



Accesse pelo
QR Code



Gama Foton à venda no País é da linha Citytruck. Modelos têm várias capacidades: 3,5, 6,5 e 11 toneladas. Caminhão de 9 toneladas chegará neste ano ao País

Foton produzirá caminhão elétrico, semipesado e pesado no Brasil

Empresa deve promover primeiros testes com veículos elétricos ainda neste ano. Até 2022, marca pretende ocupar espaço no mercado nacional deixado pela Ford

Por Andrea Ramos

A Foton prepara várias novidades para o Brasil. Entre elas está o lançamento de caminhão elétrico e de uma linha de semipesados. De acordo com Márcio Vita, CEO da empresa no País, os testes com o elétrico começam em breve. Em entrevista exclusiva ao portal **Estradão**, o executivo diz que a marca tem como objetivo ocupar o espaço deixado pela Ford. A Foton estreará nos segmentos de 17 e 24 toneladas e, para isso, conta com 38 concessionárias no Brasil. Desse total, 28 eram da Ford Caminhões. A marca também promete ter 50 pontos de atendimento até o fim de 2021.

A Foton Caminhões chegou ao Brasil em 2010. Nestes dez anos no País, não faltaram dificuldades, segundo Vita. Ele cita, por exemplo, o Inovar-Auto, programa do governo que frustrou os planos da marca de importar caminhões da China. Junto com investidores brasileiros, a empresa iniciou

a construção de uma planta na cidade de Guaíba, localizada na região metropolitana de Porto Alegre (RS). No entanto, uma crise política seguida por outra na economia interromperam os planos.

Em 2020, a Foton anunciou o lançamento de seu primeiro caminhão produzido no Brasil. Porém, como a fábrica ainda não está pronta, a produção ficou a cargo da Gefco Indústria. A linha de montagem localiza-se ao lado da área onde a Foton promete erguer sua fábrica no País. Segundo a empresa, a planta deve entrar em operação entre 2024 e 2025.

Lançado em 2020, o caminhão faz parte da família Citytruck. Segundo a Foton, o peso bruto total (PBT) é de 3,5 toneladas e há ainda versões de 6,5 e 11 toneladas, esses dois modelos, aliás, também foram lançados no ano passado, mas são importados da China. Em 2020, a Foton alcançou sua maior representatividade dentro do mercado de caminhões no Brasil.

+ CONTINUA NA PÁG. 2

Leia também:

CARRO ELÉTRICO
Por um ar melhor, Rivellino entra para time dos amantes da condução elétrica

+ PÁG. 4



Foto: Arquivo Pessoal

E mais:

MOTOCICLETAS
Mulheres à procura do merecido reconhecimento no segmento

+ PÁG. 6



Foto: Arquivo Pessoal

“Nunca pensamos em desistir. A Foton acredita no Brasil”

Márcio Vita diz que, apesar das incertezas, fabricante não deixará o País, como fizeram outras marcas

Para Márcio Vita, CEO nacional da Foton, 2020 também foi o melhor ano para a empresa na China: apesar da pandemia da covid-19, foram produzidos 680 mil caminhões. “O mercado chinês de caminhões, no entanto, enfrenta uma certa estagnação”, diz Vita. De acordo com ele, houve até dois anos seguidos de leve queda. “Por isso, as empresas passaram a valorizar ainda mais o mercado internacional. Para a Foton, o Brasil está em primeiro lugar.”

Como o senhor avalia a atuação da Foton Brasil nestes dez anos?

Márcio Vita: Foram muitos os desafios. Como o Inovar-Auto, a crise econômica, o impeachment (presidencial) e a pandemia. Costumo dizer que, nestes dez anos, a Foton venceu desafios que uma empresa pequena não encararia. Tivemos muito suporte da matriz. O Brasil é importante para a empresa em diversos aspectos. Os chineses usam o mercado de caminhões do Brasil para se espelhar. Ou seja, tudo o que demandamos com relação à segurança e às emissões, por exemplo, eles incorporam nas linhas de produtos. Além disso, as leis brasileiras são exemplos para eles. É o caso do Código de Defesa do Consumidor e da Lei Ferrari, que regula o setor de concessionárias. O mercado brasileiro está mais próximo dos chineses que o europeu ou o americano, por exemplo. Até por isso, só conseguimos homologar os primeiros caminhões para o Brasil em 2011. Foi quando fomos pegos de surpresa pelo Inovar-Auto. A ideia era importar os caminhões. O acordo que tínhamos previa criar uma demanda no Brasil por cerca de três anos. Só depois disso, partiríamos para a montagem local.

Quando o Inovar-Auto chegou, a Foton já havia importado veículos?

Vita: Sim, foi uma reviravolta. Tínhamos embarcado um lote grande de caminhões com quase 300 unidades. Mas tivemos de rever todo o plano. Levamos quase um ano e meio estudando o projeto para nos adaptar às demandas do programa. Uma das dificuldades foi viabilizar o investimento na fábrica. Essa era uma imposição do governo federal para termos direito a uma cota de importação de dois anos. Foi quando decidimos pelo Rio Grande do Sul.

Foi por isso que o início das vendas demorou a ocorrer?

Vita: Sim. Em 2013, conseguimos vender o primeiro caminhão no País. Podemos considerar que, há sete, quase oito anos, estamos no mercado brasileiro com experiência de vender caminhões de até 11 toneladas e continuamos enfrentando várias dificuldades: crises, pandemia, alta do dólar – que sobe 20%, 30% em um período muito curto. Para, de repente, cair. Isso cria incertezas a todas as marcas. Mesmo assim, nunca pensamos em desistir. A Foton acredita no País. Somos diferentes de outras marcas que estiveram no Brasil e foram embora. Passamos e continuamos passando por inúmeras dificuldades, mas em nenhum momento tivemos dúvidas sobre o potencial da Foton no Brasil.

Essa é uma trajetória marcada pela resiliência...

Vita: Com certeza. O fato de iniciarmos a produção no Brasil é uma prova disso. Mesmo nos momentos difíceis, a gente queria acelerar a produção. Começamos a montar os primeiros caminhões em 2017, e não paramos mais. Além disso, ampliamos o leque de opções com a importação de caminhões. Os chineses nos apoiam com tecnologia, engenharia e equipamentos. Os caminhões lançados em outubro de 2020 no Brasil já saem com tecnologias que serão exigidas no País apenas em 2025.

Além de lançar a linha Citytruck, a Foton iniciou testes com caminhões a gás. O que a marca trará de novidade?

Vita: Do segmento de semileves, temos uma geração completa. Os caminhões têm motor Cummins, câmbio ZF e freios Wabco produzidos no Brasil e exportados para a China. Também temos o caminhão a gás e pensamos trazer a tecnologia elétrica ao País.

Há planos de trazer caminhões elétricos e ter oferta ampla de veículos a gás no Brasil?

Vita: A Foton está na vanguarda das tecnologias alternativas ao diesel. Em 2010, a marca já vendia na China vários veículos elétricos, inclusive ônibus. O desenvolvimento de caminhões autônomos está avançado. A Foton sempre foi inovadora. Vamos, sem dúvida, introduzir essas duas tecnologias aqui.



Márcio Vita: "A Foton está na vanguarda das tecnologias alternativas ao diesel"

Para ler a entrevista na íntegra, acesse:



Qual opção é melhor para o Brasil: gás, elétricos ou as duas?

Vita: Vejo o gás como uma tecnologia imediata e acredito que ele será a transição para a eletromobilidade ou outras tecnologias menos poluentes que o uso de diesel. No caso do elétrico, há entraves como custo maior na hora da compra, autonomia relativamente reduzida, valor de revenda e durabilidade das baterias, por exemplo. Porém, essa tecnologia é uma realidade e há muitos clientes interessados. O GNL (gás líquido) também está no nosso radar, sobretudo no segmento de caminhões maiores.

Quando essas tecnologias chegarão ao Brasil?

Vita: Em 2020, nos dedicamos bastante ao desenvolvimento de tecnologias alternativas ao diesel. E, no momento correto, quando a demanda estiver adequada, vamos lançá-las no País. A Foton tem grande capacidade de produção desse tipo de veículo. No caso do caminhão a gás, estamos na etapa de avaliação, ainda. Não podemos cometer erros. Por isso, o lançamento ocorrerá no momento certo. Com relação ao elétrico, vamos importar um lote para iniciar os testes no Brasil.

Os testes com os elétricos começam neste ano?

Vita: Provavelmente, sim. Com o caminhão a gás, os testes são mais demorados. No caso do elétrico, estudamos com muito cuidado quais versões seriam mais adequadas. Agora, avaliamos possíveis parceiros locais. Acredito que teremos novidades até o fim deste ano.

A Foton está preparada para a P8, que deve entrar em vigor no Brasil em 2022?

Vita: Sim. Estamos e temos produtos adequados para atender à lei, quando entrar em vigor. Existe uma forte pressão para postergar o início do P8 (Euro 6).

Qual sua avaliação sobre isso?

Vita: O Brasil planeja, as fabricantes desenvolvem e gastam dinheiro. Aí, chega a hora de a lei entrar em vigor e isso não ocorre. Ou seja, fico com a impressão de que jogamos dinheiro fora. Adiar representa custo e cria frustração. Entendo que o certo seria manter a data prevista inicialmente. Por outro lado, é preciso entender o País como um todo e os impactos que a nova tecnologia vai trazer. Um deles é o aumento no preço dos produtos, assim como ocorreu quando migramos do P5 para o P7. Nem todas as empresas naquele momento, em que o mercado estava aquecido, conseguiram diluir o custo.

Alguns setores argumentam que renovar a frota seria mais eficaz que o P8. Qual a sua opinião?

Vita: Quanto de benefício trará a mais o movimento de P7 para P8 comparado à renovação da frota? Se eu tivesse que defender algo, seria a renovação da frota. Primeiro, porque é mais eficaz. Além disso, migrar de P7 para P8 em um momento como o atual, repleto de incertezas, não me parece ser adequado.

Qual é a importância para a marca dos modelos leves e médios lançados em 2020?

Vita: Acreditamos muito neles. Mesmo porque esse segmento ficou carente de novidades. Temos condições de atender

ao segmento da mesma forma que a Ford fazia. Nossos preços são competitivos e os caminhões são superiores em tecnologia e capacidade de carga. Além disso, temos as versões de 3,5 toneladas de PBT produzidas em Guaíba (RS).

A opção de 9 toneladas da família chegará ainda em 2021?

Vita: Sim. Esse caminhão está sendo homologado e deverá estar no mercado no segundo semestre de 2021. Trata-se de um produto bastante avançado, com tecnologias avançadas, assim como os demais modelos da família Citytruck.

Em 2020, a Foton anunciou que terá caminhões semipesados no Brasil. O senhor confirma?

Vita: Sim, é verdade. Nossa expectativa é lançar caminhos de 17 e 24 toneladas no mercado brasileiro em 2022.

Haverá opções vocacionais para cobrir o espaço deixado pela Ford?

Vita: Sem dúvida. Estamos estudando isso com a rede. Não queremos tomar essa decisão sozinhos. O Brasil tem grandes parceiros que podem adequar os produtos. Do mesmo modo, torná-los vocacionais e nos ajudar nesse processo.

Na China, a Foton tem caminhões em todos os segmentos. A marca pretende vender pesados no Brasil?

Vita: É um objetivo dos chineses introduzir toda a gama de produtos por aqui. Fomos nós que invertemos a estratégia de como os caminhões chegariam ao País. Os chineses queriam começar pelos pesados. Mas, como na China a Foton é mais forte em leves, resolvemos iniciar por esse caminho. Seja como for, a Foton nunca desistiu de trazer os pesados. Em algum momento, isso vai ocorrer. Precisamos nos consolidar no mercado. Até por isso, a Foton se espelha tanto no mercado brasileiro de caminhões. Então, quando vier o novo modelo, deve ter um bom preço e não deixar dúvida em relação à qualidade. O mercado nacional é muito bem preparado e bastante profissional.

Para ler e compartilhar no digital, acesse:



Caminhão a gás com capacidade de 2,8 toneladas roda em testes na operação do Carrefour em São Paulo



FALE CONOSCO ▶ Se você quer comentar, sugerir reportagens ou anunciar produtos ou serviços na área de mobilidade, envie uma mensagem para mobilidade@estadao.com



SUMMIT MOBILIDADE URBANA 2021

Evento
online e
gratuito

De 17 a 21 de maio

<https://summitmobilidade.estadao.com.br>



Garanta já a
sua inscrição!



Transição para uma Nova Cidade

Uma semana dedicada às discussões sobre desafios, desigualdades e inclusão das cidades, em formato totalmente reformulado, com uma nova estrutura ainda mais dinâmica, interativa e relevante.

KEYNOTE SPEAKER

MARCEL PORRAS

Diretor de Sustentabilidade
do Departamento de
Transporte de Los Angeles



Realização: **ESTADÃO**

Oferecimento: **CCR**

Patrocínio:

99

HONDA
ASAS DA LIBERDADE

Um craque da bola a serviço do meio ambiente e qualidade do ar

Depois das vitórias em campo, Roberto Rivellino celebra vantagens da condução elétrica



MOMENTO mobilidade
NÃO PERCA NOSSA LIVE QUE ACONTECE TODAS AS QUARTAS-FEIRAS, ÀS 11H, COM TRANSMISSÃO AO VIVO PELO PORTAL MOBILIDADE

Por *Patrícia Rodrigues*

Além do futebol, o tricampeão da Copa de 1970 Roberto Rivellino tem outras paixões: seus pássaros, contato com a natureza e... carros. Apesar da vida tranquila em Vinhedo (SP), Rivellino gosta de se reunir com os amigos e pegar estrada, “sentir” o carro, acelerar. Porém, desde o início do isolamento social, o muito que ele tem feito nesse sentido é ir ao mercado que fica a dez minutos de casa, duas vezes por semana ou até menos, para comprar o básico.

É nesse curto trajeto que o ex-jogador da Seleção Brasileira, do Corinthians e do Fluminense comemora a experiência de dirigir sua nova SUV Volvo XC 90 R-Design 2020, com apenas 4 mil quilômetros rodados, adquirida há pouco mais de dois meses na concessionária Toriba, do amigo Rodrigo Faria. Como não estava familiarizado com a tecnologia (que, automaticamente, muda para o combustível) e receio de não ter autonomia para concluir o percurso, ele voltou da revendedora, localizada na capital paulista, até em casa ainda sem utilizar a condução 100% elétrica.

Apesar dos muitos veículos que já possuiu, esse é o primeiro contato de Rivellino com a mobilidade elétrica – bastante incentivado pelo filho Rodrigo, que também herdou do pai a paixão por carros. “Sempre apreciei

peruas e estou encantado com essa, com todos os recursos que ainda estou descobrindo”, conta, entusiasmado.

Ele vem utilizando o modelo híbrido plug-in, prioritariamente, na função elétrica, pois ainda não teve a oportunidade de andar a mais de 120 km/h. Mesmo saindo pouco, Rivellino gosta bastante de carros e a peruá é o modelo que mais atende à rotina atual, já que alguns de seus trechos são de chão de terra batida. “Ainda estou me adaptando a ela, mas é fantástica, principalmente porque, agora, também não poluo!”, comemora. “Com uma autonomia de 100 quilômetros, ela atende muito, muito bem às minhas necessidades, pois dirijo a, no máximo, 80 km/h – a velocidade permitida nos arredores do condomínio onde moro.”

BENEFÍCIO DE NÃO POLUIR

A questão da qualidade do ar é muito importante para ele – uma de suas lembranças mais antigas (e aflitivas) é o céu da capital tomado pela camada de poluição e carros e ônibus soltando muita fumaça. “Gostaria que todos tivessem a mesma oportunidade de respirar ar puro todos os dias”, conta. Ele frisa que a preocupação ambiental envolve lidar com muitos fatores, e não só os carros, mas enxerga o veículo elétrico como uma das alternativas para isso. “Muito mais que economia de gasolina, a principal vantagem, para mim, é a de não

ser poluente”, reforça. “Mesmo mais caro por enquanto, o carro elétrico é o futuro próximo, bem mais que uma tendência.”

CONDUÇÃO SEGURA

Também está bastante satisfeito com as descobertas sobre a nova tecnologia. “Sem contar que a resposta na aceleração é muito boa, algo que me surpreendeu bastante, assim como os recursos ‘imbatíveis’ e itens que descubro a cada dia, como os que alertam para uma condução muito mais segura. É um carro que nos educa dentro do trânsito.”

Rivellino ainda não fez as contas de quanto vai economizar em relação ao combustível fóssil, mas tem uma hipótese. “Com o modelo convencional, já ficava dois meses sem abastecer. Agora, então, calculo uns quatro”, brinca. As recargas são feitas no restaurante do filho, localizado a poucos minutos de onde vive. “Hoje, já temos muitos postos que nos dão a condição de estender as jornadas, e isso não tem sido uma preocupação para mim, no momento”, revela. Mas, em caso de necessidade, ele não descarta a possibilidade de compra de um carregador ou de adaptar uma tomada na garagem para essa finalidade. “Aqui tenho tomadas de 220 V. Então, essa recarga seria ainda mais rápida.”



Foto: Arquivo Pessoal

Patada atômica

Roberto Rivellino entrou para a história do futebol ao jogar, na Copa de 1970, no México, com a camisa 11, naquela que é considerada uma das melhores seleções brasileiras de todos os tempos. Aquele time reunia grandes gênios da bola, como Pelé, Tostão, Jairzinho, Clodoaldo, Piazza, Carlos Alberto, entre outros. Na Copa, seu poderoso chute de perna esquerda ganhou o apelido de Patada Atômica.

Rivellino começou a se destacar no futebol em meados da década de 60 atuando pelo Corinthians, clube que defendeu até 1974. Em 1975, transferiu-se para o Fluminense (RJ), onde também se tornou ídolo. Rivellino encerrou a carreira em 1981, no Al-Hilal, da Arábia Saudita.

EMBAIXADOR

Como fortalecer a indústria e favorecer uso de bikes por mulheres

Quando falamos em democratizar o acesso às bicicletas, trazemos ao debate barreiras que precisam ser vencidas, e a questão de gênero na mobilidade é uma delas. Temos uma grande luta com relação às cidades inteligentes e incentivo ao uso dos micromodais – quando trazemos as mulheres ao centro da discussão, os desafios se tornam ainda maiores.

De acordo com dados divulgados pela Ciclocidade, em São Paulo, em regiões não centrais, a participação de mulheres ciclistas chega a apenas 3%, enquanto, em zonas mais estruturadas, como no caso da ciclovia da Faria Lima, esse número pode chegar a 20%, ficando abaixo disso, normalmente, entre 11% e 14%. Em uma população composta por mais de 50% de mulheres, esses são dados que refletem questões que precisam de total atenção.

Para colaborar comigo neste artigo, é importante ouvir de uma mulher que trabalha conosco e realiza uma excelente atividade liderando os times de atendimento e relacionamento e está à frente da área de pluralidade e ESG (Environmental, Social and Corporate Governance, ou Governança Ambiental, Social e Corporativa) da Tembici: Carolina Rivas. Para ela, existem diversos fatores que contribuem para esse

cenário. Por muito tempo, até mesmo a qualidade e o modelo das bicicletas eram diferenciados de acordo com o gênero de quem iria conduzir o modal. Ou seja, as bicicletas ‘femininas’ eram de difícil manuseio, dificultando até curtos percursos. O mercado desenhado para esse biotipo é recente.

MELHOR INFRAESTRUTURA

O fator cultural, como destacou a executiva, também é muito forte e talvez seja o maior responsável por essa diferença entre os gêneros, pois, de acordo com pesquisas, a rotina de deslocamento de muitas mulheres é de múltiplos destinos. Muitas ainda estão vinculadas – por opção ou não – a tarefas de casa, compromissos dos filhos, compras de supermercado, trabalho e algumas que são mais difíceis de realizar em uma bike.

Outro motivo que precisa ser destacado é com relação à segurança no trânsito e, para solucionar essa questão, é preciso construir mais e melhores infraestruturas para bicicleta, adaptar aos padrões de tráfego, além de aumentar as penalidades por mau comportamento de condução dos motoristas. As escolhas dos poderes públicos e iniciativas privadas em relação à micromobilidade têm impacto direto nos padrões de viagem

das mulheres. Segundo uma pesquisa feita pela CoMoUK em 2019, Holanda, Dinamarca e Alemanha se destacam, com 56%, 55% e 50% das mulheres, respectivamente, e são países que acreditam, investem e fazem funcionar muito bem o uso da micromobilidade como principal meio de transporte dos cidadãos.

Em uma conversa recente que tive com Rivas, ficou clara a necessidade de que essas partes interessadas tomem consciência da lacuna de gênero ainda existente na sociedade e entendam o potencial gigantesco de trazer cada vez mais mulheres às alternativas compartilháveis de micromobilidade. E,

indo além, destacou a importância da contratação de mulheres para projetar inovações que atendam às necessidades femininas na hora de pedalar. Por aqui, estamos muito felizes com o time que estamos formando e os bons frutos que estão sendo colhidos, mantendo nossa preocupação em sempre oferecer sistemas de bikes compartilhadas que atendam toda a população. Sabemos que o caminho é longo e contínuo, mas acreditamos na revolução e sabemos que ela acontece em uma pessoa por vez e, claro, incluindo as diversidades, em um ambiente mais seguro e com acesso pensado e desenvolvido a todos. //

Foto: Mariana Pekin

EM REGIÕES NÃO CENTRAIS DE SÃO PAULO, A PARTICIPAÇÃO DE MULHERES CICLISTAS CHEGA A APENAS 3%.

Tomás Martins é CEO da Tembici



Mobilidade do futuro: agora, só falta mesmo teletransporte

/// Nas obras de ficção científica, o século 21 seria marcado por soluções tão maravilhosas quanto mirabolantes de tecnologias que nos trariam uma vida com muito mais possibilidades. Robôs que fariam a limpeza da casa, sintetizadores de alimentos, pequenos aparelhos sem fio que nos permitiriam acessar todas as informações importantes, teletransporte.

Na vida real, vários desses objetos imaginários existem, de uma forma ou de outra, neste século 21 em que vivemos: robô-aspirador (e que passa pano!), impressora em 3D que usa matéria orgânica, smartphones. Dos maiores sonhos da ficção, parece que só o teletransporte ainda não foi alcançado.

MELHOR QUE NA FICÇÃO

Mas, em 2021, a ideia de nos 'teletransportarmos' em presença para qualquer lugar do planeta está mais viva que nunca. Algumas tecnologias têm nos permitido um acesso a lugares e pessoas bem maior que o imaginado até pela ficção. Mais que isso, neste contexto incerto que ainda vivemos devido à pandemia, essas tecnologias nos oferecem uma maior facilidade de adaptação e, por que não?, a mobilidade de que precisamos para levar adiante as nossas atividades em diferentes esferas.

Vamos começar pelo Zoom em 2020. A empresa já estava no mercado havia nove anos, mas estourou durante a primeira onda da covid-19. Foram incontáveis reuniões, cursos, aulas, mas também aniversários, casamentos, happy hours. Eu mesma 'fui' ao chá de revelação do bebê de amigos que moram em Boston, nos Estados Unidos, sem nunca ter saído de casa. Exemplos não faltam.

A tecnologia, porém, viaja em velocidade de dobra. E, em 2021, já vimos o surgimento de outras ferramentas que também nos permitem estar sem estar, conectar sem encontrar. A nova rede social Clubhouse – uma mistura de mesa de bar com programa de rádio, com uma pitada de sala de bate-papo do UOL na década de 2000 – chegou causando, mas também abrindo a possibilidade de realmente conversar com pessoas. E elas podem ser anônimas, gente que compartilha dos mesmos interesses que você e está disponível para trocar experiências e, quem sabe?, até ajudar o outro a resolver algum problema prático. Ou podem ser ninguém menos que Oprah Winfrey e Elon Musk.

Polêmicas sobre a acessibilidade e sistemas operacionais à parte, o app permite um tipo diferente de mobilidade: o acesso. Talvez você nunca tenha a oportunidade de jantar com a Oprah (talvez nem consiga assistir a

um de seus programas no auditório), mas, no app, você pode ouvi-la falar ao vivo e até responder a uma pergunta sua enquanto você prepara seu jantar na cozinha de casa.

TECNOLOGIA SEMPRE PRESENTE

Não está longe, porém, o dia em que voltaremos a cruzar fronteiras geográficas. E quem vai nos acompanhar nessa retomada, que terá novas necessidades específicas? Ela mesma, a tecnologia.

Hoje em dia, consideramos a Voll uma dessas soluções digitais que encurtam distâncias e ampliam o acesso.

Dentro de um mesmo app, o usuário encontra soluções públicas e privadas de transporte, que podem ser combinadas para criar uma nova experiência de cidade ao viajante. Também pode fazer a reserva do hotel, pedir um jantar pelo delivery, faturar uma despesa de viagem a negócios diretamente à empresa, evitando ter que pedir reembolso depois. O acesso, aqui, é a todas as possibilidades que a cidade tem a oferecer, e o viajante, por vezes, não consegue aproveitar. Com tudo isso que já existe, agora, realmente, só falta conseguirmos nos teletransportar. //

Foto: Arquivo Pessoal



/// EM 2021, JÁ VIMOS O SURGIMENTO DE OUTRAS FERRAMENTAS QUE TAMBÉM NOS PERMITEM ESTAR SEM ESTAR, CONECTAR SEM ENCONTRAR. //

Jordana Souza, chief revenue officer (CRO) da VOLL

Este texto não reflete, necessariamente, a opinião do Estadão.

Este material é produzido pelo Media Lab Estadão.

Procurando um carro novo para chamar de seu?

Tudo sobre o seu próximo zero você encontra no **Zerão**.

Mais de 170 automóveis do mercado: fichas técnicas, resenhas, fotos e preços de modelos de todas as marcas.

ZERÃO

REALIZAÇÃO: **Jornal do Carro**



jornaldocarro.estadao.com.br/
guia-de-compras/carros-0km

OFERTAS EXCLUSIVAS:



Mulheres buscam merecido reconhecimento no setor de motos

Em cargos de liderança nas empresas, elas vêm provocando mudanças importantes no segmento

Por Arthur Caldeira

Embora ainda haja quem resista, o empoderamento feminino é uma agenda crescente e necessária em vários segmentos. Com o motociclismo não é diferente.

Em cargos de liderança em diversas áreas no mer-

cado de duas rodas, elas se unem e se organizam para conseguir o merecido reconhecimento profissional.

Na edição do **Mobilidade** da semana passada, publicamos três histórias inspiradoras de mulheres que fizeram da paixão pelas motos sua profissão. Confira, a seguir, mais três relatos semelhantes.

Da esq. para a dir.: Erica Trosman, Rosy Souza (sentada) e lael Trosman comandam a Laquila, uma das maiores empresas de motopeças da América Latina



Foto: Divulgação Laquila

Mulheres à frente

Uma das maiores empresas de motopeças do Brasil, a Laquila, localizada em Campina Grande do Sul (PR), tem três mulheres no comando. Rosy Souza é diretora executiva e as irmãs Erica e lael Trosman, sócias proprietárias, ocupam os cargos de gerentes de suporte comercial e de desenvolvimento de produto, respectivamente. Para Rosy, é desafiador trabalhar em um mercado dominado por homens. Ela afirma já ter sofrido preconceito, mas “estou há tanto tempo nesse mercado que nem percebo mais”. O pior são as cantadas e o olhar desconfiado da sua capacidade pelo simples fato de ser mulher, afirma a economista de 49 anos.

A administradora de formação lael Trosman, 35 anos, também já foi vítima de machismo, mas tem visto mudanças de mentalidade. “Antigamente, em eventos como o Salão Duas Rodas, acontecia muitas cantadas e falta de respeito por eu ser mulher, mas

isso tem diminuído.” Tanto Rosy como lael acreditam que as mulheres vêm conquistando seu espaço no mercado. “A gente não quer nada demais. Só buscamos a igualdade”, diz lael.

Aos poucos, essa mudança tem sido notada até entre os colaboradores da Laquila. “Antes, abríamos uma vaga e nem recebíamos currículos de mulheres. Hoje, já há várias trabalhando ou querendo entrar na empresa”, conta lael. Em alguns setores, como na colagem de adesivos em capacetes ou no controle de qualidade, as mulheres têm até a preferência. “Somos mais atentas aos detalhes e exigentes”, conta a gerente de suporte comercial Erica.

Do ponto de vista dos negócios, a Laquila também tem criado linhas de acessórios e equipamentos voltados ao público feminino. “Há alguns anos, a mulher motociclista tinha que comprar uma peça masculina. Hoje, já temos jaquetas, luvas, calças e até botas desenhadas para o corpo da mulher”, afirma lael.



Corra atrás de seus sonhos

SÔNIA HARUE ANDO, gerente comercial e de marketing da Kawasaki

Quando viu a atriz Malu Mader acelerar uma Agrale 27.5 nas cenas da novela *Fera Radical* (1988), Sônia Harue Ando, 52 anos, colocou na cabeça que um dia teria aquela moto. E fez de tudo para alcançar seu sonho. Tirou carta, a despeito da preocupação dos pais, e comprou a tão sonhada moto trail. Mal sabia ela que, décadas depois, entraria para o mundo das duas rodas de vez. Há 11 anos, Sônia trabalha na Kawasaki, em que passou por diversas áreas e, hoje, ocupa o cargo de gerente comercial e de marketing da subsidiária brasileira da marca japonesa.

Formada em telecomunicações, trabalhou na antiga Telesp e sempre transitou em ambientes masculinos. “Nesse tempo todo na Kawasaki, não foram só flores. Em algumas situações, sofri com o machismo, mas estava acostumada a trabalhar onde havia mais homens”, conta ela. Em vez do confronto, Sônia prefere mostrar, na prática, sua competência. “O meu trabalho fala por mim”, diz. Afirma se sentir realizada por conseguir unir sua paixão pelas duas rodas com a profissão. “Trabalhar com motos me rejuvenesceu”, conta Sônia, que pilota até hoje. E deixa um ensinamento a outras mulheres. “Você tem que ir em busca do que deseja. Corra atrás dos seus sonhos.”

Elas querem viver a paixão por motos

SARA SOBRAL, analista de pós-vendas da Triumph Motorcycles

Sara Sobral trabalha há dez anos no mercado automotivo, sete deles na Triumph Motorcycles. A distância e o tempo que demorava entre sua casa em São Bernardo do Campo, na região do ABC paulista, e a sede da empresa, no bairro do Morumbi, Zona Sul da capital, já faziam a administradora de 34 anos pensar em comprar uma moto para se locomover. “Por que não?”, questiona ela. No entanto, ainda se sentia insegura para encarar o trânsito em duas rodas.

Mas foram mesmo o trabalho como analista de pós-vendas e a participação nos eventos promovidos pela marca de motos inglesa os incentivos que faltavam para ela tomar coragem e tirar carta. Supreendida pela pandemia, o processo teve início no começo de 2020 e demorou mais que o previsto. Ela já fez aulas e foi aprovada nos testes, mas ainda aguarda sua habilitação na categoria “A”.

A percepção de que o interesse das mulheres, como Sara, pelas motos estava crescendo fez com que as colaboradoras da empresa se organizassem em um comitê feminino e propusessem a criação do inédito projeto “Women for The Ride” (algo como “Mulheres pelo Passeio de Moto”, em tradução livre do inglês). A iniciativa foi logo apoiada pela Triumph. “Percebemos que, assim como eu, muitas mulheres queriam fazer parte desse mundo das motos”, conta a analista de pós-vendas.

“Não queremos ser vistas só como um corpo bonito ao lado das motos nos eventos. Nós, mulheres, temos ideias, projetos e inteligência. Prova é que já estamos em diversas áreas da sociedade”, diz, orgulhosa de fazer parte do comitê feminino da Triumph, formado, atualmente, por oito colaboradoras da empresa.

Sara já sonha com sua moto, uma clássica Street Twin de 900 cc, mas sabe que deve começar aos poucos. “Não vou tirar carta e já pegar o trânsito de São Paulo. Quero comprar uma scooter, me acostumar a andar de moto e só depois vou poder realizar meu sonho”, aconselha. Enquanto isso, diz que já tem calça e jaquetas apropriadas ao motociclismo e pretende participar de cursos de pilotagem quando sua carta chegar. “Quero fazer parte de tudo isso”, diz Sara, ansiosa para acelerar.



Foto: Arquivo Pessoal

Para ler e compartilhar no digital, acesse:



Foto: Divulgação Kawasaki

