



From the Top
Alexander Seitz,
da Volkswagen

AUTODATA

O AMBICIOSO TERA

Tudo sobre o SUV compacto que a Volkswagen quer transformar em seu novo ícone no Brasil



15 MILHÕES DE HONDA CG

Moto é o veículo mais produzido e vendido do País

REFERÊNCIA EM SOFTWARES

Brasil se torna centro global de desenvolvimento

STELLANTIS EM PERNAMBUCO

Seis novos carros de quatro marcas serão produzidos

ANTONIO FILOSA É O NOVO CEO

Stellantis escolhe executivo que fez carreira no Brasil



Desacelere. Seu bem maior é a vida.

MÊS DOS GIGANTES

VOLKSWAGEN



Acesse e garanta o seu.
www.wwco.com.br/Meteor.

Volkswagen Caminhões e Ônibus

Volkswagen Caminhões e Ônibus

@vwcaminhoes

CONDIÇÕES ÚNICAS
PARA ADQUIRIR SEU
NOVO METEOR HIGHLINE



>>> VÁ ATÉ UMA CONCESSIONÁRIA
E SAIA GIGANTE DE VW METEOR



Caminhões
Ônibus

HONDA
15 MILHÕES DE CG **20**

Moto que inaugurou fábrica em Manaus é o veículo mais produzido e vendido do País

SOFTWARES
BRASIL É CENTRO **26**

Engenharia nacional ganha protagonismo no desenvolvimento de sistemas para veículos

STELLANTIS
MAIS EM GOIANA **70**

Seis novos carros de quatro marcas serão fabricados em Pernambuco

**WORK
STUDIO
AUTODATA**

18
WHB

34
SCHULZ

42
VOLARE

56
BORGWARNER

82
BOGE

92
TEKNIA

96
AXALTA

106
ALPINO

112
TTB

ESPECIAL VOLKSWAGEN TERA



- | | |
|-----------|---------------------------|
| 36 | O PLANO |
| 44 | O MERCADO |
| 50 | O PRODUTO |
| 58 | A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL |
| 60 | NA PRÁTICA |
| 64 | A FÁBRICA |
| 68 | OS FORNECEDORES |

INDÚSTRIA
OS INVESTIMENTOS **74**

Tabelas atualizadas dos aportes de R\$ 118,5 bi de fabricantes de veículos leves e pesados

GAC
APOSTA FEITA **78**

Mais um fabricante chinês inicia vendas no Brasil com promessa de fábrica e investimento

CITROËN
1 MILHÃO **84**

Marca francesa chega ao milionésimo carro produzido no País com volta do crescimento

ANTONIO FILOSA
NOVO CEO **88**

Stellantis escolhe solução caseira com executivo que fez carreira no Brasil

ZEN
MAIS VERTICAL **94**

Fabricante de autopeças investe em mais processos internos de produção

SUPRIMENTOS
PREMIAÇÕES **98**

CNH Industrial, HPE, Toyota e Honda reconhecem seus melhores fornecedores

6

LENTES

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

10

FROM THE TOP

Alexander Seitz, chairman da Volkswagen América do Sul, fala de sua missão de trazer novas tecnologias e lançamentos à região.

108

GENTE & NEGÓCIOS

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

118

FIM DE PAPO

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

Boas notícias da inteligência nacional

Por Pedro Kutney, editor

Esta edição de **AutoData** reúne uma rara conjunção de boas notícias que vêm da engenharia nacional, aquela mesma que sempre gastou quase todo o tempo adaptando projetos que vêm de fora com várias amputações tecnológicas para fazer caber no bolso do pobre consumidor local. Pois diversas informações, reunidas neste número da revista, indicam que os engenheiros e designers alocados em multinacionais no Brasil estão ganhando certo protagonismo em certas áreas – e não é só no já manjado desenvolvimento de motores flex bicompostível etanol-gasolina, coisa que só fica aqui porque ninguém mais no mundo quis fazer.

O primeiro exemplo está estampado na capa desta edição: o SUV compacto Tera, totalmente pensado, desenhado, projetado e produzido no Brasil pela Volkswagen com 80% de conteúdo nacional. Designers e engenheiros da subsidiária brasileira tiveram liberdade total para tocar o projeto como bem entenderam, e capricharam, entregaram um carro com nível de acabamento e tecnologia acima da média em sua faixa de preços na entrada do mercado – que lamentavelmente tornou-se muito alta para a maioria dos consumidores brasileiros, até por causa de toda essa evolução, encaminhada em boa medida por apertos na legislação.

Esta apreciada tendência de fazer coisas melhores do que estávamos acostumados a ver foi confirmada pelo entrevistado deste mês nas páginas do From The Top, Alexander Seitz, chairman executivo da Volkswagen América do Sul, que em sua terceira passagem pelo Brasil afirma estar “muito satisfeito” com a evolução que tem visto em termos de avanço da localização de tecnologias, novos carros e competência da engenharia brasileira, em comparação com as outras vezes em que esteve por aqui. E foi exatamente para isto que ele diz ter vindo: localizar tecnologias modernas e lançar dezessete carros no plano de investimento de R\$ 20 bilhões até 2028, que pretende colocar a Volkswagen na liderança de vendas na região.

Mas tem mais: uma ampla reportagem revela que o Brasil se tornou, para fabricantes de veículos e sistemas, berço de inovação e desenvolvimento de softwares que tudo podem comandar em veículos, do infoentretenimento e da conectividade ao funcionamento de dispositivos complexos. Até a inteligência artificial embarcada no Volkswagen Tera, nomeada Otto, nasceu no Brasil. A Stellantis desenvolve softwares de propulsão para o mundo todo em Recife, PE. A Ford, que não fabrica mais carros aqui, segue projetando sistemas com equipe que se aproxima dos dois milhares de pessoas na Bahia.

Se no País falta mercado suficiente para todos ao menos, parece, sobra inteligência.

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, Lucia Camargo Nunes, Mário Curcio, Soraia Abreu Pedrozo

Projeto gráfico/arte Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR/divulgação **Capa** Foto divulgação/Volkswagen **Comercial e publicidade** tel. PABX 11 3202 2727: André Martins, Luiz Giadas **Assinaturas/atendimento ao cliente** tel. PABX 11 3202 2727 **Departamento administrativo e financeiro** Isidore Nahoum, conselheiro, Thelma Melkunas, Hidelbrando C de Oliveira, Vanessa Vianna **ISBN** 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

MAIS UMA LEITURA OBRIGATÓRIA

Pedro Cafardo é renomado, e estimadíssimo, profissional do jornalismo econômico, meu editor na Folha de S. Paulo de 1975 a 1978 com quem aprendi muito. Passou, depois, por Gazeta Mercantil e pelo O Estado de S. Paulo e foi um dos fundadores do diário Valor Econômico. Ali ele publica artigos quinzenais. O de 10 de junho, que tem o título Coisas que Acontecem num Certo País Infeliz, é imperdível:

"Num certo país infeliz espalha-se um enorme pessimismo sobre a economia e, aparentemente, resultados bastante positivos para a vida real de pobres e ricos são quase ignorados nas análises.

Neste país infeliz argumenta-se que a inflação está incontrolável, mas ela atingiu em média 4,73% ao ano nos dois últimos anos. Nos quatro anos anteriores, havia alcançado 6,17% ao ano. E a inflação média atual está abaixo da média dos últimos trinta anos (6,5% ao ano), desde que foi criada a atual moeda em circulação.



Reprodução Internet



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

Neste país propala-se que o descontentamento advém das classes mais pobres, que estariam sendo fulminadas por uma inusual inflação dos produtos alimentícios. Mas os alimentos subiram 8% no ano passado, menos do que a renda das famílias em geral, que cresceu 10%, e muito menos do que a renda das famílias mais pobres, que aumentou 19%.

Nesse país mal-humorado a taxa de desemprego vem recuando e estava em 6,6% da força de trabalho no primeiro trimestre, em nível próximo do mais baixo da série histórica para o período. A previsão atual é de que caia para 5,9% até dezembro. A informalidade no trabalho recuou para 37,9%, taxa que é uma das menores da série histórica iniciada em 2015.

A desigualdade de renda neste país infeliz, medida pelo Índice de Gini, foi a mais baixa da história no ano passado. E a renda per capita domiciliar mensal a maior desde o início da série histórica, em 2012.

Neste país, segundo o Relatório das Nações Unidas sobre Estado de Insegurança Alimentar no Mundo, o número de pessoas em situação de fome diminuiu de 17,2 milhões em 2022 para 2,5 milhões em 2023. Portanto,

cerca de 14,7 milhões de pessoas deixaram de passar fome de um ano para outro neste país infeliz.

O PIB deste país surpreendeu novamente os pessimistas e cresceu 1,4% no primeiro trimestre, índice superior ao dos países da OCDE e do G7 – ambos os grupos avançaram minguado 0,1%. O crescimento se dá a despeito da imposição de uma assombrosa taxa básica de juros, de 14,75% ao ano, 9 pontos percentuais acima da inflação, que desincentiva investimentos.

Estas surpresas do PIB ocorrem desde 2020 neste país infeliz, quando se projetava recessão de 6,5% e ela foi de 3,3%. Em 2021 a expansão prevista era de 3,4% e a efetivada foi 4,8%. Em 2022 estimava-se 0,3% e deu 3%. Em 2023 o esperado era 1,4% e deu 2,9%. Em 2024 previa-se 1,6% e deu 3,4%.

Neste país observa-se que os empresários estariam insatisfeitos, mas os lucros das empresas no primeiro trimestre foram excepcionais e superaram as expectativas do mercado. O lucro líquido das 387 companhias abertas não financeiras subiu 30,3% no trimestre, para R\$ 57 bilhões, e as receitas cresceram 13,9%, para R\$ 976,7 bilhões.

Na área financeira os lucros dos quatro maiores bancos no primeiro trimestre cresceram em média 7,3% e somaram R\$ 28,2 bilhões. Um bancão aumentou seu resultado em 39% na comparação com o mesmo período do ano passado.

Neste país pessimista, atingido há décadas pelo vírus da desindustrialização, a indústria voltou a crescer: 3,1% no ano passado. Em março avançou 1,2% sobre fevereiro e 3,1% sobre março de 2024.

Por que, afinal, a bruma pessimista continua a embaçar toda a economia deste país infeliz? Se prevalecesse a Lei Carville (É a economia, estúpido!), cunhada na campanha presidencial de Bill Clinton, em 1992, esta neblina não faria sentido.

Resumindo: neste país infeliz a inflação está abaixo da média nacional dos últimos trinta anos, a renda dos mais pobres cresce mais do que a inflação de alimentos, principal item de consumo nessa faixa de rendimento, o nível de desemprego é o mais baixo da história, o número de pessoas em situação de fome caiu 85% em um ano, a desigualdade de renda é a mais baixa da história e a renda per capita a mais alta, o crescimento da produção surpreende positivamente há cinco anos, a safra de alimentos bate recorde, o lucro das empresas financeiras e não financeiras aumenta muito mais do que a inflação, a bolsa de valores quebra recordes e rentistas/investidores das classes média e alta ampliam seus patrimônios com os juros de dois dígitos.

Neste país infeliz um partido de oposição pôs no ar uma peça publicitária engraçadinha dizendo ter saudade de um ex-presidente porque está tudo “caro”, fazendo rima com o nome do ex. Mas, nos quatro anos deste governo “saudoso”, a inflação média anual foi de 6,17%, índice bem maior que o dos dois primeiros anos do governo atual deste país (4,73%). Os alimentos estariam subindo mais, argumenta-se. Falso. Nos quatro anos “saudosos” os alimentos subiram em média 8,24% ao ano. Nos dois do atual mandato 4,36% ao ano.

A peça publicitária foi contestada? Que se saiba, não. O debate econômico se dá basicamente em torno de problemas fiscais, que podem ter impacto nos próximos anos, mas não afetam hoje o humor e o dia a dia das pessoas. Ou este país infeliz tem graves falhas na comunicação ou talvez sua infelicidade e seu pessimismo não venham da economia, estúpido”.

PRA QUEM NÃO SABE

O Orçamento Federal executado no ano passado somou R\$ 4 trilhões 648 bilhões, de acordo com o Painel do Orçamento Federal. O maior custo foi o de juros e amortizações de dívidas, 42,96% do total, o equivalente a R\$ 1 trilhão 997 bilhões. A Previdência Social vem a seguir, com 21,16% do total, seguida das transferências de dinheiro para estados e municípios, 11,07%. As dez maiores despesas seguintes são assistência social, 5,99%, saúde, 4,16%, educação, 2,95%, trabalho, 2,34%, encargos especiais, 1,95%, defesa nacional, 1,80%, cumprimento de sentenças judiciais, 1,48%, judiciário, 1,02%, administração, 0,56%, e agricultura, 0,43%. Estas treze fontes absorvedoras de recursos do orçamento somaram 97,83% do total. Depois vêm, alínea por alínea, despesas que representam mais 3,17%: segurança pública, ciência e tecnologia, transporte, gestão ambiental, [verbas] essenciais à Justiça, [verbas] legislativas, relações exteriores, comércio e serviços, organização agrária, comunicações, indústria, cultura, urbanismo, direitos da cidadania, energia, esportes e lazer, saneamento e habitação.

É BOM SABER

De acordo com dados do IBGE o IPCA de maio chegou a 0,26%, abaixo do resultado apurado em abril, 0,43%, e, principalmente, abaixo do 0,34% aguardado pelos especialistas do mercado financeiro. Os apertos maiores vieram do grupo habitação, 1,19%, e a maior descompressão do grupo alimentação e bebidas, que caíram de 0,83% para 0,17%. No acumulado do ano a alta soma 2,75% e o índice, num período de doze meses, recuou de 5,53% para 5,32%.

MAIS CONHECIMENTO

Pesquisa da Austin Rating, publicada no Brasil pelo Poder 360, mostra que o PIB brasileiro foi o quinto maior em crescimento, no mundo, no primeiro trimestre do ano diante dos três meses imediatamente anteriores, 1,4%. A maior variação positiva, no período, foi a da República da Irlanda, 3,2%, seguida por Islândia, 2,7%, Hong-Kong, 1,9%, e Taiwan, 1,8%. Estados Unidos e Japão tiveram crescimento negativo, 0,2%. De 49 resultados os cinco piores couberam à Dinamarca, Portugal, Cingapura, Eslovênia e Indonésia.



Reprodução Internet

BEM-VINDO VOLKSWAGEN TERA



O **Grupo ABG** marca presença no novo **Volkswagen Tera** com a qualidade de suas marcas: Neo Rodas, Neo Polímeros e Neo PWT. Tecnologia, segurança e inovação desde a linha de produção.



NEO PWT

NEO RODAS

NEO PARTS

NEO STEEL

NEO USINAGEM

NEO POLÍMERO

NEO RESIL

GRUPO
ABG

Localizar para vencer

Desde a primeira vez que foi expatriado da Alemanha para o Brasil, em 1995, quando trabalhava no Grupo Daimler e recebeu a missão de ser o diretor da fábrica da Mercedes-Benz em Juiz de Fora, MG, para produzir o Classe A com toneladas de itens importados, Alexander Seitz aprendeu que a localização de componentes e processos é a peça fundamental para o sucesso de qualquer fabricante de veículos no País. Também se apaixonou pelo jeito de ser dos brasileiros, aprendeu a falar português e saiu daqui casado com uma mineira – motivo pessoal para voltar mais vezes.

Depois de partir em 2000, para

dirigir as compras da recém-formada DaimlerChrysler nos Estados Unidos, em 2005 Seitz retornou à Alemanha e ingressou no Grupo Volkswagen. Três anos depois já estava de volta ao Brasil como vice-presidente responsável por compras na América do Sul. Em 2013, nova partida, daquela vez para a China, como vice-presidente comercial da joint venture da Volkswagen com a SAIC. Foram quase cinco anos trabalhando no maior mercado automotivo do mundo, até 2017, quando passou a integrar o conselho de administração da Audi, responsável por finanças, TI, integridade e China.

Em 2020 tornou-se CFO, chefe de finanças da Volkswagen. De lá

pavimentou sua terceira missão no Brasil: em 2022 foi nomeado chairman executivo da Volkswagen América do Sul, voltando a São Bernardo do Campo, SP. Desta vez, segundo ele, o objetivo maior é consolidar o bom momento da empresa na região e liderar as vendas.

Como? Usando o que aprendeu no mundo e aqui: aplicar o plano de investimento de R\$ 20 bilhões para localizar o máximo possível de tecnologias modernas e lançar produtos competitivos. Com muita localização e trabalhando em condições iguais ele afirma não ter medo da competição: "Os chineses ganharam muito mercado aqui, mas não foi da Volkswagen".



Clique aqui para assistir
à versão em videocast
desta entrevista

O que o motivou a trazê-lo de volta ao Brasil após dez anos? Quais missões a companhia atribuiu ao senhor?

Minha missão é assegurar o sucesso que já temos aqui há alguns anos, com a introdução de novas tecnologias como o híbrido e combinado com o flex [bicombustível etanol-gasolina], porque novas plataformas de carros são necessárias para manter a nossa competitividade nes-

te mercado muito importante. Temos um plano de investimento de R\$ 20 bilhões na América do Sul porque queremos continuar com o nosso sucesso. Mas também tive motivação pessoal para voltar: estou casado com uma mineira já há 25 anos, isto sempre me traz de volta fora do compromisso profissional. Agora estou aqui pela terceira vez porque eu amo o País, amo as pessoas, a emoção e a motivação delas e adoro trabalhar aqui.

CONTINENTAL PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas



“Hoje vejo que a localização alta é o fator principal de sucesso para a nossa indústria. Se você tem receita em real seu custo também deve ser em real, não em dólar, euro ou em renmimbi da China... Com a economia de escala que estamos agora providenciando [aos fornecedores] com nossos novos produtos a localização aumentará.”

Nos períodos em que passou pelo Brasil, primeiro nos anos 1990, depois de 2008 a 2012 e retornando agora, quais foram as principais transformações e aprendizagens da indústria automotiva no País?

Quando eu cheguei a primeira vez foi na época do Plano Real: o mundo ideal do dólar/real 1 por 1. Com isto muitos novos fabricantes chegaram com nível de localização [de componentes] muito baixo, com importação de peças. Isto é um risco grande em um país com grandes oscilações de juros e inflação. Hoje vejo que a localização alta é o fator principal de sucesso para a nossa indústria, porque ajuda a lidar com esse desafio. Se você tem receita em real seu custo também deve ser em real, não em dólar, euro ou em renmimbi da China. Esta foi uma aprendizagem importante. Outra coisa que mudou muito é o impacto da tecnologia e das peças eletrônicas. Temos inteligência artificial, sistemas de infotainment, de conectividade... Estamos agora trabalhando nos sistemas de assistência avançada ao motorista [ADAS]. Estas tecnologias avançam, aumentam o custo e precisamos compensar isto de alguma for-

ma, com a globalização das compras das peças importadas para manter a competitividade. E por último mas não menos importante vejo, também, que a mão-de-obra precisa ser cada vez mais qualificada porque os processos estão mais complicados e globalizados.

A guerra tarifária impõe algum efeito direto na operação da Volkswagen no Brasil e na América do Sul?

No momento não temos nenhum impacto negativo. Como será amanhã? Veremos, mas estamos flexíveis, temos as ferramentas para assegurar nossa competitividade, se houver algum impacto podemos fazer uma cotação global e resolver o assunto, pois temos uma organização mundial de compras, trabalhamos com equipes da Europa e da China. Nós compramos a cada ano R\$ 26 bilhões [em componentes no Brasil].

Com a escalada tarifária sobre o México as exportações para os Estados Unidos tendem a cair. Isto pode causar aumento de exportações de veículos do México para o Brasil?

CONTINENTAL PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas

Junho 2025 | AutoData

Parcialmente pode acontecer, mas não vejo grande impacto. As plataformas produzidas no México têm o foco no segmento de carros maiores. Lá a Volkswagen produz o Jetta, o Taos e o Tiguan, em faixa de preço relativamente alta [para o Brasil]. Obviamente os colegas do México tentarão aumentar as exportações para outros países, mas nós da Volkswagen já dominamos o mercado mexicano de modelos compactos importados aqui do Brasil, os clientes lá gostam dos nossos Saveiro, Polo, T-Cross, Nivus e agora o novo Tera, assim nós também podemos aumentar um pouco nossas exportações para manter o equilíbrio da balança comercial. Não tenho medo disto, nossas trocas comerciais estão funcionando muito bem.

Recentemente a Volkswagen fez dois anúncios importantes sobre a fábrica da Argentina. O primeiro é que o SUV médio Taos deixará de ser produzido lá e passará a ser importado do México. O segundo é que serão investidos US\$ 580 milhões para produzir a nova geração da picape média Amarok. A planta de Pacheco será uma fábrica de um único

veículo ou existem mais modelos no planejamento?

Este investimento de US\$ 580 milhões mostra que nós acreditamos no mercado da América do Sul e no sucesso que o novo veículo terá, com tecnologias de referência e todas as motorizações que você pode imaginar. Vamos atingir grandes volumes de vendas porque será um produto altamente competitivo, oferecemos mais opções ao cliente. Também teremos novos processos produtivos na fábrica. Mas, claro, investiremos R\$ 20 bilhões na região com novos carros e isto significa fazer uma análise de onde produzir cada um, inclusive em Pacheco. Este processo ainda está em curso.

Como está o desenvolvimento da tecnologia híbrida flex da Volkswagen no Brasil? Os fornecedores locais estão prontos?

Hoje já temos aqui a plataforma modular global MQB que a Volkswagen desenvolveu e vamos ter a MQB Hybrid. Como temos no Brasil fornecedores globais com os quais já trabalhamos na China, na Europa e nos Estados Unidos, eles têm capacidade de trazer essas tecnologias para cá. Alguns compo-

“Complicado no Brasil são os juros: não conheço nenhum mercado com juros tão altos, com taxas [finais ao tomador] que são de 14 a 15 pontos mais altas do que a inflação, ou até mais. Você não vê isto nos Estados Unidos nem na Europa. E como mais de 50% das vendas de veículos são financiadas o impacto é muito alto.”

CONTINENTAL PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas

“Nós não temos medo de um concorrente de fora, independentemente se for dos Estados Unidos, Europa ou China, mas queremos regras iguais para todos que produzem aqui no Brasil.”

nentes com volume menor serão importados com montagem final aqui e aumento de localização. É um processo natural que sempre acontece quando se está trazendo novas tecnologias ao País. Este processo é o mesmo para as tecnologias de ADAS, advanced driver assistance systems, com muitas peças eletrônicas que vêm da China e dos Estados Unidos. Mas com a economia de escala que estamos agora providenciando [aos fornecedores] com nossos novos produtos a localização aumentará também.

A Volkswagen tem capacidade para desenvolver todas essas novas tecnologias no Brasil?

Temos quase 1 mil pessoas em nossa engenharia aqui, com alto nível de conhecimento e capacidade reconhecida. Temos de 70% até 80% de autonomia de desenvolver um carro aqui. Isto é fundamental para assegurar que vamos atender ao desejo do cliente brasileiro e da América do Sul. Estou bem feliz com esta evolução em comparação de

quando estive aqui pela primeira vez, nos anos 1990.

Qual é sua avaliação sobre o programa Mover? O governo colocou as diretrizes no caminho certo ou tem algo a mudar?

Eu prefiro que não mude nada. O Mover [Programa Mobilidade Verde e Inovação] até agora traz regras claras para a indústria, com foco em segurança, descarbonização e em como fazer a reciclagem do produto, o que é muito bom, porque é importantíssimo ter previsibilidade. Nossa ciclo de investimento é de cinco até dez anos, então não se pode mudar regras de um dia para o outro, como alguns outros governos fazem agora fora do Brasil. Então nosso pedido é manter a previsibilidade.

Recentemente o senhor esteve em Brasília. Como foi a conversa que teve com Geraldo Alckmin, vice-presidente da República e ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio?

Nós falamos da situação do setor e da Volkswagen, quais são os fatores de sucesso e quais são os fatores complicados. Complicado no Brasil são os juros: não conheço nenhum mercado com juros tão altos, com taxas [finais ao tomador] que são de 14 a 15 pontos mais altas do que a inflação, ou até mais dependendo quem está pedindo o crédito. Você não vê isto nos Estados Unidos nem na Europa. E como mais de 50% das vendas de veículos são financiadas o impacto é muito alto. Ou seja: precisamos incentivar e ajudar o consumidor. Discutimos também como o governo pode ajudar com os financiamentos do BNDES para os novos projetos. Nós te-

CONTINENTAL PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas

Junho 2025 | AutoData



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

50 YEARS
est. 1974

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



“Em 2022 todas as fabricantes chinesas tinham quase 2% de participação do mercado brasileiro e nós, como Volkswagen, tínhamos 13,7%. Em 2024 eles aumentaram a presença para 7%. Mas a Volkswagen aumentou seu market share para 16%. Ou seja: os chineses pegaram mercado de alguém mas felizmente não foi da Volkswagen, porque nós temos novos produtos e novas tecnologias, qualidade reconhecida.”

mos 85% de localização, mas cada vez que nacionalizamos um novo produto isto é complicado e caro – e nós vamos lançar dezessete novos carros. Então conversamos sobre como o governo pode ajudar, dar incentivos para tornar o nosso custo competitivo diante de juros e impostos tão elevados. O segundo foco da discussão foi o acordo de bi-tributação Brasil-Alemanha [que evita a tributação de rendimentos de empresas duas vezes em ambos os países, como por exemplo o pagamento de lucros e dividendos por uma subsidiária à matriz fora do país], isto deverá estimular muito os investimentos de companhias alemãs no Brasil e os negócios entre os dois países. Por último, mas não menos importante, pedimos isonomia com relação a tarifas de importação para todos os importadores, porque nós não temos medo de um concorrente de fora, independentemente se for dos Estados Unidos, Europa ou China, mas queremos regras iguais para todos que produzem aqui no Brasil.

O senhor já morou na China, trabalhou na joint venture da Volkswagen com a SAIC. Como a indústria ocidental pode enfrentar a forte concorrência dos chineses em todos os mercados globais?

Na China a influência do governo é muito grande, positivamente: eu vi como eles criaram a cadeia do setor, com incentivos a investimento em novas fábricas, com financiamento. Não tem lugar no mundo com condições tão favoráveis. Aí pegar um carro e simplesmente exportar para a América do Sul é fácil demais. Eu quero que venham produzir aqui os carros igual nós fazemos, então vamos ver quem tem o melhor processo, a melhor tecnologia, a melhor qualidade, se sabe lidar com os trabalhadores daqui, com as jornadas de trabalho, se sabe lidar com os impostos e financiamentos... Aí não temos medo nenhum, porque temos competência, sabemos como fazer e procuramos por peças competitivas globalmente. Aí a competição é bem-vinda e vamos ver quem vai ganhar o jogo. Acho que nós estamos no caminho certo para vencer

CONTINENTAL PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas

A advertisement for Continental Parafusos S.A. featuring a collection of various automotive fasteners like bolts and nuts arranged in a row. The company logo, which is a stylized 'C' inside a circle, is visible on the left. The slogan 'Fornecendo excelência para aplicações automotivas' is prominently displayed in the center. A QR code is located in the bottom right corner.

no Brasil. Eu pedi uma análise às nossas equipes de vendas e finanças sobre os últimos anos. Em 2022 todas as fabricantes chinesas tinham quase 2% de participação do mercado brasileiro e nós, como Volkswagen, tínhamos 13,7%. Em 2024 eles aumentaram a presença para 7%, é muita coisa. Mas neste período a Volkswagen aumentou seu market share para 16%. Ou seja: os chineses pegaram mercado de alguém mas felizmente não foi da Volkswagen, porque nós temos novos produtos e novas tecnologias, qualidade reconhecida e vamos continuar com esse passo.

O senhor avalia que o lançamento do Tera fará as vendas da Volkswagen crescerem na América do Sul?

O Tera é o primeiro de uma nova linha de produtos do atual plano de investimento. É um SUV A0 [compacto], um segmento que cresceu quase 300% nos últimos dez anos, de 150 mil carros em 2014 mais de 600 mil hoje, o que representa 20% do mercado brasileiro. Estamos convencidos que com o design diferenciado, tecnologia de inteligência artificial no carro, sistema de infoentretenimento, o Tera será um sucesso no Brasil e na exportação para mais de vinte países da América Latina e da África. O Tera muda o jogo, é uma peça do mosaico para a Volkswagen chegar à liderança na América do Sul.

O plano de investimento de R\$ 20 bilhões na América do Sul até 2028 é suficiente para garantir a competitividade da Volkswagen na região?

Acho que com R\$ 20 bilhões dá para fazer muita coisa ou, para ser exato, dezessete novos produtos nos próxi-

mos três a quatro anos. Minha missão é trazer as tecnologias mais modernas do mundo para o Brasil: isto inclui modelos híbridos leves, híbridos [fechados] e plug-in, em conjunto com os sistemas de ADAS. Este é o foco do nosso investimento, combinado com o lançamento de produtos em segmentos onde existe possibilidade de crescimento, e o Tera é um exemplo deste plano. Mas teremos outras novidades, como nova Amarok, a picape inédita em São José dos Pinhais [PRI], os modelos esportivos como Golf GTI e Nivus GTS. Nossa objetivo é ser líder de vendas na América do Sul nos próximos anos. Sou bem ambicioso com o plano de investimento alto e com novos produtos.

A Volkswagen enfrenta dificuldades com queda de vendas e do faturamento global. A situação na América do Sul é melhor que a da matriz?

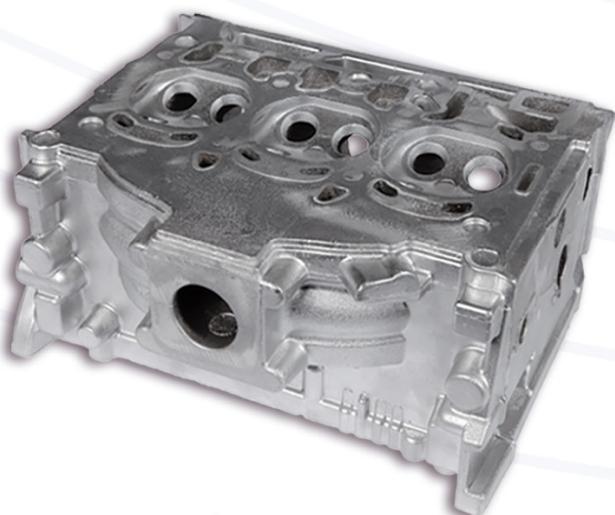
Em 2024 a Volkswagen na América do Sul cresceu 21,1%, bem acima do desempenho global da companhia. Com 490 mil carros [vendidos na região] tivemos participação de 10% [nas vendas globais da marca]. Temos market share de 13% na América do Sul e no Brasil e na Argentina de 16% até 17%. O nosso peso no mundo de Volkswagen é bem importante. Por causa disso eu tenho um bom relacionamento com os colegas em Wolfsburg para alocar novos investimentos e novo capital na região, porque tivemos sucesso nos últimos anos e mostramos um plano confiável de crescimento. E nos últimos quatro anos também mostramos rentabilidade. Então nossa importância vem crescendo ano a ano.

CONTINENTAL PARAFUSOS S.A.

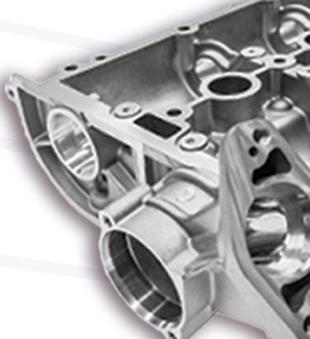
Fornecendo excelência para aplicações automotivas

TECNOLOGIA QUE IMPULSIONA A MOBILIDADE

Parabenizamos a Volkswagen por esse importante marco para a indústria automotiva nacional. É gratificante fazer parte dessa trajetória por meio de uma parceria sólida que já soma mais de 25 anos. Contribuir com soluções que fortalecem a produção nacional e atendem aos mais altos padrões de qualidade e desempenho reforça nosso compromisso com o desenvolvimento do setor. Projetos como o TERA demonstram como a colaboração entre montadoras e fornecedores impulsiona a inovação e gera resultados consistentes para toda a cadeia automotiva", afirma Magaly Hübner Busato, CEO da WHB Automotive.



Cabeçote



T

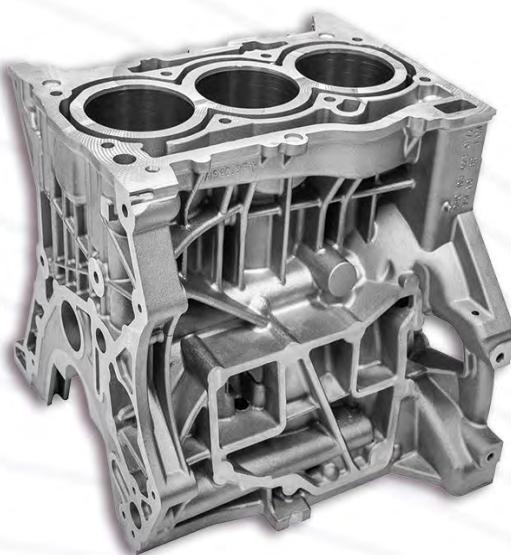
W H B
AUTOMOTIVE



Tampa



Biela



Bloco



Honda CG caminha para seus 50 anos com 15 milhões já produzidas em Manaus

Moto inaugurou fábrica no Amazonas nos anos 1970 e já é o veículo mais produzido e vendido do Brasil. Trinta dos atuais 150 fornecedores estão com a empresa desde o início.

Por Mário Curcio

Para falar do sucesso da Honda CG no Brasil é preciso recordar que as motocicletas da fabricante japonesa já circulavam no Brasil pelo menos desde os anos 1960, trazidas por importadores. Com a boa aceitação dos produtos a Honda abre um escritório na Capital paulista e se estabelece como importadora e distribuidora, em outubro de 1971. Cinco anos depois, em novembro de 1976, começou em Manaus, AM, a produção da CG, que se tornaria o veículo de maior volume de produção e vendas do País, e que por mais tempo figura nesta posição.

A produção da CG 125 em Manaus foi antecipada com a proibição das importações de veículos no Brasil, em 1976, que perdurou por catorze anos. A nacionalização permitiu que a empresa e revendedores continuassem atuando no mercado brasileiro durante o período de restrição. Desde então já são mais de 15 milhões de unidades da CG fabricadas até os dias atuais. A moto supera em quase o dobro o volume do Volkswagen Gol, com 8,5 milhões de unidades em 42 anos, o Fiat Uno, 4,3 milhões em 37 anos, e também o icônico Volkswagen Fusca, 3,1 milhões de unidades em trinta anos.



Fotos: Divulgação/Honda

Junho 2025 | AutoData

Embora não haja um posicionamento oficial da Honda sobre o nome da moto a sigla CG significaria City General, ou moto urbana de uso geral. A primeira CG 125 era muito simples: tinha partida a pedal e freios a tambor. Nem por isto era barata: segundo a publicidade de lançamento, com ninguém menos de Pelé como garoto-propaganda, uma CG 125 custava a metade do carro mais barato no País na época, o Fusca, cujo preço era de CR\$ 36 mil 960 em novembro de 1976. Hoje o carro mais em conta, o Citroën C3 Live vendido por R\$ 73 mil 990, custa 4,5 vezes mais do que a Honda CG de entrada, a 160 Start, R\$ 16 mil 440.

SINÔNIMO DE MOTO

Apesar do valor elevado em 1976 o plano de utilizar a imagem de Pelé deu certo, o êxito foi imediato, como recorda Marcos Bento, diretor de vendas da Honda: "A CG virou sinônimo de motocicleta. O sucesso foi resultado da boa aceitação dos clientes e a produção tornou-se viável graças à contribuição de fornecedores locais. Trinta deles estão com a Honda desde o início. Temos hoje cerca de 150 fornecedores lida planta de Manaus, 32 deles instalados perto da fábrica".

Segundo Bento a moto que deu origem à primeira CG nacional também teve carreira internacional, foi produzida na Tailândia e Nigéria. E o projeto antigo ainda segue vivo: uma pesquisa na internet mostra que o Paquistão tem hoje três versões à venda de uma motocicleta Honda com o nome CG 125, com aparência dos anos 1970, o consagrado motor OHV e opções de quatro ou cinco marchas.

De acordo com números da Honda a CG conquistou a liderança do mercado brasileiro desde o lançamento. E sua produção local



Pelé foi o garoto-propaganda da primeira Honda CG produzida no Brasil: sucesso imediato desde o primeiro ano apesar do preço alto, de metade do valor de um Fusca.



consolidou a cadeia de fornecedores que tornou viável a chegada de outros modelos, tanto os de baixa cilindrada, como a 125 ML e 125 Turuna no fim dos anos 1970, como também modelos mais potentes como a CB 400, em 1980.

A produção local também resultou na criação da associação dos concessionários, a Assohonda, fundada em 1979, que um ano depois já reunia 254 concessionárias. Hoje são cerca de 750. O empresário Joaquim Rangel, revendedor Honda há trinta anos, diz que as entregas de CG rendem boas histórias: "Lembro de um cliente que se ajoelhou com as mãos sobre a moto, rezando e agradecendo a conquista".

Pouco após a formação da Assohonda surge também o Consórcio Nacional Honda: "Foi criado em 1981, já enxergando que a economia e o mercado brasileiro precisavam de um instrumento popular de vendas", diz Marcos Bento. "Atualmente ele é responsável por mais de 30% do volume de distribuição".

PRODUÇÃO VERTICALIZADA

Quando foi inaugurada a Moto Honda da Amazônia tinha 9,7 mil m² de área construída. Hoje são 311,6 mil m². E a área total passou de 337,1 mil m² para 763,5 mil m². A ampliação decorre do aumento da oferta de modelos e da produção interna de componentes. É a fábrica mais verticalizada da Honda no mundo. Tem uma grande fundição de alumínio em que produz peças de motor e rodas, por exemplo.

A Honda produz boa parte dos componentes para suas motos. Em quase cinco décadas a empresa adquiriu equipamentos para fabricar peças de aço sinterizado, aros de roda e até os tubos utilizados nos chassis, além de selins, peças plásticas e sistemas de escape.

A unidade tem hoje 9 mil empregados e produz 6,5 mil motos por dia, sendo um terço disto de modelos da linha CG. Em

1977, no primeiro ano pleno de produção, foram montadas 26 mil CG 125. Em 1991 a Honda comemorava 1 milhão de CG. Em 2006 já eram 5 milhões. Em 2012 a moto chegou aos 10 milhões e, em 2024, aos 15 milhões. Foi também em 2024 que a fábrica alcançou 30 milhões de motocicletas produzidas, na soma de todos os modelos.

60% DO SEGMENTO URBANO4

Uma análise de diferentes anos mostra que a linha CG se mantém firme na liderança do segmento city no mercado brasileiro, de motocicletas urbanas de baixa cilindrada. Em 2006, aos 30 anos, a linha CG teve 616,8 mil unidades emplacadas, o equivalente a 70,4% do segmento urbano, segundo a Fenabrade, entidade que reúne as associações de concessionários.

Em 2011, ano recorde em emplacamentos de motos no País, com mais de 1,9 milhão, a fatia da CG no segmento city foi de 74,5%, com 663,1 mil unidades vendidas. Em 2024 as 428,1 mil CG entregues responderam por 57,5% das motos urbanas licenciadas no País.

A perda de participação da CG com relação a anos anteriores não ocorreu só pelo aumento da concorrência mas, também, porque os clientes da própria Honda têm hoje oferta mais ampla de modelos de baixa cilindrada, que inclui outras motos de 110 a 300 cm³ de cilindrada, mais as scooters.

A fábrica de motos da Honda em Manaus: produção vertical em área que cresceu trinta vezes em 49 anos.



Quando se olha a fatia total da Honda no País o acumulado até maio de 2025 é de 67,7%, ainda muito acima da segunda colocada, a Yamaha, que detém 14,3% de participação.

DO LANÇAMENTO AOS DIAS ATUAIS

A Honda CG 125, lançada em 1976, tinha motor de 10 cv do tipo OHV, com válvulas no cabeçote acionadas por varetas. O tanque comportava 9,5 litros de gasolina. A transmissão era de quatro marchas e o comprimento 1m90.

Em 1981 a Honda lança a versão CG 125 a álcool, a primeira moto a rodar com etanol no mundo. Tinha transmissão de cinco marchas e um reservatório de gasolina sob o banco para partida a frio.

A primeira mudança de estilo da CG ocorre na linha 1983, quando o tanque recebe linhas retas e passa para 12 litros. Em 1985 o câmbio de cinco marchas é incorporado a toda a linha CG e, em 1988, é lançada a primeira CG 125 Cargo, com bagageiro para 20 kg no lugar da garupa.

A linha 1989 da CG 125 passou a se chamar Today. Recebeu modificações de estilo, 69 alterações no motor, 74 no chassis e adota ignição eletrônica no lugar do platinado. A potência informada passou a 12,5 cv. A capacidade de carga entrou no manual: 150 kg, somando piloto e garupa. Neste período, como consequência da

Evolução da CG em quase 50 anos

1976



Em novembro é lançada a primeira CG 125, com motor OHV de 10 cv, quatro marchas e tanque de 9,5 litros. O comprimento era 1m90.

1989



Linha passa a se chamar Today, com novo design e mais de 140 melhorias, dentre elas a ignição eletrônica. A potência informada é de 12,5 cv.

2004



A CG muda outra vez e recebe motor 150 de 14,2 cv. O comprimento aumenta para 2 metros, o tanque para 14 litros e a capacidade de carga para 166 kg.

1981



Estreia a CG 125 a álcool. Tinha cinco marchas e tanquinho de gasolina sob o banco para partidas a frio.

1995



O nome Titan é usado pela primeira vez e a CG 125 recebe noventa alterações técnicas, com nova embreagem.

2009



Surge a Titan Mix, primeira moto flex, com até 14,3 cv e tanque de 16,1 litros.

1983



A CG 125 ganha design com linhas retas e tanque de 12 litros.

2001



A CG 125 Titan é totalmente renovada, com tanque de 13 litros, marcador de combustível, mais opção de partida elétrica e freio a disco.

2016

A linha CG recebe novo motor 160 flex com até 15,1 cv. O comprimento da moto passa para 2m03.

2025



CG 160 Titan é equipada com freio a disco também na roda traseira e sistema ABS para a roda dianteira. Rodas de liga leve agora equipam todas as versões.

retração no mercado interno, a moto é exportada para alguns mercados europeus, de 1991 a 1994.

Em 1994, já como linha 1995, o nome Titan é usado pela primeira vez. O estilo retoma algumas linhas arredondadas e ocorrem noventa alterações técnicas, dentre elas uma embreagem reforçada. A capacidade total informada, porém, recua para 136 kg.

No ano 2000, para a linha Titan 2001, a moto recebe ampla modificação como resposta ao lançamento da Yamaha YBR 125. O novo projeto da Honda inclui tanque de 13 litros, marcador de combustível e três versões, sendo a mais completa com partida elétrica e freio dianteiro a disco. Seu comprimento era de 1998 e a capacidade de carga de 155 kg.

Em 2004 a CG sobe de patamar com um novo motor de 150 cm³ do tipo OHC, com comando no cabeçote e 14,2 cv. O comprimento da Titan passa para 2 metros, o tanque para 14 litros e a capacidade de carga para 166 kg. Era a resposta da Honda ao consumidor que precisava de mais desempenho na estrada e capacidade de peso para as entregas. A linha CG 150 ganha também a versão mais potente Sport, com 15,3 cv e mudanças técnicas e na aparência.

Para 2005 a Honda volta a produzir o modelo de 125 cm³, agora rebatizado CG 125 Fan. Tinha o mesmo projeto da linha 2001, mas acabamento mais simples. No



Honda emprega 9 mil trabalhadores em Manaus e produz 6,5 mil motos por dia: um terço são modelos da linha CG.

lançamento tinha parcelas de consórcio abaixo de R\$ 100.

A partir da linha 2009 a CG 150 recebe injeção eletrônica, catalisador e surge a Titan Mix como primeira moto flex bicompostível do mundo, com 14,3 cv quando abastecida com etanol. O tanque passa a 16,1 litros. Neste mesmo ano surge uma nova CG 125 Fan, agora com motor OHC de 11,6 cv.

A CG é renovada em 2013, como linha 2014, o que incluiu painel de instrumentos digital, conjunto de iluminação mais moderno e design renovado. A capacidade de carga foi reduzida para 161 kg. Em 2015 a CG 150 Titan estreou os freios combinados CBS, que reduzem a distância de parada.

Na linha 2016 a moto evolui para CG 160, com novo motor OHC flex com até 15,1 cv com etanol. O comprimento da moto passa para 2m03. O tanque de combustível ainda mantém os 16,1 litros, assim como a capacidade de carga, 161 kg, a mesma dos dias atuais.

Em 2019 a Honda concentra a produção da CG nas versões de 160 cm³ e tira de linha as opções de 125 cm³ em razão da queda na procura.

Na linha 2025 a versão topo de linha CG 160 Titan recebe freios a disco dianteiro e traseiro, com ABS na frente. Rodas de liga leve e freio a disco dianteiro passam a equipar todas as versões. A capacidade do tanque é reduzida para 14 litros e a potência cai para 14,7 cv por causa da atual legislação de controle de emissões.



A Honda CG 160 Titan atual: veículo mais vendido do Brasil.

CITROËN BASALT

O SUV MAIS ACESSÍVEL
DO BRASIL



SAIBA MAIS

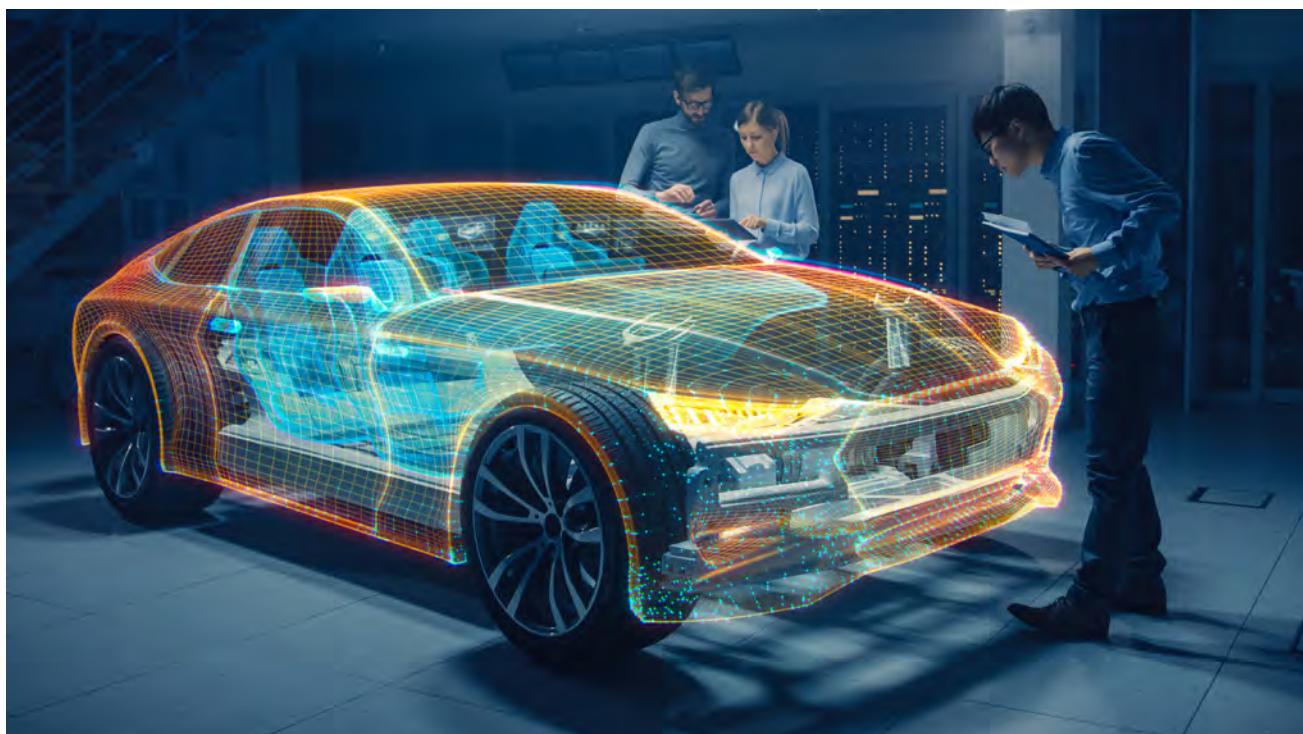


IBAMA
PROCONVE
HOMOLOGADO

DESACELERE. SEU BEM MAIOR É A VIDA.



CITROËN



Shutterstock/Conodenkoff

A indústria automotiva global passa por evoluções – e revoluções – e neste cenário o Brasil encontrou espaço para se sobressair: centros de desenvolvimento de programação instalados no País têm sido protagonistas no desenvolvimento de softwares embarcados, beneficiando-se de mão de obra competitiva e expertise em engenharia, fomentando inovações como inteligência artificial para veículos e soluções de conectividade.

As evoluções são marcadas pela integração de tecnologias digitais que transformam veículos em plataformas complexas movidas por programas computacionais, os softwares, aliados a muita conectividade. Esse avanço abrange desde a eletrificação até sistemas de segurança sofisticados e recursos de infoentretenimento que melhoram a experiência do usuário e influenciam as decisões de compra.

Hoje já é fácil achar quem se interessa em um carro por tamanhos de telas, recursos eletrônicos e conexão do smartphone com os sistemas de bordo bem mais do que potência do motor ou velocidade máxima.

Brasil no centro da inovação em software e conectividade

Da eletrificação à inteligência artificial embarcada a indústria automotiva se reinventa e o talento brasileiro impulsiona desenvolvimento global de veículos conectados

Por Lucia Camargo Nunes

Estão em desenvolvimento avançado em solo brasileiro tecnologias como atualizações over-the-air – que modernizam os sistemas dos veículos como se fosse um computador conectado à internet e permitem melhorias contínuas nos veículos – bem como coleta de dados via telemetria, fundamental para aprimoramentos de produtos, manutenções preditivas e redução de custos de garantia e reparos.

Tecnologias como inteligência artificial nos veículos já estão sendo desenvolvidas no País, melhorando a experiência dos passageiros a bordo e a comunicação homem-máquina, em adição a recursos já utilizados, como a conectividade para rastrear e recuperar veículos roubados, que impacta positivamente nos custos de seguro.

O caldo criativo da engenharia brasileira vem estimulando a criação de hubs de inovação e de centros de desenvolvimento de softwares veiculares, impulsionando a exportação de projetos e programas, consolidando sua posição como um polo estratégico na mobilidade conectada na indústria automotiva global.

DESENVOLVIMENTO RESISTE NO PAÍS

A Ford dá bom exemplo de como aproveitar o potencial dos talentos brasi-

leiros para desenvolver sistemas que são exportados para uso da companhia em diversos mercados ao redor do mundo. Mesmo após fechar suas fábricas no País, em 2021, a empresa não só manteve o núcleo de engenharia no Brasil como até contratou mais engenheiros, muitos deles hoje dedicados ao desenvolvimento de softwares de conectividade e infoentretenimento de uso global.

Depois do encerramento das operações industriais a equipe de engenheiros foi realocada para projetos globais, crescendo de cerca de oitocentos para 1,5 mil profissionais, todos ligados ao Centro de Desenvolvimento e Tecnologia da Ford no Cimatec Park, estrutura do Senai Cimatec da Bahia localizada no Polo Industrial de Camaçari.

Assim softwares desenvolvidos na Bahia são utilizados em várias fábricas mundo afora, relata Bruno Figueiredo, gerente de desenvolvimento de software veicular da Ford: "Isso representa uma vantagem, pois o mesmo software pode ser utilizado em diversas plantas, como é o caso da produção da picape Ranger".

A equipe brasileira de engenharia é parte essencial da equipe global da Ford, responsável por desenvolver aplicativos de



Centro de Desenvolvimento e Tecnologia da Ford na Bahia: softwares para o mundo todo.

Divulgação/Ford



novos talentos, desde programas de estágio até o desenvolvimento contínuo, o que garante a capacidade de entrega e a influência da equipe brasileira".

Apesar de desafios na captação de profissionais especializados a empresa mantém seu ritmo de crescimento e cria meios próprios para formar pessoal gabaritado. O programa Ford Enter é um importante canal de qualificação: dedicado a jovens em situação de vulnerabilidade social oferece 540 vagas este ano, com aulas presenciais no Senai e Cimatec, na Bahia e São Paulo. O programa capacita os participantes para atuar como programadores de software, promovendo inclusão social, com aulas de inglês técnico, lógica, habilidades comportamentais, mentoria e suporte social, em parceria com diversas instituições.

VW Play: sistema de infoentretenimento desenvolvido no Brasil já é exportado para mais de setenta países.

rádio e som. A sensação de desenvolver para o mundo a partir do Brasil é gratificante, aponta o gerente de desenvolvimento: "Anteriormente a equipe brasileira desenvolvia produtos para a região que eram posteriormente exportados para outros países, como o EcoSport. Hoje, no desenvolvimento de software, é possível influenciar globalmente sem sair do Brasil, colaborando com engenheiros de outras localidades".

A Ford acompanha a evolução das expectativas dos clientes em sistemas de infoentretenimento e conectividade priorizando interfaces amigáveis e respostas rápidas, utilizando tecnologias avançadas como Android Auto. Todo o desenvolvimento é feito internamente, com colaboração de fornecedores, e há foco crescente em cibersegurança e privacidade de dados, observando a legislação de diversos países.

A tendência é expandir a conectividade do carro, por meio de aplicativos como o FordPass, que monitoram o veículo, programam funções e alertam sobre a manutenção.

Para seguir como protagonista no desenvolvimento de novas tecnologias no Brasil a Ford prioriza a formação de profissionais, selando parcerias com universidades e oferecendo programas de estágio com alta retenção, diz Figueiredo: "A Ford valoriza e investe na formação de

Desenvolvimento de softwares na Volkswagen do Brasil: digitalização é diferencial de vendas.



Divulgação/Volkswagen

VW PLAY: INOVAÇÃO LOCAL EXPORTADA

A Volkswagen do Brasil tem se destacado globalmente ao desenvolver software nacional como estratégia, fortalecendo a engenharia local que cria soluções personalizadas para o consumidor brasileiro e, ao mesmo tempo, desperta interesse internacional.

O melhor exemplo da inovação local que se tornou global é o VW Play, sistema de infoentretenimento e conectividade instalado inicialmente no SUVcupê Nivus – carro desenvolvido no Brasil sobre a pla-



Lucia Camargo Nunes

taforma global MBQ do grupo e lançado em 2020 – e hoje exportado para mais de setenta países, elevando a reputação da indústria automotiva brasileira e consolidando o País como um polo de inovação.

Atualmente em sua segunda geração o VW Play oferece recursos de conectividade, integração com aplicativos, informações do veículo e uma loja de aplicativos, aprimorando a experiência do usuário e a interação com o carro.

O desenvolvimento do VW Play no Brasil é exemplo de como a indústria automotiva está se transformando em empresas de tecnologia, marcando uma renovação importante no setor e atraindo profissionais da área de software que até então se mostravam avessos aos ciclos de desenvolvimento mais longos e lentos dos fabricantes de veículos, que precisam desenvolver sistemas mais robustos e seguros.

Para Fernando Vergueiro, gerente de inovação do produto da Volkswagen do Brasil, a indústria automotiva está atraindo profissionais de software ao ser reconhecida como um setor de tecnologia: "Embora seus ciclos de desenvolvimento de produtos sejam mais longos e a complexidade maior que a do mobile, é uma vantagem para profissionais mais experientes que preferem um desenvolvimento mais focado e duradouro, diferente do ritmo acelerado das empresas de aplicativos".

Fala, Otto: primeiro assistente virtual com inteligência artificial generativa desenvolvido por uma montadora no Brasil.

Para atrair e reter talentos de uma área de evolução mais recente, que decolou nas últimas duas décadas, a Volkswagen investe no desenvolvimento local, capacitando profissionais e colaborando com universidades, destacando o impacto global do trabalho dos seus desenvolvedores e oferecendo um ambiente estável que atrai profissionais experientes, com foco em moldar o futuro da mobilidade.

DIGITALIZAÇÃO PARA TODOS

Gerente de desenvolvimento eletrônico, conectividade e integração da Volkswagen do Brasil, Alexandre Kenji Yonemura observa que a digitalização da indústria e de seus produtos já é grande, mas ainda tem muito a avançar com mais localização: "O software e a integração de software estão cada vez mais presentes, seu crescimento será exponencial. Antigamente o automotivo era apenas chapa e metal e hoje o software e a eletrônica são diferencial de compra para os clientes. Por isto valorizamos e privilegiamos o desenvolvimento local, nossos engenheiros, os institutos de ciência e tecnologia e universidades no Brasil são cruciais para criar soluções que o nosso cliente realmente usa e que atendam às necessidades da nossa região".

Kenji destaca que o diferencial dos produtos automotivos está em identificar as necessidades dos clientes e oferecer soluções úteis. Ele cita a aceitação de tecnologias inicialmente estranhas que se tornam indispensáveis, como sensores e câmaras de ré. Apesar de inicialmente desconfiar da real necessidade dessas funcionalidades o engenheiro passou a reconhecer a utilidade delas, que hoje considera essenciais para facilitar o estacionamento. Esta evolução ilustra como tecnologias que antes pareciam dispensáveis se tornam vitais para promover uma experiência mais simples e eficiente para o motorista.

Vergueiro acrescenta que o Brasil, com sua alta conectividade da população por meio do grande número de celulares, tem consumidores muito receptivos a novas



Divulgação/Edag

Edag: sistemas de infoentretenimento desenvolvidos para fabricantes de veículos.

tecnologias, diferentemente de mercados mais conservadores, como o alemão: "Esta característica oferece à Volkswagen no Brasil maior flexibilidade e agilidade para desenvolver soluções e serviços locais, como o agendamento de revisões via aplicativo, por exemplo. Ter capacidade de desenvolvimento local permite atender demandas específicas com eficiência e rapidez, considerando o perfil de consumo e o poder aquisitivo do brasileiro, e guia o planejamento de produtos para a região".

VW TECH DEMOCRATIZA IA

Junto com o lançamento do seu novo SUV compacto Tera, em junho, a Volkswagen apresentou o Otto, primeiro assistente pessoal por voz com inteligência artificial generativa desenvolvida por um fabricante

de veículos no Brasil. O desenvolvimento de linguagem foi liderado pela equipe VW Tech, sob direção da CIO Cristina Cestari, em parceria com a Accenture Brasil, e o avatar com perfil de uma coruja que remete à dianteira da Kombi Corujinha, que aparece na tela do sistema multimídia toda vez que alguém a bordo diz "Fala, Otto...", foi desenhado pelo chefe de design José Carlos Pavone.

"A IA by Volks inicia uma nova era dentro e fora da Volkswagen", assinalou Cristina Cestari. "E ser apresentada junto com o Tera não poderia ser melhor, porque a verdadeira inovação não é apenas a que transforma produtos mas a que transforma experiências humanas", ela afirma, em referência ao Tera ser um carro de entrada de grandes volumes que provavelmente atingirá um grande número de pessoas com sua inteligência artificial, democratizando a tecnologia.

O Otto é um assistente inteligente e adaptável que interage por voz, respondendo sempre que um dos passageiros o chamar com um "Fala, Otto" seguido de perguntas sobre o veículo ou qualquer informação que esteja na internet. O sistema está conectado ao carro e fornece informações sobre autonomia, manutenções, funcionamento, além de contar com um manual cognitivo gerativo que torna a consulta de informações mais rápida.

A conexão do Otto com a internet também permite a integração com aplicativos de navegação como Waze, Google Maps e Apple Mapas, além de responder a perguntas abertas na internet.

HUB DE INOVAÇÃO NO PORTO DIGITAL

Ao completar dez anos do Polo Automotivo de Goiana, PE, e do Software Center instalado no Porto Digital – um hub de inovação digital que abriga diversas instituições e startups na Capital, Recife, a Stellantis destacou o avanço tecnológico que conquistou com profissionais qualificados na região

Atualmente o centro desenvolve cerca de 80% dos softwares de propulsão utilizados na América do Sul, atendendo

marcas como Alfa Romeo e Jeep, com foco em veículos eletrificados e infraestrutura avançada, incluindo simuladores e engenharia virtual.

O Software Center também desenvolve arquiteturas eletrônicas, softwares das plataformas Bio-Hybrid, que combinam propulsão elétrica e a combustão, pesquisa de eletrônica embarcada, conectividade e sistemas de assistência ao motorista essenciais para direção autônoma.

IMPACTO DA INVASÃO CHINESA

A entrada de marcas chinesas como BYD e GWM no mercado brasileiro força as montadoras tradicionais a acelerar a adoção de tecnologias avançadas, como sistemas de assistência ao motorista e recursos de conectividade e infoentretenimento. Os veículos vêm da China já equipados com diversos recursos, nem sempre alinhados às preferências brasileiras, o que exige que as empresas invistam em competências locais para adaptá-los rapidamente.

Na mão contrária empresas ocidentais enfrentam dificuldades ao tentar penetrar no mercado chinês devido à verticalização das companhias locais, que desenvolvem seus próprios sistemas ao gosto dos

chineses, mas a DXC Luxoft já atua com fornecedores do país em projetos globais focados em cibersegurança e Android embarcado.

Quanto ao desenvolvimento de carros autônomos, embora o ritmo esteja mais lento do que era esperado antes da pandemia, o progresso continua, especialmente na Europa, onde a DXC Luxoft participa de parcerias para automação em fábricas e serviços de mobilidade autônoma, com previsão de lançamento para 2026, dependendo também da infraestrutura urbana.

DO INFOENTRETENIMENTO À SEGURANÇA

Com o avanço da digitalização também surgiram muitos fornecedores de desenvolvimento de softwares. É o caso da DXC Luxoft, especializada em desenvolver softwares e sistemas de TI, tecnologia da informação, para diversos setores, com destaque para o automotivo. Fundada em 2001 e adquirida pela DXC em 2019 para reforçar sua atuação nesse setor, a empresa já atende, no Brasil, grandes empresas como Ford, Stellantis e Mercedes-Benz, focando na eletrificação de ônibus e na segurança funcional de sistemas eletrônicos.



Transmissão da ZF:
engenharia no Brasil é
única fora da Alemanha
qualificada para calibrar
software de controle.

Divulgação/ZF

A empresa também trabalha com conectividade e infoentretenimento, preventivamente a introdução de cibersegurança nas atualizações OTA, over-the-air, essenciais para proteger dados e evitar acessos não autorizados, algo especialmente importante para evitar a invasão e manipulação de sistemas sensíveis de automação veicular, cada vez mais presentes nos veículos.

Atualmente, nos grandes mercados automotivos, a conectividade é vista como elemento-chave para a venda de veículos, com a demanda aumentada por modelos conectados e com maior automação. Rafael Santos Dominguez, gerente de programas de engenharia da DXP Luxoft, avalia que o Brasil tem potencial para desenvolvimento de softwares que comandam todos esses sistemas, devido ao custo acessível da mão-de-obra e à expertise em engenharia de software.

Apesar do potencial o Brasil enfrenta desafios: apesar do custo acessível existe escassez de mão-de-obra especializada, e também é um desafio a necessidade de adaptar programações a diferenças culturais dos países, como indica Dominguez: "Por exemplo: o design das multimídias e a preferência por comandos de voz variam significativamente em países como China

Digital Talent Academy:
Bosch desenvolve jovens
talentos digitais no
Brasil.



Divulgação/Bosch

e Brasil. Por isto a localização do desenvolvimento de software para infoentretenimento e conectividade é fundamental para atender às expectativas dos consumidores brasileiros".

O futuro do carro conectado envolve maior integração de sistemas, proporcionando uma experiência mais fluida da casa com o veículo, com a tendência crescente de uso de assistentes pessoais inteligentes, os IPAs, integrados aos carros, tornando a interação mais intuitiva e personalizada.

CONTRIBUIÇÃO GLOBAL

A Edag, empresa de origem alemã que fornece serviços de engenharia para veículos e fábricas inteligentes, também embarcou no desenvolvimento de softwares para eletrificação, controle de propulsão, conectividade veicular, infoentretenimento, espelhamento de smartphone, rastreamento e localização, atualizações OTA, integração com assistentes virtuais. Trabalhando com colaborações globais, a subsidiária brasileira está envolvida em projetos digitais de clientes multinacionais instalados no Brasil.

Como diz Martin Vollmer, diretor presidente da Edag do Brasil, "ainda que, por



Shutterstock AI Generator

questões de confidencialidade, não podemos divulgar informações específicas dos clientes ou produtos, nossos projetos envolvem aplicações reais que estão em produção ou em estágios avançados de desenvolvimento".

Segundo ele o mercado busca soluções modulares, personalizadas e escaláveis para diferentes dispositivos, tornando-se cada vez mais acessíveis ao usuário final. As tendências estão voltadas para o desenvolvimento de softwares inteligentes, conectados, inteligência artificial, assistentes autônomos e IoT, internet das coisas.

CONHECIMENTO EXORTADO

A expertise brasileira no desenvolvimento de softwares também se destaca dos fornecedores de componentes e sistemas automotivos. A ZF, por exemplo, mantém no País uma equipe de engenharia dedicada à calibração e à customização de suas transmissões e softwares que equipam caminhões e ônibus. Além de atender ao mercado da América do Sul a equipe exporta seu conhecimento para unidades da ZF em outros países, consolidando-se como a única unidade fora da matriz, na Alemanha, competente

para validar projetos e desenvolvimentos globais nesta área.

A subsidiária brasileira da ZF atua na personalização do software que controla as transmissões, ajustando-o para atender às necessidades específicas de cada montadora, desenvolvendo funcionalidades que elevam o desempenho dos veículos. Esse processo envolve calibração de funções como trocas de marcha, modos de condução, controle de velocidade de cruzeiro e avisos de manutenção preditiva. Também são desenvolvidas as atualizações dos programas que controlam estes sistemas, que são baixadas da internet.

A equipe brasileira é qualificada para calibrar todos os sistemas de assistência à condução desenvolvidos pela ZF para aplicações globais, como o Eco-Roll, que nos declives desengata a transmissão para economizar combustível, e o PreVision, que com uso de GPS antecipa a rota à frente e executa trocas de marchas no tempo certo para maior conforto e eficiência.

Na Bosch, em Campinas, SP, as apostas estão voltadas para profissionais que aprendem a desenvolver soluções digitais para aplicação em processos internos e desenvolvimento de produtos. Na sede brasileira do sistemista, em 2022, foi criada a Digital Talent Academy, um espaço bem equipado onde jovens de 16 a 19 anos cursam um programa técnico com módulos de digitalização, automação, desenvolvimento de software, inteligência artificial e análise de dados. Cerca de 90% dos alunos que terminam o curso são retidos para trabalhar em diversos departamentos da empresa.

Atualmente mais de 60% dos softwares desenvolvidos pela Bosch no Brasil são exportados para outras unidades do grupo. Gastón Diaz Perez, presidente da sistemista na América Latina, aposta que o futuro da indústria automotiva está na digitalização, o que abre uma grande oportunidade para desenvolvedores brasileiros: "O custo do Brasil para desenvolvimento de software é muito competitivo em comparação com outros países onde a Bosch atua". ■



SCHULZ: EXEMPLO DE SUSTENTABILIDADE

Companhia antecipa a neutralidade de carbono (Escopo 2) em cinco anos, desenvolve liga metálica com 80% menos emissão de CO₂ e investe em tecnologias limpas, eficiência energética e redução de emissões

Quem já teve a oportunidade de frequentar uma oficina mecânica em qualquer canto do Brasil possivelmente já esbarrou nessa marca. Natural de Joinville (SC), a Schulz S.A. foi fundada em 1963 como uma pequena fundição e logo se notabilizou como fabricante de compressores. Ao longo dessas mais de seis décadas, ampliou o negócio, manteve a produção dos compressores e se transformou em uma das metalúrgicas mais importantes do Brasil e do mundo. Hoje é uma das maiores companhias de bens de capital do Brasil. Fatura R\$ 2,4 bilhões, emprega 3.600 pessoas em instalações de mais de 195 mil m² de área construída e está presente em mais de 70 países.

Essa história pode ser narrada por uma linha condutora que sempre permeou sua trajetória: a inovação. Hoje a empresa é referência mundial em fundição, usinagem, pintura e montagem de peças para os mercados de caminhões, máquinas agrícolas, equipamentos de construção e aerogeradores, além de ser a maior fabricante de compressores de ar da América Latina.

Na Schulz, a inovação vai além dos produtos: ela também impulsiona decisões estratégicas e iniciativas sustentáveis da companhia. A empresa acaba de anunciar um marco significativo em sua trajetória de sustentabilidade: a aquisição de participação no Complexo Solar Janaúba, da Elera Renováveis – empresa da gestora canadense Brookfield –, localizada

em Minas Gerais. Essa decisão concedeu à Schulz o início da autoprodução de energia limpa neste começo de 2025. “Nosso compromisso para a redução de emissão de carbono estava previsto para 2030. A decisão estratégica de antecipar investimentos em fontes renováveis, contudo, nos trouxe um avanço expressivo: cumprir a meta já em 2025”, celebra Sandro Trentin, CEO da Schulz S.A.

Com essa iniciativa estratégica, a Schulz passou a integrar um parque de geração de energia elétrica por meio de painéis solares, com capacidade instalada total de 48 MW. A energia gerada é suficiente para neutralizar integralmente as emissões de CO₂ relacionadas ao Escopo 2 do Protocolo GHG (Greenhouse Gases), representando um passo decisivo rumo à descarbonização das operações da empresa.

Sustentabilidade também obtida em novos materiais

O compromisso de reduzir CO₂ não se resume à aquisição da usina fotovoltaica. A Schulz desenvolveu uma nova liga metálica capaz de reduzir em até 80% as emissões de CO₂ em seus materiais fundidos. Essa inovação é resultado de investimento em pesquisa e desenvolvimento de materiais mais limpos, com foco na descarbonização dos processos industriais. A nova liga já está em fase de produção e posiciona a empresa na vanguarda de soluções sustentáveis para o segmento automotivo pesado.

E foi além: a empresa também investiu em tecnologias para a gestão inteligente de frotas, por meio da Schulz Tech. A unidade oferece soluções de monitoramento em tempo real, como rastreamento e controle de pressão e temperatura dos pneus, que contribuem para a melhoria da eficiência operacional e redução do consumo de combustível, além do controle de emissões de CO₂ no transporte urbano, rodoviário, industrial e no agronegócio.

Como parte de sua estratégia de crescimento, a Schulz adquiriu a Janus & Pergher, empresa brasileira especializada na fabricação de equipamentos para geração de gases industriais e medicinais, além de soluções para a purificação de biogás, onde são removidos gases nocivos. Como resultado, o processo gera biometano, combustível renovável com propriedades similares às do gás natural.

Com essa aquisição, a Schulz passa a integrar ao seu portfólio soluções em energia renovável que contribuem para a valorização de resíduos orgâni-



cos e a redução da pegada de carbono em setores industriais e agroindustriais. A Schulz também anunciou a aquisição de uma nova planta de fundição, projetada para ampliar a capacidade produtiva da empresa. A unidade está sendo concebida com foco em eficiência energética e redução de emissões, reforçando o compromisso da Schulz com práticas produtivas mais limpas e sustentáveis.

Com uma visão de futuro aliada à responsabilidade ambiental, a Schulz reafirma seu compromisso em crescer de forma sustentável, investindo em soluções que unem tecnologia, eficiência e respeito ao meio ambiente.

Sobre criar um novo ícone



Fotos: Divulgação/VW.

Com o lançamento do Tera a Volkswagen quer marcar um gol icônico com nova tática de jogo

Por Pedro Kutney

AVolkswagen lançou aos quatro ventos querer fazer do Tera seu novo ícone no Brasil, como já foram o Fusca e o Gol. Para deixar bem clara esta ambição até aplica um decalque que sai de fábrica fixado no vidro traseiro do seu mais novo carro, com a silhueta dos três: Fusca, Gol e o Tera como pretendido sucessor dos dois.

Criar ícones assim chamados pelo grande volume de vendas já foi missão mais fácil nos respectivos tempos dos dois campeões do mercado brasileiro: bastava design diferenciado, mecânica robusta e preços baixos. Hoje o jogo exige o planejamento e a execução de táticas

bem mais complexas para a marcação de gols tão icônicos.

Ciro Possobom, presidente da Volkswagen do Brasil, confia na tática traçada e mostra entusiasmo com o novo produto, todo ele desenvolvido pela engenharia brasileira e tratado como o mais significativo lançamento da empresa na última década: "O Tera tem a responsabilidade de ser um novo ícone da marca, tem tudo para seguir o mesmo sucesso do Fusca, com mais de 3 milhões de unidades vendidas aqui, e do Gol com 7 milhões. Planejamos este carro para ser um líder de vendas e com ele temos a ambição de voltar à liderança do mercado brasileiro".

"Um ícone não nasce, torna-se um", pondera o designer brasileiro José Carlos Pavone, ele mesmo um ícone do design automotivo mundial após passar os últimos 23 anos da carreira desenhando alguns dos principais carros do Grupo VW, aqui e no Exterior. Hoje chefe de design na América do Sul e do Norte, ele coordenou a elaboração do visual do Tera desde o primeiro traço, rascunhado há quatro anos.

Na época a Volkswagen se preparava para encerrar a produção do Gol, no fim de 2022, e precisava de um novo ícone popular em seu portfólio no Brasil. Segundo Pavone foi esta a primeira e principal diretriz que recebeu para desenhar o Tera. E a segunda exigência, tão importante quanto a primeira, é que fosse um SUV. Não por acaso muitos entenderam que o projeto seria o de um "SUV do Gol".

RAZÃO E EMOÇÃO

O Polo Track, hatch que substituiu o Gol como produto mais barato da Volkswagen à venda no País, é um sucesso de vendas, ocupa constantemente a posição de automóvel mais vendido do mercado brasileiro, mas não cumpre as duas diretrizes de um novo ícone, não é SUV nem causa grandes emoções aos consumidores, como justifica Pavone: "O Polo é um hatch com um design racional e discreto, é um carro funcional, o Tera traz as qualidades de um SUV com visual mais emotivo, como gosta o brasileiro, foi pensado para chamar a atenção".

Para atingir o sucesso desejado era necessário, antes de tudo, projetar um

Versões do Tera: poucas diferenças externas e pacote completo de sistemas de segurança e infoentretenimento desde a versão de entrada.

SUV compacto, não mais um hatch B, porque é este o segmento que mais cresce. Misturando razão com emoção os SUVs já representam cerca de metade das vendas de automóveis no Brasil, e um a cada quatro deles vendidos são modelos compactos – que alguns chamam de B-SUV e outros, como a Volkswagen, preferem a denominação A-SUV.

São todos carros compactos concebidos para serem SUVs, que mantêm tamanho parecido com o de hatches B mas cobram preço mais alto justificado pela injeção de anabolizantes como maior altura do solo, feições que transmitem robustez e porta-malas um pouco maior. Assim é o Tera, projetado inteiramente no Brasil sobre a plataforma global do Grupo VW, a MQB, que no Brasil já é base do hatch Polo, do sedã Virtus, do SUV T-Cross e do SUV-cupê Nivus.

Depois de Virtus e Nivus o Tera é o terceiro modelo concebido no Brasil e construído sobre a plataforma MQB "mas a carroceria é completamente nova, nenhuma parte foi usada pronta dos demais veículos", destaca Pavone.

VANTAGEM SOBRE A CONCORRÊNCIA

A combinação de duas ideias fundamentais – ícone e SUV – ordenaram todos os passos do projeto do novo SUV compacto da Volkswagen. Neste sentido o primeiro desafio foi conceber um carro icônico de entrada em um segmento que não está na entrada do mercado.

O fato é que muita gente teve a mesma ideia e esta categoria do Tera está cada





Foto: Pedro Kutney

**Ciro Possobom
apresenta o Tera na Oca
do Ibirapuera:
meses de expectativas.**

vez mais povoada, com lançamentos mais recentes que começaram ainda em 2021 com o Fiat Pulse, depois o Renault Kardian em 2024 e, no mesmo ano, o Citroën Basalt com cimento de cupê. Todos estão na entrada do segmento de SUVs e trafegam nas mesmas faixas de preços.

Assim o grande desafio do Tera foi oferecer vantagens racionais sobre a concorrência. Para tanto a Volkswagen calibrou os preços das versões apenas um pouco acima dos concorrentes – até para assegurar a superioridade além do preço que só os ícones podem ter – mas colocou no carro mais sistemas de segurança e infoentretenimento.

O Tera tem todos os atributos obrigatórios atuais de um carro moderno que os concorrentes desta categoria também têm, como tela multimídia avantajada com espelhamento do smartphone, conectividade, duas eficientes opções de motores flex tricilíndricos 1.0 – uma versão aspirada e três turbinadas.

Mas, ao contrário dos competidores que costumam concentrar as melhores configurações de segurança e conforto somente na versão topo de linha, o SUV da Volkswagen é o único da categoria que, desde a opção mais barata e sem cobrar nenhum extra, em todas as quatro versões traz de série seis airbags – os concorrentes

têm quatro –, sistema de frenagem automática de emergência, faróis e lanternas de LED e quadro de instrumentos digital. As duas versões de topo com câmbio automático já vêm com controle adaptativo de velocidade de cruzeiro ACC, conexão com internet e o primeiro assistente virtual por voz com inteligência artificial, o Otto (leia mais nas próximas páginas).

"Comparamos todas as listas dos concorrentes para incluir o máximo para os clientes em todas as versões", assinala Roger Corassa, vice-presidente de vendas de marketing da Volkswagen do Brasil. "Trouxemos muita diferenciação e entregamos o carro mais seguro da categoria."

PEÇA CRUCIAL DO PLANO

Precedido por reestilizações do T-Cross, Nivus, Amarok e Nivus GTS, o Tera é o quinto de dezessete lançamentos planejados no ambicioso plano de renovação de produtos da Volkswagen na América do Sul, mas é o primeiro dos quatro carros inéditos incluídos no programa de investimentos de R\$ 20 bilhões até 2028.

"Todos os nossos lançamentos serão importantes para o desempenho da Volkswagen no Brasil, mas o Tera é o mais importante em volume", avalia o presidente Ciro Possobom. "As nossas novas picapes também serão golaços."



O executivo indica também que o Tera ajuda na pretendida mudança de imagem da marca, para atrair novos clientes: "A Volkswagen é bem tradicional, é consolidada principalmente com o público masculino mais maduro. Queremos mudar isto e projetamos o Tera para trazer à marca mais mulheres e jovens".

É daí que Possobom espera por um grande impulso nas vendas, que deverá mais que compensar a esperada canibalização, pelo Tera, de versões mais caras do Polo e das mais baratas do Nivus, pois o novo SUV está posicionado em preços no meio destes dois modelos.

Apesar de não dizer quando Possobom confirma que o Tera é um dos modelos escalados para ter versões híbridas flex, tecnologia em desenvolvimento na Volkswagen do Brasil há pelo menos três anos: "Já dissemos que toda a nossa linha terá híbridos", sintetiza. O mais provável é que estas versões começem a surgir a partir de 2026 e no caso do Tera a opção é por um sistema híbrido leve de baixa voltagem, pois não faria sentido agregar configurações mais caras para um veículo que quer atuar na faixa de preços de entrada do mercado.

BOM MOMENTO DE CHEGAR

Na diretoria da Volkswagen todas as expectativas sobre o desempenho comercial do Tera são bastante elevadas, mas o novo produto não será um salvador da pátria:

chega na confortável posição de ser um impulsor de vendas e no momento que já é bom para a fabricante no Brasil e na América do Sul. As vendas na região vêm crescendo consistentemente acima da média do mercado nos últimos três anos.

A marca saltou do quarto lugar em vendas na América do Sul, em 2022, para o segundo em 2024, com quase 500 mil veículos vendidos. Nos quatro primeiros meses deste ano houve ganho de mais meio ponto porcentual de participação de mercado, sustentando o primeiro lugar na Argentina e o segundo no Brasil. O Polo já é o carro mais vendido na região e o T-Cross é o SUV mais comprado.

No ano passado as vendas da Volkswagen no mercado brasileiro somaram pouco mais de 400 mil unidades, em crescimento de 16% sobre 2023 e participação que fechou doze meses em 16,1%, porcentual que está sendo sustentado nos primeiros cinco meses de 2025 e tende a crescer com a chegada do Tera na categoria que mais rápido avança no País.

Portanto, neste cenário, o Tera tem muito a contribuir para melhorar ainda mais este já invejável desempenho comercial da Volkswagen na região, pois abre o caminho no segmento de SUVs compactos que ainda não era explorado pela marca.

"O Tera é um novo ícone de nossa marca em uma nova era, alinhado com as tendências globais", observa Hendrik Muth, vice-presidente de vendas e marketing

Pretensão na forma de decalque no vidro traseiro traz as silhuetas do Fusca, Gol e Tera: Volkswagen traçou plano para que o terceiro seja o ícone sucessor dos dois primeiros.





Apresentação do Tera por inteiro pela primeira vez no Sambódromo do Rio, em março: barulho antes do lançamento.

para a América do Sul. "O carro tem papel fundamental na consolidação de nossa marca e aponta o sucesso de nossa estratégia na região."

BARULHO ANTECIPA EXPECTATIVAS

Para construir a imagem de um ícone a Volkswagen não economizou esforços nem dinheiro para promover a exposição de seu novo filho: como se fosse uma gravidez, nove meses antes do seu nascimento nas concessionárias o Tera fez várias aparições, antecipando o barulho sobre o carro para aguçar a curiosidade e o desejo dos consumidores.

As primeiras imagens do Tera, ainda escondidas sob sombras, começaram a ser divulgadas em setembro de 2024, enquanto o SUV ainda passava pelos seus testes finais. Foi quando a Volkswagen anunciou que mostraria "um novo ícone pop" em seu estande no Rock in Rio – evento do qual é uma das grandes patrocinadoras. Em meio aos shows a marca revelou o novo SUV pela primeira vez ao público, mas

dentro de um contêiner e atrás de uma parede de LED com frestas, convidando os passantes a acertar o nome do modelo.

Para causar mais curiosidade o nome, fotografado em um recorte da traseira do Tera, só foi revelado dois meses depois, em 4 de novembro. E em mais três meses o carro foi apresentado pela primeira vez por inteiro ao público, no início de março, em pleno carnaval, passando pelo Sambódromo da Marquês de Sapucaí pouco antes do desfile das escolas de samba do Rio de Janeiro.

Dias depois o Tera foi protagonista de outro evento, desta vez em seu berço, na fábrica de Taubaté, SP, quando começou a ser produzido em série, para distribuição às concessionárias, em meados de março.

Só faltava marcar o lançamento oficial e abrir a venda, que foi estrategicamente segurada para causar mais expectativa. Antes disto, em abril, a Volkswagen anunciou a renovação de seu patrocínio a outro festival de música, o The Town, a ser realizado em setembro próximo na

cidade de São Paulo, e tornou o Tera o carro oficial do evento, reforçando a estratégia de aproximar o produto do público jovem. Também antecipou o lançamento da versão especial Tera Outfit The Town Edition, a mais cara da gama, com acabamento exclusivo e emblema do festival colado na coluna C.

O barulho promovido em torno do carro parece ter dado certo e ultrapassou as fronteiras brasileiras: até dias antes do lançamento oficial 12% das notícias que circularam sobre a Volkswagen no mundo todo fizeram menções ao Tera, incluindo sites na Alemanha, Índia e África do Sul – este último país também está escalado para abrigar a produção do SUV, a partir de 2027 “e o impacto global foi extraordinário”, classificou Hendrik Muth.

O lançamento oficial para centenas de jornalistas e concessionários foi feito na última semana de maio, na Oca do Parque do Ibirapuera, em São Paulo, combinando com a exposição do Tera bem ao lado, em mais um evento musical, o C6 Fest, com o repetido objetivo de atrair os olhares do público jovem para o novo SUV compacto.

Mesmo com preços, características técnicas e test-drive da imprensa já am-

plamente divulgados a Volkswagen ainda segurou um pouco mais o início das vendas, que aconteceu somente na noite de 5 de junho, em uma ação de marketing simultânea nas 472 concessionárias da marca no País, que foi chamada pela empresa de “maior open door da história”, com o objetivo de atrair cerca de 50 mil pessoas para, enfim, começar a vender todas as versões do Tera.

Como bem lembrou o designer JC Pavone, apesar de todo o barulho e de todas as expectativas, ainda demorará algum tempo para saber se o plano de fazer do Tera um novo ícone da Volkswagen será comprado pelo público assim como foi vendido, mas não resta dúvida que todos os esforços foram feitos para isto. A sorte do novo SUV agora depende dos clientes e de seu poder de compra. ■

Versão especial do Tera Outfit The Town Edition, com logo do evento colado na coluna C: foco na aproximação do produto com o público mais jovem do festival de música.



Pioneira e inovadora, Volare é líder brasileira no segmento de micro-ônibus



Alinhada com a descarbonização do transporte, marca, que possui o portfólio mais completo de produtos com veículos para até 64 passageiros, desenvolve modelos híbrido e Gás Veicular

Com 27 anos, a Volare é líder brasileira na produção de micro-ônibus. Destaca-se pelo pioneirismo, inovação, agilidade no atendimento às demandas do mercado, ampla rede de concessionárias e flexibilidade no fornecimento de modelos sob medida para as diferentes aplicações do transporte de passageiros, além do compromisso com a sustentabilidade. A marca trabalha continuamente no desenvolvimento de novos modelos de micro-ônibus.

“Nos últimos dois anos, lançamos cinco modelos, incluindo veículos movidos a combustíveis renováveis e sustentáveis, como o Attack 9 híbrido (etanol/elétrico) e o Fly 10 GV. A eles juntam-se o Fly 12, o micro-ônibus com a maior capacidade de passageiros, Attack 8 Robust e o Attack 10, focados nas demandas do transporte de passageiros nas mais diferentes regiões do País”, destaca Ricardo Portolan, diretor de operações comerciais mercado interno e marketing da Marcopolo. Todos esses lançamentos contribuem para uma mobilidade eficiente e pro-

porcionam economia, conforto, segurança, com redução dos custos de aquisição e operacional de forma sustentável.

Um dos lançamentos foi o Volare Fly 12, considerado um verdadeiro “super micro”. O modelo tem capacidade de transportar com eficiência até 45 passageiros, além de motorista e auxiliar, com custos reduzidos de aquisição e operacionais. Na configuração escolar pode levar 64 estudantes, além de motorista e auxiliar.

“O Fly 12 impõe presença, inovação e se destaca entre os micro-ônibus. Sua robustez e vocação para o trabalho pesado são latentes”, comenta Portolan. De acordo com o executivo, pode ser utilizado para o transporte escolar e fretamento, com maior espaço, conforto e segurança, proporcionando a agilidade e fluidez de um micro, com a robustez de um modelo convencional.

Lançado em março, o Volare Fly 10 GV é mais uma opção da marca para a descarbonização do transporte e está disponível para os segmentos urbano, executivo e escolar. O motor, desenvolvido especialmente para aplicação GNV e biometano, em qualquer proporção, garante excelente relação de potência e desempenho, o que representa economia operacional e proporciona redução de até 96% das emissões de material particulado e 84% de gases que causam efeito estufa.

Outra grande novidade da Volare é o desenvol-

vimento do primeiro micro-ônibus híbrido produzido no Brasil, o Attack 9 Híbrido – Elétrico/Etanol. A energia que alimenta o motor elétrico é gerada por um motor a etanol, e por esta razão o Attack 9 pode ser utilizado em qualquer região do País, colaborando para o ecossistema, por ser neutro no ciclo do CO₂ e permitir a obtenção de créditos de carbono.

A tecnologia implantada no veículo oferece menores níveis de NVH (ruído, vibração e aspereza) e manutenção reduzida, inclusive do conjunto de freio, pois utiliza sistema regenerativo, que também recarrega as baterias nas frenagens. O modelo se destaca ainda pela autonomia, que pode chegar a 450km, e o reduzido volume ocupado por apenas três packs de baterias, que armazenam 122kWh, proporcionando maior capacidade de transporte de pessoas.

Com o contínuo crescimento do segmento do transporte escolar nos últimos anos no Brasil, a Volare desenvolveu o Attack 10 para atender a demanda por modelos específicos para diferentes aplicações, com maior capacidade, menores custos de aquisição e de operação. “No Attack 10 procuramos otimizar o investimento e a economia do operador, desenvolvendo um veículo com componentes de menor manutenção e custo de reposição, como rodado 17.5 polegadas no lugar do de 19, piso de alumínio extrudado, sistema de ar-condicionado convencional (sem ser dutado) e poltronas do modelo Executiva. O

foco são as licitações, onde os municípios precisam de mais capacidade, com preço competitivo e manutenção facilitada”, enfatiza Portolan.

A Volare continua investindo em tecnologia e inovação para atender às necessidades do mercado de transporte de passageiros. Com um portfólio diversificado e soluções sustentáveis, a marca reforça o seu compromisso com a excelência e a liderança de mercado, contribuindo ativamente para o futuro da mobilidade.



Pequeno carro com grande responsabilidade



O Tera apresentado no Sambódromo do Rio de Janeiro, em março: vendas só começaram três meses depois.

Fotos: Divulgação/VW

Volkswagen calbra preços e agrega pacotes generosos de itens de série para fazer do Tera um novo líder de vendas no País

Por Pedro Kutney

AVolkswagen soube aproveitar a nova realidade de preços altos do mercado brasileiro para lançar o Tera com valores que, se não podem ser considerados baratos, estão na faixa de entrada do segmento de SUVs, no qual o tíquete médio é maior e, ao menos por enquanto, não há crise pois há anos a categoria segue em vistoso crescimento: já representa cerca de metade dos automóveis vendidos no Brasil e os modelos compactos, como o Tera, avançaram 309% nos dez anos de 2014 a 2024 e representam perto de um quarto do mercado de veículos no Brasil. Parece haver, portanto, muito espaço para o novo SUV crescer.

A categoria é um tiro certo não só porque é a que mais cresce mas também é

um campo onde é admissível se cobrar mais, o que torna possível agregar valor ao produto sem prejuízo do lucro. Este é o principal diferencial do Tera, que traz um generoso pacote de itens de série desde a versão de entrada, um conjunto da obra que torna o novo carro bastante competitivo diante da concorrência de mesmo nível, digno da responsabilidade que lhe foi conferida: ser um líder de vendas da marca e do País – e quiçá até recolocar a Volkswagen de volta ao topo do mercado nacional de veículos.

"Os clientes querem SUVs e tudo o que colocamos dentro do Tera foi apostando nisto", endossa Ciro Possobom, presidente da Volkswagen do Brasil, referindo-se ao bom nível – considerado alto para os pa-

drões nacionais – de sistemas de segurança, infoentretenimento e conectividade integrados ao novo SUV. "Oferecemos um pacote completo e acessível e, por isto, o carro tem grande potencial para aumentar nossas vendas."

Ambições à parte o fato é que os primeiros sinais do mercado já demonstram que a Volkswagen acertou a mão no plano de negócios do Tera. O primeiro sintoma veio da concorrência que sentiu o golpe e baixou os preços logo após conhecer os valores cobrados pelo Tera, no fim de maio, como aconteceu com Fiat Pulse e Citroën Basalt, que estão na mesma categoria mas oferecem pacotes de equipamentos ligeiramente inferiores a depender das versões.

COMEÇO FESTEJADO

Mas o efeito novidade e o grande barulho promovido em torno do lançamento, ao menos em um primeiro momento, superou a concorrência. Em uma ação simultânea realizada na noite de 5 de junho nas 472 concessionárias da marca no País, organizada para marcar o início das vendas do Tera, foram recebidos 12 mil pedidos em apenas 50 minutos após a abertura oficial das vendas, um recorde, segundo contabilizou a Volkswagen, que classificou o evento como "o maior open doors de sua história".

Ciro Possobom apresenta os preços do Tera: foco no custo/benefício com pacote de equipamentos superior à concorrência.

Ainda que a maior parte das encomendas iniciais seja feita pelos concessionários este também não deixa de ser um bom sinal, pois demonstra a confiança dos revendedores no sucesso do produto.

"Logo na abertura das vendas o Tera provou sua força. É um resultado impressionante que confirma a assertividade da nossa estratégia no posicionamento do mais novo ícone da marca", assinalou Roger Corassa, vice-presidente de vendas e marketing. "A recepção calorosa do público comprova que é o modelo certo, na hora certa, reunindo preço competitivo, design, alta tecnologia, segurança e inovação de um carro conectado."

A empresa escalou diversos executivos para acompanhar o lançamento nas revendas em diversas cidades. O presidente Ciro Possobom, por exemplo, acompanhou a ação em uma concessionária de Curitiba, PR, sua cidade natal. No LinkedIn ele escreveu: "Ver este carro ganhar vida foi um marco pessoal na minha carreira, mas ver a reação das pessoas nas concessionárias foi ainda mais especial. O Tera não é só um carro, é uma virada de chave, o início de uma nova era da Volkswagen".

E Corassa foi pessoalmente a uma concessionária em São Paulo para entregar as chaves do Tera ao primeiro comprador – uma mulher foi estrategicamente escolhida para o ato simbólico,



para reforçar o plano de atrair o público feminino para a marca, considerada muito masculina.

EXPECTATIVAS

Como de hábito os executivos da Volkswagen evitam divulgar suas projeções. Corassa dá poucas pistas: "Temos expectativa interessante de volumes pois o Tera democratiza o acesso a um produto tecnológico, com maior nível de segurança e conectividade de sua categoria, por preços acessíveis". Mas o executivo reconhece que, justamente por estar na entrada do mercado de SUVs, o juro alto pode estragar a festa: "Este é um desafio em produtos de entrada que costumam ter mais vendas financiadas".

Na faixa de preços de R\$ 103 mil a R\$ 142 mil na qual está encaixado o Tera, em combinação com as pretensões da Volkswagen de fazer do modelo seu novo ícone de vendas no País, é possível esperar em um primeiro momento por vendas mensais superiores a 10 mil unidades men-

sais, o que colocaria o modelo na liderança imediata do segmento, baseado no fato de que o T-Cross, produto mais caro que parte acima dos R\$ 150 mil e passa dos R\$ 185 mil, é o atual líder de vendas da categoria de SUVs no País, com média de 9 mil emplacamentos por mês.

A tendência é que as versões de topo do Tera, com tamanho menor mas bom pacote tecnológico e preços mais baixos, devem roubar um pouco das vendas do T-Cross e, principalmente, do SUV-cupê Nivus, cujas duas versões 200 TSI, ambas com o mesmo motor 1.0 turboflex calibrado para 128 cv, custam R\$ 143,5 mil e R\$ 160,8 mil. Já a versão mais barata do Tera tende a canibalizar vendas de opções mais caras do hatch Polo.

A Volkswagen confia na diferenciação dos modelos para públicos diferentes mas já espera por algumas dessas trocas dentro da própria gama de produtos. O cálculo, contudo, é que a soma de tudo será positiva com aumento no seu volume total de vendas.

Volkswagen espalhou os executivos pelo País para acompanhar ação de lançamento simultâneo do Tera em 472 concessionárias: Ciro Possobom foi a Curitiba.





Roger Corassa foi escalado para entregar as chaves à primeira cliente do Tera na noite de abertura das vendas: 12 mil pedidos em 50 minutos.

MIX DE VENDAS

A Volkswagen lançou o Tera em quatro versões (veja preços, itens de série e opcionais no quadro a seguir). A opção mais barata, também bastante completa, com motor 1.0 aspirado de 84 cv e câmbio manual sai por R\$ 104 mil – no lançamento foram colocadas à venda 999 unidades a R\$ 100 mil que se esgotaram rapidamente.

Corassa estima que esta será a opção menos procurada, com representação abaixo de 20% das vendas, porque é um segmento de consumidores com maior poder aquisitivo, mas que busca boa relação de custo/benefício: "Neste sentido a versão TSI [com motor 1.0 turboflex de 116 cv e câmbio manual, por R\$ 117 mil] tem possibilidades de vender mais pelo bom pacote que oferece".

Logo depois a expectativa é que devem ser mais procuradas as duas versões de topo, ambas com o motor turboflex de 116 cv e câmbio automático. O Tera Comfort sai por R\$ 127 mil e o High por R\$ 140 mil, mas demanda maior é esperada pelo mais caro e completo da gama, que praticamente não tem opcionais e é base da versão especial Outfit The Town Edition,

com acabamento visual diferenciado – teto preto e rodas de liga leve escurecidas – que eleva o preço para R\$ 142,3 mil.

EXPORTAÇÃO

As expectativas também são altas para as vendas externas do Tera: o carro deverá ser exportado para mais de vinte países da América Latina e também de outros continentes, principalmente a África – o SUV já está programado para ser produzido também na África do Sul, a partir de 2027, de onde deve ser exportado para mercados que usam volante na mão inglesa, do lado direito.

Os embarques começam no segundo semestre, primeiro para países vizinhos, especialmente a Argentina, que será o maior freguês do Tera fora do Brasil. Os alvos são todos mercados emergentes que compram mais carros compactos, nos quais a China está ganhando cada vez mais espaço e os carros brasileiros estão perdendo a competição nos preços. Ciro Possobom, no entanto, avalia que o SUV tem condições de enfrentar a concorrência no Exterior: "Exportaremos para toda a América Latina e seremos competitivos". ■

Versões e preços do VW Tera

VW TERA MPI 1.0 84 CV MT 5 MARCHAS

R\$ 103 MIL 990



Principais itens de série:

- 6 airbags (2 dianteiros, 2 laterais nos bancos dianteiros e 2 cortina)
- Cintos de segurança dianteiros com pré-tensionador
- AEB - frenagem autônoma de emergência
- Frenagem automática pós-colisão
- HHC - assistente de partida em subidas
- Controle eletrônico de estabilidade ESC e de tração ASR
- Freios ABS com distribuição eletrônica de frenagem EBD
- Detector de fadiga do motorista
- Monitor de pressão dos pneus
- Bloqueio eletrônico do diferencial EDS
- Controle automático de velocidade de cruzeiro
- Sensor traseiro de estacionamento
- Ar-condicionado
- Direção elétrica
- Volante multifuncional
- Coluna de direção com ajuste de altura e profundidade
- Painel de instrumentos digital 8"
- Sistema multimídia VW Play tela 10,1" touchscreen e App-Connect
- 4 alto-falantes
- Tomadas USB-C dianteiras
- Alarme com comando remoto
- Travamento elétrico
- Vidros elétricos dianteiros e traseiros
- Ajuste de altura no banco do motorista
- Lanternas e faróis de LED com luz de condução diurna
- Retrovisores externos eletricamente ajustáveis com luzes de direção e função tilt down no lado direito
- Para-choques dianteiro e traseiro na cor do veículo
- Rack de teto longitudinal
- Rodas de aço com pneus 185/65 R15 e calotas

Cores Sólidas:

- Preto Ninja – sem valor adicional

• Branco Cristal – **R\$ 900 | Cores Metálicas:**

Cinza Platinum, Vermelho Hypernova, Azul Ártico ou Prata Lunar – **R\$ 1 mil 750.**

VW TERA TSI 1.0 TURBOFLEX 116 CV MT 5 MARCHAS

R\$ 116 MIL 990



Todos os itens da versão MPI mais:

- Grade de proteção do radiador com friso cromado
- Rodas de aço com pneus 205/60 R16 e calotas

Opcionais:

- Rodas Liga Leve 16" – **R\$ 1 mil 720**
- Sistema multimídia VW Play Connect com rastreamento do carro em tempo real pelo celular, destravamento a distância no aplicativo Meu VW, serviços remotos e internet – **R\$ 1 mil 590.**

A versão topo de linha do Tera com pacote visual Outfit The Town Edition: três das cores metálicas disponíveis têm custo extra de R\$ 1 mil 750.



VW TERA COMFORT 1.0 TURBOFLEX 116 CV AT 6 MARCHAS
R\$ 126 MIL 990



Todos os itens da versão TSI mais:

- Controle adaptativo de velocidade e distância ACC
- Serviços remotos e internet exclusiva para o infoentretenimento contratada separadamente
- Sistema multimídia VW Play Connect [veja descrição acimal]
- Sistema Kessy de acesso ao veículo sem o uso da chave e botão para partida do motor
- Sistema start-stop
- Borboletas no volante multifuncional para troca manual de marchas shift paddles
- Tomadas USB-C dianteiras e traseiras
- Luzes de leitura dianteira e traseira
- Descanso de braço dianteiro
- Rodas de liga leve com pneus 205/60 R16.

Opcional:

- Pacote Conforto – **R\$ 1,4 mil:**
- Ar-condicionado digital Climatronic Touch
- Carregador de celular por indução.

VW TERA HIGH 1.0 TURBOFLEX 116 CV AT 6 MARCHAS
R\$ 139 MIL 990



Todos os itens da versão Comfort mais:

- Câmara de ré
- Sensores de chuva e crepuscular para acionamento automático de iluminação e limpadores
- Painel de instrumentos digital 10,25"
- Iluminação ambiente da cabine em LED
- Iluminação no porta-luvas
- Ar-condicionado digital Climatronic Touch
- Carregador de celular por indução
- Espelho retrovisor interno eletrocrômico
- 6 alto-falantes
- 4 tapetes adicionais em carpete
- Rodas de liga leve com pneus 205/55 R17.

Opcionais:

- Pacote ADAS – **R\$ 2 mil 839:**
- Assistente ativo de mudança de faixa LKA
- Câmera multifuncional
- Detector de ponto cego com assistente de saída de vaga
- Pacote Outfit The Town Edition – **R\$ 2,3 mil:**
- Bancos com revestimento premium e inserto Outfit
- Rodas 17" escurecidas
- Teto e retrovisores externos em preto Ninja
- Emblema "The Town" nas colunas C.



Nascido no Brasil com qualidade global



Tera High: topo de linha com motor turboflex 1.0 de 116 cv e lista completa de equipamentos de série.

Tera reflete capacidade da engenharia brasileira de desenvolver carros com mais conteúdo tecnológico e maior valor agregado

Por Pedro Kutney

Depois do sedã Virtus e do SUV-cupê Nivus o Tera é o terceiro modelo desenvolvido pela engenharia brasileira da Volkswagen sobre a plataforma global MQB, com uma diferença: o SUV compacto é fruto de um projeto inteiramente concebido no Brasil, do primeiro traço à última peça estampada da carroceria. Neste sentido o carro exibe a evolução da capacidade dos designers e engenheiros nacionais em construir um veículo de maior valor agregado com preço de entrada e sem amputações tecnológi-

cas – como era comum na indústria automotiva nacional apenas alguns anos atrás. Algumas forças empurram esta evolução e a primeira delas é o aperto da legislação, que obriga à redução de emissões de poluentes, aumento de eficiência energética, adoção de sistemas de segurança ativa e uso de materiais recicláveis. Outro fator é a maturidade das demandas do consumidor, que quer carros cada vez mais econômicos, automatizados, conectados à internet e digitalizados, com as maiores telas possíveis. Melhor ainda se tudo isto

estiver empacotado na forma de um SUV, com design robusto e altura do solo para enfrentar buracos na cidade ou um passeio até a chácara.

Pois o Tera agrupa todas estas demandas e também carrega dose adicional de capricho da engenharia da Volkswagen no Brasil, que ganhou liberdade para desenvolver o projeto do zero e consolidar sua capacidade de conceber um carro local com qualidade global. O fato de ser um SUV ajudou nesta tarefa, pois é um segmento que, mesmo na entrada, tem preços maiores, o que permite adotar acabamentos melhores e a inclusão de mais itens de série desde a versão mais barata.

"A engenharia brasileira executou todo o projeto, que mudou várias vezes até chegar a uma fórmula que consideramos ser a ideal", afirma o engenheiro André Drigo, gerente executivo de desenvolvimento do veículo completo da Volkswagen do Brasil. "Projetamos tudo aqui para o mundo, com todas as qualidades para que o Tera seja um novo ícone da marca."

TUDO NOVO

"Aprovamos com a matriz os padrões globais de identidade visual da Volkswagen, mas tivemos grande liberdade, fizemos tudo como queríamos, do zero,

sem usar partes de outros carros", atesta o designer brasileiro José Carlos Pavone, atual chefe de design da Volkswagen nas Américas, que há quatro anos começou a desenhar os primeiros traços do Tera a partir de uma única exigência: projetar um SUV compacto de entrada, o primeiro deste porte da marca no mundo inteiro.

A ideia original do Tera começou a ser concebida em 2021 mas só dois anos depois, em 2023, o carro saiu do computador para o mundo real, com peças feitas em impressoras 3D. Por mais de seis meses, até o fim de 2024, foram realizados de testes de rodagem em mulas e protótipos.

Assim como outros modelos construídos sobre a MQB o Tera compartilha peças estruturais como assoalho e base das colunas, tem o mesmo entre-eixo de 2m57 de Polo e Nivus, mas a carroceria é inteiramente nova, sem compartilhamentos com os irmãos de plataforma.

Como diz Pavone o novo SUV foi desenhado com base na nova identidade visual global da Volkswagen, tem similaridades com novos carros da marca na Europa como o T-Roc e o elétrico ID.4, mas ainda assim o visual é bastante distinto: "Fizemos uma interpretação do que poderia ser um Polo SUV, mas com design muito mais emocional".

Tera MPI: rodas de aço, acabamento mais simples e motor 1.0 aspirado para garantir preço de entrada no segmento de SUVs.





Tera TSI: versão turboflex mais barata com câmbio manual.

BOM CONJUNTO DA OBRA

Assim nasceu o carro compacto com 4m15 de comprimento total, 1m78 de largura e 1m53 de altura, com truques de design que o fazem parecer um SUV mais largo e mais robusto do que afirmam suas medidas reais. Asseguram esta impressão a linha de cintura alta nas laterais, o capô elevado, a grande entrada de ar incorporada ao para-choque dianteiro e os faróis e lanternas afilados.

Na prática o conjunto da obra é bastante agradável e chamativo, o carro mistura linhas aerodinâmicas e, ao mesmo tempo, robustas. Olhando de perto o Tera, sem nenhum demérito, parece ser um hatch B compacto que tomou anabolizantes: como em qualquer SUV a altura do solo é mais alta, mas o espaço interno é quase igual ao do Polo e o porta-malas é um pouco maior: acomoda o equivalente a 350 litros – medidos com tijolinhos.

Exemplos da generosidade calculada para fazer o Tera chamar a atenção, no exterior são de série, desde a versão mais barata, os faróis e luzes de condução diurna de LED, no formato de elegantes pestanas bipartidas, e as lanternas de LED com efeito click-clack, que nas frenagens alterna a luz de condução de dois traços horizontais para dois verticais

– é o primeiro B-SUV a ostentar este tipo de alegoria luminosa.

A generosidade, no entanto, termina nas diferenças de acabamento interno e externo das quatro versões do Tera, que segundo a Volkswagen “têm públicos distintos”. A opção mais barata MPI, com motor 1.0 aspirado, vem com rodas de aço aro 15 com calotas de plástico e pneus 185/65, o interior da cabine é bastante simples, as portas são revestidas só com plástico duro e os bancos são de tecido liso preto e cinza.

Já as versões seguintes, todas equipadas com o motor 1.0 turboflex, são mais caprichadas. A TSI, com câmbio manual, vem de série com rodas de aço aro 16 e pneus mais largos 205/60, com opção de colocar rodas de liga leve por R\$ 1 mil 720, e na cabine as portas ganham apliques macios e os bancos têm tecido desenhado com riscas. As rodas de liga leve são de série nas versões mais caras com transmissão automática, a Comfort com aro 16 e a High com aro 17, estas calçadas com pneus de perfil mais baixo 205/55, e no interior do topo de linha o revestimento dos bancos mistura tecido com apliques de vinil.

Outra falta de generosidade está na oferta de cores, quase todas com custo

adicional. A Volkswagen só não cobra a mais pelo Preto Ninja, o Branco Cristal custa R\$ 900 e as opções metálicas Cinza Platinum, Vermelho Hypernova, Azul Ártico ou Prata Lunar adicionam R\$ 1 mil 750 ao preço básico.

CARRO DA ERA DIGITAL

Com trinta módulos eletrônicos para controlar seus diversos sistemas de segurança e infoentretenimento o Tera também reúne algumas modernidades internas pouco comuns em carros de entrada, como o quadro de instrumentos digital de 8 polegadas – e de 10,25 na versão de topo High – e a central multimídia VW Play com tela tátil de 10,1 polegadas, que integra controles do sistema de som, configurações do veículo, navegação e espelhamento com smartphones e seus aplicativos.

O pacote de conexão VW Play Connect, opcional na versão TSI e de série nas opções de topo Comfort e High, conecta o carro com o aplicativo Meu VW no smartphone, que dentre outras funcionalidades tem rastreamento do veículo em tempo real, destravamento a distância, serviços remotos e internet.

E no segundo semestre este pacote ganha a companhia do Otto, assistente

virtual controlado por voz com inteligência artificial, que fornece informações sobre o carro, como autonomia antes de precisar abastecer ou a pressão dos pneus, ou resposta a qualquer questão com dados disponíveis na internet, como a população de uma cidade ou previsão do clima, por exemplo (leia mais sobre o Otto na reportagem a seguir).

Dentre as qualidades que aumentam o conforto a bordo do Tera também é de série em toda a linha o controle automático de velocidade de cruzeiro, sensor traseiro de estacionamento, retrovisor externo direito com função de rebaixamento tilt down quando a ré é engatada, ar-condicionado, direção elétrica, volante com comandos multifuncionais, coluna de direção ajustável em altura e profundidade, duas tomadas USB-C no console central e acionamento elétrico de retrovisores, travamento de vidros dianteiros e traseiros.

O MAIS SEGURÓ DA CATEGORIA

A Volkswagen vende o Tera como o carro mais seguro de sua categoria, com adição de vários sistemas de segurança desde a opção mais barata. São de série em toda a linha seis airbags – dois frontais, dois laterais dianteiros e duas cortinas

Tera Comfort: a versão mais barata com transmissão automática, motor turboflex e boa lista de equipamentos.





Da esquerda à direita os painéis do Tera MPI, TSI, Comfort e High mostram a diferença de acabamentos das versões: topo de linha tem quadro de instrumentos digital maior, de 10,25", nos demais é menor, de 8".



–, enquanto os concorrentes diretos não passam de quatro. Também estão na lista original cintos de segurança dianteiros com pré-tensionador, frenagem autônoma de emergência e pós-colisão, assistente de partida em subidas, controle eletrônico de estabilidade e tração, freios com ABS e distribuição eletrônica de frenagem – discos nas quatro rodas nas versões turbo –, detector de fadiga do motorista e monitor de pressão dos pneus.

Nas versões de topo Comfort e High também é de série o ACC, controle de velocidade de cruzeiro adaptativo, com radar que monitora veículos à frente para manter distância com aceleração e frenagem automáticas. O Tera High ainda incorpora câmera de ré e sensores de chuva e crepuscular para acionamento automático de iluminação e limpadores.

Nas duas versões de topo também é possível instalar o pacote opcional ADAS, que custa R\$ 2 mil 839, para complementar os sistemas de assistências eletrônicas ao motorista com câmera multifuncional de monitoramento externo, detector de ponto cego com assistente de saída de vaga e o assistente ativo de mudança de faixa, que corrige a direção automaticamente quando o carro desvia da rota sem ligar a seta.

Com todos estes sistemas de segurança ativa e passiva a expectativa da engenharia da Volkswagen é que o Tera receba nota máxima de cinco estrelas nos testes de segurança e colisão do Latin NCAP. E não só isto: o SUV também deve

garantir descontos tributários do Mover, Programa Mobilidade Verde e Inovação, pela adoção mais rápida de dispositivos de segurança.

MOTORIZAÇÃO E CONSUMO

A Volkswagen coloca no Tera seus já consagrados motores tricilíndricos de 1 litro, ambos produzidos na fábrica de São Carlos, SP, em opções aspirada ou turbinada. Em ambas todos resultados de medições colocam o SUV dentre os carros a combustão mais econômicos à venda no País.

O modelo foi pensado para superar as novas metas de eficiência energética que estão em discussão no Mover, que poderão render descontos de IPI. Também atende todos os limites mais apertados da legislação de emissões da oitava fase do Proconve para veículos leves, o PL8 – por isto é um dos primeiros veículos nacionais a sair de fábrica com a obrigatória válvula ORVR no seu tanque de 49 litros, que veda a evaporação de gases nocivos do combustível nos reabastecimentos.

Para justificar preços mais baixos na sua categoria, depois do Citroën Basalt, o Tera é o segundo SUV nacional a utilizar motor 1.0 aspirado. Combinado com câmbio manual de cinco marchas a versão MPI utiliza o tricilíndrico de 84 cv e torque máximo de 101 Nm usando etanol ou 77 cv e 94 Nm abastecido com gasolina.

As demais três versões do Tera, a TSI com câmbio manual, Comfort e High com automático de seis marchas, usam o motor



1.0 turboflex configurado com potência de 116 cv com etanol e 109 cv com gasolina e o mesmo torque máximo de 165 Nm.

O consumo aferido pelo Inmetro para ambas as motorizações é bastante similar. A Volkswagen destaca que o Tera é o primeiro SUV do País a registrar autonomia de 15 km/l de gasolina rodando em estrada, o melhor resultado de todas as medições, registrado pela versão turboflex com câmbio manual. O mesmo motor com transmissão automática fez 14,5 km/l, o pior desempenho em rodovia com gasolina, e o 1.0 aspirado ficou no meio dos dois com 14,7 km/l. Com etanol o consumo rodoviário quase faz empatar as versões, variando de 10,2 km/l no modelo aspirado a 10,3 km/l no turbo.

Em trecho urbano o 1.0 aspirado registra o melhor consumo tanto com gasoli-



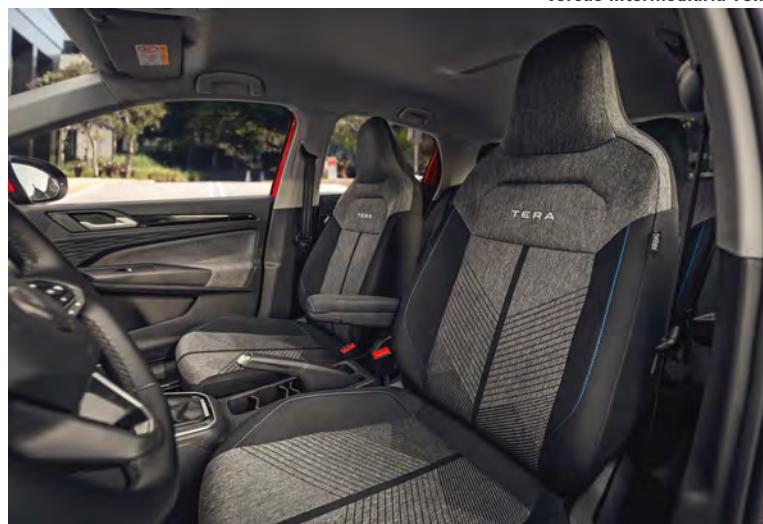
na quanto com etanol, respectivamente 13,2 km/l e 9,1 km/l, enquanto o motor turbinado com câmbio manual fica atrás com 12,9 km/l e 9 km/l e a transmissão automática teve o pior desempenho, de 12,2 km/l e 8,6 km/l.

PRONTO PARA FUTURO SUSTENTÁVEL

Ainda sem confirmação oficial até 2026 o Tera também terá versões híbridas flex. O engenheiro André Drigo afirma que o carro foi projetado para esta possibilidade e "está preparado para isto", levando em conta que a Volkswagen pretende lançar versões híbridas de toda a sua linha de produtos. Segundo ele "tudo é possível" mas o que faz mais sentido é o uso do sistema leve de 48 V, pois a instalação propulsão híbrida fechada ou plug-in, com mais autonomia da tração 100% elétrica, acrescentaria custos muito elevados para um carro de entrada.

O Tera também já nasceu sob os preceitos da economia circular, pensado para atender os crescentes níveis de reciclagem que serão exigidos pelo Mover. Exemplo mais vistoso disto são alguns revestimentos introduzidos na cabine do SUV, produzidos a partir de material reciclado de solas de tênis descartados.

Mais do que um projeto de mais um carro bonitinho o Tera demonstra, na prática, que a engenharia brasileira pode desenvolver veículos mais caprichados de qualidade global, sempre que a relação custo/lucro o permitir. Esta parece ser a fórmula do novo SUV brasileiro.



BorgWarner: personagem principal no downsizing

Turbocompressores produzidos pela empresa, que equipam motores flex de baixa cilindrada, celebram 10 anos e são os personagens principais na tecnologia de downsizing motriz da indústria automotiva



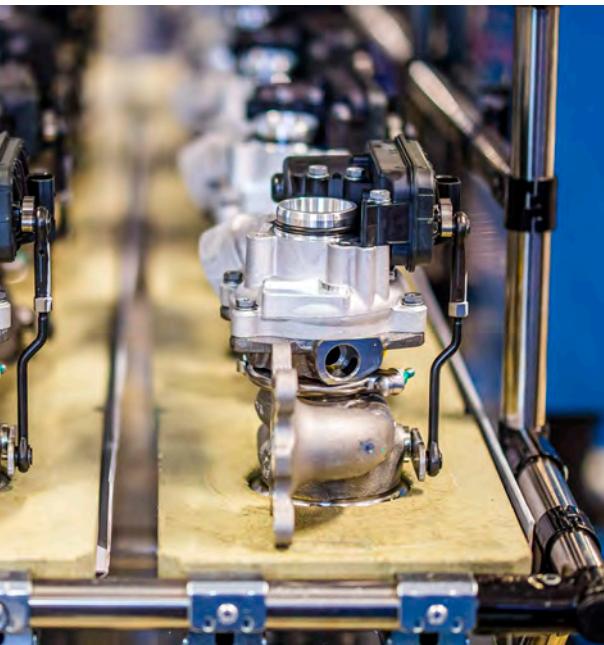
Desde que os limites de emissão de poluentes começaram a ficar mais restritos, de alguns anos para cá, a solução mais adequada encontrada pelas fabricantes de automóveis foi a sobrealimentação. Os engenheiros passaram a reduzir as cilindradas dos motores e equipá-los com sistemas de turbocompressores, o que garantiria a performance

desejada e, principalmente, atenderia às normas vigentes de eficiência energética mais severas. A esse movimento, o mercado deu o nome de “downsizing de motores”.

Nem parece, mas o início desse movimento acaba de completar 10 anos. A BorgWarner fabrica turbocompressores no Brasil desde 1975, e passou a produzir para carros de passeio há uma década,



Fotos: Premium Fotografia



Linha de montagem
do turbocompressor
série B01, na fábrica da
BorgWarner em Itatiba

com o objetivo de fornecer esse componente aos motores flex de baixa cilindrada.

“Em 2015, a BorgWarner foi pioneira na fabricação nacional de turbocompressores para motores flex de baixa cilindrada. Esses componentes, da série B01, foram fornecidos para equipar o primeiro motor 1.0 Turbo Flex produzido no Brasil para o automóvel Volkswagen Up! TSI. Hoje, aproximadamente 50% dos turbocompressores utilizados em motores flex que circulam no Brasil são produzidos pela BorgWarner, na planta de Itatiba (SP)”, esclarece Luis Pinto, Gerente de Vendas da BorgWarner Turbos and Thermal Technologies no Brasil.

Os principais clientes dos turbocompressores da BorgWarner, atualmente, além da própria Volkswagen, são Fiat, Jeep, Citroën, Renault, Peugeot e Nissan.

O turbocompressor B01 da BorgWarner conta com design robusto e adequado às especificidades da região para atender motores a gasolina e etanol. Usa materiais avançados que permitem maior resistência à corrosão e capacidade de suportar altas temperaturas de exaustão, da ordem de até 1.050°C. O componente oferece alta eficiência

nos estágios do compressor e turbina por meio de design otimizado de rotores e volutas, entregando torque máximo em baixas rotações e baixo consumo de combustível, ajudando o veículo a atender leis de emissões atuais. Além disso, o design compacto do B01 possibilitou a instalação em arquiteturas de motores com espaço reduzido.

Como funciona o turbo?

A principal função do turbocompressor é utilizar a energia do escape para inserir ar comprimido na admissão do motor e melhorar a combustão. Projetado para ter o mesmo tempo de vida útil de um motor, o turbocompressor é formado por quatro partes principais: turbina, compressor, conjunto central e sistema de controle. A turbina recebe os gases de escape resultantes da combustão, a energia gerada por esses gases é convertida através do processo de expansão do estágio da turbina que converte energia térmica em trabalho, girando o Conjunto Eixo Rotor, no qual conecta estágio do Compressor que, por sua vez, comprime o ar para a admissão do motor, potencializando a combustão e melhorando o desempenho do veículo.



Divulgação/VW

Fala Otto!

Estreia no Tera o primeiro sistema de inteligência artificial desenvolvido para veículos no Brasil, que responde a questões sobre o carro e qualquer outra informação disponível na internet

Por Pedro Kutney

Qualquer que disser "Fala Otto" a bordo do Tera ativará o primeiro assistente virtual com inteligência artificial generativa desenvolvido por um fabricante de automóveis no Brasil. A partir do segundo semestre o sistema ativado por voz, que responde a perguntas sobre o carro ou qualquer outra informação disponível na internet, estreará a bordo do novo SUV compacto da Volkswagen – que depois deverá estender a funcionalidade para outros modelos da marca.

Todo o desenvolvimento de linguagem do Otto foi liderado pelo time da VW Tech

no Brasil, departamento de tecnologia da informação criado há menos de um ano na Volkswagen Anchieta, em São Bernardo do Campo, SP, para desenvolver soluções para veículos e serviços em um mundo cada vez mais digitalizado. O projeto contou com a parceria tecnológica da Accenture Brasil.

Cristina Cestari, que lidera a equipe da VW Tech como CIO da Volkswagen América do Sul, relata que "toda a arquitetura técnica e de dados do Otto, a definição dos componentes de voz e as provas de conceito foram concebidos pela nossa equipe

da VW Tech". Segundo ela o sistema foi concebido para aumentar a ligação das pessoas com o carro, uma característica já forte nos consumidores brasileiros com veículos da marca: "Nosso legado de conexão emocional com os clientes tem mais de 72 anos. Essa tradição nos serviu de inspiração para criarmos o Otto, reforçando a interação contínua e personalizada dos humanos com sistemas tecnológicos".

Para Rodolfo Eschebach, presidente da Accenture Brasil e América Latina, o projeto do Otto mostra a força que o País vem ganhando como polo de desenvolvimento de softwares e soluções digitais: "Accenture e Volkswagen uniram a expertise brasileira em inteligência artificial, design e tecnologia ao profundo conhecimento da indústria automotiva, evidenciando a sinergia de nossas tecnologias e visões de futuro. Com o Otto entregamos mais segurança, conveniência e personalização em cada interação do cliente com seu veículo".

A cara do personagem virtual do Otto, a interface que aparece em movimento na tela do sistema multimídia VW Play Connect toda vez que ele é chamado, foi criada pela equipe de design liderada por José Carlos Pavone, também responsável pelo design do Tera: "Nossa inspiração foi criar um avatar que representasse, ao mesmo tempo, sabedoria e a marca Volkswagen. Foi quando surgiu a ideia de usar o desenho estilizado da Kombi Corujinha, que tem os traços de uma coruja".

COMPANHEIRO VIRTUAL

O Otto responde a praticamente qualquer coisa que lhe seja perguntado: depois do chamado "Fala Otto" basta dizer a ele o que se quer saber, desde informações sobre o carro, como autonomia com a quantidade de combustível existente no tanque, a pressão dos pneus, alguma recomendação do manual do proprietário ou a melhor rota para se chegar ao endereço ditado ao navegador. O Otto também busca na internet respostas a questões aleatórias, como previsão do tempo, a história de um artista ou de uma localidade.

Com sua inteligência artificial gerativa o Otto utiliza grandes modelos de linguagem para agregar dados e aumentar seus conhecimentos. Ele escuta, comprehende e evolui de acordo com os comandos que recebe para oferecer uma experiência personalizada a cada cliente Volkswagen, o que faz do assistente virtual um companheiro nas horas que se passam no carro. Para Cristina Cestari "a verdadeira inovação não é apenas a que transforma produtos mas a que transforma experiências humanas".

A estreia da inteligência artificial no Tera, segundo ela, foi uma escolha natural pelo avanço tecnológico que o SUV compacto representa para a engenharia da fabricante no Brasil e sua importância para aumentar o volume de vendas: "Assim como o Tera a IA by Volks inicia uma nova era dentro e fora da empresa. O carro não é movido só pelo seu motor mas também pela inteligência de suas inovações".

Como ainda passa por fase de testes finais somente no segundo semestre o Otto estará integrado ao sistema VW Play Connect do Tera, em sua tela de 10,1 polegadas integrada ao painel, que conecta o carro com a internet e smartphones por meio do aplicativo Meu VW 2.0. O sistema estreará de série nas versões de topo do Tera, Comfort e High, e é opcional no TSI, por R\$ 1 mil 590. A assinatura da conexão custa R\$ 24,90 por mês e será grátis no primeiro ano de uso. ■



Caminho suave



Divulgação/VW

Dirigir a versão mais completa do Tera High Outfit é uma experiência agradável

Por Pedro Kutney

Foram quase 300 quilômetros ida e volta de São Paulo até a fábrica da Volkswagen em Taubaté, SP, dirigindo a mais esperada novidade da marca no Brasil, o SUV compacto Tera. Ao volante da versão mais cara e completa, a High edição especial Outfit The Town com pacote completo de assistências avançadas para o motorista, o caminho foi suave e a experiência foi agradável.

Para começar a avaliação, independentemente da versão, o Tera tem posição de dirigir bastante confortável: os bancos

inteirícos dianteiros, com encosto de cabeça integrado, abraçam as costas e não cansam motorista nem o carona. O assento com ajuste de altura e distância coloca quem guia em campo de visão bastante amplo à frente, e o capô um pouco mais alto de um SUV não oferece dificuldades e delimita melhor até onde vai o bico do carro.

Outra constatação a bordo do Tera que independe da versão é o silêncio na cabine: mal se ouve o motor e o atrito do vento na carroceria. Esta qualidade tem explica-

ção técnica. Segundo André Drigo, gerente executivo de desenvolvimento do veículo completo da Volkswagen, para além do bom isolamento acústico o ambiente silencioso também é fruto do projeto estrutural do veículo: "A geometria do teto com nervuras não é só um efeito visual, foi calculada para abafar o efeito sonoro do ar dentro do carro em movimento. Esta solução também reduz a transmissão da vibração das rodas".

Drigo acrescenta que o conforto acústico sentido a bordo também é resultado da alta rigidez estrutural do carro, que reduz torções da carroceria, enquanto as novas molas e amortecedores introduzidos no Tera inibem com eficiência a transmissão de vibrações do solo. Seja o que for na prática estas soluções todas funcionaram bem e garantiram um trajeto mais confortável durante o test drive, na opinião dos dois ocupantes do veículo.

Também deu para perceber que o visual do Tera provoca reações: recém-lançado e ainda raro de se ver em circulação, o SUV compacto chamou a atenção por onde passou, atraindo alguns olhares dos mais curiosos intrigados para saber do que se tratava. O vermelho vivo do carro cedido

para o teste, com o teto do preço do pacote Outfit, ajudou a aguçar a exposição.

POTÊNCIA E DINÂMICA NA MEDIDA

Partindo para as sensações ao dirigir específicas da versão avaliada a topo de linha, como era de se esperar merece boa nota o eficiente desempenho do já conhecido motor 170 TSI da Volkswagen, tricilíndrico 1.0 turboflex calibrado com potência de 116 cv quando abastecido com etanol ou 109 cv com gasolina [caso da versão testada], com torque máximo de 165 Nm, ou 16,8 kgfm, obtido já a partir de 1mil 750 rpm, para ambos os combustíveis. É o mesmo motor que já equipa o Polo e, configurado como 200 TSI com potência de até 128 cv, também está em versões do Virtus, Nivus e T-Cross.

Por ser o Tera um SUV com preços de entrada foi escolhida a configuração de motorização turbo de menor potência para equipar as três versões TSI – também está à venda a versão mais barata MPI com motor 1.0 aspirado de até 84 cv. Na prática da direção em trecho urbano e na estrada o 170 TSI empurra o Tera com vigor sempre que o pé no acelerador chama por mais toque e potência, mas também



responde com confortável suavidade em baixa velocidade.

Combinado com um bem ajustado câmbio automático de seis marchas, que pode ser configurado para tocada esportiva ou realizar trocas manuais de marcha nas borboletas atrás do volante, a motorização turbo oferece potência mais que suficiente para uma agradável condução de dinâmica, com acelerações e retomadas rápidas o bastante, até mais vigorosas do que se pode esperar de um carro dito de entrada.

Segundo medições mais apuradas da Volkswagen a velocidade máxima do Tera 170 TSI automático é de 184 km/h e ele vai de 0 a 100 km/h em 11,7 segundos – na opção TSI com câmbio manual este tempo baixa para 10,1 segundos. É algo que, na prática, não faz diferença alguma para quem dirigir o carro no dia-a-dia.

Nas curvas em maior velocidade ou em trocas de faixa a suspensão bem ajustada do Tera e sua direção elétrica progressiva oferecem segurança, com o carro bem agarrado ao chão. Como o SUV compacto é quase um hatch, apesar de sua altura maior do solo há pouca inclinação, o que garante bom conforto pendular a bordo.

Assim como todos os Tera a versão testada High Outfit vem com o pacote de

sistemas de segurança mais completo possível, de série com o ACC, controle automático adaptativo de velocidade, e também com o opcional ADAS, que agrupa o controle ativo de mudança de faixa. A combinação dos dois funciona bem e, na estrada, garante conforto extra ao motorista, que não precisa acelerar, nem frear e pode até tirar a mão do volante por alguns instantes, porque o carro executa estas funções automaticamente, mantendo a velocidade escolhida e a distância ajustada para o veículo que vai à frente, com frenagens automáticas quando necessário, além de leve atuação no volante quando o carro desgarra da faixa de rodagem.

SISTEMAS

No painel quase todos os controles do Tera, como som, navegação, conexão com o smartphone e aplicativos do VW Play, são executados na tela tátil de 10,1 polegadas: sem problemas quando o sistema funciona, mas se algo deixa de funcionar os botões físicos fazem falta. Os botões no volante multifuncional controlam volume do som, trocas de estações de rádio e de faixas de música, regulagem de velocidade e distância do ACC e também as configurações do quadro de instrumentos 100% digital de 10,25 polegadas – nas outras versões mais baratas é de 8 polegadas.

O quadro digital é bastante amplo e fácil de visualizar e configurar, com botões no volante para mudar os formatos de mostrar velocímetro, conta-giros, funcionamento do ACC e informações diversas do computador de bordo, como consumo, velocidade média e odômetros. O Tera é bastante digitalizado e conectado.

Na prática o Tera High Outfit mostrou ser um carro agradável de dirigir e a versão de topo avaliada tem estilo e itens de série que o colocam acima de um carro de entrada – até porque o preço desta versão fica longe da entrada, sai por quase R\$ 147 mil com todos os opcionais incluídos, contando os pacotes ADAS e Outfit e também o extra pela pintura metálica.





**Agradecemos a TOYOTA pela premiação:
“OUTSTANDING PERFORMANCE AWARD 2024”**

A SOGEFI Suspension Brasil tem muito orgulho dessa parceria, e somos muito gratos pelo reconhecimento como fornecedor Nível A.

Este prêmio reflete nosso compromisso com a excelência, e é o resultado de muito trabalho e profissionalismo.

Somos **Great Place to Work.**





Divulgação VW

SUV acelera produção em Taubaté

Tera traz investimentos à fábrica, com 260 novos empregos diretos, inovações de processos, 347 novos robôs, ampliação da área logística e 1 mil 825 novas peças

Por Pedro Kutney, de Taubaté, SP

A chegada do Tera à linha de produção da Volkswagen em Taubaté, SP, consolida investimentos e mudanças profundas na fábrica, que foram iniciadas ainda em 2020, quando a unidade começou a ser preparada para produzir carros sobre a plataforma global do grupo, a MQB, lembra o chefe de manufatura, Wilson Zatti: "Foi quando começamos uma mudança total de mentalidade produtiva, com introdução de tecnologias avançadas, novos processos mais produtividade".

Desde 2010, quando ingressou na Volkswagen, o executivo vem trabalhando na introdução da MQB nas diversas linhas da empresa no País. Em 2020 foi escalado para a missão em Taubaté como diretor de manufatura e coordenou as mudanças para construir novos carros sobre a nova plataforma na unidade, começando em 2022 como o Polo Track e agora com o Tera, que trouxe mais avanços e inovações para todas as etapas dos processos produtivos. Foram feitos quase seis meses de testes de manufatura antes da fabricação em série do novo SUV, iniciada em março passado, tudo sem parar a produção do Polo Track.

Boa parte do plano de investimento de R\$ 13 bilhões destinados às fábricas paulistas da Volkswagen, até 2028, incluindo

produtos e manufatura, foram direcionados ao Tera e à sua produção em Taubaté. Como o SUV compacto foi pensado para ser um dos carros mais vendidos e exportados da fabricante e do País, produtividade é essencial para atender a esperada alta demanda e assim foi necessário acelerar ainda mais o ritmo na unidade, já bastante acelerado pelo Polo Track, o automóvel mais vendido do mercado brasileiro e da América do Sul no momento.

MAIS PRODUTIVIDADE

A fábrica de Taubaté já trabalha atualmente no topo de sua capacidade nominal de 200 mil unidades por ano, com trabalho em três turnos na estamparia e armação e dois na pintura e montagem final. Com a chegada do Tera, em produção comercial desde março, a demanda tende a crescer e, neste caso, será necessário ampliar o regime para três turnos em toda a planta: "Se for necessário poderemos fazer horas extras e escalar trabalho aos sábados na estamparia e pintura".

Em caso de grande crescimento da demanda pelo Tera, para abrir mais espaço

para ele nas linhas de Taubaté, também faz parte das possibilidades transferir em parte ou no todo a produção do Polo Track para a fábrica de São Bernardo do Campo, SP, que já produz a versão tradicional do hatch.

Mas antes disto medidas internas já foram tomadas para manter alta a produtividade de Taubaté sem desequilíbrios nas várias áreas de manufatura. Uma delas foi a contratação, de janeiro a abril, de mais 260 novos empregados, sendo 40% mulheres. No momento a fábrica emprega mais de 2,9 mil pessoas. A Volkswagen calcula que estas contratações refletiram em 2,6 mil novos postos de trabalho nos 230 fornecedores nacionais do Tera.

INVESTIMENTOS

Na estamparia, onde as chapas de aço são cortadas e prensadas para produzir as diversas partes das carrocerias, a quantidade de ferramentas praticamente dobrou, cresceu 80,6%, para 354, com a chegada de 158 novos moldes para conformar a lataria do Tera. A área também recebeu um novo GOM, equipamento de medição automática de peças.

Raio-X VW Taubaté

Inauguração

1976

Área total / construída

3,7 milhões m² / 392 mil m²

Empregados

2,9 mil

Capacidade nominal

200 mil veículos/ano

Produção acumulada

7,9 milhões

Produtos já fabricados

Passat, Gol, Voyage, Up!

Produtos atuais

Polo Track, Tera

Operações produtivas

Estamparia, Funinalia/Solda, Pintura, Montagem Final





Também houve significativo aumento de automação na armação/funilaria, onde 78% das operações agora são automatizadas. Foram introduzidos de 347 novos robôs – eles agora somam 875 em toda a planta –, além de instalar de novas células de soldagem exclusivas para as carrocerias do Tera. Ali a engenharia deu seu jeitinho brasileiro para economizar na compra de equipamentos: desenvolveu um software que conseguiu colocar para trabalhar juntos, sem inconsistências, os robôs mais antigos da alemã Kuka com os mais novos da japonesa Fanuc.

A pintura foi a área que menos precisou de novos investimentos, pois as instalações já são bastante modernas, com 40% das operações automatizadas e uso de pintura à base d'água. O novo prédio de quatro andares foi construído e entrou em operação em 2013, quando o Up! chegou às linhas de Taubaté. Mas a linha recebeu várias adaptações para pintar o Tera com suas novas formas e cores, o que demandou a reprogramação de robôs. Também foi instalada uma nova cabine de pintura bitom, para finalizar o teto preto da versão High Outfit do novo SUV. Desde 2024 os processos aquecidos de secagem e cura são alimentados com biometano, reduzindo em até 99% as emissões de CO₂ em comparação com o combustível fóssil.

Para elevar a capacidade de entrega de carros prontos também houve aumento de automação na linha de montagem final, como na instalação automática de molas nas rodas traseira. Ali 1,8 quilômetro de correntes fazem circular 242 veículos na mesma área, que entram só com a carroceria pintada e saem completamente montados com todos os itens, dos bancos,

painel, revestimentos, faróis ao conjunto de motor e câmbio. A área que reúne a maior parte dos processos manuais emprega o maior contingente da fábrica, tem 980 trabalhadores e recebeu 170 dos 260 novos contratados.

Foram agregados novos equipamentos para a instalação de módulos e sensores dos sistemas avançados de assistência ao motorista presentes no Tera, refletindo o crescimento exponencial da complexidade de eletrônica e informática a bordo dos novos carros. Para se ter ideia deste avanço, em 2022, quando foi encerrada em Taubaté a produção do Voyage e do Gol, estes dois modelos tinham dez módulos eletrônicos, o Polo Track tem 22 e o Tera soma trinta.

Outra ação em favor da produtividade foi a ampliação da área de logística interna, que aumentou em 51% o volume de componentes em circulação com a adição de 1 mil 825 novas peças para o Tera, totalizando agora 5 mil 385 itens movimentados na fábrica. Com a produção do novo SUV a unidade passou a receber mais 65 caminhões por dia, elevando a movimentação



diária para 345 veículos de carga. Na transição da pintura para a montagem final um armazém vertical guarda até 220 carrocerias soldadas e pintadas, que serve como um colchão para regular o abastecimento da última etapa da manufatura.

LINHA PREMIADA

Apesar de seus quase 50 anos de atividade – começou em 1976 com o Passat – a fábrica de Taubaté é uma jovem senhora que sustenta indicadores industriais dos mais positivos, foi até premiada, em 2021, como uma das fábricas do grupo no mundo com os menores custos e elevados índices de produtividade e qualidade. Por isto sempre foi a opção natural da Volkswagen no Brasil para produzir seus produtos de maior volume, como foi o Gol, fabricado ali por 42 anos, e agora com o Polo Track e o Tera, este último com a declarada missão de ser um novo ícone de vendas da marca.

Por permanecer tão produtiva nunca foi observada necessidade de se substituir o antigo método de transporte de carrocerias por correntes aéreas contínuas em todo o percurso da montagem final, processo em atividade desde 1978. Taubaté é a única fábrica do grupo no mundo que ainda usa as correntes contínuas, o que impõe certos riscos porque, em caso de problemas, é necessário parar a linha toda, não apenas a célula que apresenta algum desvio.

Mas isto, segundo Wilson Zatti, não tem acontecido: "Desde que cheguei, em 2020, a linha aumentou sua produtividade de 95% para 97% do tempo sem paradas, porque com este processo nos obrigamos a não errar em nenhuma etapa da montagem, e conseguimos, pois temos índices de re trabalho muito baixos. Por isto pudemos deixar a linha como está, sem perdas. Para mudar isto seria necessário construir outro prédio, com investimentos muito mais altos". ■



brose
Excellence in Mechatronics

Excelência que impulsiona novas conquistas

Há mais de 25 anos, a Brose do Brasil é parceira da Volkswagen do Brasil, desenvolvendo soluções inovadoras para a mobilidade do futuro.

Como líderes de mercado de sistemas de porta e arrefecimento, temos orgulho de contribuir com a excelência que não se vê, mas se sente.

Parabéns, Volkswagen do Brasil, pelo lançamento do Tera, que é mais um importante marco em sua história.

Brose do Brasil
ABRIMOS AS PORTAS PARA O FUTURO

brose.com

Mais R\$ 3,2 bi em compras

Novo SUV compacto tem impacto relevante na cadeia de suprimentos da Volkswagen no Brasil, com 230 fornecedores nacionais

Por Pedro Kutney

A produção do SUV Tera no Brasil gera impactos econômicos significativos e injeta novos recursos em toda a cadeia de produção no País. Somente até o fim deste ano, segundo calcula a Volkswagen, o novo modelo será responsável por adicionar pouco mais de R\$ 3,2 bilhões ao seu orçamento de compras, valor equivalente a 12% do total de R\$ 26,3 bilhões que estima gastar no País, em 2025, com aquisição de componentes e serviços.

Ainda de acordo com a fabricante o Tera é cliente de 58% dos 414 fornecedores da Volkswagen no Brasil. Ele nasce com elevado índice de nacionalização de 80%; dos seus 241 fornecedores de componentes 230 são empresas instaladas no Brasil e 21 delas estão localizadas no Vale do Paraíba, região que abriga a fábrica de



Divulgação/VW

Taubaté, SP, que desde março produz o novo SUV, com adição de 1 mil 825 novas peças à linha de montagem.

Graças aos seus avanços tecnológicos e grande índice de conteúdo local o Tera atraiu quatro novos fornecedores para a Volkswagen, que até então não atendiam.

Não existe nenhum plano formal divulgado de aumento de nacionalização do Tera, mas o objetivo latente da empresa é de sempre elevar o grau de localização do produto para controlar custos e evitar riscos cambiais.

A geração de empregos em toda a cadeia também é expressiva: com o aumento das compras estimuladas pelo Tera a Volkswagen calcula a abertura de 2,6 mil postos de trabalho em todos os fornecedores do novo SUV.





Premiada entre os Melhores Fornecedores de 2024 da Toyota Empilhadeiras



Ser reconhecida como um dos **Melhores Fornecedores de 2024** é resultado da dedicação da **Neo Resil** em oferecer produtos e serviços que superam expectativas.



RESIL

NEO
PWT

NEO
RODAS

NEO
PARTS

NEO
STEEL

NEO
USINAGEM

NEO
POLÍMEROS

NEO

RESIL

GRUPO
ABG

Stellantis terá seis novos carros de quatro marcas em Goiana



Planta de Pernambuco vai produzir seu primeiro híbrido em 2026 e logo depois dele entra em linha uma nova geração de modelos, incluindo um deles de mais uma das marcas do grupo ainda não fabricada na unidade

Por Pedro Kutney, de Recife, PE

A conta-gotas a Stellantis revela seus planos para a fábrica de Goiana, PE, que integram ciclo de investimentos de R\$ 13 bilhões – do total de R\$ 30 bilhões que a companhia aportará em todas as suas operações no País até 2030. Em reunião com a imprensa em 22 de maio – horas antes de uma badalada festa na

Capital Recife para comemorar os dez anos da operação industrial em Pernambuco – o presidente do grupo na América do Sul, Emanuele Cappellano, revelou que um modelo híbrido, da arquitetura Bio-Hybrid, entra em produção na planta em 2026, e depois dele todo o portfólio de produtos será renovado com seis novos carros.

Segundo confirma Cappellano os seis novos modelos, a serem lançados possivelmente no intervalo de 2026 a 2028, serão todos produzidos sobre uma nova plataforma, sendo um deles de uma das marcas do grupo que ainda não é fabricada em Goiana – atualmente a unidade faz cinco modelos de três marcas: os SUVs Jeep Renegade, Compass e Commander, e as picapes Fiat Toro e Ram Rampage.

Como a Stellantis produz em Pernambuco modelos de sua plataforma média e Cappellano assegura que este seguirá sendo o foco da unidade, as apostas convergem para a introdução de mais um SUV médio, provavelmente o Peugeot 3008, que é produzido na Europa sobre a plataforma STLA Medium, a mesma sobre a qual também já é montada a nova geração do Jeep Compass.

O Avenger, novo Jeep a ser produzido no Brasil, a partir de 2026, é montado sobre a plataforma compacta CMP e, embora a fabricante ainda não confirme oficialmente, está escalado para a fábrica de Porto Real, RJ, onde os Citroën C3, Aircross e Basalt já são feitos usando a mesma arquitetura de base.

"Alguns carros serão a nova geração de modelos com nomes já conhecidos, outros são novos nomes", respondeu Cappellano ao ser perguntado se os produtos já conhecidos da Stellantis em Pernambuco seriam substituídos por uma nova geração dos mesmos modelos ou se eram novida-

des. Ele lembra, ainda, que o plano atual de investimento contempla o lançamento de quarenta produtos no Brasil, sendo sete deles inéditos.

ELETRIFICAÇÃO

O executivo evitou divulgar pormenores técnicos desta nova geração de produtos, mas já havia dito que uma nova arquitetura será introduzida na linha de Goiana para assimilar tecnologias de propulsão elétrica. Isto, segundo o presidente da Stellantis América do Sul, pode ser feito com uma simbiose de plataformas, aproveitando a atual Small Wide com módulos da STLA Medium, por exemplo: "Nossa aposta é na flexibilidade de plataformas".

Cappellano garante que "o objetivo é produzir tudo com o máximo de nacionalização, porque reduz os custos e garante preços mais acessíveis aos clientes". Neste sentido o plano é aproveitar as tecnologias que a Stellantis oferece no mundo "mas com grande participação da engenharia local", que projetou a plataforma Bio-Hybrid apresentada há dois anos, misturando propulsão eletrificada em diversos níveis de hibridização com motores a combustão bicompostível etanol-gasolina.

"Todos os novos modelos terão algum grau de eletrificação", confirmou. "Teremos todas as possibilidades mas buscaremos o que tem mais potencial de demanda no Brasil. Apostamos que os híbridos leves [MHEV] e os HEV [híbridos tradicionais sem recarregamento externo] serão os mais vendidos até 2030, enquanto os elétricos puros [BEV] não devem representar mais do que 10% do mercado."

O executivo também afirmou que o primeiro híbrido a ser produzido em Goiana, em 2026, será um produto da atual geração já em produção na fábrica, e depois dele começa a renovação do portfólio. Pelo que já se sabe está adiantado o projeto de hibridização da picape Fiat Toro com sistema leve de 48 V. Mas Cappellano não confirma, nem nega, nenhuma das possibilidades, diz que tudo será "informado mais adiante".



Divulgação/Stellantis



FÁBRICA ACCELERADA

Ao completar 10 anos de operação como uma das fábricas mais produtivas do País, o polo de Goiana soma investimentos de R\$ 18 bilhões e produção acumulada que este ano deverá passar de 2 milhões de unidades, 250 mil deles exportados para dezesseis países da América Latina. Trabalhando em três turnos desde 2018, em 2024 a unidade produziu sozinha quase 10% de todos os veículos fabricados no Brasil.

Tal qual os veículos com alta capacidade fora-de-estrada que produz, todos sobre a plataforma Small Wide, a fábrica acelerou sua rampa ascendente de produção com muita potência. O primeiro modelo a sair da linha de Goiana foi o Jeep Renegade, em 2015, e desde então já foram produzidas 660 mil unidades do modelo. Já no ano seguinte, em 2016, mais dois modelos foram introduzidos: a picape Fiat Toro [590 mil já fabricadas] e o SUV médio Jeep Compass [545 mil]. O Jeep Commander, de sete assentos, projetado no Brasil, é de 2021 e soma 75 mil unidades, e a picape Rampage – primeira Ram projetada fora dos Estados Unidos – acumula 55 mil desde 2023.

A partir deste ano a fábrica começa a passar por novas transformações, como sugere Cappellano: "Muitos processos passarão por modificações para produzir os novos carros, mas por enquanto não vemos necessidade de ampliar a capacidade atual [de 280 mil unidades por ano]. O foco do investimento, desta vez, é nos produtos".

A Stellantis calcula que o polo seja responsável por 60 mil empregos em Pernambuco, 6,4 mil deles diretamente na fábrica – número que dobrou em dez anos de operação – e quase 14 mil nos fornecedores.

A planta já tem 39 fornecedores na região e, segundo Cappellano, segue o plano de atrair pelo menos cem até a virada da década: "Estamos trabalhando nisso. Gostamos de produzir carros, esta é a nossa força no Brasil. Cerca de 70% de todos os veículos que vendemos hoje na América do Sul foram projetados pela nossa engenharia local".

IMPACTOS POSITIVOS

"Nestes anos a planta de Goiana trouxe desenvolvimento social relevante para a região", destaca Cappellano, citando números achados em estudo encomendado à consultoria Ceplan: todos os índices educacionais melhoraram e o porcentual de evasão escolar, que era superior a 10% em 2010, caiu a próximo de zero em 2021.

A fábrica acelerou o desenvolvimento de um ambiente de pesquisa e inovação em Pernambuco. Existem quase quarenta projetos tocados em parcerias com universidades e instituições locais, como o Senai. A Stellantis – FCA na época – também já investiu mais de R\$ 30 milhões em equipamentos e infraestrutura para estabelecer, na Capital Recife, o seu centro global de softwares, que projeta programações de funcionamento de sistemas automotivos para o grupo no mundo todo.

Os impactos econômicos para o Estado também são expressivos, ainda segundo dados compilados pela Ceplan: em 2015, ano de inauguração da fábrica de Goiana, o PIB nacional teve evolução negativa de 3,5% e o de Pernambuco caiu ainda mais, 4,2%. No ano passado a lógica virou: o PIB brasileiro cresceu 3,8% e o pernambucano 4,7%, quase 1 ponto porcentual maior. E a participação de Goiana no PIB estadual, de 2013 a 2021, aumentou cinco vezes, de 1% para quase 5%, enquanto o PIB per capita da cidade anotou incremento de 300%, de R\$ 10,4 mil para R\$ 45,3 mil.

Ar-Condicionado Série 3 Resfri Ar

Quando o clima é perfeito,
a estrada fica melhor.



TERVENE

Feito para quem vive a estrada todos os dias. É mais economia, eficiência e tranquilidade em qualquer caminho.

- Ajuste de temperatura entre 17°C e 30°C
- Potência: 12V - 6.500 BTU/h
24V - 7.500 BTU/h
- Tecnologia Inverter



CLIQUE AQUI
E SAIBA MAIS

 **resfri ar**
conforto • segurança • praticidade
www.resfriar.com.br

Para onde vão os investimentos

Ao todo 13 fabricantes de veículos leves anunciam aportes de R\$ 110,4 bilhões de 2022 a 2032. Empresas já começaram a dar destino aos recursos.

BMW



R\$ 1,1 bilhão
2025-2028

Sucede o plano de R\$ 500 milhões de 2022 a 2024. Recursos serão aplicados na atualização tecnológica de modelos, fortalecimento da engenharia no Brasil e início da produção de eletrificados, a começar pelo SUV X5 híbrido plug-in que entra na linha de produção de Araquari, SC, ainda em 2024.

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

Primeira etapa de R\$ 1,5 bilhão até fevereiro de 2025 para renovar linha Caoa Chery dos Tiggo 5x, 7 e 8, com ampliação e automação da fábrica de Anápolis, GO, para dobrar capacidade de 80 mil para 160 mil veículos/ano em três turnos; lançamentos de novos modelos híbridos flex Chery e Hyundai.

GM



R\$ 7 bilhões
2024-2028

Desenvolvimento de novos veículos e atualizações; R\$ 1,2 bilhão na fábrica de Gravataí, RS, para modernização das instalações, renovação da linha Onix hatch e sedã e produção de um SUV inédito; R\$ 5,5 bilhões para as fábricas paulistas de São Caetano do Sul e São José dos Campos, com produção de dois modelos híbridos flex leves; R\$ 300 milhões para a fábrica de motores de Joinville, SC, com produção de novo motor para modelos híbridos.

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



R\$ 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



R\$ 5,5 bilhões
2024-2032

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

NISSAN



R\$ 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



R\$ 4,3 bilhões
2022-2025

R\$ 2 bilhões para modernização da fábrica de São José dos Pinhais, PR, com a introdução da nova plataforma global RGMP, sobre a qual foi desenvolvido o já lançado SUV compacto Kardian; R\$ 2 bilhões para o desenvolvimento e produção de um SUV médio; R\$ 300 milhões da Horse para produção local de cabeçotes e nacionalização dos motores turboflex 1.0 e 1.3; desenvolvimento de sistema híbrido flex.

STELLANTIS



R\$ 32 bilhões
2025-2030

Renovação do portfólio; desenvolvimento das arquiteturas Bio-Hybrid com até oito sistemas de propulsão híbridos flex e elétricos; lançamentos de 40 modelos Fiat, Jeep, Citroën, Peugeot e Ram, 7 deles inéditos; aportes de R\$ 13 bilhões na fábrica de Goiana, PE, para produção de 6 novos modelos sobre nova plataforma, incluindo um modelo de mais uma marca do grupo ainda não produzida na unidade; R\$ 14 bilhões para Betim, MG, para desenvolvimento de novos produtos e tecnologias e modernização da fábrica; R\$ 3 bilhões para Porto Real, RJ, onde será produzido ao lado dos Citroën mais um carro inédito na planta, o Jeep Avenger; R\$ 2 bilhões para Córdoba, Argentina, para produção da picape média Titano e um novo motor.

TOYOTA



R\$ 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



R\$ 20 bilhões
2022-2028

Lançamento de 17 veículos, cinco inéditos desenvolvidos no Brasil; fábrica de São José dos Pinhais, PR, receberá R\$ 3 bilhões para produzir nova picape média-compacta e sedã Virtus; três fábricas paulistas vão receber R\$ 13 bilhões: Anchieta fabricará dois novos modelos, Taubaté já produz o inédito SUV compacto Tera e São Carlos fará motor a combustão para a plataforma MQB Hybrid, com sistema híbrido flex desenvolvido no País; fábrica na Argentina recebe US\$ 580 milhões para fazer nova geração da picape Amarok a partir de 2027.

Investimentos pesados

Cinco fabricantes de caminhões e ônibus têm programas em curso que superam R\$ 8,1 bilhões no período 2021-2029. Iveco anunciou valor adicional, Mercedes-Benz prepara novo ciclo até 2030 e DAF revelou valor de novo programa.

DAF



R\$ 950 milhões
2022-2029

Novo ciclo sucede aportes de R\$ 395 milhões de 2022 a 2026. Recursos serão aplicados na ampliação da fábrica de Ponta Grossa, PR, com instalação de linha de produção de cabines e lançamento de mais um modelo de caminhão, que se juntará aos pesados XF e semipesados CF já produzidos no Brasil.

IVECO



R\$ 1,7 bilhão
2022-2028

Plano de 2022 a 2025 destina R\$ 1 bilhão: 60% dos recursos aplicados no desenvolvimento de novos caminhões e ônibus, com adoção de motorização Euro 6 e gás natural ou biometano; 15% direcionados a melhorar processos industriais na fábrica de Sete Lagoas, MG, e Córdoba, na Argentina; 12% para desenvolver fornecedores para elevar índice médio de nacionalização de 60% para 70%; e 13% na expansão da rede de concessionárias. R\$ 100 milhões adicionais foram investidos em 2024 para lançar o eDaily elétrico importado no País. Mais R\$ 637 milhões foram anunciados para 2024 a 2028, R\$ 127 milhões da FPT para desenvolvimento de motores movidos a biocombustíveis e R\$ 510 milhões da Iveco em veículos com propulsão alternativa ao diesel. Novos investimentos podem ser anunciados em 2025 para ampliar linha de pesados em Sete Lagoas e produzir nova geração de caminhões Iveco.

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 segunda geração do caminhão leve e-Delivery, do já anunciado e-Volksbus e desenvolvimento do Meteor híbrido plug-in; melhorias na fábrica de Resende, RJ.



INOVAÇÃO QUE
IMPULSIONA
O DESEMPENHO

**Volkswagen Tera
com tecnologia Marelli:
Modelando juntos o futuro
da mobilidade no Brasil**



SHOCKS | EXHAUST





Fotos Divulgação/GAC

GAC abre vendas com promessa de produção local

Chinesa inaugurou 33 concessionárias e colocou à venda quatro carros elétricos e um híbrido. Empresa promete fábrica em Goiás com investimento de R\$ 7,4 bilhões.

Por André Barros

No intervalo de menos de duas semanas a estatal GAC, quinta maior fabricante de veículos da China, anunciou plano de investimento de US\$ 1,3 bilhão para produzir no Brasil – perto de R\$ 7,4 bilhões pelo câmbio atual – e iniciou sua operação comercial aqui, com a venda de cinco carros importados e abertura simultânea de 33 concessionárias em 24 de maio, um sábado.

A velocidade dos fatos atropelou o melhor entendimento do que, de fato, a GAC pretende fazer no Brasil. Em 12 de maio a empresa anunciou o investimento diretamente ao presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, durante sua visita à China, informando a pretensão de produzir veículos elétricos, híbridos e híbridos flex em Goiás, além de instalar um centro de pesquisa e desenvolvimento na Região Nordeste.

Na ocasião o presidente da GAC Internacional, Wei Haigang, classificou o Brasil como mercado prioritário para a empresa: "Nosso objetivo é atuar como um catalisador para o avanço tecnológico no gigante da América Latina". Menos de um ano antes, em julho de 2024, Feng Xingya, presidente da GAC, anunciarão plano similar a Geraldo Alckmin, durante visita à China do vice-presidente e ministro do Desenvolvimento, mas de valor pouco menor: US\$ 1 bilhão.

PRODUÇÃO PREVISTA PARA 2026

Em conversa com a **Agência AutoData** e com a revista AutoEsporte durante o evento de lançamento da operação comercial no mercado brasileiro o mesmo

Haigang que apresentou o projeto da GAC a Lula, na China, disse que a intenção é iniciar a montagem de veículos no País no fim do ano que vem: "Produziremos no quarto trimestre de 2026. O Brasil é um mercado grande, então será uma operação diferente da que temos em países como Malásia e Nigéria".

Questionado se o modelo de produção seria a montagem de kits SKD, de veículos semimontados, como acontece nos dois países citados, o executivo negou: "Será muito maior. Ainda estamos pesquisando, mas não seria uma má ideia ter uma parceria local".

Contudo, no evento, nenhum dos executivos da empresa quis falar abertamente sobre o local escolhido para instalar a linha de produção. Alex Zhou, presidente da GAC do Brasil, nada disse sobre onde se pretende instalar a operação, não descartou parcerias nem as confirmou, informou que todas as possibilidades estão sobre a mesa: "Nosso objetivo é encontrar a melhor solução. Estamos avaliando diferentes projetos, porque o Brasil tem complexidade com impostos e legislação. Esperamos ter as respostas em breve, porque queremos começar a produzir no ano que vem".

Wei Haigang: promessa de produção da GAC em CKD no Brasil no fim de 2026.



Segundo Zhou já existem conversas com fornecedores e a ideia é iniciar a operação no modelo CKD, com a montagem de veículos importados totalmente desmontados: "Algumas peças, no entanto, serão compradas de empresas locais".

Para aumentar a confusão, segundo representantes da imprensa que acompanhavam a comitiva do presidente Lula na China, foi dito na ocasião que a produção da GAC no Brasil seria na fábrica da HPE em Catalão, GO, que produz veículos Mitsubishi. Mas, equivocadamente, afirmaram que a unidade estaria fechada, o que não é verdade: está recebendo investimentos de R\$ 4 bilhões até 2032 e recentemente começou a produzir um novo modelo, o Outlander híbrido plug-in.

Segundo a Agência AutoData apurou com fontes próximas à negociação a parceria com a HPE está bem próxima de ser concretizada, mas o ruído criado na visita de Lula à China fez com que o assunto fosse tratado de maneira mais reservada. A união, porém, ainda é possível.

OPERAÇÃO COMERCIAL AMBICIOSA

Enquanto não define planos críveis de produção no País a GAC lançou uma

ambiciosa operação comercial, com a inauguração simultânea de 33 concessionárias e outros cinquenta pontos de venda em shopping centers. As vendas começaram com cinco modelos de uma vez: quatro carros elétricos e um híbrido. A meta é comercializar 8 mil unidades em 2025 e 29 mil em 2026.

Já estão à disposição dos clientes brasileiros os SUVs elétricos Aion V, Aion Y e Hytec HT, o híbrido plug-in GS4 e o sedã elétrico Aion ES. Mais novos modelos deverão chegar nos próximos doze meses. Segundo o presidente de operações internacionais, Wei Haigang, serão oito veículos no portfólio brasileiro. E o projeto é fazer a rede crescer para 120 concessionárias até dezembro e duzentas em 2027.

Como uma marca nova a GAC desembocou por aqui com diferenciais que buscam ganhar a confiança do consumidor local. A garantia será de oito anos para modelos elétricos e cinco anos para híbridos. A empresa se compromete, também, a recomprar os modelos por 90% do valor da tabela Fipe. E chega com programa de assinatura, mínima de doze meses, para aqueles que ainda não queiram desembolsar o valor total. ■

Alex Zhou: parceria para produção local é uma das possibilidades.



Os primeiros GAC no Brasil

GS4:

SUV médio híbrido com motor elétrico e outro 2.0 a gasolina que geram 173cv. Por R\$ 190 mil a versão Premium e R\$ 200 mil a Elite.



AION Y:

SUV médio elétrico, com 205 cv e autonomia de 318 km pelo ciclo do Inmetro. Por R\$ 175 mil a versão Premium e R\$ 185 mil a Elite.



AION V:

SUV médio elétrico com 205 cv e autonomia de 389 km pelo Inmetro. Tem como diferencial bancos que rebatem totalmente, fazem massagem, uma geladeira e a possibilidade de até esquentar comida. Por R\$ 215 mil.



AION ES:

Sedã elétrico com 136 cv e 314 km de autonomia segundo padrão de medição do Inmetro. R\$ 170 mil, no preço especial de lançamento.



HYPTEC HT:

SUV-cupê elétrico: 245 cv e 362 km de autonomia pelo Inmetro. Por R\$ 300 mil ou R\$ 350 mil com portas traseiras asa-de-gaivota.



BOGE está presente no VW Tera

Multinacional de origem alemã, a BOGE Rubber & Plastics está presente no Brasil há 25 anos e fornece produtos inovadores em metal-borracha e plástico de alta performance para automóveis e veículos comerciais. Itens fornecidos para o VW Tera consolidam line-up da empresa para o setor automotivo



Fundada em 1931, na Alemanha, a BOGE Rubber & Plastics hoje está presente em sete países, com dez plantas, quatro mil colaboradores e o compromisso de oferecer soluções de borracha e plástico de alta performance para o setor automotivo. Parceira das principais montadoras do país, tanto para linha leve quanto para linha pesada, a BOGE pertence ao grupo chinês CRRC, maior provedor de mobilidade do mundo.

O diferencial da empresa sempre residiu na experiência única de combinar diferentes materiais, apostando alto em inovação para justamente desenvolver novas soluções para cada necessidade do cliente. A empresa gosta de afirmar, quando

menciona o termo “Qualidade”, que não desenvolve apenas produtos, mas define padrões.

E foi esse princípio que permeou o contrato assinado com a Volkswagen para fornecer itens para diversos modelos, inclusive o novíssimo Tera, que foi concebido com um projeto global. No desenvolvimento, a sinergia entre as equipes de engenharia da BOGE e VW no Brasil, assim como suas matrizes na Alemanha, foi um diferencial para esse projeto ser um sucesso.

Com isso, a BOGE reforça o benefício de ter uma equipe de Pesquisa & Desenvolvimento estabelecida no Brasil, rompendo barreiras de idioma e distância, assim como otimizando tempo em testes,



ajustes e levando o mercado local como parâmetro para cada aplicação.

A empresa possui uma linha diversificada de produtos de metal-borracha, em especial aqueles direcionados às suspensões dos veículos, como buchas com as mais variadas aplicações, e à carroceria, como coxins de suspensão, motor e transmissão. São componentes que impactam diretamente em NVH (sigla em inglês para ruído, vibração e aspereza). Com profundo conhecimento técnico, herdado de décadas de experiência e presença global, a BOGE garante soluções eficientes para os desafios da indústria automotiva. Esses itens, bem como

toda a linha de produtos da BOGE, também são disponíveis para veículos pesados.

Caracterizada também pelo design arrojado de seus itens, a BOGE realiza constantemente testes de simulação virtual, o que gera confiabilidade, durabilidade e eficiência dos produtos ao longo da vida útil do veículo. Com formulação própria de borracha, a companhia consegue delinear peças personalizadas para cada necessidade do cliente.

Já os componentes feitos em plástico de alta performance são utilizados prioritariamente para diminuir peso, custos e reduzir o número de componentes no veículo, integrando funções com design inteligente e otimizado. Além dos benefícios citados, o plástico também é uma matéria-prima que agrega na sustentabilidade do veículo, visto que ele pode ser 100% reciclável e possui resistência total à corrosão, aumentando a vida útil e a confiabilidade na peça, garantindo qualidade, segurança e resistência.

Esses itens em plástico de engenharia da BOGE permitem redução de consumo de combustível (pela leveza) e emissões de CO₂, garantindo o cuidado com o meio ambiente. Os principais produtos dessa família de itens consistem em módulos de pedais (que podem trazer reduções de até 50% do peso, quando comparado aos convencionais metálicos), componentes de sistema de admissão de ar do motor, peças de segurança e estruturais.

“A planta de Sorocaba fortalece o footprint internacional da BOGE, integrando nossa rede global, que atende mais de 80 OEMs, com soluções em borracha e plástico de alta performance. Atuamos lado a lado com nossos clientes, desenvolvendo tecnologias de ponta que unem engenharia avançada e competitividade, sempre alinhadas às necessidades específicas de cada mercado”

Rodrigo Moreira, Presidente Região Américas da BOGE

Citroën soma 1 milhão em Porto Real com volta do crescimento

Marca alcançou marco histórico de produção no Brasil como operação da fabricante que mais cresce no mundo todo

Por Soraia Abreu Pedrozo, de Porto Real, RJ

É um bom momento para a Citroën comemorar o marco de 1 milhão de modelos produzidos em Porto Real, RJ, ao longo de 24 anos de operação, desde 2001. A América do Sul foi, pela primeira vez, a região de maior volume de vendas fora da Europa. Também é a operação que mais cresce no mundo, registrando 50% de aumento nas vendas no primeiro quadrimestre de 2025, com 20 mil unidades entregues aos clientes.

Vice-presidente da Stellantis responsável pela operação da Citroën na

América do Sul, Felipe Daemon destacou o bom momento da marca na região durante a celebração do marco no Polo Automotivo Stellantis de Porto Real, no sul-fluminense, em 19 de maio. Ele também acrescentou que, de janeiro a abril deste ano, a Citroën alcançou a sua melhor participação de mercado dos últimos catorze anos na região: 2,1%, alta de 0,5 ponto porcentual em relação ao mesmo período de 2024. No Brasil a participação foi de 1,8%, contra 1,4% do primeiro quadrimestre do ano passado.



Foto: Divulgação/Stellantis Citroën



"São números consistentes de crescimento que mostram que a família C-Cubed veio ampliar a participação da marca", disse Daemon, referindo-se a atual linha de produtos fabricados em Porto Real, que foi inteiramente renovada nos últimos três anos com a chegada de C3, Aircross e Basalt, todos modelos posicionados em preço na entrada de suas respectivas categorias.

Para o executivo a renovação dos produtos e o reposicionamento da marca para oferecer carros mais baratos, pensados para mercados emergentes, foi fundamental para fazer a Citroën voltar a crescer após anos de declínio das vendas. Daemon avalia que chegou a hora de colher os resultados dessa estratégia: "Já no início do ano conseguimos um arranque muito positivo e promissor. Nossas expectativas são as melhores possíveis".

CENTRALIZAÇÃO NO BRASIL

Até o início desta década o Brasil dividia com a Argentina a produção local de modelos Citroën e Peugeot – ambas marcas do Grupo PSA que, em 2021, uniu-se à FCA para formar a Stellantis. A partir de 2020 a fabricação do novo Peugeot 208 foi transferida para a planta argentina de El Palomar, que recebeu também o novo 2008, em 2024, e a nova família C-Cubed da Citroën foi concentrada na fábrica brasileira.

Com isto os três modelos produzidos hoje em Porto Real concentraram no Brasil o grosso das exportações da Citroën para

os países sul-americanos, com pequena complementação de importações da Europa e do utilitário Jumpy montado com partes importadas no Uruguai, nas instalações da sócia Nordex.

Sobre a intenção de ampliar as exportações dos atuais Citroën produzidos no Brasil, Daemon assinalou que, conforme forem surgindo as oportunidades e havendo demanda nos mercados, esta possibilidade será considerada.

O polo de Porto Real sempre teve vocação exportadora: já embarcou 400 mil unidades Citroën e Peugeot nos seus 24 anos de operação, majoritariamente para a Argentina, mas também Uruguai, Paraguai, Peru, Equador, Colômbia, Guatemala e México.

NOVO CICLO, NOVO JEEP

A comemoração de 1 milhão de Citroën produzidos, com um Basalt Shine vermelho escolhido para simbolizar o marco no fim da linha de montagem, pode ter sido a última fase de um breve momento de dois anos em que a planta de Porto Real concentrou a fabricação de apenas uma marca. A unidade voltará a ser multimarca em breve, segundo Emanuele Cappellano, presidente da Stellantis na América do Sul.

Ele ainda não confirma qual marca nem o carro, mas tem tudo para ser o Jeep Avenger, construído sobre a mesma plataforma dos Citroën, a CMP, também chamada de Smart Car. "Uma coisa é certa, os investimentos anunciados no ano passado estão aprovados e em execução. Em breve comunicaremos novidades de produtos e tecnologias e quais serão as marcas".

Os três modelos Citroën do projeto C-Cubed hoje fabricados em Porto Real foram gerenciados pela engenharia brasileira da Stellantis e fazem parte do ciclo de investimentos já terminado em 2024. Os R\$ 3 bilhões anunciados para serem injetados na unidade sul-fluminense, de 2025 a 2030, incluem a produção de um quarto veículo inédito, que todos os sinais apontam ser o Jeep Avenger, já confirmado pela Stellantis para ser produzido no Brasil a partir de 2026.



Todos os Citroën já produzidos em Porto Real: 1 milhão no total.

Para abrir o segundo turno e aumentar a produção neste novo ciclo de investimento a fábrica já contratou mais trezentos profissionais no início deste ano, totalizando agora 1.8 mil empregados diretos. O polo de Porto Real opera hoje em um turno e meio e, à medida que a demanda crescer, o ritmo será ampliado, pondera Cappellano: "Pode ser no fim do ano ou no ano que vem. Não faremos previsões, acompanharemos a evolução do mercado".

Neste cenário a capacidade da fábrica é de 130 mil veículos por ano. Considerando a possibilidade de trabalhar em três turnos com o aumento do portfólio o volume poderá chegar a 180 mil unidades. Hoje o ritmo está em 31 carros por hora e 257 por dia.

Com o novo carro cinco novos fornecedores serão agregados para suprir a fábrica, dos quais dois estarão instalados dentro do parque até 2026, somando então nove empresas que operam desta forma em Porto Real. Cappellano não falou sobre o índice de nacionalização mas assegurou que a unidade está alinhada a outras plantas como Goiana, PE, e próxima a Betim, MG.

24 ANOS, 10 CITROËN, 9 PEUGEOT

A fábrica de Porto Real foi projetada para produzir carros compactos das duas marcas do antigo Grupo PSA. Desde a inauguração, em 2001, até o ano passado,

quando a produção dos modelos Peugeot foi definitivamente transferida para a Argentina, foram fabricados na unidade 800 mil carros com a marca do leão, que somados aos 1 milhão de Citroën perfazem volume de 1,8 milhão de veículos em 24 anos de operação, além de 2,4 milhões de motores.

Em 23 anos, até o começo de 2024, sem contar reestilizações foram produzidos em Porto Real nove modelos Peugeot: os hatches 206, 207 e 208, as peruas 206 SW e 207 SW, a picape Hoggar, o sedã 207 Passion e o último deles foi o SUV compacto 2008.

Foram dez os Citroën já fabricados em Porto Real. A marca inaugurou a fábrica, em 2001, com a minivan Xsara Picasso e logo depois recebeu a primeira geração do hatch C3. Em quase duas décadas e meia a linha sempre se concentrou em hatches e monovolumes, alguns adaptados para serem chamados de SUVs, como foi o caso do sóbrio C3 Picasso e do irmão aventureiro C3 Aircross, lançados no início dos anos 2010. Ao longo da mesma década foi introduzida a segunda geração do C3 e do Aircross, bem como o SUV C4 Cactus, produzido até o início de 2024.

A família C-Cubed chegou a Porto Real em 2022 com as terceiras gerações do C3 e do Aircross, no ano seguinte, aliado ao inédito SUV-cupê Basalt lançado há menos de um ano, no fim de 2024. ■



Reconhecimento em dobro: Adient é premiada pela Toyota por excelência, inovação e sustentabilidade.



A Adient foi reconhecida pela Toyota por sua atuação de destaque em duas frentes fundamentais para o futuro da indústria automotiva. Recebendo o prêmio Outstanding Supplier Award, que valoriza a consistência em qualidade, pontualidade nas entregas, eficiência de custos e alinhamento aos princípios ESG dos fornecedores. Esse reconhecimento é resultado do trabalho intenso de todos os colaboradores e do compromisso contínuo em superar expectativas.

Além de ser reconhecida pela excelência operacional, a Adient também foi premiada pela Toyota no pilar Governança do Prêmio ESG, graças ao projeto "Um Centavo faz a Diferença". A iniciativa, desenvolvida internamente, transformou a forma como a empresa gera e recebe pagamentos, promovendo uma otimização significativa dos processos financeiros e resultando em uma economia expressiva.

Esse reconhecimento reforça o compromisso da Adient com a integridade, a transparência e a construção de um ambiente corporativo sustentável. Mais do que uma conquista pontual, ele reflete a dedicação contínua da empresa em inovar e evoluir com responsabilidade.

Solução caseira à napolitana

Escolha de Antonio Filosa para ser o novo CEO da Stellantis reflete sua conhecida capacidade de execução de projetos, convivência humana e coragem para recolocar empresa na rota da rentabilidade

Por Pedro Kutney

Nos 26 anos em que trabalha na mesma empresa – primeiro Grupo Fiat, depois FCA e agora Stellantis – Antonio Filosa sempre foi reconhecido por seu modo prático e despachado de fazer as coisas acontecerem, comportamento típico que se atribui aos nascidos em Nápoles, na Itália. Engenheiro industrial graduado pelo famoso Politecnico di Milano, aprendeu a fazer fábricas conservando o ímpeto napolitano, ainda que com um jeito suave no trato dos negócios e das pessoas – combinação sem a qual certamente não conseguiria ter dirigido a logística, a manufatura e as compras da fábrica da Fiat em Betim, MG, nos anos em que a unidade chegou a produzir 3 mil carros por dia.

“Aquilo sim foi um desafio”, ele costuma lembrar.

Além de deixar para trás comprovados resultados positivos por todas as posições pelas quais passou na companhia – a maior parte trabalhando no Brasil, onde morou por quase vinte anos –, os traços de personalidade de quem resolve as coisas por certo pavimentaram o caminho de Filosa para ter sido escolhido o novo CEO global da Stellantis por John Elkann, herdeiro da família controladora da empresa e presidente do conselho de



Fotos: Divulgação/Stellantis

administração, que referendou a escolha por unanimidade – não sem declarar que a indicação foi feita “após um rigoroso processo de seleção de candidatos internos e externos”, isto depois de seis meses de especulações e de notícias na imprensa internacional que já davam Filosa como nomeado para a missão.

BOLA CANTADA E FESTEJADA

Em dezembro passado, com a abrupta queda do CEO Carlos Tavares, posto que ocupou por quase três anos desde a criação da Stellantis que ele próprio ajudou a consolidar, Filosa já aparecia como bola cantada para ser o novo CEO, ao menos para os muitos que o conheciam que já diziam isto quando Tavares ainda era o chefe e, no fim de 2023, o tirou do comando da empresa na América do Sul para ser o CEO global da Jeep. Dali alguns já apostavam que o próximo pulo seria para a liderança global do grupo.

Mas houve uma escala derradeira antes, talvez até como teste para consolidar a escolha: em outubro de 2024, com Tavares ainda lá, Filosa acumulou o comando da Jeep com o de chefe de operações da Stellantis nas Américas e de todas as marcas estadunidenses.

Foi talvez o início da tentativa de apaziguar os ânimos acirrados contra Tavares de fornecedores e concessionários nos Estados Unidos, acusado de inflar estoques das lojas com veículos de difícil venda. Menos de dois meses depois o português se foi e o italiano ficou na mesma posição, acrescentada em fevereiro passado pelo cargo de chefe global de qualidade do grupo, até que em 28 de maio foi anunciado como novo CEO.

Dias após o anúncio o próprio Tavares disse, em entrevista à Bloomberg, que Filosa é “uma escolha lógica”, mas ponderou que para liderar terá de contar com o apoio do conselho de administração, coisa que ele não teve e por isto saiu.

Os primeiros sinais, contudo, revelam que Filosa já conta com muito apoio interno na companhia, especialmente daqueles que conviveram com ele e torciam



Filosa com John Elkann em fevereiro, durante visita à fábrica da Jeep em Sterling Heights, nos Estados Unidos: ambiente preferido.

por sua nomeação. Um destes, ao ser perguntado se a indicação havia sido bem recebida pelos colegas da empresa no Brasil, disse: “Apure os ouvidos e escutarás a música de fundo e as taças brindando”. E justificou: “Muito bem recebido. É uma liderança inspiradora e humana, realmente focado nas pessoas e apaixonado por carros. Entende e dialoga com toda a cadeia de valor, que são fornecedores, empregados, concessionários e consumidores. É a pessoa certa, no lugar certo, na hora certa”.

BOM RELACIONAMENTO

Ao contrário de Tavares, no entanto, Filosa assume o comando quando a empresa sofre com queda expressiva de vendas e lucros. Mas não é a primeira vez que ele enfrenta tal situação: quando foi escalado para a direção da FCA Latam, em 2018, a empresa passava por momento de declínio no Brasil que logo se transformou em ascensão acelerada. Por isto hoje a América do Sul não é um problema para a Stellantis, a região vem entregando resultados financeiros consistentes, um legado de Filosa.

Não por acaso o novo CEO escolheu a Europa e os Estados Unidos para fazer suas primeiras visitas, para conhecer de perto os problemas e as demandas de concessionários, fornecedores e trabalhadores. Esta maneira de agir, de conversas francas olho no olho, e de reconhecer erros da empresa é uma marca de Filosa que

está sendo elogiada até por quem estava bastante irritado com a companhia: os concessionários que vêm perdendo vendas.

"Muito comunicativo e acessível. Ele não precisou de apresentações, identificou todas as concessionárias pelo nome e onde ficam suas lojas. Isto já diz muito sobre a pessoa", afirmou à Autonews Sean Hogan, vice-presidente do Sierra Auto Group, que participou de uma reunião com Filosa há alguns meses.

Kevin Farrish, que presidiu o Conselho Nacional de Concessionários Stellantis em 2024, foi na mesma linha: "Somos uma parte importante do lucro deles e ele precisa que os Estados Unidos tenham sucesso. É muito bom ver que ele está atacando, desde o inicio, coisas que já tínhamos pedido ao Tavares".

Filosa começou a reconquistar a confiança perdida dos concessionários poucos meses antes de se tornar CEO, quando ainda lidava com as operações estadunidenses. Em um encontro com o conselho de revendedores disse o que todos queriam ouvir: reconheceu que "foi um erro", em 2023, tirar de linha o Jeep Cherokee, que representava de 20% a 25% das vendas

da marca nos Estados Unidos, deixando as revendas sem nenhum substituto à altura no popular segmento de SUVs médios.

"Naquele momento pensei: 'Este é o cara certo'", disse à Autonews o revendedor David Kelleher, um dos presentes à reunião.

O executivo já havia enfrentado e superado problema parecido no Brasil, quando iniciou seu período à frente da FCA Latam: os concessionários Fiat reclamavam estar à míngua de bons produtos para vender, como recorda o concessionário José Maurício Andreta Júnior: "Ele foi o grande responsável por levar a Fiat para a situação de hoje, líder no mercado no Brasil. Filosa sabe formar equipes, se relacionar com seus colaboradores e com a rede, sendo simpático e competente. Conversei com outros concessionários Fiat e todos ficaram felizes com a nomeação dele".

PISANDO NO TERRENO

Talvez por acreditar que já costurou boas negociações nos Estados Unidos, Filosa iniciou suas visitas pela Europa, onde as marcas da Stellantis também estão perdendo participação. Apesar de ser italiano



Filosa com o presidente Lula em 2023, na fábrica de Goiana: legado de crescimento e investimentos no Brasil quando dirigiu a Stellantis América do Sul.



o executivo passou pouco tempo da carreira na matriz, logo nos primeiros anos foi expatriado para o Brasil. Para se atualizar sobre as operações no Velho Continente Filosa fez uma das coisas que mais gosta: pisar no chão de fábricas. Esteve em plantas históricas e importantes do grupo, como na Fiat em Mirafiori, Itália, e na Peugeot em Sochaux, França, além de passar também por Espanha e Alemanha.

Segundo a La Tribuna de Automación, da Espanha, um dos planos que Filosa deverá tocar, ainda em fase de esboço, é reestruturar a rede de concessionárias europeias. As marcas premium da Stellantis, DS, Alfa Romeo e Lancia, deverão deixar de ter rede própria e compartilhar o showroom com outras marcas de volume, a exemplo do que já ocorre com a Abarth, na Fiat, e poderá ser estendido para a DS na rede Citroën e Alfa Romeo na rede Fiat. O objetivo é retomar a rentabilidade perdida no último ano.

Filosa já demonstrou ter habilidade para costurar negociações, colocar fábricas de pé e acertar rumos. "Em um momento de profundas incertezas é bom estar ao lado de quem conhece o caminho", afirma

uma fonte que conviveu por muito anos no trabalho com Filosa. Para recolocar a Stellantis no caminho da rentabilidade, no entanto, é provável que muita gente não tenha o mesmo ímpeto napolitano de fazer as coisas: "Quando você acelera o ritmo há uma seleção natural de quem continua na corrida", complementa a fonte, ao avaliar a velocidade de ação do chefe.

Em seu perfil no LinkedIn, no dia em que sua nomeação foi divulgada, Filosa agradeceu a confiança de John Elkann e do conselho: "Obrigado por confiar em mim para guiar nossa jovem empresa enquanto continuamos nossa jornada para atingir nosso potencial máximo". Também não se esqueceu do apoio da equipe: "São vocês que tornam esta empresa tão especial. Vocês me motivaram, me inspiraram e me emocionaram de muitas maneiras. Estou animado para passar o próximo mês viajando para o máximo de lugares possível, conectando-me com nossas equipes".

Por fim deu uma pista da filosofia de sua gestão, citando o CEO que tirou o Grupo Fiat do buraco, salvou a Chrysler e criou a FCA: "Como diria Sergio Marchionne, 'a mediocridade não vale a viagem' ". ■



Teknia expande negócios em várias frentes

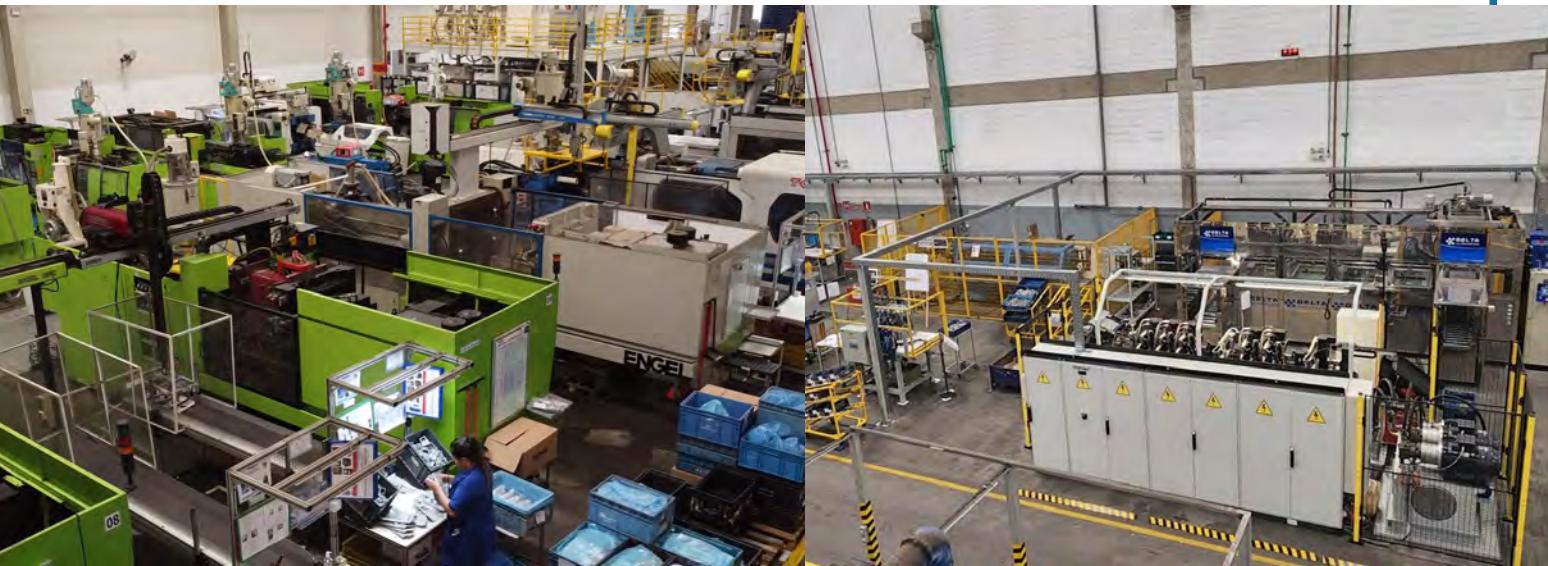
Investimentos no parque fabril anunciados em 2024 consolidam-se nesse ano e ampliam a capacidade industrial da empresa espanhola, que tem filial sediada em Jacareí (SP). De suas linhas saem itens injetados em plástico e tubos metálicos

Poucas empresas possuem expertises tão distintas como a Teknia, multinacional espanhola que produz componentes para o setor automotivo com fábrica no Brasil, em Jacareí (SP). Com a mesma competência, ela entrega varetas de medição de nível de óleo ou tubulações metálicas para motores a combustão, como produz grandes peças injetadas em plástico, como porta-luvas.

Fundada em 1992, ela possui 23 plantas industriais em 13 países, sendo que, no Brasil, a

empresa desembarcou em 1999. Os principais clientes da filial brasileira são Stellantis, Renault, Horse-motores e Grupo Volkswagen. “Estamos muito orgulhosos por ter sido escolhidos como fornecedor para diversos componentes do VW Tera, que é mais importante produto da marca nos últimos anos”, destaca Jorge Lima, diretor geral da filial brasileira.

Ter conquistado esses novos contratos não foi um movimento de sorte. Nem ocorreu por acaso. Pouco menos de um ano atrás, Teknia divulgava



novos investimentos na ordem de R\$ 30 milhões para expandir sua operação no Brasil e atender às crescentes demandas da indústria automotiva. Novas máquinas e ferramentas foram adquiridas para elevar a produção no Brasil, inclusive porque as plantas europeias da Teknia têm se dedicado à produção de componentes para carros eletrificados. “A nossa operação no Brasil será dedicada a motores a combustão e híbridos”, diz Lima.

O executivo explica que o Brasil, hoje, é um polo de desenvolvimento, porque as montadoras possuem autonomia, diferentemente de outros países. A proposta da Teknia é, cada vez mais, tornar-se um grande parceiro tecnológico e de negócios, capaz de gerar soluções para futuros lançamentos, reduzindo os custos e buscando alternativas para ajudar nos novos projetos.

Para atender à sanha de expansão, a empresa não tem apenas investido em seu próprio parque industrial sob demandas de clientes, mas também tem se empenhado no desenvolvimento de nacionalização de produção de alguns componentes, esmerando-se em apresentar novas soluções com propostas reduzidas de custos, buscando ampliar as linhas de produtos.

Disposta a ampliar sua linha de produtos, a

“A presença da Teknia como fornecedora no projeto TERA, novo lançamento da Volkswagen, representa mais do que uma entrega técnica — é a reafirmação do nosso compromisso em atender com excelência às demandas dos nossos clientes.”

Raquel Arroyo, Diretora de Vendas da Teknia Brasil

empresa tem trabalhado no desenvolvimento de sistemas de injeção direta, por exemplo, prevendo que, futuramente, alguns desses componentes poderão deixar de ser importados e passar a serem feitos aqui por grandes sistêmicos. E a Teknia quer abocanhar esse novo filão, pois fornece alguns desses itens.



Fotos Divulgação/Zen

Zen investe na verticalização

Empresa adota processo interno de trefilação de aço para ganhar tempo e flexibilidade em atender pedidos dos clientes

Por André Barros, de Brusque, SC

No dia em que completou 65 anos de atividade, em 20 de maio, a Zen inaugurou uma nova linha de produção, parte do seu atual ciclo de investimentos de R\$ 150 milhões. Localizada no mesmo terreno na cidade natal de seus fundadores, em Brusque, SC, e ao lado do prédio onde já produz há cinquenta anos, a nova operação ocupa área de 6 mil metros quadrados e cumpre a função de ampliar a verticalização dos processos da empresa.

A Zen produz e fornece para montadoras, sistemistas e mercado de reposição, no Brasil e no Exterior, componentes para sistemas elétricos e mecânicos com mais de dezoito linhas de produtos para veículos leves e pesados, motocicletas, máquinas agrícolas e segmento náutico. Com processos de forjamento e usinagem a frio, quente e morno, a empresa fabrica impulsionadores de partida – os pinos dos motores de arranque –, polias de alternador, tensores de correia, rolamentos e anéis ABS. Também importa para venda no aftermarket itens como relés de partida, induzidos, motores de partida e alternadores.



**Nova trefiladora da Zen:
ganho de agilidade e
flexibilidade para atender
os clientes.**

Matéria-prima principal da empresa, os arames de aço até então majoritariamente comprados prontos de fornecedores, passaram a ser trefilados internamente. A Zen agora compra o aço bruto e executa o acabamento com trefiladora própria interna, com ganhos de produtividade e agilidade, pois não precisa mais esperar na fila de fornecedores.

Paulo Nunes, presidente do conselho de administração da Zen, explica que com o processamento interno a empresa ganha rapidez e, por consequência, garante o faturamento: "Trefilação é um gargalo, fazendo aqui conseguimos ter melhor tempo de resposta aos clientes. A intenção é ganhar flexibilidade, poder gerenciar melhor o estoque e atender os pedidos com mais agilidade".

MAIS LOCALIZAÇÃO

Segundo Nunes a Zen identificou um movimento de demanda por aumento de localização de produção de peças e componentes. Os clientes querem reduzir a exposição ao dólar e às intempéries da logística. A decisão de investir veio deste diagnóstico: "Nossa intenção é ampliar a produção de peças e componentes, ganhar volume com grandes programas de equipamentos originais [fornecidos a montadoras e sistêmicas]. Internalizando processos ganhamos flexibilidade para isto. Agora buscaremos ganhar novos contratos e a nossa oferta de produtos".

Para ampliar o portfólio ainda chegarão duas novas máquinas: uma conformadora a frio e uma a quente, que serão instaladas na unidade antiga da Zen em Brusque. O maquinário já está a caminho, cruzando o oceano, segundo Nunes. Alguns equipamentos serão relocalizados para a nova fábrica, em uma reorganização interna.

Nunes disse que o desempenho da Zen vem acompanhando o ritmo de produção da indústria automotiva: "Estamos vendo as coisas caminharem para as projeções da Anfavea [de crescimento de 7% a 8% este ano sobre 2024]. Não deverá ser muito diferente disto, pelo que sentimos dos nossos clientes".

65 ANOS

A Zen começou suas operações em São Paulo, com a oficina Irmãos Zen, de Hylário e Nélson Zen. Em 1963 lançou seu primeiro pino impulsor de partida e, no ano seguinte, mudou seu nome para Zen.

Impossibilitada de crescer no Real Parque, bairro paulistano tornado residencial, a Zen transferiu sua fábrica para Brusque, cidade natal dos irmãos Zen, em 1975.

Além da planta de Brusque e de um novo escritório comercial em São Paulo, a Zen possui representações em vários países e centros de distribuição em Miami, nos Estados Unidos, México e Panamá, um centro de tecnologia na China e atuação na Europa.

**Executivos e membros da
família Zen inauguram
nova linha de produção**





Leonardo Vidal, Diretor de Negócios da Axalta (à esq.) e Leandro Sendao, Deputy Division Head da Honda

AXALTA É TRI

Prêmio de Melhor Fornecedor do Ano de 2024, categoria Ouro, é concedido pela Moto Honda da Amazônia pelo terceiro ano consecutivo

Axalta tem uma longa história de parceria com a Moto Honda Amazônia. Desde que a primeira CG 125 saiu das linhas de montagem da planta de Manaus (AM), em meados dos anos 70, lá estava a Axalta como um dos primeiros fornecedores da empresa. A moto mais vendida na história do país já acumula 15 milhões de unidades produzidas, com a Axalta sempre presente.

Pelo terceiro ano consecutivo, a companhia foi reconhecida pela Moto Honda da Amazônia com o prêmio de Melhor Fornecedor do Ano de 2024 na categoria Ouro. A premiação foi entregue em

cerimônia realizada no último dia 28 de maio de 2025, em Manaus (AM).

A premiação reflete o alto padrão de qualidade, desempenho e confiabilidade dos produtos e serviços fornecidos pela unidade de Guarulhos, responsável pelo desenvolvimento e produção dos materiais utilizados nos processos de pintura das motocicletas Honda no Brasil.

“Receber esse reconhecimento pelo terceiro ano seguido é motivo de grande orgulho para toda a nossa equipe. É o resultado direto do empenho, da dedicação e do comprometimento dos nossos profissionais em garantir excelência contínua aos



Da esq. para a dir.: Leandro Sendao, Fabiana Martinelli, Gerente Comercial da Axalta, Leonardo Vidal e Fausto Tanigawa, Division Head de Compras da Honda

nossos clientes”, destaca Leonardo Vidal, Diretor de Negócios da Axalta.

O prêmio também reforça a longeva parceria entre as duas empresas. “Agradecemos à Moto Honda pela confiança e parceria construída ao longo dos anos, e seguimos firmes no propósito

de oferecer soluções inovadoras, sustentáveis e com alto desempenho para atender às necessidades do setor”, completa.

Líder global focada exclusivamente em revestimentos, fornecendo soluções inovadoras de pintura, coloridas, belas e sustentáveis, a Axalta atua em diversos segmentos do mundo automotivo. Desde motocicletas, passando por veículos leves, comerciais e aplicações de revestimentos a motores elétricos, além de fachadas de prédios e outras aplicações da indústria, os revestimentos são desenvolvidos para prevenir corrosão e aumentar produtividade e durabilidade.

Com mais de 150 anos de experiência na indústria de revestimentos, o time global da Axalta continua a encontrar caminhos para servir melhor os mais de 100 mil clientes em mais de 130 países com os melhores revestimentos, sistemas de aplicação e tecnologias. A Axalta está presente no Brasil há mais de 60 anos, mantendo forte atuação no segmento automotivo.



CNH mantém US\$ 1,4 bi para compras e premia fornecedores no País



Divulgação/CNH

Fabricante de máquinas Case e New Holland incorpora mais sessenta empresas à sua cadeia de suprimentos no Brasil. Mann+ Hummel foi a melhor de 2024.

Por André Barros

Apos a queda da ordem de 20% na demanda do mercado brasileiro de máquinas agrícolas no ano passado, a expectativa de Cláudio Brizon, diretor de compras da CNH Industrial, é manter o mesmo orçamento de 2024: a fabricante de equipamentos para agricultura e construção das marcas Case e New Holland deverá direcionar US\$ 1,4 bilhão para adquirir peças, componentes e serviços, em 2025, para suas linhas de produção no País.

Brizon calcula que sua projeção de orçamento está em linha com a expectativa da

companhia para o mercado de máquinas, que deve repetir o desempenho do ano passado: "O crédito ainda dificulta muito o investimento dos produtores. Os financiamentos estão caros, o custo do capital está elevado. Este ano será mais de manutenção dos equipamentos, sem grandes compras".

Já o segmento de construção traz expectativas são um pouco melhores, com algumas obras saindo do papel e fazendo empresas irem ao mercado buscar novos equipamentos. Para 2026 Brizon está mais otimista, esperando recuperação.

MAIS PARCEIROS

O diretor divulgou sua projeção após a cerimônia do Supplier Excellence Awards 2025, em São Paulo, no início de junho. Brizon aproveitou a reunião com os fornecedores para apresentar os resultados da primeira fase do SSP, Strategic Sourcing Program, programa de reorganização da cadeia de fornecedores da companhia que busca atrair mais parceiros à cadeia de suprimentos da CNH no Brasil. Sessenta novas empresas foram incorporadas às compras da empresa, incluindo segmentos como transmissões, materiais de fricção, fluidos, sensores, chicotes, filtros e plásticos.

"Não buscamos apenas o menor preço nesta revisão na forma de fazer negócios com fornecedores, olhamos todo o contexto: a competitividade, estrutura, engenharia, transporte, qualidade", destacou Brizon. "Existem casos em que até para fábricas do Exterior as peças estão sendo enviadas, em contratos de cinco anos."

Agora será iniciada a fase 2 do programa, para fornecedores de outros grupos de componentes, com a expectativa de, em cinco anos, desembolsar US\$ 8,5 bilhões em compras globais. A ideia, segundo Brizon, é alongar o prazo e estreitar a parceria do relacionamento com as empresas da cadeia, dentro de uma visão mais global. Somente nesta segunda fase.

PREMIAÇÃO

No evento do início de junho a CNH premiou o desempenho, em 2024, de treze empresas de sua cadeia de peças e serviços das quatro marcas do grupo: Case IH, New Holland Agriculture, Case Construction e New Holland Construction. Os fornecedores foram divididos em dois segmentos produtivos, no fornecimento de componentes para máquinas agrícolas e de construção, e outros dois, um para serviços prestados ao grupo e outro para reconhecimento de ações de sustentabilidade socioambiental.

Durante seu discurso no CNH Supplier Excellence Awards 2025, Brizon destacou

CNH Supplier Excellence Awards 2025

Fornecedor do Ano

Mann+Hummel

Agricultura

Desenvolvimento de Produto: PHD Soluções

Entregas: Fusipar

Relações Comerciais: Mann+Hummel

Qualidade: Mann+Hummel

Construção

Desenvolvimento de Produto: Painco

Entregas: Nelson

Relações Comerciais: Fallgatter

Qualidade: Tecnoroad

Agricultura e Construção

Capex: Rinaldi

Peças e Serviços: FRM

Serviços: ADN Comunicación

Transporte Manufatura: GTS

Transporte Produtos e Serviços: Carvalima

Sustentabilidade

Responsabilidade Social: Gerdau

Meio Ambiente: Gerdau

a importância da região para os negócios companhia e elogiou a atuação dos fornecedores, que mostraram resiliência mesmo diante do mercado agrícola em queda no ano passado. Ele reforçou o objetivo central da empresa e de seu departamento: "Nossa meta é ser líder em qualidade dentro do segmento até 2030. O melhor fornecedor de máquinas agrícolas e construção do mundo".

A Mann+Hummel foi a que mais se destacou e recebeu o prêmio de Fornecedor do Ano da CNH. A fabricante de filtros também ganhou outros dois troféus: Qualidade e Relações Comerciais no segmento de agricultura. A premiação foi dividida pelos segmentos de Construção, Agricultura e Fornecimento Misto, e envolveu fornecedores das quatro.

HPE premia dez fornecedores

Vexilom, Saint-Gobain e Integrar Recursos Humanos vencem as três categorias da premiação

Por André Barros

Em cerimônia organizada no fim de maio a HPE, representante no Brasil das marcas Mitsubishi e Suzuki e que produz veículos sob licença em Catalão, GO, premiou pelo segundo ano consecutivo seus fornecedores, pelo desempenho de 2024. Desta vez o reconhecimento contemplou três categorias: além do fornecimento de serviços, peças e componentes diretos à linha de montagem, também foram premiadas empresas fornecedoras de materiais auxiliares e serviços.

A HPE tem mais de duzentos fornecedores produtivos e 1,5 mil não produtivos.

O CEO Mauro Correia fez um balanço dos resultados do ano passado, quando foram montados em Catalão 26,4 mil veículos, quase 10% acima do volume de 2023, e projetou a produção de 27,4 mil unidades em 2025.

Atualmente são produzidos na planta goiana a picape Mitsubishi Triton e o SUV Mitsubishi Eclipse Cross. O Mitsubishi Outlander PHEV ainda é importado: "Estamos estudando se vamos começar a produzi-lo por aqui", disse Correia. O executivo também confirma que está em negociações com outras marcas que poderão montar seus carros na HPE. ■

Prêmio Excelência em Fornecimento HPE 2024



Divulgação/HPE

Fornecedores Diretos

Fornecedor do Ano

Vexilom

Excelência em Qualidade: Mangels

Excelência em Pós-vendas: Pilkington

Excelência em Logística: Vexilom

Excelência em Custos: Pirelli

Compras Indiretas – Material Auxiliar

Fornecedor do Ano

Saint-Gobain

Excelência em Atendimento: Saint-Gobain

Excelência em Qualidade: Copa Energia

Excelência em Custos: Seiki

Compras Indiretas – Serviços

Fornecedor do Ano

Integrar Recursos Humanos

Excelência em Atendimento: Integrar Recursos Humanos

Excelência em Qualidade: Evergreen

Excelência em Custos: Pronutri

PARABÉNS PARA MOTO HONDA DA AMAZÔNIA



A HONDA CG FAZ PARTE DA HISTÓRIA DA MOBILIDADE NACIONAL – E A YAZAKI TEM ORGULHO DE ESTAR NESSA JORNADA.

Desde 1976, a CG percorre as estradas do Brasil com a força de quem nasceu para durar. Agora, atinge um marco histórico: **15 milhões de unidades produzidas**.

Um feito que honra o passado, celebra o presente e acelera rumo ao futuro.

Produzida no Polo Industrial de Manaus desde seu lançamento, a CG se consolidou como uma das motocicletas mais vendidas e longevas do mercado nacional, sendo referência em **durabilidade, economia e confiança**.

Ao longo de quase cinco décadas, o modelo passou por sucessivas evoluções tecnológicas e de design, acompanhando as exigências crescentes de **segurança, a sustentabilidade e desempenho**. Foi também a primeira motocicleta fabricada em larga escala no Brasil, tornando-se símbolo da nacionalização da indústria de duas rodas.

A Yazaki, fornecedora global de **chicotes elétricos e sistemas eletrônicos automotivos**, tem orgulho de fazer parte dessa trajetória. Parabenizamos a Honda por mais essa conquista e reforçamos nosso compromisso com a **qualidade e a inovação**, contribuindo diretamente para a confiabilidade de um dos modelos mais emblemáticos do setor.

A produção de 15 milhões de unidades da CG não apenas reafirma o sucesso da Honda no Brasil, mas também evidencia a **força da cadeia automotiva nacional**, composta por uma rede de fornecedores comprometidos com a excelência e com o desenvolvimento contínuo da mobilidade.

PARABÉNS, HONDA!

Seguimos juntos, conectando excelência à mobilidade do amanhã.

Toyota reconhece os melhores fornecedores de Brasil e Argentina

Mueller e Autoneum foram as empresas que mais se destacaram na região para a fabricante em 2024

Redação AutoData

Em maio a Toyota reuniu, na Argentina, mais de 250 representantes, brasileiros e argentinos, de empresas da sua cadeia de suprimentos na região para a Latin American and Caribbean Suppliers Conference. Além de compartilhar estratégias, o planejamento anual, perspectivas e analisar desafios de competitividade e oportunidades nos próximos cinco e dez anos, a fabricante premiou 42 de seus fornecedores na região, em quatro categorias, avaliados com os melhores desempenhos, durante 2024, em segurança, qualidade, sustentabilidade, entrega de peças, gerenciamento de custos, operações e aplicação ao TPS, Sistema Toyota de Produção.

Em seu perfil no LinkedIn, Rafael Chang, presidente da Toyota América Latina e Caribe, a TLAC, destacou a parceria com os fornecedores como estratégia-chave da empresa: "Promover a coexistência e a co-prosperidade com nossos fornecedores é um dos valores fundamentais da filosofia da Toyota. Construir relacionamentos fortes e duradouros nos permite gerar benefícios mútuos e cocriar um ecossistema mais próspero e harmonioso com nossa cadeia de valor e com a comunidade, sempre com foco na melhoria contínua". ■

TLAC Suppliers Award 2025

Melhores Fornecedores 2024

Mueller
Autoneum

Contribuição Regional

GKN
Indústrias Guidi

ESG

Ambiental: Bosch | Autoneum
Social: Cooper | Esteban Cordero
Governança: Adient | Indústria Guidi

Fornecedores Excelentes

Brasil

Adient | Autometal | Barossi | Benteler | Bosch | Cooper | Denso | GDBR | GKT-TB | Intertrim | Inylbra | Itaesbra | JSP | Jtekt | Kautex | Metagal | Op Mobility | Pecval | Purem | Schaeffler | SEG Automotive | Sogefi | Stanley | Sumidenso | Vuteq | Yazaki | ZF

Argentina

Esteban Cordero | Ferrosider | Jtekt | Maro | Mirgor | Pilkington | Ternium | Testori | Yazaki | YPF



Agradecemos a Toyota pelo reconhecimento do nosso trabalho.
"Outstanding Performance Award 2024" é mais que um prêmio.

É A FORÇA DO NOSSO CONJUNTO.

Acesse o
nossa site



ITAESBRA
Parte do seu futuro





Divulgação/Honda

Honda premia fornecedores para motos e carros

Foram reconhecidas 14 empresas da cadeia de automóveis e 29 da Moto Honda

Por Redação AutoData

Nas duas últimas semanas de maio a Honda realizou duas cerimônias para premiar o desempenho de seus fornecedores no Brasil. Um dos eventos foi para reconhecer o desempenho, em 2024, das empresas da cadeia de suprimentos que atendem a produção da Moto Honda no PIM, Polo Industrial de Manaus, AM. O outro reuniu a rede de componentes e serviços da Honda Automóveis, com fábricas no Interior paulista, em Sumaré e Itirapina.

Na premiação de automóveis foram catorze os fornecedores premiados, em quesitos como Qualidade e Entrega, Desenvolvimento de Ferramentais, Programa de Redução de Emissões de CO₂, Programa Honda Way, Atendimento Customer First, Serviços e Seikoko, programa que reconhece a eficiência produtiva e melhoria contínua.

Em motocicletas os 29 vencedores foram premiados nas categorias Diamante, Ouro e Prata, em indicadores como Qualidade, Atendimento, Preservação do Meio Ambiente, Resultados com Inovação e Proatividade e Competitividade. Algumas foram premiadas também por Excelência em Consumer First e em Ferramentaria. ■

Prêmio Fornecedores Honda Automóveis 2024



Excelência em Qualidade e Entrega
Bosal | GDBR | JSP | Motherson Yachiyo |
Metalfino | Nippon Paint | ZF

Excelência no Desenvolvimento de Ferramentais
GTF Industrial

Excelência no Programa de Redução de Emissões de CO₂
G-KT do Brasil

Excelência no Programa Honda WAY
Formtap

Excelência no Programa Seikoko de Eficiência no Processo Produtivo
G-KT do Brasil

Excelência no Atendimento Customer First
Freudenberg | Minebea | Nal do Brasil

Excelência em Serviços e Produtos Indiretos
Sapore

Prêmio Fornecedores Moto Honda 2024



Categoria Diamante
Minebea Access Solutions | Sawen

Categoria Ouro
Alux | Axalta | Bosal | Galutti | Hitachi Astemo Brake | Metalfino | Nal do Brasil | TTB | Usiminas

Categoria Prata
Acument | Corprint | Daido | Leakless |
Mangels | Nippon Carbide | Pirelli | Reflect |
Schwarz | Spring | Vipal | Yasufuku | Yazaki

Excelência em Qualidade e Entrega
Ferramentaria
Estampo Tec | GTF Ferramentaria | IMM

Excelência em Qualidade e Entrega
Customer First
Minebea AccessSolutions | Rebarpeças

Alpino celebra sete décadas em plena forma

Fabricante de peças e conjuntos tubulares metálicos para o meio automotivo sediada em Jundiaí (SP), a Alpino comemora 70 anos ampliando linhas de produtos, prezando pela qualidade e apostando na inovação

N aquele período de meados dos anos 50, surgiu uma série de novas empresas, sempre de olho potencial de crescimento da indústria automotiva e de bens de consumo, que ainda engatinhava no país, mas ensejava um futuro alvissareiro. No bairro do Ipiranga, em São Paulo, berço, inclusive, de algumas das primeiras montadoras do país, nascia a Alpino, do sonho de dois empreendedores.





**“Honrando
nossa história,
construindo
juntos o futuro”**

Seus nomes eram Maurizio Giampietri – conhecido como Seu Gigi – e Roberto Alonso. O primeiro produto desenvolvido pela Alpino foi geladeiras comerciais na fundação da empresa, mas, ao término da primeira década, a Alpino havia diversificado sua produção para cadeiras e mesas de fórmica. Começava ali a grande expertise da empresa, que encaminhou, já nos anos 60, sua produção para móveis tubulares.

Os tubos jamais sairiam das linhas de produção da Alpino a partir daquele momento. Nos anos 70, a Alpino produziria mesas e cadeiras escolares e, em meados da década, estrearia sua atuação na área automotiva, passando a fabricar acessórios tubulares, como santantônios e quebra-matos para picapes.

Foi um passo para iniciar a fabricação de tubos de escapamento e outros conjuntos tubulares no início da década de 80, tendo Volvo e Scania como principais clientes. Esses dois gigantes, aliás, permanecem no rol dos parceiros da Alpino. Hoje a empresa atua em três grandes linhas de mercado: Setor automotivo – Caminhões e Ônibus, Máquinas agrícolas e Máquinas de Construção, e

Linha leve – automóveis e motores (Flex e Diesel)

Na área automotiva, os principais clientes são Mercedes-Benz, Scania, Stellantis, Volvo e DAF. Na linha de máquinas para agricultura e construção seus principais clientes são John Deere, Caterpillar e CNH. A empresa já conta com a segunda e terceira geração dos fundadores, buscando novos clientes e mercados e sempre investindo em tecnologia, automação e em gestão, com colaboradores comprometidos e maquinário moderno. Mesmo diante das crises e dos desafios enfrentados ao longo do caminho, a Alpino continuou trilhando uma trajetória inspiradora e honrando o legado dos fundadores. Como os executivos que comandam a empresa gostam de repetir, a companhia está há “70 anos projetando sonhos e realizando histórias”.

Alpino fornece às principais montadoras peças estruturais e conjuntos soldados dos mais diversos graus de complexidade, bem como tubulações hidráulicas e de refrigeração, agregando componentes estampados, plásticos, fundidos, forjados dentre outros e recentemente ampliou sua linha com conjuntos soldados utilizando laser e dobra de chapas.

Toyota soma 3 milhões de veículos produzidos no Brasil

A Toyota chegou à marca de 3 milhões de veículos produzidos no Brasil. O modelo que simbolizou o número foi um Corolla Cross XRX híbrido flex, fabricado em Sorocaba, SP. A produção da Toyota no País começou em 1958, há 67 anos, em São Bernardo do Campo, SP, com o utilitário Bandeirante, mas o seu modelo de maior sucesso foi o sedã Corolla: começou a ser produzido em 1998 em Indaiatuba, SP, e até hoje chegou a 1,5 milhão de unidades, metade do total fabricado.



Divulgação/Toyota

Fiat já produziu 700 mil unidades da nova geração da Strada

A atual geração da Fiat Strada chegou à marca de 700 mil unidades produzidas na fábrica da Stellantis em Betim, MG, desde que foi lançada, em 2020, em meio à pandemia de covid. Se forem consideradas todas as gerações da picape o volume produzido já passou das 2,4 milhões. A Strada é o veículo mais vendido do Brasil há cinco anos. Em 2024 somou 144 mil emplacamentos e de janeiro a maio de 2025 também lidera, com 51,2 mil. A picape é exportada para Argentina, Paraguai e Uruguai.



Divulgação/Fiat

Vendas de motos têm maior volume da história

As vendas de motos no País de janeiro a maio alcançaram o maior volume da história para o período: 850,1 mil unidades, crescimento de 10,8% sobre os cinco primeiros meses do ano passado, indicaram dados divulgados pela Abraciclo. Os emplacamentos de maio também foram os maiores já registrados para o mês: 193,4 mil motos, número 17,5% maior na comparação com o mesmo mês de 2024 e avanço de 5,8% em relação a abril passado. A produção de motocicletas em cinco meses, de 846,6 mil, registrou o melhor resultado em catorze anos, 11,1% acima do período até maio de 2024. No ano foram exportadas 15,6 mil motos, alta de 15,1% com relação a um ano antes.



Divulgação/VWCO

RenovaBio evita emissões de 147 milhões de toneladas de CO2

O programa RenovaBio ajudou a evitar a emissão de 147 milhões de toneladas de CO2 no Brasil desde 2020, quando começou a comercialização dos CBios, Créditos de Descarbonização, segundo a Unica, que reúne produtores de etanol. As vendas somaram 147,6

milhões de CBios. Para atingir a este volume de redução de CO2 "seria necessário plantar, e manter durante vinte anos, 1 bilhão de árvores nativas, o que mostra o compromisso do setor sucroenergético e de bioenergia com o meio ambiente", destaca a entidade.

Ford traz nova Maverick por preço mais competitivo

A Ford começou a importar a nova Maverick nas versões Lariat Black e Tremor, ambas com motor 2.0 EcoBoost a gasolina de 253 cv e transmissão automática de oito marchas – no segundo semestre chega a opção híbrida. A Lariat Black, por R\$ 219,9 mil, é R\$ 10 mil mais barata do que a extinta versão FX4 e R\$ 60 mil a menos do que a principal concorrente: a Ram Rampage Rebel. A Maverick Tremor é mais cara: R\$ 239,9 mil e se diferencia pelo visual, suspensão um pouco mais elevada e tração 4X4. Nesta primeira renovação a picape média-compacta da Ford trouxe pequenas mudanças visuais. A atualização



Divulgação/Ford

mais radical foi no pacote de itens de segurança e infoentretenimento, com nova central multimídia SYNC 4 e tela de 13,2 polegadas com conexão para smartphones e GPS embarcado. O quadro de instrumentos digital agora tem 8 polegadas. O sistema de som premium é da grife Bang & Olufsen. O

banco do motorista tem ajuste elétrico e retrovisores contam com aquecimento. A Maverick tem piloto automático adaptativo ACC, assistente de manutenção em faixa, frenagem autônoma, sensor de estacionamento dianteiro e traseiro e monitoramento de ponto cego com alerta de trâfego cruzado e cobertura de reboque.

Fiat Titano argentina tem novo motor, câmbio e visual



Divulgação/Fiat

Agora produzida na Argentina, a Fiat Titano chega às concessionárias na linha 2026 com novo motor, câmbio e visual. O turbodiesel Multijet 2.2 de 200 cv agora é acoplado à transmissão automática de oito velocidades. O freio é a disco nas quatro rodas e a tração integral permanente 4x4. A segurança melhorou com o sistema ADAS que integra frenagem automática de emergência, monitoramento de ponto cego, piloto automático adaptativo ACC, assistente de descida, alerta de saída de faixa, detector de pressão dos pneus e seis airbags. Visualmente foi adotado novo acabamento na parte inferior do para-choque frontal e o traseiro passou por leves mudanças. São três versões: Endurance, por R\$ 234 mil; Volcano R\$ 264 mil; e Ranch, R\$ 286 mil

Foton Tunland chega ao Brasil

As concessionárias e o site da chinesa Foton iniciaram as vendas da picape Tunland pelas versões V7 e V9, já disponíveis por R\$ 280 mil e R\$ 300 mil, respectivamente, com garantia de dez anos. A picape é a primeira a chegar ao País combinando motor diesel com sistema híbrido leve de 48V da Bosch, com 175 cv. O câmbio é automático de oito marchas da ZF. As duas versões são equipadas com kit multimídia com tela de 14,6 polegadas, alerta de permanência em faixa, detector de fadiga, detector de ponto cego, quadro de instrumentos digital de 12,3 polegadas, alerta de abertura segura das portas e de trâfego traseiro cruzado, câmera 360°, ar-condicionado digital e automático, seis airbags e monitoramento de pressão dos pneus.



Divulgação/Foton

Marelli pede recuperação judicial nos Estados Unidos

A Marelli ingressou com pedido de proteção do Chapter 11 da lei de falências dos Estados Unidos, equivalente a recuperação judicial, com apoio de mais de 80% de seus credores para reestruturar dívidas de longo prazo. A fabricante de sistemas e componentes automotivos disse não esperar nenhum impacto operacional no processo. Seus principais clientes globalmente são Stellantis e Nissan. A Marelli foi criada em 2019 a partir da fusão da Magneti Marelli, que pertencia à FCA, com a japonesa Calsonic Kansei, de propriedade do fundo estadunidense KKR. Em 2022 a empresa já havia entrado em recuperação judicial no Japão, após somar dívidas de mais de US\$ 8 bilhões, que foram reduzidas quase pela metade. A crise pela qual passa a Nissan, com sensível redução de compras, é a principal responsável pelo abalo financeiro do fornecedor.



Divulgação/Marelli

Frasle compra 100% da fábrica da Jurid em Sorocaba

A Frasle Mobility anunciou que está em fase final de negociação para aquisição de 100% da fábrica da subsidiária Jurid, instalada em Sorocaba, SP. Quando o negócio estiver fechado a unidade será renomeada para Frasle Mobility Site Sorocaba, responsável pela produção das pastilhas de freio Fras-le Ceramaxx, produzidas em cerâmica. A unidade seguirá fabricando produtos da marca Jurid. A unidade atende o mercado de reposição e também fornece a montadoras de veículos leves.

Circular Autopeças é o novo nome da linha de componentes remanufaturados da Stellantis

A linha de peças remanufaturadas da Stellantis, antes conhecida por Sustainera, foi rebatizada para Circular Autopeças na América do Sul. No resto do mundo segue o nome antigo. A linha Circular Autopeças oferece 180 componentes de treze famílias de produtos: turbocompressores, caixas de direção, câmbios automáticos, motores de partida, alternadores, bombas de alta pressão, bicos injetores diesel, compressores de ar-condicionado, diferenciais traseiros, conversores de torque, para todas as marcas da Stellantis no Brasil – Abarth, Citroën, Fiat, Jeep, Peugeot e Ram. Segundo a empresa todas as peças seguem especificações de fábrica e estão disponíveis nas mais de 1,2 mil concessionárias e na loja oficial do Mercado Livre.

Pirelli inaugura centro logístico de R\$ 150 milhões



Divulgação/Pirelli

A Pirelli inaugurou seu centro logístico de armazenagem de pneus e matérias-primas com 56 mil m² dentro de sua planta em Campinas, SP, com investimento de R\$ 150 milhões. O local tem capacidade para armazenar cerca de 1 milhão de pneus, com giro de estoque de quatro a sete dias. Segundo a empresa, com a nova unidade ao lado das linhas de produção, deixarão de ser feitas cerca de 5 mil viagens de caminhões que vinham do antigo armazém para abastecer a fábrica.

GWM apresenta mais dois veículos que serão nacionais



Divulgação/GWM

Enquanto prepara a inauguração da fábrica de Iracemápolis, SP, prevista para o fim de julho, quando terá início a montagem das quatro versões do já conhecido SUV Haval H6, a GWM mostrou em seu estande no Festival Interlagos, em junho, os outros dois modelos que serão montados no Brasil a partir de agosto: o SUV de sete lugares Haval H9 e a picape Poer P30. Os dois terão motorização híbrida turbodiesel de 2,4 litros, com o objetivo de atender a pedidos de clientes brasileiros, principalmente das regiões do agronegócio, que preferem veículos a diesel. Mais adiante deve chegar uma versão híbrida plug-in da Poer.

Honda renova o HR-V, que completa 10 anos de produção no Brasil

Ao completar dez anos de produção do HR-V no Brasil a Honda introduziu algumas novidades visuais na linha 2026 do SUV, apresentada durante o Festival Interlagos, em junho. O HR-V, que soma 25,8 mil emplacamentos de janeiro a maio e é o oitavo modelo mais vendido do mercado brasileiro, chega renovado às concessionárias em julho. Por fora o destaque é a nova grade frontal e o para-choque dianteiro redesenhado. Na lateral as rodas aro 18 são novas e na traseira a novidade fica por conta do acabamento fumê das lanternas, conectadas por LED na tampa do porta-malas. Internamente o Honda HR-V traz nova central multimídia e o console central foi alterado. O SUV continuará sendo vendido em quatro versões, EX e EXL com motor 1.5 aspirado de 126 cv, e Advanced e Touring com 1.5 turbo de 177 cv, todas equipadas com câmbio automático CVT.



Divulgação/Honda

Fiat Pulse estende renovação visual ao Abarth



Divulgação/Fiat

Após apresentar a reestilização da linha 2026 do SUV compacto Pulse a Fiat estendeu algumas renovações à versão esportiva do modelo, o Abarth, que chega ao mercado com a dianteira toda redesenhada, com visual mais quadrado, em opção única por R\$ 158 mil. A expectativa é que o Abarth continue a representar cerca de 10% das vendas mensais da linha Pulse. O carro foi apresentado no Festival Interlagos, em junho. O nome da marca agora está na nova grande frontal e o logotipo do escorpião foi reposicionado do centro para a lateral. O para-choque também foi redesenhado, assim como as luzes de condução diurna e as rodas aro 18. Internamente o Pulse Abarth recebeu novos bancos esportivos, com novo tipo de espuma, e o teto solar panorâmico. Na lateral das portas também há um novo material usado na forração. O motor segue o mesmo 1.3 turboflex de 185 cv, acoplado a câmbio automático de seis marchas.

TTB É PREMIADA PELA MOTO HONDA



No exato mês em que completa 70 anos de atuação no mercado brasileiro, a TTB, tradicional fornecedor do setor automotivo de componentes metálicos, recebe da Moto Honda o prêmio “Best Suppliers Award” na categoria Ouro

Em maio deste ano, no mês exato em que celebrava o 70º aniversário de sua fundação, a TTB recebeu da Honda Moto da Amazônia o prêmio “Best Suppliers Award” na categoria Ouro.

Tradicional fabricante de componentes estampados e conjuntos soldados para carroceria, chassis, motores, a TTB é também pioneira no

desenvolvimento e fabricação de Anéis de Retenção, Fixadores Metálicos Especiais, Anéis de Travamento, Arruelas, Pinos Elásticos, Molas Prato, Porcas Rápidas, Itens de Segurança, fabricados em aço, latão, cobre e alumínio. A TTB fornece os seus produtos para inúmeras OEMs, como Honda, Renault, Nissan, Yamaha, Stellantis, GM, Volkswagen, Mercedes-Benz, MAN, Scania, Volvo, entre



outros, e para os principais Sistemistas (Tier 1). A TTB atua também no mercado de Revenda e Exportação para diversos países, através de seus parceiros estratégicos de negócios.

A empresa nasce no berço da indústria automobilística, em meados dos anos 50, em Diadema, no Grande ABC, em São Paulo, com o nome de Reno, pioneira mundial no desenvolvimento e fabricação de anéis de retenção e elementos especiais de fixação.

Em 1976 o Grupo SKF adquiriu o controle acionário da Reno, passando a se chamar Seeger Reno. Em 1995 passou a fazer parte do Grupo Trans Technology - USA e sete anos mais tarde, a norte-americana Interkey assumiu o controle acionário da Trans Technology - Brasil, atual TTB.

Foi quando a subsidiária brasileira decidiu

investir para a diversificação de sua linha de produtos, inicialmente com a produção de componentes estampados em prensas de 300 toneladas.

Em 2012, a empresa inaugurou uma segunda planta, em Cabreúva, interior de SP. Essa mesma planta acaba de receber um novo investimento, para a ampliação de sua área construída e a aquisição de novos equipamentos que serão utilizados na fabricação dos novos projetos que estão planejados a partir do segundo semestre de 2025.

A TTB possui atualmente uma sofisticada Ferramentaria, Tratamento Térmico e Acabamento Superficial, um Laboratório completo e um time de Engenharia capaz de desenvolver as mais econômicas soluções, além de instalações de manufatura que incluem modernos robôs de solda e linhas de prensas de até 500 toneladas. ■

"A premiação "Best Suppliers Award" na categoria Ouro, concedida pela Moto Honda da Amazônia, é motivo de muito orgulho para a TTB. Esse é o resultado do trabalho e da dedicação da equipe TTB na busca do aprimoramento de Qualidade, Atendimento, Preservação do Meio Ambiente, Inovação, Proatividade e Competitividade, critérios estes utilizados pela Moto Honda para reconhecer os fornecedores que mais se destacaram."



Divulgação/Caoa

CAOA: CARLOS PHILIPPE DE OLIVEIRA ANDRADE

A Caoa anunciou a consolidação do plano de sucessão traçado pelo fundador Carlos Alberto de Oliveira Andrade, falecido em agosto de 2021. Em 1º de junho seu filho mais novo, Carlos Philippe Luchesi de Oliveira Andrade, assumiu como copresidente executivo do grupo, ao lado de seu irmão, Carlos Alberto de Oliveira Andrade Filho, que desde 2022 ocupa a presidência executiva. Formado em finanças e economia pela Wharton School da Universidade da Pensilvânia, Carlos Philippe dividirá a liderança com o irmão mais velho. Os dois serão responsáveis pela estratégia corporativa, principais decisões executivas e direcionamento do plano de negócios. A Caoa soma 46 anos de história, com 3 milhões de veículos vendidos no País e hoje tem mais de 10 mil empregados diretos.



Divulgação/Grupo BMW



GRUPO BMW: LUCIANA FRANCISCO + HERNANDO CARVAJAL

O Grupo BMW implementou mudanças na organização de suas operações na América Latina. Em 1º de julho a brasileira Luciana Francisco assumiu a diretoria de marketing e o colombiano Hernando Carvajal a liderança regional de vendas, em sucessão a Alexander Luhn, que regressou à Alemanha. Ambos os executivos ficarão localizados na Cidade do México, sede regional do grupo na América Latina.

Luciana Francisco iniciou carreira no Grupo BMW Brasil em 2014, como gerente sênior de marketing e produto da BMW Motorrad, da divisão de motos da qual, em 2018, passou a ser chefe de marketing e produto na América da Norte. Anteriormente trabalhou por quinze anos na Mercedes-Benz do Brasil. Formada em administração de empresas pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul, tem especialização em gestão de marketing pelo Mackenzie e é mestre em administração de empresas pela FGV. Hernando Carvajal iniciou a carreira no grupo em 2000, na BMW América do Norte, integrando a equipe de planejamento e estratégia de produto. De 2007 a 2012 trabalhou em Munique, Alemanha, na sede da BMW AG, como gerente de marketing e comunicação para a região das Américas. Posteriormente, como gerente de produto, foi responsável pela lucratividade global do BMW Série 7 de 2010 a 2012, quando chegou ao México, onde dirigiu as áreas de vendas para mercados importadores da América Latina e marketing para a marca BMW. Ele é bacharel em engenharia aeroespacial pelo Instituto Politécnico de Worcester e mestre em administração de empresas pela FW Olin Graduate School of Business da Babson College.



Divulgação/SKF

SKF: ALEX PEREIRA

A SKF realocou Alex Pereira para ser seu novo diretor administrativo para o mercado industrial no Brasil. Na companhia há mais de vinte anos, seu último cargo foi diretor de vendas e serviços para o mesmo segmento. Pereira é formado em engenharia mecânica pela Faculdade Politécnica de Jundiaí, com especialização em administração de empresas e finanças.



Divulgação/BOGE

BOGE: RICARDO CUTIGI

A Boge contratou Ricardo Cutigi para dirigir a fábrica de Sorocaba, SP, onde são produzidas peças de metal-borracha para veículos leves e pesados. Pós-graduado em gestão da produção pela UFSCar, acumula 26 anos de experiência no Grupo Volkswagen, lá passou pelas unidades paulistas de Taubaté, Anchieta e São Carlos, quando foi diretor da fábrica de motores.



Divulgação/Anef

ANEF: ENILSON SALES

A Anef, Associação Nacional das Empresas Financeiras das Montadoras, anunciou em junho que Enilson Sales é o seu novo presidente, sucedendo a Paulo Noman, presidente do Banco GM, que passa a dividir a vice-presidência com Nelson Aguiar, presidente do Banco Yamaha. Segundo a entidade as mudanças estruturais em sua gestão têm o objetivo de ampliar sua relevância e influência no mercado de crédito automotivo. Pelo novo estatuto outras empresas, além dos bancos de montadoras, podem se associar à entidade. Sales, que também é presidente da Fenauto, permanecerá à frente da entidade que representa os revendedores independentes de veículos usados até novembro, quando acontecerá nova eleição e ele seguirá no conselho. Engenheiro mecânico formado pela Universidade Federal da Paraíba, graduado em administração de empresas pelo Centro Universitário de João Pessoa, e pelo IBMEC, em São Paulo, ele também é bacharel em business administration pela Columbia Business School, nos Estados Unidos. Sales iniciou a carreira como operador de crédito no ABN-AMRO, no qual chegou à vice-presidência da área de financiamento ao consumo. Posteriormente assumiu posições de liderança em bancos de montadoras como Peugeot-Citroën, Renault-Nissan e Mitsubishi.



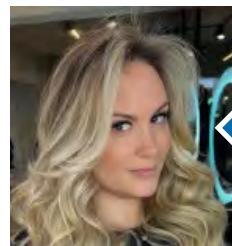
Divulgação/Anef

PHINIA: CAMILA RANGEL

Camila Rangel é a nova gerente global de logística e aduana da Phinia. De acordo com a companhia sua promoção ocorre em momento de ampliação de sua presença como um dos principais fornecedores do setor automotivo, em que o Brasil passou a desempenhar papel de destaque como hub importante na América do Sul. Graduada em administração de empresas e com MBA pela Inbrasc, Live University, e formação internacional pela Michigan Ross, University of Michigan Executive Education, Rangel tem quinze anos de experiência no setor. Iniciou sua trajetória profissional como trainee na Bosch e, em 2015, ingressou na Delphi como compradora. Na BorgWarner ocupou a gerência de supply chain para compras, posição que manteve com a criação da Phinia, em 2023.



Divulgação/Clarios



CLARIOS: ADRIANO MARSON + JAMIL SIMON + ALINI COSTA

A Clarios, dona da marca de baterias Heliar, realizou mudanças no quadro organizacional. Adriano Marson, que ocupava a diretoria financeira, assumiu o cargo de diretor da unidade de negócios Heliar. Passa a ser o responsável pelas

estratégias comerciais no mercado de reposição. O antigo cargo de Marson foi assumido por Jamil Simon, que era diretor de transformação. Por fim Alini Costa assumiu a gerência de desenvolvimento comercial.



Divulgação/Cantu

CANTU: MANUELA NASCIMENTO

Manuela Nascimento é a nova diretora de marketing da distribuidora de pneus importados Cantu. Com experiência anterior de sete anos na diretoria comercial da Bridgestone, a executiva implementará iniciativas dedicadas à experiência do consumidor, incluindo ações em campo e escuta ativa. Engenheira de alimentos com MBA em marketing pela FGV, Fundação Getúlio Vargas, Nascimento acumula quase duas décadas de trabalho em posições de comando nas áreas de marketing e estratégia de negócios, com passagens também por Nestlé e Danone.



Divulgação/Renault

RENAULT: LUIZ FERNANDO PEDRUCCI

No início de junho Luiz Fernando Pedrucci deixou a presidência da Renault América Latina, que ocupava desde 2018. Ele ingressou em 1997 como trainee na subsidiária brasileira da fabricante de veículos. Foi o primeiro brasileiro a presidir a Renault do Brasil, em 2017, após fazer carreira na companhia, ocupando diversos cargos. Nos últimos anos no cargo o executivo liderou o lançamento do Kardian, projeto desenvolvido pela operação local no Paraná, e deixou encaminhado o futuro Boreal e a nova picape, que será produzida na Argentina. Também participou da negociação que trouxe a Geely ao País em parceira do Grupo Renault. Seu cargo de CEO da América Latina não terá um sucessor. De acordo com a companhia, Ricardo Gondo, presidente da Renault do Brasil e que sucedeu a Pedrucci no cargo, passa a responder para o CEO global da empresa, Fabrice Cambolive – que foi presidente da operação brasileira de 2015 a 2017, sendo sucedido por Pedrucci.



Divulgação/Stellantis

STELLANTIS: SÉBASTIEN JACQUET

A Stellantis anunciou no início de junho que Sébastien Jacquet é sucessor de Antonio Filosa como chefe de qualidade global do grupo. Filosa foi nomeado o novo CEO. Jacquet era vice-chefe de engenharia e tecnologia e trabalhou no projeto da primeira plataforma multienergia da companhia, a STLA Medium. Ele soma 25 anos de experiência no setor automotivo. Fez carreira na PSA Peugeot Citroën, até antes da fusão com a FCA que criou a Stellantis, em 2021. Teve passagens pelas chinesas Dongfeng e Changan por meio das joint-venture com o grupo francês.



Divulgação/Paccar Parts

PACCAR PARTS: DAVID KUESTER

David Kuester é o novo diretor geral da Paccar Parts no Brasil. Ele já trabalha há doze anos na unidade de peças de reposição do Grupo Paccar, dono da fabricante de caminhões DAF. Seu último cargo foi o de gerente do centro de distribuição de peças em Lancaster, nos Estados Unidos. O executivo é formado em ciência política pela Marquette University e tem pós-graduação na University of Illinois Urbana Champaign.



Divulgação/Carbon

CARBON ÓPERA: RODRIGO CARDOSO

A Carbon anunciou que Rodrigo Cardoso, até então chefe de operações da blindadora de automóveis, é o novo CEO da sua fábrica de vidros blindados, a Ópera. Com duas décadas de experiência nos mercados automotivo e de blindagem o executivo será responsável por impulsionar a eficiência e escalar a produção da divisão, alinhado ao objetivo da empresa de verticalizar a fabricação dos componentes que utiliza. Cardoso acumula passagens pelo Grupo AGP, do qual foi CEO, Inergy Automotive Systems e Grammer AG, além de também ter sido CEO da Dr. Peanut, do setor alimentício. Engenheiro mecânico formado pela Universidade Positivo o executivo tem especialização em planejamento e gestão empresarial e MBA em gestão estratégica pela FGV.



Parceria estratégica para o lançamento de um novo ícone: **TERA**.

Parabenizamos a Volkswagen por mais este importante lançamento, fruto de um projeto desenvolvido 100% no Brasil. O modelo conta com estruturas metálicas essenciais para sua **performance** e **segurança**, resultado de uma colaboração técnica com a Gestamp, referência em **estamparia estrutural**.



Sobre a Gestamp:
Líder global no desenvolvimento de soluções tecnológicas de engenharia de alto desempenho para componentes metálicos automotivos.

7 FÁBRICAS
no Brasil

Presença em
24 PAÍSES

43 MIL
colaboradores no mundo

JUNTOS, TRANSFORMAMOS A MOBILIDADE DO FUTURO!

Conheça mais em www.gestamp.com



“A Diretiva 2035 [da União Europeia, que proíbe a venda de novos veículos leves movidos a combustíveis fósseis a partir de 2035] levará à redução pela metade das vendas, porque o mercado não compra o que a Europa quer que vendamos. Substituir todo o volume atual por veículos elétricos, nessas condições, não teremos sucesso. O debate está confinado: não é ser a favor ou contra 2035 e os elétricos, precisamos reabrir o campo de possibilidades e afirmar a neutralidade tecnológica.”

Do demissionário CEO do Grupo Renault, Luca de Meo, em entrevista ao jornal francês Le Figaro, em maio, um mês antes do anúncio de sua saída.

“A Europa precisa escolher se quer continuar sendo uma sede da indústria automotiva ou um simples mercado. Em cinco anos, no atual ritmo de declínio, será tarde demais. Os fabricantes europeus precisam decidir seu destino este ano.”

John Elkann, presidente do conselho de administração da Stellantis, na mesma entrevista ao Le Figaro, em maio, ao lado de Luca de Meo.

“O caminho é a biomassa, que diferentemente das outras fontes de energia, mesmo as renováveis, gera emprego e renda e distribui a prosperidade. Muita gente ainda não entendeu isso, tendo sido capturada pelo túnel do carbono. O maior problema do mundo não é este, mas a desigualdade, que os programas de biocombustíveis conseguem combater.”

Professor Gonçalo Pereira, professor titular da Unicamp especialista e pesquisador em biocombustíveis, em post no LinkedIn após participar de painel sobre a viabilidade técnica do biodiesel em evento organizado pela Ubrabio, União Brasileira do Biodiesel e Bioquerosene.

“Os biocombustíveis são muito mais do que uma alternativa, mas uma realidade que o Brasil já domina. Eles desempenham um papel essencial na transformação do setor de transporte, não só pela redução de emissões de CO₂, mas também pela possibilidade de integração com tecnologias existentes, proporcionando impacto direto na mitigação das mudanças climáticas e desenvolvimento socioeconômico.”

Gláucia Souza, professora da USP e coordenadora do Programa BIOEN da Fapesp, autora do estudo “Biocombustíveis como solução imediata e eficaz para a descarbonização do transporte”, em seminário do MBCB.

10,4%

Participação de veículos eletrificados nas vendas de veículos no Brasil em maio, o maior nível da história, segundo dados consolidados pela Anfavea. Foram emplacados 7 mil elétricos, 7,1 híbridos plug-in e 8,2 mil híbridos, incluindo leves.

US\$ 38 bi

Valor economizado pelo Brasil em importações de diesel de 2008 a 2024, após iniciar mistura de biodiesel no combustível fóssil, que começou em 2% no primeiro ano até chegar aos atuais 14% e proposta de avançar a 25% a partir de 2031.

40%

Aumento previsto dos custos de produção para um Renault Clio na Europa, no período de 2015 a 2030, atribuído à legislação de segurança e emissões da União Europeia. Com 120 novas regulações até 2030 o custo pode subir mais 40%.

€ 3,79

Custo médio da energia por 100 km rodados com um carro elétrico na Europa, 70% mais barato do que rodar com diesel ou gasolina, segundo pesquisa da Switcher.ie. A variação vai de € 1,11 por 100 km na Turquia a € 7,06 na Alemanha, o país mais caro.



UNIDADES DA YAZAKI CONQUISTAM O **OUTSTANDING PERFORMANCE AWARD 2024 DA TOYOTA**

Compromisso, qualidade e consistência que geram resultados globais.

As plantas da Yazaki Brasil em Tatuí (SP), Santo Antônio da Platina (PR) e Yazaki Argentina foram reconhecidas com o Outstanding Performance Award 2024, concedido pela Toyota às fornecedoras que demonstram desempenho excepcional em qualidade, entrega e suporte técnico.

A Yazaki é uma fornecedora global de chicotes elétricos e sistemas eletrônicos para o setor automotivo, com presença em mais de 40 países e foco contínuo em inovação e excelência industrial.

Reconhecimentos que se mantêm ao longo dos anos:

YAZAKI ARGENTINA:

Premiada pelo segundo ano consecutivo.

TATUÍ E SANTO ANTÔNIO DA PLATINA:

Três anos seguidos desde 2022 entre os destaques.

A conquista é fruto do empenho diário das equipes, que atuam com foco, disciplina e paixão por entregar sempre o melhor.

"Em um ambiente global cada vez mais desafiador, ser mais competitivos e flexíveis não é opcional: é o que nos permite sustentar o crescimento, gerar empregos e continuar exportando qualidade da Argentina para o mundo."

Eric Maritano, Diretor Geral da Yazaki Argentina



A Yazaki segue firme no compromisso de conectar pessoas, tecnologia e excelência — sempre olhando para o futuro.

AUTODATA

OS PATROCINADORES DESTA EDIÇÃO

