fotos: Divulgação/Empressas

O hatch elétrico com preços em torno de R\$ 150 mil mexeu com as estruturas do mercado brasileiro. Ganhou as ruas das grandes cidades e somou mais de 16 mil unidades vendidas em um ano de mercado, desempenho notável para um modelo importado da China. Mais do que volumes o compacto da BYD acendeu o sinal de alerta para a indústria local, que se vê desafiada a colocar no mercado modelos ainda mais equipados com preços mais baixos.

Citroën C3 Aircross



O C3 Aircross é o segundo modelo lançado no Brasil a partir do projeto C-Cubed, linha de produtos mais baratos da Citroën fabricados sobre versão simplificada da plataforma CMP, da Stellantis. O SUV compacto é o primeiro e até agora único da categoria com opção de sete assentos para quem quiser instalar dois bancos extras – e removíveis – no espaço do porta-malas, que vazio comporta 493 litros, que sobem para 1 mil com o rebatimento dos bancos, ou ficam reduzidos a menos de 50 litros quando são instalados os dois assentos, de 8 kg cada um.

Fiat Titano



A Fiat lançou sua inédita picape média sobre chassi, a Titano, com a maior caçamba da categoria [1 mil 134 litros]. Foi desenvolvida originalmente sobre plataforma da chinesa Changan em uma parceria com a PSA, que escalou o veículo para o portfólio da Peugeot como Landtrek, mas depois da fusão com a FCA que criou a Stellantis a picape foi transferida para a Fiat. A Titano é montada na Nordex, no Uruguai, com 50% de peças localizadas no Mercosul. Quase todo o resto é importado da Ásia e o motor turbodiesel, o mesmo utilizado na van Fiat Ducato, recalibrado para gerar mais potência, vem da França.

Renault Kardian



O Renault Kardian, novo SUV compacto da Renault, representa uma nova fase da empresa. O carro global foi desenvolvido no Brasil e produzido inicialmente em São José dos Pinhais, PR, sobre a nova plataforma RGMP, com tecnologias avançadas. O design marcante foi criado pelo Design Center Americas. O modelo tem segurança aprimorada com treze sistemas de assistência ao motorista e seis airbags. Equipado com motor 1.0 TCe turbo, também produzido no Paraná, e transmissão automática de dupla embreagem, o Kardian oferece excelente eficiência energética e desempenho.

Iveco Daily 35-180 Hi Matic



Fotos: Divulgação/Empresas

A Iveco lançou a versão 35-180 Hi Matic do utilitário Daily, o primeiro modelo do segmento no Brasil com transmissão automática de oito marchas da ZF. A expectativa é que a opção represente de 5% a 7% das vendas do modelo, aumentando para até 30% em quatro anos. Além do mercado brasileiro a versão será exportada para Argentina e Paraguai, com planos de expansão para Colômbia, Chile e Peru. Equipado com motor 3.0 de 180 cv o Daily Hi Matic tem o mesmo consumo de combustível da versão manual. Também é oferecida conectividade gratuita por um ano da plataforma Nexpro.

Mercedes-Benz Actros 2553 6x2



A Mercedes-Benz lançou a versão 2553 6x2 do Actros, extrapesado rodoviário com o motor mais potente fabricado pela empresa no Brasil, o OM 471 de 530 cv. Projetado para puxar carretas de transporte de grãos, químicos e cargas refrigeradas o modelo oferece maior potência e eficiência. Vem equipado com pneus Michelin, quinta-roda reforçada, tacógrafo digital, geladeira e o sistema de rastreamento e conexão Fleet Board. Esta combinação de características busca atender às necessidades dos setores mais exigentes, proporcionando desempenho, segurança e conforto aos operadores.

Scania X-Gás GH 460 6x4



Opção mais potente da família de caminhões a gás da Scania produzida no Brasil o cavalo mecânico de 460 cv traciona rodotrens de nove eixos para transportar cargas de até 58 toneladas. Equipado com dez cilindros de gás comprimido tem autonomia de até 650 quilômetros, o que dá ao caminhão capacidade para trafegar nas principais rotas rodoviárias do País. O lançamento representa um grande passo da empresa na seu plano de estender a solução do gás para o agronegócio, na operação de transporte de grãos com menos emissões de CO₂.

VW Meteor 29.530



A família de caminhões extrapesados VW Meteor é uma das mais potentes e confortáveis do segmento no Brasil. Produzidos pela VWCO em Resende, RJ, os modelos têm transmissão automatizada V-Tronic, climatizador, geladeira e carregador de celular por indução. O Meteor 29.530 é o maior veículo Volkswagen do mundo, equipado com motor MAN D26 de 13 litros, que garante desempenho, economia de combustível, baixo custo de manutenção e alta durabilidade, atributos que tornam o modelo ideal para as aplicações mais severas, atendendo as expectativas dos clientes mais exigentes.

Mercedes-Benz eO500U



Fotos: Divulgação/ Empresas

As primeiras 25 unidades dos chassis elétricos de ônibus Mercedes-Benz eO500U já estão nas encarroçadoras Caio e Marcopolo e, a partir de janeiro, integrarão a frota de três operadoras em São Paulo. Este marco é significativo para a Mercedes-Benz, que iniciou a produção do chassi elétrico em São Bernardo do Campo, SP, após investimento de R\$ 100 milhões. A fabricação dos eO500U envolve tecnologias de indústria 4.0 e uma linha de produção avançada. As baterias, fornecidas pela BorgWarner, são montadas em uma área especial com 600 funcionários treinados.

Mercedes-Benz OF 1621



A Mercedes-Benz ampliou seu portfólio com o lançamento do chassi Euro 6 OF 1621, desenvolvido exclusivamente para atender a demandas de fretamento contínuo de funcionários. É o único do mercado produzido apenas para este segmento. O OF 1621 tem capacidade para transportar até 48 passageiros e pode receber carrocerias de até 12 m 50 de comprimento, equipado com motor OM 924 LA de 208 cv.

Volksbus 22.260 S



A VWCO lançou o Volksbus 22.260 S, chassi de ônibus urbano de 15 metros e até 22 toneladas, com capacidade para 115 passageiros, 30% maior que outras composições similares no mercado. É equipado com motor MAN D08 recalibrado, até 8% mais econômico. A suspensão pneumática melhora o conforto e reduz custos de manutenção. A posição do motorista foi melhorada, com reposicionamento da alavanca de câmbio e quadro de instrumentos mais completo. A segurança também foi reforçada com melhor estabilidade em curvas, aderência ao solo e sistemas de frenagem e partida em rampa.

Volvo BZL



Ainda importado o chassi elétrico da Volvo entrará em operação regular em Curitiba, PR. Além da Capital paranaense também passou por testes em São Paulo com carroceria de 12m50, para transportar até oitenta passageiros. O modelo entra em operação no segundo semestre de 2024. Já foi negociado com operadores, o que deverá acelerar sua nacionalização: a Volvo já reservou R\$ 25 milhões em investimento para sua produção no Paraná. Equipado com motor de 272 cv, o BZL tem autonomia de até 300 quilômetros.

10º Fórum

IQA da Qualidade Automotiva

O Papel da Qualidade para Melhoria da
Competitividade do Setor Automotivo Nacional

 10 de outubro

 Milenium Centro de Convenções - São Paulo (SP)

**INSCRIÇÕES ABERTAS
EM 12 DE AGOSTO**

SAIBA MAIS!



Achim Puchert, Mercedes-Benz do Brasil



Foto: Divulgação/Empresas

Aos 44 anos o mais jovem executivo a assumir a presidência da Mercedes-Benz no Brasil traz vasta experiência de vinte anos no Grupo Daimler, incluindo sua posição anterior como vice-presidente sênior da Daimler Truck & Buses para mercados internacionais. Com seu bom entendimento dos negócios e abordagem estratégica Puchert está liderando um plano de reestruturação para tornar a subsidiária brasileira mais resiliente e rentável. Coordena a transição transferindo a produção de componentes importantes para fornecedores fora da fábrica de São Bernardo do Campo, SP, tornando a operação mais flexível e adequada aos tempos atuais.

Alexandre Abage, Grupo ABG



O presidente do Grupo ABG destaca-se como um dos principais empreendedores do setor de autopeças no Brasil. Em uma década transformou o grupo em um gigante do setor automotivo, investindo em várias divisões, como Neo Rodas, Neo Steel, Neo Parts, Neo Polímeros e Neo PWT. Com visão inovadora e estratégica Abage planeja mais do que dobrar o faturamento para R\$ 5 bilhões, diversificando operações e expandindo internacionalmente a empresa: já está prevista para 2025 a inauguração de uma fábrica de rodas na Argentina.

Christopher Podgorski, Scania Latin America



O primeiro brasileiro indicado para a presidência da empresa sueca na América Latina tem sido uma força motriz na modernização das operações da companhia ao longo de quase uma década. Sua liderança impulsionou a empresa a novos patamares de eficiência e inovação. É um defensor fervoroso da adoção de biocombustíveis como alternativa energética sustentável para a região e também está à frente da iniciativa de produzir ônibus elétricos na fábrica de São Bernardo do Campo, SP. Sua dedicação ao desenvolvimento de soluções ambientalmente responsáveis destaca sua contribuição significativa para a Scania.

Marcio Querichelli, Iveco América Latina



Fotos: Divulgação/Empresas

O presidente da Iveco América Latina liderou um impressionante crescimento da empresa fabricante de caminhões e ônibus na região nos últimos cinco anos, com a participação de mercado aumentando de 5% para 10%. Sob sua liderança a Iveco implementou um plano de crescimento sustentável iniciado em 2020, que inclui investimento de R\$ 1 bilhão até 2025. Este aporte tem sido crucial para expandir a presença da Iveco na região, melhorar a infraestrutura e lançar novos produtos. Querichelli tem sido fundamental para orientar a estratégia da empresa, garantindo seu sucesso contínuo e fortalecendo sua posição no mercado automotivo latino-americano.

Ricardo Gondo, Renault do Brasil



Ricardo Gondo costuma dizer que o Kardian, produto global feito primeiro no Brasil, é o começo de uma nova era para a Renault aqui. O executivo é o líder do segundo maior mercado internacional da Renault, portanto é parte importante do International Game Plan, que prevê o lançamento de oito modelos até 2027, com investimento de € 3 bilhões. Com capacidade local de engenharia e design e uma fábrica que pode produzir até 320 mil automóveis por ano Gondo liderou e conquistou parte relevante desses aportes que somam R\$ 4 bilhões de 2022 a 2025, a começar pela primazia da subsidiária em projetar, desenvolver e produzir o SUV Kardian, além de outros novos veículos que já estão na fila, como o já confirmado SUV médio a ser lançado em 2025 e uma provável nova picape para substituir a Oroch.

Roberto Cortes, VWCO



Completando, neste 2024, 45 anos de atuação no setor automotivo, dos quais 28 anos como presidente da Volkswagen Caminhões e Ônibus, Roberto Cortes é um dos pilares da indústria automotiva brasileira. Sob sua liderança a empresa se tornou a única fabricante de marca internacional de origem brasileira, consolidando-se como um exemplo de inovação e crescimento sustentável. Cortes impulsionou a modernização da empresa e a criação e desenvolvimento de modelos tecnologicamente avançados, além de fortalecer a economia local com a geração de milhares de empregos. Seu compromisso com a sustentabilidade e a expansão internacional da VWCO, que já conta com quatro unidades de montagem fora do Brasil, demonstra sua visão de futuro como o principal executivo da líder do mercado brasileiro de caminhões.

Reconhecimento eternizado



Fotos: Lu Carvalho

As empresas e os executivos selecionados para concorrer ao Prêmio AutoData deste ano já receberam as placas com suas indicações nas categorias corporativas da premiação



Roberto Cortes, da VWCO, segura cinco indicações: ele Personalidade do Ano e a empresa Montadora de Veículos Comerciais, Inovação pelo teste de ônibus com bateria de nióbio, Veículo Comercial de Carga pelo Meteor 29.530 e Veículo Comercial de Passageiros com o Volksbus 22.260 S.



Christopher Podgorski segura a placa de sua indicação a Personalidade do Ano ao lado de Márcio Furlan, com as duas indicações de Montadora de Veículos Comerciais e Veículo Comercial de Carga pelo caminhão a gás GH 460 6x4.



Fotos: Lu Carvalho

Luiz Carlos Moraes, da Mercedes-Benz, representou Achim Puchert na indicação a Personalidade do Ano. A fabricante também concorre como Montadora de Veículos Comerciais, Veículo de Carga com o Actros 2553 6x2 e Veículo de Passageiros com o chassi elétrico eO500U.



Jorge Görgen recebeu as indicações da Iveco como Montadora de Veículos Comerciais, Veículo Comercial de Carga com o lançamento do utilitário Daily 35-180 Hi Matic com câmbio automático e levou para o chefe Marcio Querichelli a placa de concorrente a Personalidade do Ano.



Fernanda Stocco e Ricardo Gondo com as placas da Renault: ele na disputa pela Personalidade do Ano, ela com as indicações de Montadora de Automóveis e Comerciais Leves e na categoria Automóvel pelo lançamento do SUV Kardian.



Marcelo Consentino e Vanessa Rodrigues representaram a Toyota para receber as indicações de Montadora de Automóveis e Comerciais Leves e Exportador do Ano.



Fotos: Luí Cavallho

Marcus Brier com a placa que representa três indicações da Stellantis: uma por Montadora de Automóveis e Comerciais Leves e duas na categoria Automóvel e Picape com o Citroën C3 Aircross e a Fiat Titano.



Victor François, Pablo Toledo e Denis Onishi representaram a BYD: chinesa concorre com o elétrico Dolphin na categoria Automóvel.



Cristie Buchdid com a indicação da Volkswagen como melhor Montadora de Automóveis e Comerciais Leves de 2024.



Vagner Davanzo e Reinaldo Paulino recebem a indicação de Exportador do Ano pela BorgWarner, que começou a fazer módulos de baterias para veículos comerciais em Piracicaba, SP, e já iniciou exportações de componentes do sistema para os Estados Unidos.





Imagens meramente ilustrativas.


Um novo olhar **PANORÂMICO** para o futuro





O Panorâmico DD NB1 une elegância, conforto e robustez, transportando inovação em todos os sentidos.


 Design aerodinâmico


 Faróis auxiliares superiores de longo alcance (opcional)


 Itinerário central entre os para-brisas


 Lanternas traseiras individualizadas


 Cabine do motorista mais ampla do mercado

 Painel intuitivo com comandos mais acessíveis

 Campo de visão ampliado para os espelhos retrovisores e melhor visibilidade pelas janelas

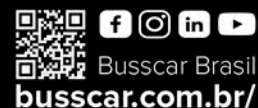
 Apoios de braço lateral e central rebatíveis nas poltronas Leito

 Poltronas Class Leito Turismo equipadas com apoio extra de cabeça (opcional)

 Ambos os salões com a altura padrão de 1,80m

PANORÂMICO DD

NB
BUSSCAR
Movimento que transporta sonhos



Busscar Brasil
busscar.com.br/



Fotos: Lu Canvalho

Antonio Galvão presidente da Eaton, recebeu a indicação da empresa na categoria Fornecedor de Autopeças, Sistemas e Componentes.



Fernanda Giacon de Lucca e Carlos Delich representam a ZF que concorre como Fornecedor de Autopeças, Sistemas e Componentes.



Adelmo Siqueira recebe a placa em nome da Continental Parafusos que concorre como Fornecedor de Autopeças, Sistemas e Componentes.



Alexandra Motta e Mônica Biazon, da TE Connectivity: indicação na categoria Exportador do Ano.



Fotos: Lu Carvalho

Ronaldo Cesquim representou a Volvo para receber a placa pela indicação de Veículo Comercial de Passageiros pelo ônibus elétrico BZL.



Ellen de Paula Silva e Carlos Abdalla, da Bosch: Inovação Tecnológica e ESG pelo desenvolvimento no País de sistemas automáticos de plantio para o agronegócio.



Sabrina Leme representou a fabricante de ônibus Marcopolo: uma das quatro indicadas na categoria Cadeia Automotiva Ampliada pelos bons resultados de 2023.



Na categoria Inovação Tecnológica e ESG, Rafael Simeão e Felipe Cabanas receberam a placa de indicação da siderúrgica Gerdau, que concorre com seu processo sustentável de produção de aço.



Fotos: Lu Canvalho

Adriano Rishi e Luciana Gonçalves Machado representaram a Cummins que concorre na categoria Cadeia Automotiva Ampliada pelo desenvolvimento de novos motores diesel Euro 6 no Brasil.



Thomas Puschel, da MWM, levou a placa na Cadeia Automotiva Ampliada pelo desenvolvimento de motores a gás biometano para programa de substituição de diesel em veículos e geradores.



Diego Soares, Ana Quaresma e Damian Seltzer receberam a placa da Bridgestone, indicada na categoria Cadeia Automotiva Ampliada pelo investimento de R\$ 1 bilhão para ampliar a capacidade da fábrica de pneus em Camaçari, BA.



Placas de indicações: a General Motors concorre na categoria Inovação Tecnológica e ESG pela atualização de seu sistema multimídia MyLink e do módulo de conectividade OnStar, enquanto a CNH foi uma das indicadas de Exportadora do Ano.

ÔNIBUS URBANOS CAIO

A REVOLUÇÃO SUSTENTÁVEL DO TRANSPORTE PÚBLICO, COM
ÔNIBUS CHASSIS EURO 6 E ÔNIBUS ELÉTRICOS.

MKT CAIO



Respeite as sinalizações
de trânsito.



Consulte o representante
de sua região para saber
mais sobre os modelos.



SIGA A CAIO NAS REDES SOCIAIS



www.caio.com.br



[caioinduscaroficial](https://www.instagram.com/caioinduscaroficial)



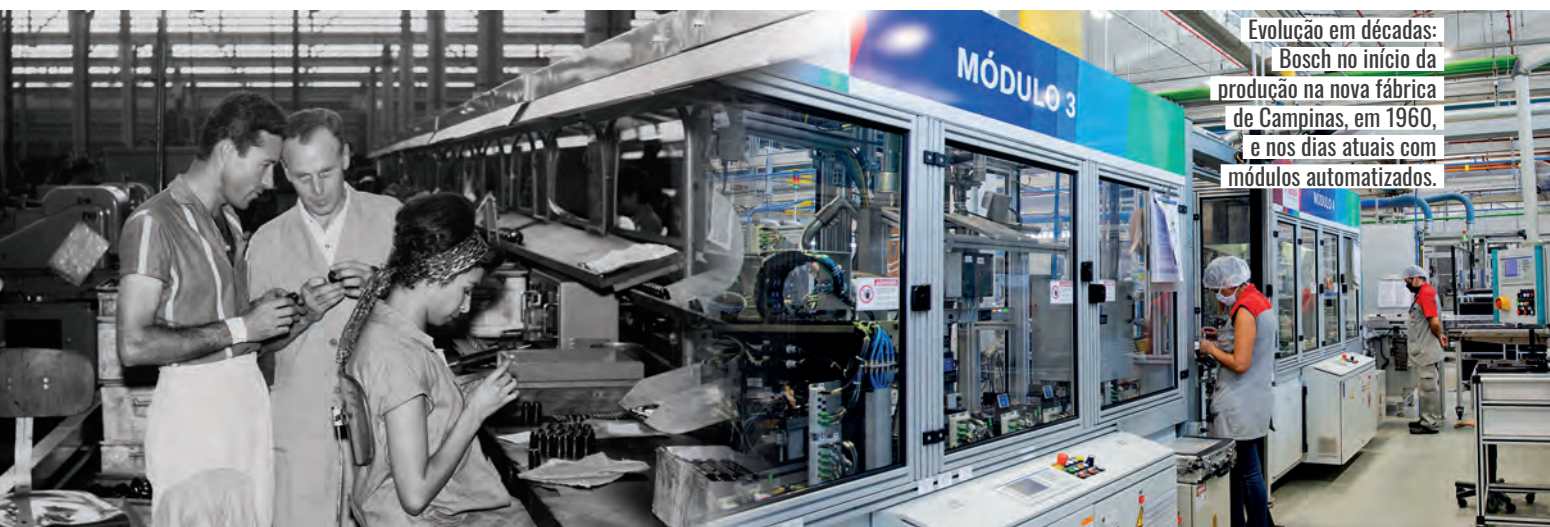
[company/caioinduscaroficial](https://www.linkedin.com/company/caioinduscaroficial)



[caioinduscaroficial](https://www.youtube.com/caioinduscaroficial)

Fábrica: Rodovia Marechal Rondon, KM 252,2 Distrito Industrial - CEP: 18607-810 - Botucatu - SP - Tel +55 (14) 3811-3900 ou 3112-1000

Escritório Central: Avenida das Nações Unidas, 12901 | 19º andar Torre Oeste | Nações Unidas | Brooklin Paulista São Paulo SP - CEP 04578-000 | Tel +55 (11) 2148 8001



Fotos: Divulgação/Bosch

Há 70 anos Bosch participa do futuro do Brasil automotivo

Empresa pioneira da cadeia automotiva global ajudou a construir a indústria nacional de veículos ao se instalar no País em 1954 – e hoje é maior do que muitas montadoras, todas elas suas clientes.

Por Pedro Kutney, de Campinas, SP

Inovação e pioneirismo são palavras que acompanham os quase 140 anos de história da Bosch desde a Oficina de Mecânica Fina e Eletrotécnica aberta por August Robert Bosch em Stuttgart, Alemanha, em 15 de novembro de 1886. O jovem de 25 anos iniciou seu negócio no mesmo ano e na mesma cidade onde nasceu o primeiro automóvel com motor a combustão desenvolvido por Gottlieb Daimler. Pois esta coincidência histórica

atou para sempre o destino da Bosch com o da indústria automotiva no mundo todo, inclusive no Brasil.

A empresa que nasceu junto com a invenção do automóvel – inicialmente produzindo o sistema de ignição inventado por Robert, que forneceu a centelha para tornar o motor a combustão uma solução viável para motorizar o planeta todo – foi uma das primeiras fornecedoras dos fabricantes de veículos a espalhar filiais pelo

mundo, ainda no fim do século 19, como pioneira e protagonista do que hoje se chama de cadeia automotiva global.

Assim como já tinha feito em outros países como Reino Unido, Estados Unidos e até a vizinha Argentina a Bosch instalou filial no Brasil há setenta anos, completados neste 2024, como uma das pioneira da nascente cadeia de fornecedores no País, puxada por alguns de seus maiores clientes alemães, como Volkswagen e Mercedes-Benz que, no início dos anos 1950, investiram em fábricas e crescentes níveis de nacionalização de componentes.

VISÃO DE FUTURO

O pioneirismo da Bosch na América do Sul começou pela Argentina, então o país mais desenvolvido da região, onde se instalou há exatos cem anos, em 1924. No Brasil, então um grande latifúndio subdesenvolvido no qual carros circulavam em porções miúdas em poucas cidades, os componentes da empresa alemã eram vendidos por meio de representantes comerciais desde 1910. Foi só quando o País tomou o rumo da industrialização que a Bosch decidiu que era hora de instalar seu próprio escritório no mercado brasileiro, no Centro da Capital paulista.

Bastaram poucos anos para dobrar a aposta e exercitar, mais uma vez, a cultura de pioneirismo: em 1956, no mesmo ano em que o presidente Juscelino Kubitschek criou o GEIA, Grupo Executivo da Indústria Automobilística, com poderes para analisar e aprovar incentivos para instalação de empresas do setor no País, a Bosch inaugurou sua primeira fábrica em Campinas, SP, para montar componentes do sistema de injeção de motores diesel e assim atender a alta demanda dos clientes. Das oito fabricantes de veículos instaladas no Brasil daquela época cinco produziam caminhões para suprir o modelo rodoviário de transporte de carga adotado pelo Brasil.

Ao decidir ir para o Interior de São Paulo a Bosch deu início a um novo polo industrial no País, que cresceu rápido como a faísca das velas de ignição desenvolvidas por Robert no início do século 20. Apenas



dois anos depois, em 1958, foi comprado o terreno na Fazenda Boa Vista, na mesma Campinas, às margens da Rodovia Anhanguera, para instalação de uma nova unidade fabril, que começou a produzir já na virada para a década de 1960 e, nos anos seguintes, multiplicou-se em várias linhas de produção e até hoje abriga a sede da companhia na América do Sul.

Com visão de futuro e um estudo logístico na mão a Bosch enxergou a formação de um polo industrial que abrigaria escritórios e sua produção por muitos anos à frente, com ampla área para crescer, sem precisar disputar espaço ou mão-de-obra com seus clientes instalados no ABC paulista. Comprovando a escolha bem-sucedida hoje a empresa é o maior empregador privado de Campinas: trabalham lá quase 6 mil dos 10 mil empregados diretos no País, 2 mil deles na área industrial.

Também tem o privilégio de ser vizinha de algumas das melhores universidades do País, como Unicamp, PUC Campinas, USP e UFSCAR, nas quais pode buscar engenheiros, especialistas e centros de pesquisa e desenvolvimento, algo fundamental para alimentar a cultura de inovação da empresa.

A eficiência e excelência produtiva que se tornou marca registrada da Bosch no mundo todo também foi alcançada no Brasil poucos anos após o início das atividades industriais. Prova disso são as

exportações de componentes feitos na fábrica brasileira, que começaram já em 1964 e se estenderam pelas seis décadas seguintes, incluindo não só os mercados regionais de sempre mas alguns dos clientes mais exigentes como o próprio país sede da companhia, a Alemanha, e os Estados Unidos. Atualmente as vendas ao Exterior representam mais de 20% do faturamento da operação brasileira.

FOCO NO VALOR AGREGADO

Os negócios cresceram em ritmo ascendente nos anos seguintes à instalação em Campinas, com substancial aumento do portfólio de produtos ano a ano e abertura de novas fábricas no País, algumas delas ampliadas e outras fechadas anos mais tarde, conforme as necessidades de adaptação às realidades mutantes do mercado brasileiro.

No começo da década de 1960 a Bosch já tinha duas fábricas em operação no Brasil, ambas em São Paulo, a de Campinas e a de Sorocaba, onde começou a produzir sistemas de direção – de 1994 a 2015 em sociedade com a ZF. Em vinte anos, de 1964 a 1984, foram abertas outras quatro fábricas em São Paulo, Aratu, BA, Curitiba, PR, e Manaus, AM, além da aquisição da Wapsa, em 1984, que acrescentou ao parque fabril uma unidade no bairro de Santo Amaro, em São Paulo.

De todas estas sete unidades indus-



Divulgação/Bosch

triais somente Campinas, Sorocaba e Curitiba seguem em operação, concentrando a produção de sistemas de motores otto, segurança e direção no Interior paulista e injeção diesel no Paraná.

As demais fábricas foram fechadas com o encerramento das atividades que se tornaram pouco lucrativas ou inviáveis no País, como é o caso dos autorrádios que eram feitos em São Paulo e depois em Manaus, os alternadores e motores de arranque da Wapsa em Santo Amaro e as velas de ignição em Aratu, todos produtos que não fazem mais parte do portfólio industrial da Bosch no Brasil (veja no quadro histórico a evolução da empresa no País).

A Bosch sempre adaptou seus negócios colocando-se na ponta tecnológica de maior valor agregado e lucratividade, deixando de produzir componentes que se tornam mais comuns e baratos, como observa **Gastón Díaz Perez**, presidente da Robert Bosch América Latina: "Não somos fornecedor de commodities: nós desenvolvemos tecnologias, sistemas complexos que envolvem grandes investimentos em pesquisa e desenvolvimento".

Segundo Perez hoje o faturamento da Bosch no Brasil pode ser dividido em três frentes: "Cerca de 40% dos negócios são gerados de componentes que inicialmente vêm de plataformas desenvolvidas no Exterior e temos o trabalho de convencer a matriz a produzir aqui. Outros 30% são adaptações de sistemas que fazemos para o mercado local, como é o caso de câmaras para sistemas de segurança que funcionam sem combinação com radar, que começaremos a produzir em breve em Campinas. Já os 30% restantes são inovações que desenvolvemos para o mercado local, como foi o caso do motor flex fuel".

PROPOSTAS DE FUTURO

A Bosch não foi somente uma participante passiva do desenvolvimento da cadeia automotiva no Brasil e também propôs seu futuro em diversas ocasiões. A empresa foi a primeira a testar e fabricar no País importantes sistemas de segurança como módulos ABS de antitravamento





Paz no trânsito começa por você.



Desta vez, você é que pode levar a Mercedes-Benz até o destino final.

Vote na Mercedes-Benz no prêmio AutoData 2024.

Mercedes-Benz é finalista nas seguintes categorias:

- Personalidade do Ano – Achim Puchert (Presidente)
- Montadora de veículos comerciais
- Veículos comerciais de carga
- Veículos comerciais de passageiros

Acesse o site e vote agora: www.autodata.com.br

Mercedes-Benz





de freios, bem como o seu **ESP**, sigla em inglês para programa eletrônico de estabilidade.

No caminho de adaptar soluções de menor custo para o mercado nacional em breve começam a ser produzidas em Campinas câmaras para sistemas de segurança que podem funcionar sem a combinação com um radar, para ativar funções como frenagem de emergência e auxílio de permanência na faixa de rodagem.

Para além de nacionalizar soluções que já existem no Exterior a sistemista também criou inovações feitas sob medida para a realidade brasileira: a maior delas, sem dúvida, foi o **sistema flex fuel** que torna o motor otto bicomcombustível, funcionando com etanol ou gasolina em qualquer proporção de mistura. O carro flex começou a ser desenvolvido pela engenharia da empresa ainda em 1992 mas foi adotado

pelos fabricantes de automóveis somente a partir de 2003 – para vinte anos depois equipar mais de 80% dos veículos vendidos no País, inclusive alguns importados.

Na esteira do sucesso do carro bicomcombustível foi lançado, em 2009, o sistema Flex Start: bicos injetores aquecidos para partida a frio com etanol, eliminando a necessidade do tanquinho para injeção de gasolina.

Também houve propostas que não foram adiante, como o sistema bicomcombustível diesel-gás para caminhões e ônibus: "Muitas vezes propomos soluções para as quais o mercado ainda não está pronto. O flex é um bom exemplo disso, foi adotado mais de dez anos depois que apresentamos o primeiro protótipo".

VÊM AÍ OS HÍBRIDOS FLEX

O sistema flex fuel acabou se tornando uma solução maior do que dar ao motorista a escolha do combustível mais barato: a nova tecnologia também promoveu aquecimento das vendas na primeira década dos anos 2000 e, hoje, transformou-se em importante alternativa de descarbonização das emissões, que deverá ser combinada com a propulsão elétrica nos híbridos flex.

É mais uma oportunidade para a Bosch, segundo Perez: "Este é um dos grandes focos de nossa equipe de engenharia do País nos próximos anos. Estamos envolvidos no desenvolvimento de sistemas híbridos flex para nossos clientes, inclusive os novos fabricantes chineses que estão chegando, pois sediamos no Brasil nosso centro mundial de competência em bicomcombustíveis".



Raio-X Bosch Brasil



Campinas: sistemas de motor e de segurança.



Curitiba: sistemas de injeção diesel.



Sorocaba: sistemas de direção.

Fotos: Divulgação/Bosch

Plantas industriais

Campinas, SP | Curitiba, PR | Itatiba, SP |
Pomerode, SC | Sorocaba, SP

Empregados

Aproximadamente 10 mil | 11,5 mil na América
Latina

Faturamento 2023

América Latina: R\$ 9,8 bilhões | Brasil [79%]:
R\$ 7,9 bilhões

Fornecedores

Mais de 2,5 mil

Cientes fabricantes de veículos no Brasil

Agrale, BMW, BYD, Caoa Chery, Cummins,
GM, GWM, Honda, Hyundai, Mercedes-Benz,
Mitsubishi Motors, Nissan, Renault, Iveco,
Toyota, Scania, Stellantis [Citröen, Fiat, Jeep,
Peugeot], Volkswagen, VWCO, Volvo.

Produtos automotivos produzidos no País

CAMPINAS sistemas e controles de segurança
e conforto do veículo, freios ABS, controle
eletrônico de estabilidade ESP, câmaras
| Componentes e sistemas de injeção a
gasolina/etanol incluindo injetores, partida a
frio FlexStart, sistema bicomcombustível etanol-
gasolina Flex Fuel, sensores de powertrain,
unidades de controle eletrônico ECU |
Limpadores de para-brisas com pulverizador
Jet Wiper, motores elétricos.

CURITIBA componentes e sistemas de injeção
diesel.

SOROCABA sistemas de direção hidráulica e
elétrica.

ITATIBA E POMERODE Bosch Rexroth: válvulas,
blocos, unidades hidráulicas, motores radiais,
bombas axiais e atuadores para máquinas e
tratores.

Exportações em 2023 e principais destinos
23% das vendas totais no Brasil foram
originados em exportações para mercados
da América Latina, América do Norte e
Europa.

Investimentos no País

2024 – R\$ 1 bilhão: modernização de linhas
de produção, novas linhas de produtos e
revitalização das existentes, digitalização,
pesquisa e desenvolvimento de novas
soluções tecnológicas para as áreas de
mobilidade, agronegócio, mineração,
indústria e tecnologia da informação.

Rede de peças de reposição

732 pontos de distribuição no Brasil.

Rede Bosch Service

1,4 mil oficinas credenciadas no País

Capacidades de engenharia local

Mais de 530 empregados trabalham
em quatro centros de pesquisa e
desenvolvimento no Brasil: dois em
Campinas, um em Curitiba e um em
Sorocaba. Quase 1 mil colaboradores estão
alocados no desenvolvimento de produtos
e serviços de digitalização. Em parceria
com a Mercedes-Benz a Bosch participa do
consórcio CTVI, Centro de Testes Veiculares
de Iracemápolis.



Vista aérea das pistas do Centro de Testes Veiculares de Itacemópolis: novo instrumento de desenvolvimento no Brasil, em sociedade com a Mercedes-Benz.

O executivo indica que nos próximos anos "praticamente todos os fabricantes no Brasil terão três tipos de modelos híbridos (flex [leves, autorrecarregáveis e plug-in] e também elétricos puros", abrindo boas perspectivas de fornecimento para a Bosch, mas a multinacional prefere a saída nacional, como diz Perez: "Nós não dependemos do etanol para viver, fornecemos todas as tecnologias, inclusive para elétricos puros, mas a combinação de eletrificação com etanol é a solução ideal para o Brasil".

MAIOR DO MUNDO E DO BRASIL

Tanto no mundo como aqui a Bosch se transformou no maior e mais diversificado elo da longa corrente de fornecedores que sustentam de pé os fabricantes de veículos, com presença em mais de sessenta países e faturamento que se aproxima da casa da centena de bilhões de euros.

Como uma das primeiras grandes multinacionais do setor de autopeças a desembarcar no País a sistemista se desenvolveu em medida igual ou até maior do que seus clientes, com faturamento e número de empregados superior ao do que alguns fabricantes de veículos leves e pesados – e quase todos estão na carteira de clientes, inclusive as montadoras chinesas que estão chegando agora ao País, como a BYD, que já compra componentes da Bosch na China.

Só no Brasil a sistemista emprega 10 mil pessoas em cinco fábricas – duas delas são da divisão Bosch Rexroth, adquirida da Manesmann em 2001, que produz componentes para máquinas rodoviárias e industriais –, tem mais de 2,5 mil fornecedores e faturou, em 2023, R\$ 9,8 bilhões na América Latina e o mercado brasileiro respondeu por 79% das receitas, ou R\$ 7,9 bilhões, incluindo as exportações que representaram 23% das vendas.

Depois de muitos altos e baixos próprios da constante instabilidade do País Gastón Diaz Perez afirma que é bastante positivo o retrospecto recente da subsidiária que dirige: "Nos últimos três anos alcançamos um forte desempenho de vendas na América Latina e no Brasil, com atividades extremamente bem-sucedidas em todos os setores de negócios, inclusive superando nossas expectativas".

O executivo destaca que, após colecionar resultados deficitários por muitas décadas na região, desde 2015 o balanço virou para o lado positivo: "Somos hoje a terceira operação mais competitiva da Bosch no mundo, especialmente para itens de média e baixa escala, que são grandes volumes para os padrões latino-americanos. Isto aconteceu graças a ganhos internos de produtividade, cortes de custos e também pela melhoria das condições econômicas do País, com câmbio estável e inflação controlada".

Movimente a *transformação* na **mobilidade urbana.**

Attivi Elétrico 100% Marcopolo.

O **Attivi** é a inovação **totalmente elétrica** da Marcopolo, projetada para enfrentar os desafios das vias urbanas brasileiras. Sustentável e eficiente, o ônibus representa o futuro do transporte público, promovendo uma mobilidade mais **limpa** e **conectada**. Transforme a sua cidade com a excelência do **Marcopolo Attivi**.




Acesse o QR Code e saiba mais:



Marcopolo Attivi.

A energia da inovação *sustentável*.



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

 **Marcopolo**

onibus.marcopolo.com.br
  @onibusmarcopolo



Alunos da Digital Talent Academy: formação de jovens talentos digitais.

Após investir quase R\$ 1 bilhão nas operações brasileiras no ano passado a Bosch reservou mais R\$ 1 bilhão para 2024, que serão aplicados em modernização de linhas de produção, digitalização, pesquisa e desenvolvimento, novas linhas de produtos e revitalização das existentes.

INOVAÇÃO GARANTE O FUTURO

"A inovação está no DNA da Bosch, que investe anualmente 8% de seu faturamento global – de € 91,6 bilhões em 2023 – em pesquisa e desenvolvimento e aqui no Brasil fazemos o mesmo", afirma Perez. É por meio desta sua já secular cultura corporativa de inovação que a empresa norteia sua evolução à frente do seu tempo, garantindo assim sua longevidade.

No Brasil também tem sido assim nestes últimos setenta anos por aqui: a Bosch tem hoje 530 pessoas dedicadas a projetos de pesquisa e desenvolvimento no País e quase 1 mil colaboradores trabalham diretamente com produtos e serviços de digitalização. A empresa é uma das poucas fornecedoras do setor automotivo nacional que já habilitou projetos para receber incentivo do Mover, Programa Mobilidade Verde e Inovação.

Os investimentos na engenharia local geram resultados práticos: nos últimos dez anos a Bosch no Brasil depositou 530 pedidos de patentes de novas soluções e tecnologias, no País e no Exterior, sendo

que 104 já foram concedidos e são aplicados em diferentes setores de negócios. Somente em 2023 a Bosch foi a terceira empresa privada que mais entrou com pedidos de patentes: 38 depósitos.

Outro importante instrumento de desenvolvimento da engenharia local é o CTVI, Centro de Testes Veiculares de Iracemápolis, que a Bosch construiu em sociedade com a Mercedes-Benz no Interior paulista. Inaugurado em 2023, é considerado o mais tecnológico centro de testes da América Latina para desenvolver caminhões, ônibus, automóveis, comerciais leves e máquinas agrícolas. O complexo será utilizado para projetos próprios das duas empresas e também está disponível para locação por outros fabricantes de veículos e componentes.

Perez entende que o futuro da Bosch, aqui e no mundo, está intimamente ligado ao avanço da digitalização de processos e tecnologias: "Para depois de 2030 está previsto que metade do valor de um carro será de seus softwares [os programas computacionais que fazem tudo funcionar], portanto é nisso que precisamos investir agora".

Dentre as iniciativas para garantir o futuro da Bosch no Brasil está o investimento em novas ideias e na formação de profissionais digitais. Neste sentido, desde 2015, funciona na subsidiária brasileira o Bosch Integrated Solutions que acolhe empresas nascentes, as startups, que já geram cerca de R\$ 70 milhões por ano em novos negócios, como sistemas automatizados de plantio e pulverização para o agronegócio, plataformas digitais e desenvolvimento de softwares.

Mas o que parece fazer os olhos de Perez brilharem mais é a Digital Talent Academy, que desde 2022 funciona em um espaço bem equipado de salas de aula dentro da planta de Campinas. Em um curso técnico com módulos de digitalização, automação, desenvolvimento de software, inteligência artificial e análise de dados, que inclui bolsa-auxílio e aulas de inglês, cerca de trezentos jovens de 16 a 19 anos, escolhidos a partir de 14 mil

currículos enviados, trabalham no desenvolvimento de soluções digitais para suprir necessidades de vários departamentos da Bosch, seja para reduzir em menos da metade o tempo de emissão de notas fiscais ou para traçar processos mais eficientes de prototipagem industrial. A ideia é ampliar o programa para 1 mil alunos nos próximos anos.

"Encontramos lá um retrato da popula-

ção do Brasil", diz Perez, ao destacar que existe participação igualitária de homens e mulheres no programa, e 35% dos participantes são negros. "Estamos fazendo a renovação da empresa acontecer, mais de 90% destes jovens devem ficar na Bosch depois que terminam o programa. Podemos estar formando novos presidentes lá." Ou, quem sabe, novos Robert Bosch que ganharão o mundo com suas inovações. ■



Bosch em 70 anos de Brasil

1954

Fundação da Robert Bosch do Brasil Indústria e Comércio de Acessórios para Motores e Chassis Ltda., em 16 de novembro, com escritório localizado na Praça da República, no Centro de São Paulo. Assim a Bosch assumiu a venda direta de seus componentes no País, que até então eram importados e distribuídos por representantes comerciais, desde 1910 pela Carlos Schlosser & Co e desde 1912 pela Borghoff S. A.

1956



Transferência da sede brasileira para Campinas, SP,

na Avenida da Saudade, em um terreno de 3 mil m², onde a Bosch constrói sua primeira fábrica no País, para inicialmente montar, com partes importadas, bicos injetores diesel e peças de reposição para bombas injetoras.

1958

Aquisição de terreno na Fazenda Boa Vista, em Campinas, às margens da Rodovia Anhanguera, para instalação de uma nova unidade fabril que até hoje abriga a sede da Bosch na América do Sul.

Criação da Escola de Assistência Técnica, para formar especialistas em manutenção de produtos da empresa.

1959

Fundação da fábrica de Sorocaba, SP, com produção de sistemas

de direção e bombas para automóveis e veículos comerciais. Em 1994 a unidade foi integrada à sociedade meio a meio com a ZF Lenksysteme, em 2015 a Bosch readquiriu 100% do controle da unidade de negócio. Hoje a planta conta com mais de 680 empregados.



1960

Início da produção nas novas instalações em Campinas, que hoje abriga diversas linhas de produtos. Estabelecimento da unidade de Aprendizagem Industrial Bosch, em parceria com o Senai firmada em 1957 para formação de jovens,

1964



A Bosch do Brasil começa a exportar bicos injetores, bombas alimentadoras e reguladores de injeção para motores diesel, embarcando componentes para países da América Latina e Alemanha. Inauguração da fábrica no bairro do Tatuapé, em São Paulo, que complementava a produção de Campinas e, a partir de 1969, também produzia autorrádios – em 1984 transferidos para a planta de Manaus, AM – e ferramentas elétricas. Em 1990 a unidade foi fechada e suas atividades transferidas para Campinas.

Bosch em 70 anos de Brasil

1968

Brasil ganha protagonismo regional e a empresa muda sua razão social para Robert Bosch América Latina Ltda.

1970



Fotos: Divulgação/Bosch

Inauguração de nova planta industrial em Aratu, BA, para produção de bobinas e velas de ignição, com exportações para Alemanha, Argentina, Colômbia e Venezuela. Nos anos 1970 a unidade tornou-se a segunda maior produtora de velas do Grupo Bosch no mundo, perdendo só para a Alemanha. Em 2002 a fábrica baiana era responsável por 10% da produção mundial de velas, o equivalente a 35 milhões por ano. Mas com o declínio do consumo mundial do produto, no fim de 2020, a Bosch decidiu fechar a unidade e passou a abastecer o mercado brasileiro com importações de velas.

1972

Empresa se consolida como uma das maiores exportadoras de componentes automotivos do País. De cada cem produtos exportados pela região de Campinas treze eram produzidos pela Bosch no Interior paulista, que embarca bombas injetoras, válvulas, dínamos, bobinas, buzinas, autorrádios Blaupunkt e ferramentas elétricas para países como Argentina, Colômbia, Peru, Chile, México, Estados Unidos, Holanda e Itália.

1975

A Bosch do Brasil participa do Programa Proálcool, com o desenvolvimento de componentes para motores a etanol que as montadoras começavam a produzir no País como alternativa aos derivados de petróleo importado. Em 1983 a empresa lançou baterias especiais para veículos a álcool, que exigiam mais nas partidas a frio, e foi produzido o primeiro modelo de bomba injetora de etanol para substituir o diesel em veículos pesados.

1978



Inauguração de nova fábrica na CIC, Cidade Industrial de Curitiba, PR, com a transferência de Campinas da produção de todos os componentes para motores diesel. Em 1998 a fábrica foi a maior exportadora da Região Sul.

1984

Inauguração da Robert Bosch do Brasil Amazônia S. A., na Zona Franca de Manaus, destinada a produzir autorrádios e toca-fitas e seus componentes eletrônicos. A unidade foi fechada em 1993 devido à concorrência internacional mais competitiva.



Aquisição da Wapsa, Walita Autopeças S. A., empresa brasileira que era a principal concorrente da Bosch no mercado nacional

com a produção de motores de partida, dínamos, alternadores, reguladores de voltagem e distribuidores de ignição para veículos leves com tecnologia da Prestolite, dos Estados Unidos. Com a compra a Bosch ficou com a fábrica da Wapsa no bairro de Santo Amaro, em São Paulo, que foi fechada em 2004 com a transferência de suas operações para Campinas.

1988

Após quatro anos de pesquisa, lançamento do primeiro sistema de injeção eletrônica no mercado brasileiro: o Le-Jetronic Bosch, que estreou no VW Gol GTI.

1992

Início do desenvolvimento da tecnologia Flex Fuel pela engenharia da Bosch no Brasil. Em 1994 foi apresentado o primeiro protótipo equipado com sistema bicomcombustível gasolina-etanol, um Chevrolet Ômega 2.0. Só dez anos depois o sistema foi adotado em larga escala por todos os fabricantes no País, a partir de 2003.

1996

O Grupo Bosch faz a aquisição global da AlliedSignal, detentora da marca de componentes de freios Bendix, com 24 fábricas no mundo, incluindo uma em Campinas, a partir da qual se constituiu a Robert Bosch Freios Ltda., que intensificou a venda de pastilhas para fabricantes de veículos no Brasil e toda a América do Sul.

1997

Início da produção, em Campinas, de válvulas de injeção eletrônica de combustível.

2001

O grupo adquire globalmente a Mannesmann Rexroth, com fábricas em Pomerode, SC, e Atibaia, SP, surgindo a Bosch Rexroth Ltda.,

que produz válvulas, blocos, unidades hidráulicas, motores radiais, bombas axiais e atuadores para máquinas e tratores, além de prestar serviços de engenharia. Em 2006 foi construída nova planta industrial em Pomerode e, em 2019, a unidade de Atibaia foi fechada e as operações transferidas para nova fábrica em Itatiba, SP.

2002

Criação de nova unidade de negócios no Brasil, a Sistemas de Segurança. Início da fabricação em série, na fábrica Curitiba, da bomba Unit Pump e do sistema de injeção diesel Common Rail.

2007

Início da produção nacional do ABS, sistema antitravamento de freios de oitava geração, na fábrica de Campinas. Aquisição da Hofmann do Brasil, fabricante de equipamentos de alinhamento de direção, balanceamento de rodas e montagem e desmontagem de pneus, localizada em São Paulo.

2009

Lançamento do sistema Flex Start: injetores de combustível para motores flex com aquecimento, que elimina a necessidade do reservatório de gasolina para injeção em partidas a frio.

2011

Marco de 1 milhão alternadores produzidos no Brasil.

2012

Divisão Chassis Control Systems atinge marca de 1 milhão de ABS produzidos em Campinas e inaugura linha de montagem para a Geração 9. Um ano depois, em 2013, é alcançada a marca de 2 milhões de ABS produzidos.

2014

Bosch completa 60 anos no Brasil e soma 100 milhões de injetores EV6 produzidos.

2015

Bosch soma 1 milhão de sistemas Flex Start

fornechos no mercado doméstico. Dois anos depois, em 2017, foi alcançada a marca de 2 milhões.

2019

Bosch inaugura espaço de inovação aberta Connectory em Curitiba. Empresa torna-se uma das integrantes do e-Consórcio da Volkswagen Caminhões e Ônibus e apoia a fabricante no desenvolvimento do primeiro caminhão brasileiro 100% elétrico, o e-Delivery.

2022

Criação do DTA, Digital Talent Academy, para capacitar cerca de trezentos jovens de 16 a 19 anos no desenvolvimento de soluções digitais para a companhia.

2023

Início das operações do CTVI, Centro de Testes Veiculares de Itacemópolis, SP, em sociedade da Bosch com a Mercedes-Benz.



RESFRI AR VAI DOBRAR DE TAMANHO

Maior fabricante de geladeiras e climatizadores automotivos do país, a empresa gaúcha amplia o leque de produtos, investe na exportação, adota a produção enxuta e profissionaliza a gestão, com o CEO Carlos Storniolo

O gaúcho Roberto Cardoso, fundador da Resfri Ar, é mais um exemplo daqueles brasileiros visionários. Ex-caminhoneiro, a veia do empreendedorismo surgiu logo cedo. Por ter vivenciado a lida na boleia, Cardoso captou rapidamente uma das principais dores da profissão. E ela não residia na atividade propriamente ao volante, mas fora dele: na hora de dormir, o cidadão morria de calor dentro da cabine do caminhão, visto que era impossível deixar o motor do caminhão ligado toda a madrugada para usar ar-condicionado. Além disso, ele observou o incômodo que era a falta de opções para acondicionar água gelada. Ou mesmo como guardar refrigerado o alimento que seria mais tarde usado no jantar. O resto é história.

Exatos 27 anos depois de sua fundação, a Resfri Ar é a maior fabricante de geladeiras e climatizadores automotivos do país. Sediada em Vacaria (RS), a empresa possui cerca de 1,5 mil pontos de venda no país e exporta para países da África, Ásia, América Latina, América do Norte e Europa. Os climatizadores de ar para caminhões (aqueles que são instalados no teto da cabine), também fabricados para linha agrícola e veículos especiais, são o carro-chefe da Resfri Ar, representando cerca de 60% do faturamento. Figuram ainda entre os principais produtos as geladeiras automotivas e portáteis, que acumulam a função de refrigeração e congelamento, conservando alimentos e bebidas sempre frescos. A ideia é fabricar também toda a linha de peças plásticas para caminhões.

Se isso é tudo? Claro que não. Após implantar a filosofia lean na produção, o fundador decidiu buscar profissionais para aplicar esse conceito, liderados pelo experiente executivo Carlos Storniolo. Com passagens por grandes empresas como Delphi, NSK e Hoshizaki, ele assumiu a posição de CEO no dia 1º de julho último com uma missão desafiadora: dobrar o faturamento da Resfri Ar até 2028. Cardoso passa a ser Presidente do Conselho.

Storniolo garante ter encontrado ótimas condições para cumprir a meta. “A minha chegada solidifica o processo de profissionalização da empresa, que já havia sido desenhado com a implementação de um novo organograma e a atração de profissionais muito experientes. A agressiva meta trazida pelo nosso fundador é perfeitamente possível. Para isso, as áreas de Aftermarket e O&M estão sendo reforçadas. Também temos planos que passam por melhoria dos produtos existentes e novos produtos estão na pauta. Temos ainda um plano específico para exportação”, explica o novo CEO, já dando algumas pistas que algumas parcerias “muito robustas” com companhias de fora devem impulsionar rapidamente o faturamento da Resfri Ar.



Roberto Cardoso, fundador e Presidente do Conselho da Resfri Ar

Para o executivo, este é aquele momento singular na trajetória de uma empresa, em que todos os vetores mostram-se favoráveis e apontam para o crescimento. O CEO explica que os processos e a qualidade da manufatura são exemplares, bem como o time de P&D. “Quantos sistemistas brasileiros têm hoje a capacidade de oferecer soluções para OEM, em vez de serem somente demandados com projetos prontos? Todas as montadoras de caminhões já são nossas clientes com os climatizadores. Mas o mercado tem começado a aumentar a procura pelos sistemas de ar-condicionado com acionamento elétrico, ou seja, desvinculados do motor do caminhão. Uma das minhas principais missões é desenvolver essa nova família de produtos, mas que não vai objetivar somente montadoras de caminhão, mas também as máquinas industriais, a linha amarela e toda a família de agro”, antecipa Storniolo.

Entusiasmado, o executivo completa. “Pode escrever: estamos customizando nossos climatizadores para novos tipos de veículos, vamos desenvolver a linha de ar-condicionado, aprimorar a família de geladeiras, bem como criar produtos customizados para outros tipos de veículos. E a cereja do bolo: a Resfri Ar vai se tornar uma legítima multinacional brasileira”, promete. Alguém duvida que conseguirão?



“A Resfri Ar vai se tornar uma legítima multinacional brasileira”

Carlos Storniolo, CEO da Resfri Ar

Da improvisação ao maior fabricante de ônibus

Em 75 anos a Marcopolo rompeu fronteiras comerciais e tecnológicas para ser um dos maiores fornecedores do mundo de veículos para transporte de passageiros

Por Roberto Hunoff, de Caxias do Sul, RS



A improvisação do início da Nicola, em 1949, contrasta com a moderna fábrica da Marcopolo em Ana Rech

Fotos: Divulgação/Marcopolo

Em 6 de agosto de 1949 um prédio de madeira de 290 m², distribuídos em dois andares, em Caxias do Sul, RS, deu origem à jornada do que seria, sete décadas depois, uma das maiores fabricantes de ônibus do mundo. Inicialmente sob o nome de Nicola & Cia Ltda., uma empresa com oito sócios, dentre eles irmãos da família Nicola e Paulo Bellini, que transformou a pequena empresa em um gigante mundial do transporte de passageiros, hoje consolidado no Grupo Marcopolo S. A.

Falecido em 2017, aos 90 anos, Bellini registrou a história da fabricante no livro

Marcopolo, sua Viagem Começa Aqui, que reúne, além do seu, 93 depoimentos de ex-funcionários, clientes e outras pessoas que de alguma forma participaram desta história. Na obra, lançada no fim de 2012, um dos trechos relata o rudimentar início da companhia: "Fazer carroceria de ônibus naquela época era uma aventura. As ferramentas eram poucas e precárias, quase primitivas. E nós tínhamos que transformar um caminhão num ônibus: tirávamos a cabine do chassi, arrumávamos os pedais, cortávamos o eixo dianteiro e deslocávamos o painel de instrumentos. Eram menos de vinte pessoas trabalhando nessa oficina

e fazíamos as coisas na base da coragem. Improvisávamos tudo”.

Segundo Bellini os artesãos transformavam pranchas de madeira de 3 metros e partes metálicas em carrocerias para transportar passageiros, tudo com uma bigorna, uma forja, formão e facão: “A geometria era no olho do operador... Na hora de pintar a carroceria precisávamos molhar o chão de terra para não levantar poeira”.

A produção de um ônibus demorava noventa dias e os resultados eram os piores possíveis, com a entrega de veículos de baixa qualidade, cheios de defeitos, desalinhados e com goteiras na cabine em dias de chuva, como o próprio Bellini reconhece em seu livro de memórias. Foi assim o início do improvável futuro de uma respeitada empresa global que se tornou uma das melhores e maiores em seu segmento.

Chega a ser inimaginável o salto da oficina rudimentar que produzia um ônibus ruim a cada noventa dias para a corporação internacional de hoje que monta dezenas de milhares de veículos de qualidade reconhecida globalmente. Em 2023 a Marcopolo produziu 13,3 mil ônibus, 83% deles no Brasil, respondendo por 49,2% do volume nacional, e os demais em oito fábricas em cinco continentes. Ao todo são cerca de 500 mil carrocerias fabricadas em 75 anos que estão presentes em mais de 140 países.

Os resultados financeiros também se solidificaram: a receita líquida de R\$ 6,7 bilhões significou acréscimo de 23,4% em comparação com 2022, e o lucro líquido de R\$ 810,8 milhões representou alta de 85,5%. Em todas as suas operações a empresa emprega 16,2 mil pessoas, das quais 12,6 mil em operações no Brasil, 10 mil em Caxias do Sul.



EXPANSÃO DOS NEGÓCIOS

Com o passar das décadas a Marcopolo consolidou seu domínio do mercado brasileiro de carrocerias de ônibus e promoveu a expansão da operação aos cinco continentes, com grande diversificação do portfólio de produtos, incluindo seu recente ingresso no segmento metroferroviário e produção completa de chassi e carrocerias de ônibus elétricos e híbridos, inovando com tecnologias para as transições energética e sanitária.

A fabricante de ônibus mantém doze unidades fabris, quatro delas no Brasil: duas linhas de carrocerias em Caxias do Sul e outra em São Mateus, ES, além da fábrica Apolo de peças poliméricas em Farroupilha, RS, da qual a Marcopolo detém 65%. No Exterior são oito operações industriais: três na Austrália e as demais na África do Sul, China, Argentina, México e Colômbia – nesta tem controle de 50% na joint venture Superpolo.

Também detém participações estratégicas em empresas do segmento: 40% na Spheros Brasil, fornecedora de climatização e ar-condicionado, 30% na WSul, fabricante de espumas para assentos, ambas em Caxias do Sul, e 8,1% no NFI Group, principal fabricante de ônibus urbanos e rodoviários nos Estados Unidos e no Canadá.

O CEO da Marcopolo, [André Armaganjjan](#), empossado na função em abril do ano passado, define como principais focos estratégicos o fortalecimento da presença global, a expansão da produção de ônibus elétricos e a contínua inovação nos produtos: “O desafio é apresentar e contemplar as demandas de mercado com soluções modernas, seguras, confortáveis e com alta tecnologia aplicada”.

O PRIMEIRO GRANDE SALTO

O primeiro salto tecnológico da Marcopolo ocorreu em 1952, quando começou a produzir carrocerias metálicas, fator determinante para aumentar as vendas.



A oitava geração de ônibus Marcopolo: qualidade global.

Isto fez com que os sócios iniciassem, em 1954, movimento para uma nova e bem mais ampla sede, com cerca de 3 mil m². As obras da unidade Planalto tiveram início com recursos próprios, mas que foram insuficientes para a conclusão do empreendimento. A solução foi abrir o capital da empresa, com a formação da sociedade anônima, com cotas vendidas diretamente pelos sócios Paulo Bellini e Dorval Nicola. Ao completar sua primeira década a empresa comemorou a produção de seiscentas unidades.

Com a nova unidade em operação os anos 1960 foram de muitos movimentos na empresa. O primeiro foi a maior capacidade de produção, o que permitiu o ingresso no mercado externo, iniciando pelo Uruguai. Seguiram-se vendas de unidades desmontadas para Venezuela, Equador, Chile, Peru e Gana.

Também foi o período da chegada de profissionais que tiveram participação decisiva na consolidação da corporação. Valter Gomes Pinto e José Antônio Fernandes Martins foram convidados por Paulo Bellini a ingressar na empresa, tornaram-se diretores e, posteriormente, sócios. Gomes Pinto atuava na área comercial e no marketing e Martins no desenvolvimento de produtos. Em paralelo os integrantes da família Nicola foram saindo da sociedade, culminando, em 1969, com a indicação de Paulo Bellini para o cargo de diretor presidente.

Um ano antes a fabricante apresentou, no Salão do Automóvel de São Paulo de

1968, o primeiro ônibus monobloco do País, montado sobre chassi Mercedes-Benz. Foi também o primeiro Marcopolo, um modelo rodoviário com toailete e versão leito que fez grande sucesso junto aos visitantes do evento, que três anos mais tarde emprestaria seu nome à companhia.

No mesmo período a empresa fez suas duas primeiras aquisições, ambas de fabricantes de carrocerias do Rio Grande do Sul: a Eliziário, de Porto Alegre, e a Nimbus, concorrente vizinha de Caxias do Sul.

Com a crise do petróleo, nos anos 1970, o governo apelou à população para que fizesse maior uso de ônibus, o que acelerou o crescimento da Marcopolo, denominação incorporada em 1971 aproveitando o sucesso do primeiro monobloco.

O novo momento exigiu agregação de mais profissionais, resultando na contratação, em 1973, de Raul Tessari com a função de cuidar da administração e das finanças. A exemplo de Martins e Gomes Pinto ele também tornou-se sócio e, juntamente com Bellini, formaram o chamado G4, a cúpula de dirigentes da empresa.

DÉCADA DE TRANSFORMAÇÃO

O início de operação da segunda unidade industrial no distrito de Ana Rech, também em Caxias, foi o primeiro grande momento dos anos 1980, marcados por grandes mudanças. A planta foi inaugurada em fevereiro de 1981, com área total de 471 mil m² e construída de 88 mil m². Ao fim da primeira década de funcionamento já registrava 60 mil unidades produzidas.

Nossa força conecta a inovação do futuro à transformação do presente.



EATON

Powering Business Worldwide

Nossa energia nasce da vontade de tornar o amanhã mais eficiente, tecnológico, sustentável e melhor para todos por meio de soluções revolucionárias e seu reconhecimento mostra que seguimos sempre juntos.

Fomos escolhidos pela AutoData como Melhores do Setor Automotivo 2024 e estamos concorrendo na categoria Fornecedores de Autopeças, Sistemas e Componentes.

Conectamos você ao futuro, afinal, pessoas transformam pessoas.



**Acesse o site
e vote na Eaton!**

A década também foi marcada por forte crise econômica, que forçou a diretoria a adotar uma série de medidas, dentre elas a redução do quadro de pessoal e o fechamento de operações, como a Marcopolo Minas e a Eliziário, de Porto Alegre.

Mas também foi uma década de avanços. Em 1986 Paulo Bellini viajou ao Japão com o objetivo de conhecer os processos de administração participativa. Ao regressar adotou novas filosofias de trabalho, tornando as fábricas referência internacional.

INOVAÇÕES E INTERNACIONALIZAÇÃO

Com nível significativo de exportações nos anos 1990 e 2000 a empresa iniciou um intenso movimento de internacionalização com a abertura de fábricas em outros países. Começou por Portugal, em 1991, Argentina, em 1998, e México, em 1999, com a Polomex. Alguns anos depois, abriu operação em parceria com sócio local na Colômbia, a Superpolo, e uma unidade própria na África do Sul.

A expansão global permitiu aumentar a capacidade de produção e adaptar seus produtos às necessidades específicas de diferentes mercados ao redor do mundo.

Também houve uma importante aquisição interna com a compra da Ciferal, do Rio de Janeiro, em 1999, que aumentou a penetração do grupo no segmento de carrocerias de transporte urbano.

A internacionalização também trouxe problemas. Em 1992 a Marcopolo fez uma grande venda para o México, da ordem de 5 mil unidades, o que acelerou a produção, mas dois anos depois o país entrou em crise e as compras foram reduzidas. Para amenizar o tombo a empresa terceirizou muitas atividades e desativou praticamente toda a fábrica Planalto, transferindo a operação para Ana Rech. Ainda assim o balanço de 1994 fechou com pequeno prejuízo, o único nos primeiros quarenta anos.

A crise serviu para aprimorar a gestão. O grupo contratou uma consultoria

Raio-X da Marcopolo

Fábricas

Brasil: Ana Rech e São Cristóvão, Caxias do Sul, RS | São Mateus, ES | Apolo Polímeros em Farroupilha, RS
Exterior: África do Sul, Argentina, Austrália [3], China, México, Colômbia [Superpolo]

Empregados

12,6 mil no Brasil | 3,6 mil no Exterior

Capacidade de produção

Global: 240/dia | Brasil: 115/dia | Ritmo atual: 65/dia

Produção 2023

13,3 mil ônibus | 11 mil no Brasil

Produção acumulada

500 mil carrocerias em 75 anos vendidas em 140 países

Exportações e produção no Exterior em 2023

Unidades exportadas do Brasil: 1 mil 371
Produção no Exterior: 2 mil 210
Principais destinos: Chile, Argentina, México, países árabes e africanos

Resultados 2023

Faturamento líquido: R\$ 6,7 bilhões
Receita com exportações: R\$ 1 bilhão
Lucro líquido: R\$ 810,8 milhões

Ciclos de investimentos recentes

R\$ 300 milhões nos últimos três anos em modernização das fábricas

Principais produtos

Carrocerias de ônibus rodoviários, intermunicipais, urbanos e micro-ônibus, ônibus completos elétricos e híbridos, veículos leves sobre trilhos



externa para elaboração de seu primeiro planejamento estratégico, concluído no início de 1996. O quadro funcional foi todo avaliado e criado um plano de remuneração variável, com metas de vendas, de qualidade e produtividade. O objetivo era, em cinco anos, dobrar o faturamento para US\$ 500 milhões, mas o valor já foi alcançado em 1998.

Foi também um período de avanços tecnológicos importantes, como o lançamento do Paradiso 1800 Double Decker, primeiro ônibus brasileiro de dois andares. Em 1998 a empresa lançou o miniônibus Volare, que se tornaria uma nova divisão da Marcopolo focada no desenvolvimento completo, chassi e carroceria, de veículos para mobilidade urbana.

NOVA GESTÃO, MAIS EXPANSÃO

Logo após a conclusão do plano estratégico, em 1997 houve reformulação na diretoria executiva e Carlos Zignani, um de seus integrantes, foi promovido a diretor

geral. O executivo deu andamento ao novo modelo de gestão da Marcopolo, que incluía a contratação de profissional para o cargo de CEO, ou presidente executivo. Em 2000 José Rubens de La Rosa assumiu o posto e os sócios controladores passaram a integrar a criada diretoria corporativa e o conselho de administração. Em 2004, Raul Tessari, um dos sócios, deixou a empresa.

Neste período foi dada a largada para um novo movimento de expansão no Exterior, com fábricas abertas na Índia em 2006, na Rússia em 2007 e no Egito em 2008, todas em parceria com sócios locais, e na China também em 2008, inicialmente para produção de componentes para ônibus e posteriormente, a partir de 2018, de carrocerias completas.

No entanto, por falta de viabilidade econômica, as sociedades foram desfeitas anos depois, em 2014 na Rússia, em 2015 no Egito e em 2020 na Índia, e a fábrica de Portugal foi fechada em 2017.

Em contrapartida foi realizada mais uma grande aquisição de um concorrente vizinho de Caxias do Sul, em 2006, com a compra de toda a estrutura da Neobus, na qual a Marcopolo já tinha participação societária. Um ano antes foi feito o investimento para a criação do Banco Moneo, focado no financiamento de produtos Marcopolo.

O processo de expansão foi continuado com investimento de R\$ 35 milhões em uma nova fábrica em São Mateus, ES, que iniciou a operação em 2014 com a produção dos micro-ônibus Volare.

No Exterior os olhos se voltaram para a Austrália, onde a empresa assumiu 75% do controle da Volgren, em 2011, e comprou o restante em 2017.

Já em Caxias, em 2017, ocorre o fechamento definitivo da unidade Planalto e a concentração das atividades nas plantas Ana Rech e São Cristóvão.

O período também marca o fim da era dos sócios fundadores da empresa. Paulo Bellini, que em 2006 tinha assumido a presidência do conselho da administração, morre em 2017. Anos antes, em 2013, a perda foi de Valter Gomes Pinto. Ocor-



G8: linha completa de ônibus rodoviários.

rem mudanças na gestão com a posse de Mauro Bellini no conselho, em 2010, e a contratação de Francisco Gomes Neto como CEO, em 2015.

James Bellini, segundo filho do fundador, assumiu como CEO em 2019 em substituição a Gomes Neto e, em 2023, foi para a presidência do conselho, transferindo seu posto a André Armaganijan. José Antônio Fernandes Martins deixou a empresa em 2019.

TRANSIÇÃO ENERGÉTICA

A era e da transição energética para conter o aquecimento global trouxe um novo impulso ao desenvolvimento de novas tecnologias na Marcopolo, especialmente nos últimos dez anos. Em 2015 a empresa participou do projeto brasileiro de ônibus movido a hidrogênio e, em 2019, iniciou o plano de lançar sua própria linha de ônibus 100% elétricos. Os primeiros modelos a bateria Attivi, com chassi e carroceria produzidos internamente, já estão em circulação. Em dezembro de 2023 a empresa anunciou investimento de R\$ 50 milhões para agregar linha de montagem específica para o Attivi na fábrica de São Mateus.

A Marcopolo também está envolvida com pesquisas para desenvolver combustíveis sustentáveis, como biometano, com veículo já homologado e circulando em algumas cidades, bem como o etanol em sistema híbrido flex, para o recente projeto de um Volare, lançado na Lat.Bus 2024. O Attack 9 tem tração elétrica alimentada por gerador WEG acoplado a um motor turboflex 1.0 Horse, do Grupo Renault.

Em 2023 a Marcopolo expôs na

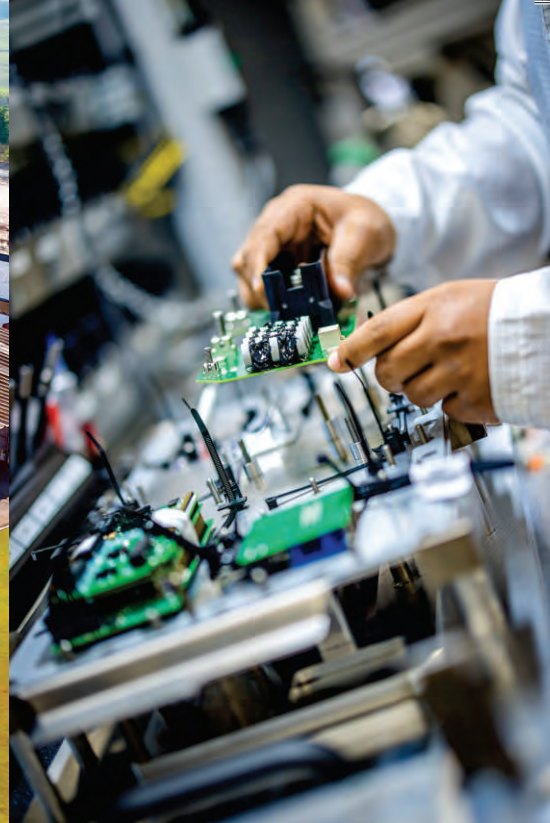
Busworld Europa um ônibus elétrico alimentado por células de hidrogênio, o modelo rodoviário Audace 1050 Fuel Cell produzido na China. O hidrogênio verde já é utilizado em veículos na Austrália e, no Brasil, extraído do etanol, encontra-se em fase de testes.

"A proposta é ter um portfólio de produtos com amplitude grande para atender vários mercados, porque as apostas, necessariamente, não são as mesmas em cada país", argumenta o CEO André Armaganijan. "O difícil é precisar a velocidade de conversão de uma tecnologia para outra. Mas é certo que ocorrerão."

Em 2019 a Marcopolo criou a Next, divisão de inovação que tem a missão de tornar a empresa mais eficiente, competitiva e conectada por meio da otimização de processos, capacitação de pessoas e conexões com empreendedores, institutos, centros universitários. É o futuro – desta vez sem improvisações que deram certo.

Milésimo ônibus da oitava geração: topo de linha de dois andares com chassi Volvo 8x2.





Somos finalistas do Prêmio Autodata 2024

Nossa fábrica brasileira está se tornando referência global na produção de sistemas de gerenciamento de baterias, os BMS. Atualmente, montamos BMS para atender o mercado local e de exportação.

Vote na
BorgWarner!



borgwarner.com

BORGWARNER

Marcopolo em 75 anos

1949



Constituição da Nicola & Cia. Ltda., uma das primeiras fabricantes de ônibus do Brasil, com sede em Caxias do Sul, RS.

1950

Entrega do primeiro ônibus para a empresa Pérola.

1952

Produção das primeiras carrocerias de aço.

1957



Transferência para a unidade no bairro Planalto, em pavilhão maior para atender ao aumento da demanda de produção.

1961



Início das exportações com o primeiro contrato para o Uruguai.

1968



Lançamento do primeiro ônibus Marcopolo, no VI Salão do Automóvel de São Paulo.

1971



Alteração da razão social para Marcopolo S. A. Carrocerias e Ônibus.

Primeiro contrato de transferência de tecnologia para fornecimento de carrocerias em CKD para montagem na Venezuela.

1974

Primeiros ônibus fornecidos ao Sistema BRT de Curitiba, PR.

1978

Lançado o Marcopolo 3 Articulado, primeiro ônibus rodoviário intermunicipal produzido no País.

1978

Marcopolo lança ações na Bovespa.

1979

Empresa assume projeto de produção de trólebus, de tração elétrica, em conjunto com outros grupos.

1981



Inauguração da Unidade Ana Rech, até hoje a maior fábrica da Marcopolo.

1983

Lançamento da Geração 4 de carrocerias rodoviárias e urbanas com os modelos Viaggio, Paradiso, Strada, Urbano Torino e Micro Senior.

1986

Adoção de técnicas japonesas de administração e produção nas unidades fabris.

1988

Criação da Fundação Marcopolo.

1991

Inauguração da Escola de Formação Profissional Marcopolo. Abertura da primeira fábrica no Exterior, em

Coimbra, Portugal, fechada em 2017.

1992

Lançamento da Geração 5 de carrocerias urbanas e rodoviárias Viaggio 850, Viaggio 1000, Paradiso 1150 e Paradiso 1450.

1995

Lançamento do modelo rodoviário Paradiso 1800 Double Decker, primeiro ônibus brasileiro de dois andares.

1998

Início de operação na Argentina com inauguração de fábrica própria em Córdoba. Em 2007 é efetuada compra de ações da Metalpar e, em 2019, da Metalsur. Em 2024 a Metalpar deixa a sociedade e 100% da Metalsur é incorporada pela Marcopolo. Lançamento da linha de micro-ônibus Volare, desenvolvido com foco na mobilidade urbana. Produção da unidade 100 mil.

1999

Fábrica aberta em Monterrey, no México, sob o nome de Polomex, com 74% de participação da Marcopolo.

Início de operação industrial própria na África do Sul, em Polokwane, transferida para Jo'burg em 2001.

2000
Lançamento dos modelos da Geração 6.

2001
Aquisição de 50% do Grupo Fanalca e criação da Superpolo, com fábrica em Bogotá, na Colômbia.

2005
Constituição do Banco Moneo para oferecer linhas de financiamento aos clientes.

2006
Joint venture com a Tata Motors para produzir ônibus na Índia, para o mercado local e exportação. A Marcopolo saiu da sociedade em 2020, vendendo sua participação para a Tata.

2007
Marcopolo chega à marca de 200 mil ônibus produzidos no mundo. Abertura de fábrica na Rússia em parceria com a Ruspromauto para fabricar ônibus urbanos. A unidade foi fechada em 2014.

2008
Inauguração de fábrica de componentes na China, a partir de 2018 transformada para produzir também uma linha de carrocerias completas. Abertura de nova planta no Egito em parceria com sócio local GB Polo, para atender mercados vizinhos do Oriente Médio e da África. A unidade foi fechada em 2015.

2009
Lançamento da Geração 7 com os modelos rodoviários Paradiso 1200, Paradiso 1050, Viaggio 900 e Viaggio 1050.

2011
Aquisição da Volgren Australia Pty, maior encarroçadora de ônibus australiana, com três fábricas no país. Lançamento do ônibus urbano Viale BRT.

2012
Inauguração do novo CTM, Centro de Treinamento da Marcopolo. Lançamento do Audace, destinado ao transporte em linhas de curtas e médias distâncias.

2013
Volare inaugura Centro de Operações em São Paulo.

2014
Início das operações da fábrica de São Mateus, ES.

2015
Marcopolo comemora a produção de 400 mil unidades produzidas em 66 anos e inclui cinco novos modelos no portfólio: Paradiso 1350, Intermunicipal Ideale, Torino Express articulado, Torino Low Entry e Torino motor traseiro.



Aquisição integral da fabricante de carrocerias Neobus, empresa da qual já detinha 45% do controle, com incorporação da fábrica de São Cristóvão, em Caxias do Sul.

2019
Criação da Marcopolo Next, divisão dedicada a novos negócios. Início das operações de nova linha de produção em Ana Rech. Fundação da

Marcopolo Rail, com foco nas soluções para o segmento metroferroviário.

2020
Lançada a Marcopolo Parts, maior plataforma para venda de peças de ônibus.

2021
Lançamento do ônibus Marcopolo Geração 8.

2022



Marcopolo conclui o processo de homologação do Attivi, ônibus 100% elétrico com produção integrada de chassi e carroceria.

2023
Apolo Tecnologia em Polímeros ganha nova sede, em Farroupilha, RS, com participação de 65% da Marcopolo. Início da produção do ônibus elétrico Attivi em São Mateus.

2024
Entrega dos oito primeiros ônibus elétricos Attivi para circulação em Porto Alegre, RS.



Divulgação/Peugeot

Novo 2008 argentino reacende esperança da marca no Brasil

SUV compacto da Peugeot com visual renovado ganha motor 1.0 turbo de 130 cv da Stellantis em três versões de R\$ 120 mil a R\$ 150 mil

Por Leandro Alves, de Barra de Santo Antônio, AL | Com Pedro Kutney

Agora que todos os carros a combustão da Peugeot no Brasil só falam castelhano, com o deslocamento de toda a produção sul-americana da marca para a fábrica de El Palomar, na Argentina, depois do hatch 208, também fabricado lá e lançado por aqui em 2020, o SUV compacto 2008 é o mais importante lançamento da marca na América do Sul nos últimos três anos, que volta a reacender as esperanças de dias melhores no mercado brasileiro, o principal da região.

"Com o 2008 esperamos crescer e atrair o cliente que busca um SUV, o segmento que mais cresce no Brasil", justifica Fabiana Figueiredo, vice-presidente da Stellantis responsável pela gestão da marca Peugeot na América do Sul.

A Peugeot demorou para iniciar a produção sul-americana da nova geração do 2008, lançada na Europa em 2019 – antes, portanto, da fusão da PSA com a FCA que criou o Grupo Stellantis, em 2021. Com falta de recursos para investir a fabricante preferiu seguir produzindo a primeira geração do SUV compacto no Brasil, na fábrica de Porto Real, RJ, que entrou em linha em 2015 e foi vendida até o mês passado.

Em 2022 o novo 2008 deu as caras no mercado brasileiro pela primeira vez,

mas somente a versão elétrica, importada de fábrica em Vigo, na Espanha. No mês passado, antes mesmo do lançamento das versões produzidas na Argentina com motor a combustão, a Peugeot adotou a mesma estratégia e apresentou, primeiro, aos clientes brasileiros o E-2008 a bateria, já com a sua primeira renovação visual em relação ao modelo trazido dois anos antes, agora adotada em toda a linha.

Apesar de já ter apresentado o modelo elétrico antes das versões a combustão a Peugeot ainda não divulgou o preço e, portanto, não iniciou as vendas, o que só deve acontecer em mais algumas semanas.

IDENTIDADE GLOBAL E MOTOR LOCAL

O novo 2008, elétrico e a combustão, traz pela primeira vez ao País a nova identidade visual global da Peugeot. Batizado de "design magnético" – com a presunção



de uma marca que costuma realizar belos traços automotivos em seus modelos – o SUV compacto traz na sua avantajada grade frontal o novo logo vintage do leão e o nome do veículo na ponta do capô. Também apresenta uma nova assinatura luminosa caracterizada por três riscos de garras verticais em LED no para-choque.

Para o carro de design global foi adotada uma solução local de motorização a combustão, que aproveita a sinergia das várias marcas e fábricas do Grupo Stellantis. Todas as três versões do 2008 feito na Argentina são equipadas com o motor turboflex T200 de até 130 cavalos utilizando etanol e torque de 20,4 kgfm, que é produzido em Betim, MG, e exportado para a fábrica de El Palomar – onde também equipa uma versão do 208, que compartilha a mesma plataforma CMP com o irmão maior. O 2008 usa câmbio automático CVT que simula sete velocidades, o mesmo utilizado por outros veículos da Stellantis.

O motor tricilíndrico de 1 litro casou bem com o novo Peugeot sul-americano e oferece desempenho interessante. O modelo argentino, aliás, tem 70% de seu conteúdo produzido no Mercosul e, portanto, está habilitado a ser enviado aos países que fazem parte do bloco sem qualquer restrição alfandegária.

Na cabine o novo 2008 repete o conceito i-cockpit que vem sendo aplicado em todos os Peugeot há cerca de dez anos, com utilização de um volante pequeno posicionado abaixo do quatro de instrumentos, o que privilegia a visão do motorista sobre as informações do painel. As versões Active e Allure têm o quadro digital 2D, enquanto a topo de linha GT usa o 3D holográfico.

A configuração interna também privilegia o conforto dos ocupantes e permite a utilização dos controles de várias funções com teclas no console central ou na tela touchscreen de 10,3 polegadas de alta definição, que integra o sistema de infoentretenimento do carro. Esta nova multimídia permite o espelhamento do smartphone sem fio.

Preços e versões do novo Peugeot 2008

Todas as versões são equipadas com motor turboblex 1.0 de 130 cv e câmbio automático tipo CVT. Preços são válidos até o fim de agosto.

Active | R\$ 119 mil 990

Principais itens de série: Faróis em LED • Luz diurna DRL em LED em formato de garra de leão • Rodas de liga leve 17" diamantadas • Nova central multimídia i-Connect com tela tátil de 10,3" • Quadro de instrumentos digital i-Cockpit® 2D • Ar-condicionado automático digital • Acendimento automático dos faróis (sensor crepuscular) • Sensor de chuva • Freio de estacionamento eletrônico • Retrovisores externos com comandos elétricos • Luzes indicadoras de direção nos retrovisores • Freios com ABS e distribuição eletrônica de frenagem + programa eletrônico de estabilidade ESP • Quatro airbags (dois dianteiros e dois laterais) • Piloto automático e limitador de velocidade • Assistência eletrônica para partida em rampa • Sistema Isofix para fixação de cadeirinhas infantis.

Allure | R\$ 129 mil 990

Todos os itens da versão Active mais: Carregador de smartphone por indução • Bancos revestidos em couro • Retrovisores externos com rebatimento elétrico • Chave presencial para abertura e fechamento de portas • Sensor de estacionamento dianteiro • Câmera Visiopark 360° • Alerta de ponto cego.

GT | R\$ 149 mil 990

Todos os itens da versão Allure mais: Teto com pintura biton • Teto solar panorâmico • Quadro de instrumento i-Cockpit 3D • Identidade GT com emblema, adesivo e tapetes exclusivos • Pedais esportivos em alumínio • Borboletas para troca de marchas no volante • Bancos exclusivos em couro com costura verde GT • Pacote Driver Assist: 6 airbags (dois frontais, dois laterais e duas cortinas), alerta de colisão, frenagem de emergência automática, auxílio de farol alto, reconhecimento automático de sinalização de velocidade, detector de fadiga, alerta e correção de permanência em faixa e piloto automático adaptativo ACC (exclusividade da versão elétrica).

Dedicamos nossa jornada a levar excelência para a sua.

Há **75 anos**, a Marcopolo desenvolve soluções avançadas em mobilidade. Nossa trajetória é marcada pelo compromisso de **conectar pessoas** de forma inovadora, eficiente e sustentável. Com uma dedicação constante à excelência, continuamos na vanguarda da **transformação do transporte**, levando o nosso melhor para todos.

MARCOPOLO 75 ANOS

PROTAGONISTA
EM MOBILIDADE

Acesse o
QR Code e
saiba mais.



marcopolo.com.br  [marcopolo-sa](https://www.linkedin.com/company/marcopolo-sa)

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



Marcopolo

75 anos
years
años



O design interno continua muito bonito, bem-acabado e envolvente, com a utilização de materiais de boa qualidade. O painel do novo 2008 tem revestimento interno escurecido Carbon em todas as versões, enquanto o acabamento e o estilo dos bancos variam de acordo com a configuração, podendo mesclar tecido e couro, revestimento 100% em couro ou Alcântara.

POSICIONADO PARA COMPETIR

Considerando os concorrentes no segmento o Peugeot 2008 oferece bom pacote de equipamentos nas três versões disponíveis, Active, Allure e a topo de linha elétrica GT: as rodas liga de 17 polegadas calçam todas as versões, assim como sensor crepuscular dos faróis, ar-condicionado digital e freio de estacionamento eletrônico.

Mesmo com muitos itens, principalmente a partir da versão intermediária Allure, ainda faltam algumas tecnologias presentes em concorrentes diretos, como o renovado Volkswagen T-Cross. Por isto a Peugeot optou por lançar o carro com preços reduzidos, que a princípio serão válidos somente até o fim de agosto.

O 2008 Active tem preço de lançamento de R\$ 119 mil 990, o Allure de R\$ 129 mil 990 e o topo de linha GT sai por R\$ 149 mil 990. "Estamos preparados para atender à demanda e após o período de lançamento avaliaremos a política de preços", afirma Fabiana Figueiredo.

Segundo a executiva nos últimos três anos a Peugeot, mesmo com poucos produtos, conseguiu aumentar sua participação no mercado brasileiro, partindo de 0,7% em 2020 para 1,6% no ano passado, quando foram negociadas 35 mil unidades.

Este ano, finalmente com um SUV mais "magnético" no portfólio, a marca espera seguir melhorando seu desempenho e conta muito com o novo 2008 para isto, mas não arrisca previsões: "Preferimos não criar expectativas", diz a executiva. Mas, considerando que este é o primeiro Peugeot com a nova identidade visual global feito na região, a esperança depositada nele é grande. ■

GARANTIMOS PERFORMANCE E ECONOMIA PARA VOCÊ TRANSPORTAR O MUNDO.

Os sistemas integrados Cummins asseguram o melhor desempenho do veículo, mesmo em estradas precárias e acidentadas. Economizam combustível, reduzem custos de operação com tecnologia de ponta e têm suporte técnico e reposição de peças em todo o Brasil.

Com a potência dos motores e a qualidade dos componentes Cummins, sua frota não para e sua carga chega mais longe.




Motores e componentes Cummins.
**A ESCOLHA CERTA PARA
SUA FROTA DE CAMINHÕES.**



www.cummins.com

 [cumminsbrasil](https://www.instagram.com/cumminsbrasil)

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

 [cummins-latin-america](https://www.linkedin.com/company/cummins-latin-america)

**PARA UM
MUNDO QUE
NÃO PARA**

Para onde vão os investimentos

Ao todo 13 fabricantes de veículos leves anunciaram aportes de R\$ 103,6 bilhões de 2022 a 2032. GM, Stellantis e VW começaram a dar destino aos recursos.

BMW



R\$ **500**
milhões

2022-2024

Modernização da fábrica de Araquari, SC, para produção de novas gerações dos modelos Série 3, X1, X3 e X4; montagem do X5 híbrido plug-in; incremento do centro de engenharia local para desenvolvimento de softwares e sistemas digitais.

BYD



R\$ **5,5**
bilhões

2024-2030

Compra das instalações industriais da Ford em Camaçari, BA, com construção de novos prédios; produção inicial de até 150 mil veículos/ano dos modelos elétricos Dolphin Mini, Dolphin e Yuan Plus e do híbrido plug-in Song Plus; desenvolvimento de sistemas de propulsão híbridos flex.

CAOA



R\$ **3**
bilhões

2024-2028

Modernização e aumento de capacidade da fábrica de Anápolis, GO; lançamentos de novos modelos híbridos flex Chery e Hyundai; ampliação da capilaridade da rede de concessionárias Hyundai, Caoa Chery, Subaru e Ford.

GM



R\$ **7**
bilhões

2024-2028

Renovação dos produtos; desenvolvimento de novos sistemas de propulsão; R\$ 1,2 bilhão aplicado na fábrica de Gravataí, RS, para modernização das instalações, renovação da linha Onix hatch e sedã e produção de um SUV inédito.

GWM



R\$ **10**
bilhões

2022-2032

Compra das instalações da Mercedes-Benz em Iracemápolis, SP; novos maquinários de produção; lançamentos do híbrido Haval H6 e do elétrico Ora 03; nacionalização de produtos a confirmar.

HONDA



R\$ **4,2**
bilhões

2024-2030

Desenvolvimento e novos produtos e tecnologias; produção de nova geração do WR-V; nacionalização da produção do sistema híbrido flex e-HEV.

HPE/MITSUBISHI



RS **4**
bilhões

2024-2032

Lançamentos de seis modelos Mitsubishi no País, incluindo um híbrido plug-in em 2025; quatro veículos serão produzidos em Catalão, GO, dois novos e renovação da L200 e do Eclipse Cross; desenvolvimento de sistemas de propulsão híbridos flex; ampliação da rede.

HYUNDAI



RS **5,5**
bilhões

2024-2032

Renovação de portfólio de produtos; desenvolvimento de carros híbridos, elétricos e movidos a hidrogênio verde.

NISSAN



RS **2,8**
bilhões

2023-2025

Renovação de portfólio de produtos; lançamento de dois novos SUVs, a nova geração do Kicks e mais um inédito; produção de motor 1.0 turbo.

RENAULT



RS **4,1**
bilhões

2022-2025

Modernização da fábrica de São José dos Pinhais, PR, para introdução da nova plataforma global RGMP; desenvolvimento e produção do SUV compacto Kardian e mais um SUV médio; nacionalização dos motores turboflex SGe 1.0 e 1.3; desenvolvimento de sistema híbrido flex.

STELLANTIS



RS **30**
bilhões

2025-2030

Renovação do portfólio de produtos; desenvolvimento das plataformas Bio Hybrid com até oito sistemas de propulsão híbridos flex e elétricos; lançamentos de 40 modelos Fiat, Jeep, Citroën, Peugeot e Ram; aportes de RS 13 bilhões na fábrica de Goiana, PE, para modernização de linhas para produzir modelos híbridos flex; RS 14 bilhões para Betim, MG, para desenvolvimento de novos produtos e tecnologias e modernização da fábrica; RS 3 bilhões para Porto Real, RJ, onde será produzido mais um carro inédito.

TOYOTA



RS **11**
bilhões

2024-2030

Modernização e duplicação e da capacidade da fábrica de Sorocaba, SP; nacionalização do sistema de propulsão híbrido flex; produção de mais dois híbridos flex no País, sendo o primeiro o SUV compacto Yaris Cross e uma nova picape média-compacta.

VOLKSWAGEN



RS **16**
bilhões

2022-2028

Lançamento de 16 veículos, quatro inéditos desenvolvidos no Brasil, incluindo novo SUV compacto a ser produzido em Taubaté, SP, e uma picape média-compacta em São José dos Pinhais, PR, que receberá RS 3 bilhões para produzir o novo modelo e o sedã Virtus; desenvolvimento da plataforma MQB Hybrid com sistema de propulsão híbrido flex e motor nacionalizado em São Carlos, SP.

Investimentos pesados

Cinco fabricantes de caminhões e ônibus têm programas em curso que somam R\$ 6,9 bilhões no período 2021-2028. Scania foi a primeira a anunciar novo plano em 2024. Mercedes-Benz pode anunciar em breve.

DAF



R\$ **395**
milhões

2022-2026

Ampliação da fábrica de Ponta Grossa, PR, com novos processos industriais; adoção de motores Euro 6 para as linhas de caminhões XF e CF.

IVECO



R\$ **1**
bilhão

2022-2025

60% dos recursos aplicados no desenvolvimento de novos caminhões e ônibus, com adoção de motorização Euro 6 e gás natural ou biometano, além de introdução de modelos elétricos leves; outros 15% serão direcionados a melhorar processos industriais na fábrica de Sete Lagoas, MG, e Córdoba, na Argentina; 12% vão para o desenvolvimento de fornecedores para aumentar índice médio de nacionalização de 60% para 70%; e 13% serão investidos na expansão da rede de concessionárias.

SCANIA



R\$ **2**
bilhões

2025-2028

Sucede o plano de R\$ 1,4 bilhão de 2021 a 2024. Recursos utilizados para modernização e atualização da fábrica de São Bernardo do Campo, SP, e no desenvolvimento da produção nacional de veículos eletrificados e seus motores; R\$ 60 milhões aplicados para produzir o primeiro chassi de ônibus elétrico no País, a partir de março de 2025.

VOLVO



R\$ **1,5**
bilhão

2022-2025

85% aplicados em pesquisa e desenvolvimento de novos produtos e serviços; avanços na digitalização e conectividade; expansão da rede de concessionárias; R\$ 250 milhões para nacionalização da produção de ônibus elétricos em Curitiba, PR.

VWCO



R\$ **2**
bilhões

2021-2025

R\$ 1 bilhão para o desenvolvimento de linha de caminhões e ônibus com motorização Euro 6; continuação do desenvolvimento de modelos eletrificados no Brasil, como o caminhão leve e-Delivery e do já anunciado e-Volksbus; melhorias na fábrica de Resende, RJ.

TOTAL ANUNCIADO: R\$ 6,9 BILHÕES

Vote ZF no Prêmio Autodata

**CATEGORIA
FORNECEDOR DE AUTOPEÇAS,
SISTEMAS E COMPONENTES**



**CADASTRE-SE E
VOTE AQUI:**



Busscar espera dobrar vendas de ônibus rodoviários de dois andares

A Busscar, fabricante de carrocerias de ônibus rodoviários que pertence ao Grupo Caio, lançou um novo double decker, o Panorâmico DD, apresentado em agosto durante a Lat.Bus Transpúblico. A encarregadora de Joinville, SC, aproveitou o evento bienal para apresentar sua aposta para dobrar as vendas de ônibus rodoviários de dois andares a partir do primeiro trimestre do ano que vem, quando iniciará a fabricação do modelo, também destinado ao mercado de exportação. O Panorâmico DD pode ser montado sobre chassis Mercedes-Benz, Scania ou Volvo. Paulo Corso, diretor comercial da Busscar, afirma que as vendas da companhia este ano tendem a ficar estáveis com relação a 2023, em torno de setecentas unidades, para capacidade de 1 mil por ano em pleno funcionamento. O que faz a companhia a não acompanhar a tendência de aquecimento do segmento de ônibus rodoviário é a escassez de mão de obra qualificada, pois Joinville vive momento de pleno emprego, por isto a Busscar promove a com formação de profissionais junto a entidades industriais da região. O novo



Divulgação/Busscar

double decker poderá ajudar nas exportações, que hoje respondem por 15% da produção. O principal mercado externo é o Chile, que já chegou a comprar anualmente 150 veículos. A Busscar pretende reforçar vendas em outros países latino-americanos e planeja entrar no mercado africano.

Marcopolo aumenta receitas, lucros e produção

No segundo trimestre de 2024 a Marcopolo registrou receita líquida de R\$ 1,9 bilhão, aumento de 43,4% na comparação com igual período de 2023. O lucro bruto da companhia de abril a junho foi de R\$ 509,9 milhões, com margem de 26,1%, resultado superior ao dos mesmos três meses do ano

passado: ganho bruto de R\$ 276,2 milhões e margem de 20,2%. O EBITDA, lucro antes de impostos, juros e depreciação de ativos, foi de R\$ 382,3 milhões, com margem de 19,5%, valor bem acima do registrado no segundo trimestre de 2023, de R\$ 158 milhões com margem de 11,6%. Em três

meses a Marcopolo produziu 4 mil unidades, expansão de 32,8% com relação ao segundo trimestre de 2023. Do total 3,4 mil unidades foram montadas no Brasil, volume 36,4% superior na mesma base comparativa, e a produção no Exterior chegou a 643 carrocerias, incremento de 16,7%.

Randoncorp é premiada pela Daimler Truck

A Randoncorp foi a única empresa brasileira premiada pela Daimler Truck em seu Supplier Summit 2024, prêmio global para fornecedores entregue em Wörth am Rhein, na Alemanha, em julho. A Daimler Truck, fabricante de caminhões Mercedes-Benz e de ou-

tras marcas, afirmou ter premiado a Randoncorp pelo seu "excelente conhecimento no desenvolvimento de eixos, suspensões de eixos e tecnologia de eletrificação, com bom trabalho prestado, principalmente no mercado brasileiro, onde são parceiras há 24 anos". Segundo

a Randoncorp a premiação não foi baseada em um componente específico, mas pela atuação de suas diversas empresas fornecedoras de componentes da Mercedes-Benz, que é atendida por Castertech, Jost Brasil, Master e Suspensys.

Comexport investe R\$ 400 milhões para montar carros eletrificados no Ceará

A Comexport, empresa que opera na área de comércio exterior, anunciou investimento de R\$ 400 milhões para iniciar, a partir de 2025, a montagem de seis modelos eletrificados de três marcas chinesas diferentes na antiga fábrica da Troller em Horizonte, CE, que pertencia à Ford e foi fechada em 2021. O anúncio foi feito no início de agosto em evento organizado pelo governo do Estado do Ceará que contou com a presença de Geraldo Alckmin, vice-presidente da República e ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. Pormenores como as identidades dos participantes e os nomes dos modelos serão anunciados posteriormente.



Divulgação/Xxxxxx

Venda de carros eletrificados já supera o volume de 2023

De janeiro a julho as vendas de veículos eletrificados já superaram o volume de 2023 inteiro. Segundo a ABVE, Associação Brasileira do Veículo Elétrico, foram emplacados em sete meses 94,6 mil híbridos e elétricos, acima das 93,9 mil vendas nos doze meses do ano passado. Na comparação com o mesmo período de 2023 os emplacamentos cresceram 138%. Julho foi o melhor mês de vendas em 2024, com 15,3 mil unidades, que representaram 7% do total de automóveis e comerciais leves vendidos no mês. A projeção da ABVE é de vender 150 mil eletrificados até dezembro.

Omoda e Jaecoo investem R\$ 200 milhões para iniciar operação no Brasil

As chinesas Omoda e Jaecoo, marcas do Grupo Chery, anunciaram investimento de R\$ 200 milhões para iniciar operação no Brasil. As vendas devem começar no primeiro trimestre de 2025. Os negócios iniciarão com modelos importados da China e vendidos em uma rede de mais de cinquenta concessionárias confirmadas. Um novo investimento, maior, será anunciado para a produção de modelos das duas no País. Segundo a empresa as negociações da fábrica brasileira estão sendo conduzidas pela matriz na China e o assunto ainda é tratado em sigilo.

BYD vende Dolphin Mini mais barato para PcD

A BYD começou a vender o Dolphin Mini com isenções de impostos para clientes PcD. É o primeiro carro 100% elétrico no País a entrar no programa de descontos para pessoas com deficiência. O modelo de quatro lugares, exclusivamente na cor preta, passa de R\$ 114,8 mil para R\$ 99,8 mil. No caso da versão de cinco lugares, em todas as cores, o preço cai de R\$ 119,8 mil para R\$ 101,8 mil. O wallbox de recarga é gratuito para todos os compradores. Pela legislação clientes PcD conseguem isenção total de IPI para modelos de até R\$ 200 mil, desde que cumpridos uma série de requisitos. No caso do ICMS o teto é R\$ 120 mil mas o desconto se aplica apenas até R\$ 70 mil.



Divulgação/BYD

Jeep soma 1 milhão de SUVs vendidos no Brasil

Em agosto a Jeep somou 1 milhão de SUVs vendidos no mercado brasileiro desde 2015, quando foi inaugurada a fábrica de Goiana, PE. Metade do volume corresponde ao primeiro modelo produzido em Pernambuco, o Renegade. Com 450 mil unidades o segundo mais comercializado no País é o Compass, cuja produção foi iniciada em 2016 – o Brasil foi o primeiro a produzir e a comercializar a nova geração do SUV médio. Aos dois somam-se as 50 mil vendas do Commander, projetado pela engenharia brasileira e fabricado a partir de 2021.



Divulgação/Jeep

Tupy registra maior lucro Ebitda de sua história

A Tupy registrou o maior valor trimestral de Ebitda ajustado de sua história. O lucro antes de impostos, juros e depreciação de ativos, de abril a junho, alcançou R\$ 395 milhões, com margem de 14,1%, avanço em comparação aos 11,2% obtidos no mesmo período do ano passado. Com lucro líquido de R\$ 18 milhões e receita de R\$ 2,8 bilhões a multinacional brasileira justificou que os números decorrem do desempenho operacional, das iniciativas de gestão de capital de giro e do resultado dos negócios provenientes da aquisição da fabricante de motores e geradores MWM, em 2022. Segundo a empresa, novos contratos adicionarão receitas de R\$ 200 milhões ao ano a partir de 2025, incluindo a manufatura dos cabeçotes do motor MAN D26 para os modelos Meteor e Constellation, da Volkswagen Caminhões e Ônibus, que atualmente são usinados pelo cliente na Alemanha e passarão a ser feitos na MWM em São Paulo, e o fornecimento de blocos de motores para um dos maiores fabricantes globais de veículos comerciais leves, em demanda originada pela maior procura por picapes.

Festival Interlagos bate recorde de público

A terceira edição do Festival Interlagos, realizada de 9 a 11 de agosto, bateu recorde de público após receber 118,7 mil visitantes durante os três dias de evento. Também foi recorde o número de test-drives realizados, que chegou a 8,9 mil. O evento contou com 29 marcas e 19 montadoras expositoras que levaram 355 veículos para os diversos espaços no interior do Autódromo de Interlagos. Após o sucesso da edição 2024, que ocupou totalmente uma área de 100 mil m², a organização já confirmou que o quarto Festival Interlagos será realizado de 11 a 15 de junho de 2025.



Divulgação/xxxx

DAF chega a 40 mil caminhões produzidos em Ponta Grossa



Divulgação/DAF

Desde 2013, quando inaugurou fábrica em Ponta Grossa, PR, a DAF Caminhões registrou a produção de 40 mil caminhões. O marco foi alcançado com um cavalo mecânico XF 6x2 equipado com motor de 530 cv, um dos dez pesados mais vendidos no Brasil em 2024, que integra agora a frota da Théo Transportes. A entrega do DAF 40 mil ocorreu no início de agosto, na sede da empresa.

**CONTAMOS COM
SEU VOTO!**

ESTAMOS CONCORRENDO AO PRÊMIO AUTODATA

na categoria “Cadeia
Automotiva Ampliada”,
com o case:

**“MWM IMPLEMENTA
TECNOLOGIA DE MOTOR
A BIOMETANO EM
CAMINHÕES E
MOTOBOMBAS DA
COCAL”**



VER CASE

VOTE AQUI



Financiamentos em julho têm melhor resultado mensal desde 2013

Em julho as vendas financiadas de veículos leves, pesados e motocicletas alcançaram o melhor resultado mensal desde dezembro de 2013, somando 626 mil unidades, de acordo com dados da B3. O volume foi 27,2% maior do que o registrado no mesmo mês de 2023 e 7,2% acima do registrado em junho passado. Do total vendido a prazo em julho 415 mil foram de veículos usados e 211 mil novos. Separadas por segmentos, em

comparação a julho do ano passado, os financiamentos de veículos leves cresceram 26%, o de pesados avançou 28,1% e o de motocicletas aumentou 32%. No acumulado de 2024 as vendas a prazo de veículos leves, pesados e motos, novos e usados, atingiram o maior patamar para o período desde 2011, chegando a 4 milhões de unidades. Na comparação com iguais meses de 2023 a expansão foi de 24,3%.

Produção de motos chega a 1 milhão até julho

No acumulado de 2024 até julho saíram das linhas de produção do Polo Industrial de Manaus, AM, pouco mais de 1 milhão de motocicletas, resultado 14,4% acima do registrado nos sete meses iniciais de 2023. É o maior volume para o período desde 2012. Em julho isoladamente foram fabricadas 147,1 mil unidades, aumento de 38,4% ante junho e de 19,7% em comparação ao mesmo mês no ano passado. Foi o melhor resultado para o mês em catorze anos.



Divulgação/Yamaha

Hyundai começa a importar o SUV Palisade



Divulgação/Hyundai

O primeiro veículo importado diretamente pela Hyundai no Brasil após o acordo com a Caoa, que unificou a rede e colocou nas mãos da montadora sul-coreana o processo de importação será o SUV de grande porte Palisade, com assentos para até oito pessoas. Lançado em 2018 no Salão de Los Angeles, na Califórnia, o Palisade chega importado da Coreia do Sul em sua geração mais recente. Traz sob o capô motor V6 de 3,8 litros de 295 cv com transmissão automática. Tem tração integral e generoso pacote de tecnologia. A versão Signature entrou em pré-venda por R\$ 450 mil. A empresa confirmou que o próximo importado a chegar ao mercado brasileiro será o 100% elétrico Ioniq 5.

Niterra/NGK completa 65 anos no Brasil

A Niterra, multinacional japonesa proprietária das marcas NGK e NTK, completou 65 anos de operação no mercado brasileiro, onde mantém fábrica instalada em Mogi das Cruzes, SP, a primeira da empresa fora do Japão. A unidade ocupa terreno de 625 mil m², emprega cerca de 1,3 mil pessoas e já produziu mais

de 2,4 bilhões de velas e mais de 310 milhões de cabos de ignição. A planta também tem bons números ligados ao meio ambiente pois reprocessa todo mês 90% dos resíduos gerados a partir da sua produção e recicla 70% da água utilizada por meio de estação de tratamento para reuso de efluentes.

VOTE

NA IVECO PARA O PRÊMIO AUTODATA

A **IVECO** está concorrendo em 3 categorias no **Prêmio AutoData 2024**. Esse reconhecimento reafirma nosso compromisso com a inovação e a excelência no transporte.



No trânsito, a vida vem primeiro.

cp®

VOTE NAS SEGUINTE CATEGORIAS

**VEÍCULOS
COMERCIAIS DE CARGA**
IVECO DAILY 35-180 HI-MATIC

**MONTADORA
DE VEÍCULOS
COMERCIAIS**

**PERSONALIDADE
DO ANO**
MARCIO QUERICHELLI
PRESIDENTE



ESCANEE
O QR CODE
E VOTE
ATÉ 31/10.

IVECO
Criando novos caminhos



Divulgação/Stellantis

LEAPMOTOR: FERNANDO VARELA

A Stellantis escolheu Fernando Varela para ser o responsável na América do Sul de sua mais nova marca: a Leapmotor, joint-venture do grupo com a fabricante chinesa de carros elétricos. O executivo acumulará suas responsabilidades na Leapmotor com o cargo de vice-presidente da região Andina e América Central da Stellantis. Varela vai liderar a execução dos planos da marca na região, confirmada para chegar ao Brasil e ao Chile em 2025. Ele se reportará a Tianshu Xin, CEO da Leapmotor International, e na Stellantis seguirá respondendo a Emanuele Cappellano, presidente do grupo na América do Sul.



Divulgação/Scania

SCANIA LATIN AMERICA: ANA PAULA ZANETTI

Ana Paula Zanetti assumiu as funções de conselheira da diretoria jurídica da Scania Latin America no Brasil, baseada em São Bernardo do Campo, SP. A executiva, com 26 anos de experiência no mercado financeiro, já trabalhou em grandes empresas como Bradesco e Elo. Zanetti tem diversas formações, como MBA em direito da economia e da empresa pela FGV e MBA em direito societário e corporativo pelo Insper.



Divulgação/VWFS

VWFS: LUÍS FABIANO ALVES PENTEADO

A VWFS, Volkswagen Financial Services Brasil, anunciou que Luís Fabiano Alves Penteado é seu novo diretor de pessoas, jurídico e assuntos governamentais, área recém-criada na organização que reúne as equipes de cultura, desenvolvimento, diversidade, comunicação corporativa, workplace e bem estar, ESG, ouvidoria e privacidade de dados. O novo diretor está no Grupo Volkswagen desde 2003 e já passou pelas áreas fiscal e tributária antes de se tornar diretor jurídico, em 2017. O executivo é formado em direito, com especializações em direito empresarial pelo Mackenzie e direito da economia e tributação internacional pela FGV.



Divulgação/BMW

BMW SERVIÇOS FINANCEIROS: RODRIGO ANDRADE

A partir de 1º de setembro a divisão BMW Serviços Financeiros do Grupo BMW no Brasil terá um novo superintendente de vendas e marketing: Rodrigo Andrade, que atualmente é chefe de vendas corporativas e especiais da empresa na América Latina, baseado no México. Ele sucederá a Matheus Pereira, que assumiu como novo CEO da BMW Motorrad Brasil em 1º de julho. Andrade terá a missão de reforçar o crescimento das operações no Brasil como responsável por vendas, marketing, CRM, produtos e planejamento comercial e se reportará ao CEO da BMW Serviços Financeiros, Mário Janssen. O executivo ingressou no grupo em 2012 como gerente regional de vendas e acumula mais de 25 anos de experiência no setor automotivo.



Divulgação/MWM

MWM: JOSÉ EDUARDO LUZZI

Após quarenta anos de história na MWM Motores, desde 2022 uma subsidiária do Grupo Tupy, José Eduardo Luzzi deixou o cargo de CEO da fabricante de motores e geradores, que ocupava desde 2010 e que acumulou com o comando da Navistar no País a partir de 2015, na saída de Waldey Sanchez. Luzzi acompanhou e administrou todo o processo de transição da empresa até a compra pela Tupy. Ele seguirá na empresa como consultor em projetos estratégicos. As áreas da MWM passaram a responder diretamente a Fernando de Rizzo, CEO da Tupy.



Divulgação/Massey Ferguson



MASSEY FERGUSON: KELLEN BORMANN + BRENO CAVALCANTI

A Massey Ferguson, marca de tratores e colheitadeiras do Grupo AGCO, anunciou em agosto a reestruturação de sua diretoria de vendas e marketing no Brasil e na América Latina. Kellen Bormann é a nova diretora de vendas. Ela soma mais de 25 anos de experiência em gerenciamento de vendas, marketing e áreas operacionais e nos últimos seis anos foi diretora de desenvolvimento de rede na AGCO. Já Breno Cavalcanti assumiu a diretoria de marketing, após duas décadas na AGCO, nos últimos oito anos atuando em funções de administração e reestruturação de áreas críticas, como marketing, inteligência de mercado e desenvolvimento de negócios.



Divulgação/Iveco

IVECO: MARCO AURÉLIO PACHECO

Marco Aurélio Pacheco foi nomeado diretor comercial da Iveco no Brasil, com a missão de expandir as vendas de caminhões no mercado doméstico. O executivo tem mais de 25 anos de experiência no setor automotivo, com passagens por General Motors, Ituran e, mais recentemente, Nissan, na qual ocupava a diretoria de pós-vendas. Desde o começo de agosto Pacheco reporta diretamente ao presidente Márcio Querichelli. Ele é formado em engenharia mecânica pela Universidade Mackenzie e tem MBA em marketing de serviços pela USP.



Divulgação/Lecar

LECAR: RODRIGO RUMI

Com passagens por General Motors, Toyota, Lexus, Caoa e RX [antiga Reeds], Rodrigo Rumi assume a vice-presidência de marketing, vendas, pós-venda, inovação e novos negócios da Lecar, empreendimento que Flávio Assis, fundador, chairman e CEO, pretende transformar na primeira montadora brasileira de veículos híbridos e elétricos. Rumi, pós-graduado e com MBA em marketing pela ESPM, acumula mais de vinte anos de experiência no setor e chega à empresa para conduzir a estratégia da Lecar. Assis recentemente mudou os rumos da sua empresa, que pretendia, no início, produzir veículos 100% elétricos. Seu foco, agora, é o desenvolvimento de híbridos com motores a etanol.



Divulgação/GWM

GWM: DIEGO FERNANDES

Desde julho Diego Fernandes é o novo COO, chefe de operações, da Great Wall Motor no Brasil. O executivo assumiu as responsabilidades deixadas Oswaldo Ramos, que saiu da montadora nos últimos meses, e além das áreas de vendas, marketing, pós-vendas e desenvolvimento de rede terá também atribuições em logística, experiência do consumidor e da marca. Fernandes se reportará diretamente ao presidente internacional da GWM, Parker Shi. O executivo construiu grande parte da sua carreira na Honda Automóveis, onde trabalhou por 27 anos. Seu último cargo foi o de diretor comercial e de marca corporativa. O novo COO é formado em marketing, com pós-graduação em administração de empresas e marketing e MBA em gestão estratégica e econômica de negócios.



Divulgação/Banco CNH Industrial



BANCO CNH INDUSTRIAL: FERNANDA BALTAZAR + MARCELO DALCUCHE + JUCIVALDO FEITOSA

O Banco CNH Industrial anunciou mudanças em sua estrutura, com três novos diretores. Fernanda Baltazar é a nova diretora comercial e de seguros, sucedendo a Márcio Contreras, que foi para a diretoria de marketing da New Holland

América Latina. Marcelo Dalcuche (foto ao centro) assumiu a diretoria de empréstimos comerciais. Já a direção de uma nova área, de gestão de produtos financeiros, foi assumida por Jucivaldo Feitosa, que está há mais de dez anos no banco.



Divulgação/Revo

REVO: CÍCERO MORICONI DE MELO

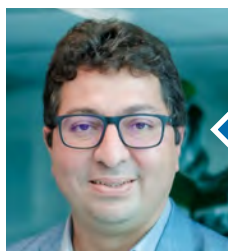
O engenheiro Cícero Moriconi de Melo é o novo diretor industrial da Revo, adaptadora de veículos. Ex-executivo da Ford, empresa na qual permaneceu por quase quatro décadas, incluindo sua última experiência na Troller, no Ceará – que encerrou a operação em 2021 –, Melo responde agora pelas duas unidades da empresa, em Sorocaba e Tatuí, SP. Melo chega com a missão de promover o crescimento da Revo, hoje com capacidade de adaptar até duzentos veículos por dia, de viaturas para uso policial a frotas de transporte, caminhões especiais, veículos para combate a incêndios e lazer personalizado, além de contar com linha interna para blindagens.



Divulgação/Carbon

CARBON: GUSTAVO AZAMBUJA

A blindadora Carbon contratou Gustavo Azambuja para ser seu novo diretor comercial em parte dos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Espírito Santo. O executivo reportará ao vice-presidente comercial Everton Kurdejek. Azambuja chega ao novo cargo com meta de elevar o volume de blindagens de quatrocentas para quinhentas por mês até o fim do ano. O diretor é formado em engenharia civil e economia pelo Mackenzie, com mais de 25 anos de experiência no setor automotivo. Esteve recentemente na Stellantis, na qual trabalhou junto com Kurdejek.



Divulgação/TEVX Higer

TEVX HIGER: CARLOS EDUARDO CARDOSO DE SOUZA

A fabricante chinesa de ônibus elétricos TEVX Higer anunciou Carlos Eduardo Cardoso de Souza como seu novo diretor executivo, responsável pelos projetos de eletromobilidade para cidades no Brasil. Souza trabalhou por duas décadas no grupo Enel, sendo que nos últimos sete na Enel X. O diretor tem mestrado profissional em gestão de sistemas de engenharia pela Católica de Petrópolis e MBA em gestão estratégica de negócios com ênfase em energia no Ibmec.

50,7%

Participação de modelos elétricos e híbridos no total de 1,7 milhão de carros vendidos na China em julho. Pela primeira vez em um mês os eletrificados superaram em volume os veículos a combustão no país. Há três anos este percentual era de 7%.

US\$ 2,8 mil

Valor equivalente em dólares do subsídio para a compra de novos carros eletrificados que o governo chinês dobrou no fim de julho, para tentar reaquecer o mercado doméstico. O benefício é retroativo a abril, quando o desconto foi introduzido.

US\$ 150 bi

Mercado de chips para automóveis em 2030 projetado pela McKinsey, levando em conta o avanço tecnológico que transforma carros, especialmente os elétricos, em computadores sobre rodas que consomem cada vez mais semicondutores.

8h

Tempo que bombeiros levaram para apagar incêndio causado por um Mercedes-Benz elétrico estacionado em uma garagem em Incheon, na Coreia do Sul, que destruiu 140 carros e obrigou moradores a deixar seus apartamentos.

“Assinar um acordo com a Honda parece uma manobra para tentar desviar a atenção dos resultados miseráveis da Nissan. Não consigo imaginar como isso funcionará, a menos que seja uma aquisição disfarçada da Nissan e da Mitsubishi com a Honda no banco do motorista, porque ela é de longe a mais forte das três.”

Carlos Ghosn, arquiteto e ex-CEO da Aliança Renault-Nissan-Mitsubishi, atualmente foragido da justiça do Japão, no Líbano, em entrevista à Automotive News, ao comentar o acordo de cooperação para desenvolver carros elétricos firmado pela Honda com Nissan e Mitsubishi no início de agosto.

“Em caso de falha o pior que pode acontecer a um telefone celular é ele travar. O pior caso para um carro é alguém se ferir ou morrer. Por este motivo o desenvolvimento de softwares para um veículo tem o limite adicional de realmente ter certeza de que o que você faz não vai prejudicar ninguém.”

Thomas Ingenlath, CEO da Polestar, fabricante de carros elétricos da Volvo, em entrevista à Automotive News Europe, ao explicar porque problemas no desenvolvimento de softwares atrasaram os lançamentos da marca na Europa e nos Estados Unidos.

“Será incrivelmente caro para o mundo eliminar completamente ou prescindir dos motores de combustão interna. Se você olhar para a acessibilidade e muitos outros fatores, acho que eles existirão por muito, muito tempo, para sempre.”

Yasser Mufti, vice-presidente executivo da Saudi Aramco, estatal produtora de petróleo e derivados da Arábia Saudita, em entrevista ao Financial Times, para justificar a compra, por € 740 milhões, de 10% da fabricante de motores Horse, tornando-se sócia no negócio dos grupos Renault e Geely.

“Seguramente os fabricantes de veículos elétricos vão precisar de mais subsídios se a Europa quiser aposentar os veículos a combustão até 2030. Vemos que muitos fornecedores investiram demais nisso [nas tecnologias de eletrificação] e agora precisam rediscutir contratos porque os lançamentos estão sendo adiados.”

Liam Butterworth, CEO do Dowlais Group, fornecedor de sistemas estabelecido no Reino Unido, durante divulgação de resultados da empresa, em agosto.

AUTO DATA

Os patrocinadores desta edição

