

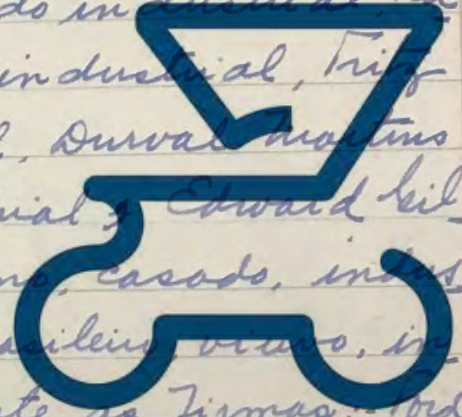
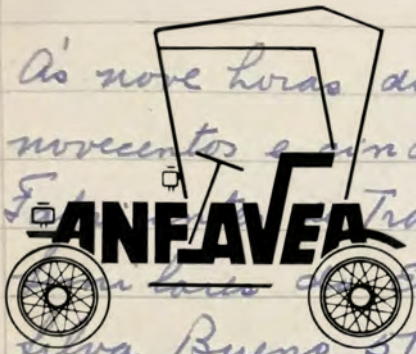
AUTO DATA



From the Top
Ricardo Rodrigues,
da Aumovio

Ata da Assembleia Geral de Constituição da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores - ANFAVEA

Às nove horas do dia quinze de maio do ano de hum mil, novecentos e cinquenta e seis, na pe'de do Sindicato dos Fabricantes de Tratores, Caminhões, Automoveis e Veículos Automotores do Estado de São Paulo, situada à Rua Silva Bueno, 579, 4º andar, conjunto 42, na Capital do Estado de São Paulo, reuniram-se os senhores Humberto Monteiro, brasileiro, casado, industrial, - Alberto Nicolau Pedro Schiesser, brasileiro, casado, industrial, Manuel Learcia Filho, brasileiro, casado industrial, Ludwig Winkler, austríaco, casado, industrial, Fritz Jensen, alemão, casado, industrial, Durval Martins Muxlaent, brasileiro, viúvo, industrial, Edward Hilbert Hautzenroeder, norte-americano, casado, industrial e Joan Theodor Rombauer, brasileiro, viúvo, industrial, representando respectivamente as firmas: Ford Motor, Company, Exports, Inc.; Isener, S.A. Veículos e Máquinas, S.A.; Lemay S.A. Veículos e Máquinas, S.A.; Mercedes-Benz do Brasil S.A.; Volkswagen do Brasil S.A.



DOCUMENTO ESPECIAL

anfavea 70 ANOS

al e Comercial Brasmotor, estabelecidas no Estado



Desacelere. Seu bem maior é a vida.

70 ANOS TRANSFORMANDO MOVIMENTO EM AVANÇO. PARABÉNS, ANFAVEA.



Aponte a câmera e saiba mais.

Visite uma de nossas
concessionárias ou acesse
www.vwco.com.br



Volkswagen Caminhões e Ônibus



@vwcaminhoes



Volkswagen Caminhões e Ônibus

A ANFAVEA é parte essencial da evolução da mobilidade no Brasil, e a Volkswagen Caminhões e Ônibus tem orgulho de caminhar ao lado dessa história.



anfavea 70 ANOS
ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS FABRICANTES DE VEÍCULOS AUTOMOTORES

+ Volkswagen Caminhões e Ônibus +

Entrega + Valor
para o seu negócio
entregar +



**Caminhões
Ônibus**

**AUTODATA
MOBILITY 18**

Especializada na mobilidade, automóveis, caminhões, ônibus e segmento de duas rodas, chega para preencher lacuna na mídia nacional

**70 CHINA
NO BRASIL**

Quem chegou, quem vem e o que muda para o consumidor brasileiro nesta nova era do setor automotivo

**WORK
STUDIO
AUTO DATA**

**78
RESFRIAR**

**88
HORSE**

**102
HYDRO**

**106
KPMG**

**114
EXPRESSO
NEPOMUCENO**

ANFAVEA 70 ANOS



| | | | |
|-----------------------------|-----------|-----------|------------------------------------|
| A HISTÓRIA | 22 | 50 | ARTIGO LUIZ ADELAR SCHEUER |
| OS 100 MILHÕES | 26 | 52 | OS ANOS 2000 |
| ARTIGO IGOR CALVET | 34 | 56 | ARTIGO ROGELIO GOLFARB |
| OS ANOS 60 E 70 | 36 | 58 | OS ANOS 2010 |
| ARTIGO MÁRIO GARNERO | 40 | 62 | ARTIGO CLEDORVINO BELINI |
| OS ANOS 80 | 42 | 64 | OS ANOS 2020 |
| OS ANOS 90 | 46 | 68 | ARTIGO MÁRCIO DE LIMA LEITE |

**AUTO
CHINA 2026 80**

Chineses capturam as atenções da indústria automotiva global em grandioso salão

**90 VEÍCULOS
COMERCIAIS**

Move Brasil 2 será capaz de reverter retração do mercado?

**360° MOBILITY
DE TAIWAN PARA O MUNDO 96**

Empresas e governo local buscam expandir sua participação digital para outros mercados

**104 BOSCH
VAI À LUTA MAIS UMA VEZ**

E aposta em ciclo de investimento e na localização de nova geração tecnológica

8

FROM THE TOP

Ricardo Rodrigues, diretor geral da Aumovio, fala sobre esta nova empresa de fornecimento à cadeia automotiva

108

OS INVESTIMENTOS

Tabelas atualizadas mostram onde estão sendo aplicados os ciclos bilionários dos fabricantes de veículos

112

GENTE & NEGÓCIOS

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

120

FIM DE PAPO

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

Entre a história e o futuro

Por Márcio Stéfani, diretor de AutoData

A história da indústria automotiva brasileira pode ser contada de muitas formas. Pelos veículos que marcaram gerações. Pelas fábricas que ajudaram a transformar regiões inteiras do País. Pelos executivos, engenheiros, trabalhadores e empresários que dedicaram suas vidas à construção de um dos mais importantes pilares da economia nacional.

Neste maio a Anfavea completou 70 anos. A entidade não celebra apenas sua longevidade. Celebra também o papel central que exerceu na construção da indústria automotiva brasileira. Das políticas industriais à consolidação do parque fabril nacional. Das crises econômicas às grandes transformações tecnológicas. Das discussões sobre competitividade às novas agendas ligadas à descarbonização, conectividade e mobilidade.

Foi exatamente por reconhecer esta importância histórica que AutoData decidiu produzir, nesta edição, uma homenagem editorial profunda que é, certamente, a mais abrangente realizada por um órgão de imprensa especializado sobre a trajetória da entidade e os desafios enfrentados pelo setor ao longo das últimas sete décadas.

Para nós, este trabalho possui um significado muito especial. Afinal, ao longo de quase 35 anos de existência, AutoData teve a honra de acompanhar boa parte desta caminhada, ajudando a construir a memória econômica e industrial do setor automotivo brasileiro.

Esta edição traz também uma ampla cobertura do Auto China 2026, hoje o maior salão automotivo do mundo. Mais do que uma feira de automóveis, Pequim se transformou em uma vitrine da nova dinâmica tecnológica, industrial e geopolítica do setor.

E é justamente dentro deste novo contexto da indústria que nasce o AutoData Mobility. Mais do que uma expansão editorial, trata-se de uma evolução natural daquilo que AutoData sempre buscou fazer: produzir jornalismo sério, analítico e comprometido com a qualidade da informação, ampliando nossa cobertura para todo o universo da mobilidade.

Temos plena convicção de que o AutoData Mobility rapidamente será o mais completo e relevante portal de mobilidade do Brasil, preservando aquilo que sempre foi o maior patrimônio de AutoData: a credibilidade editorial construída ao longo de quase quatro décadas.

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** Leandro Alves e Vicente Alessi, filho, editores **Colaboraram nesta edição** André Barros, Lucia Camargo Nunes, Márcio Stéfani, Soraia Abreu Pedrozo **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR/divulgação **Capa** Foto Ricardo Stuckert/PR

Comercial e publicidade tel. PABX 11 3202 2727; André Martins, Luiz Giadas, Renato Vieira, Rosa Damiano e Valdir Vieira **Assinaturas/atendimento ao cliente** tel. PABX 11 3202 2727 **Departamento administrativo e financeiro** Isidore Nahoum, conselheiro, Thelma Melkunas, Hidelbrando C de Oliveira, Vanessa Vianna **ISN** 1415-7756 **AutoData** é publicação da AutoData Editora e Eventos Ltda., Av. Guido Caloi, 1000, bloco 5, 4º andar, sala 434, 05802-140, Jardim São Luis, São Paulo, SP, Brasil. É proibida a reprodução sem prévia autorização mas permitida a citação desde que identificada a fonte. **Jornalista responsável** Leandro Alves, MTb 30 411/SP

O MELHOR DA TECNOLOGIA JAPONESA E DA ATITUDE BRASILEIRA.

Os SUVs Nissan unem espaço, conforto e tecnologia inteligente com o design marcante que atrai olhares por onde passam.

Desacelere. Seu bem maior é a vida.



NOVO NISSAN KAIT

 /nissanbrasil

Imagem ilustrativa. Consulte versões e configurações disponíveis no site.



NOVO NISSAN KICKS

Saiba mais em:
NISSAN.COM.BR

Separar para competir melhor

No fim de 2024 a Continental, centenária indústria alemã com operações no Brasil em pneus, borracha e autopeças, decidiu separar sua divisão automotiva. Meses depois foi criada a Aumovio, que herdou toda a estrutura e, assim, pode se preparar melhor para os desafios que vêm adiante.

No Brasil quem liderou este processo foi o engenheiro elétrico Ricardo Rodrigues, que acumula mais de vinte anos de experiência na indústria automotiva. Na Continental entrou em 2007 e passou por diversos cargos, no Brasil e na Alemanha, como executivo responsável pela Ásia e Américas. Ocupava a diretoria geral da Con-

tinental, cargo que manteve com o spin-off e a criação da Aumovio.

Uma empresa mais ágil e flexível foi o que motivou a cisão da Continental. Na entrevista a seguir Rodrigues conta um pouco do processo, como ficou estruturada a companhia no Brasil e no mundo e os desafios que estão em curso e os que virão a seguir.



Clique aqui para assistir à versão em videocast desta entrevista

Por que a Continental decidiu separar sua divisão automotiva das outras operações e criar a Aumovio?

Não é novidade dizer que o setor automotivo global passa por um momento disruptivo como nunca antes visto. Gostaria de ressaltar alguns pontos: primeiro, a transição tecnológica da combustão para a eletrificação. Era imaginada uma mudança muito mais rápida do que foi em alguns mercados. Em outros avançou em uma velocidade bem maior, com veículos conectados, com as interfaces com os motoristas via displays imersivos, e o surgimento de veículos autônomos. A gente vê, por exemplo, o crescimento das marcas chinesas e, com tudo isto, a base

de fornecimento original vindo junto. São pontos que demandam empresas mais ágeis e competitivas. Uma empresa que desenvolve de pneus a outros itens de borracha, como a Contitech, e produtos de alta complexidade eletrônica, requer uma estrutura de gestão densa e um processo de decisão bastante burocrático. Neste mundo disruptivo ela não sobreviveria. Então a Aumovio nasceu do spin-off da área automotiva da Continental para ser uma empresa ágil, flexível, que lidera o desenvolvimento tecnológico automotivo e entrega os seus compromissos com os acionistas, uma empresa que busca a saúde financeira, seja com os clientes ou seus parceiros de negócio.

CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✦



“Por mais que fôssemos parte do grupo automotivo da Continental pensávamos também em pneus, Contitech. Hoje não: pensamos especificamente no automotivo, então as lideranças se aproximaram. E pudemos ver, depois de oito meses do nosso spin-off, um aumento expressivo na colaboração dos nossos líderes.”

Qual é o tamanho dessa nova empresa global? E quais são os focos de atuação?

A Aumovio é uma empresa alemã, sediada em Frankfurt, com cerca de 82 mil colaboradores espalhados pelo mundo. Está em 24 países, mais de oitenta localidades, produção e centros de desenvolvimento. O faturamento no primeiro ano foi de € 18,5 bilhões. É, portanto, mais ou menos metade do que era a Continental, em faturamento. O automotivo na Continental era 50% do negócio. São quatro grandes áreas de negócio: a de mobilidade autônoma e veículos comerciais, tudo o que a gente pode falar de Adas, sistemas e eletrônicos para veículos comerciais, com uma atuação aqui no Brasil especificamente no aftermarket de pesados. Depois módulos eletrônicos e soluções de arquitetura veicular. Outra área é segurança e movimento, sistemas de frenagem, monitoramento

do motorista, controle de estabilidade, tudo que sobre segurança passiva. E por último toda esta parte de contato com o usuário, as telas e painéis imersivos com todas as interfaces intuitivas.

E aqui, no Brasil, quais foram os desafios para separar as operações da estrutura da Continental? A questão física mesmo, não é? Toda a operação foi mantida?

Posso dividir a resposta em dois blocos: primeiro, organizacional, o que impactou as pessoas. O grande desafio foi reorganizar as funções centrais, como jurídico, compliance, proteção de dados, RH, compras, finanças, pois elas tinham um papel corporativo no Brasil. Elas atendiam os três setores que faziam parte da Continental: pneus, Contitech e automotivo. Então, com o spin-off, essas pessoas precisaram focar em determinados negócios, seja pneu, seja Contitech, seja automotivo. No caso do automóvel, foco total no automotivo. Foi um grande desafio, passou por um processo de ajuste na organização, de contratação de pessoas para preencher algumas das posições. No aspecto físico de operações não tivemos grande impacto porque as operações já eram bastante independentes, com exceção de Itapevi, onde atendemos toda reposição. Lá a operação era conjunta com a Contitech, então foi preciso fazer a separação, concluída com bastante sucesso dentro do prazo estabelecido pela organização.

Como diretor geral da operação aqui no Brasil a quem você responde na matriz em Frankfurt?

Cada área de negócio tem um responsável que chamamos de sponsor, ou

CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✨

patrocinador, de alguma das regiões. Para o Brasil o sponsor da área de negócios é o que chamamos de ACM, Autonomous and Commercial Mobility. Em português, mobilidade autônoma e mobilidade comercial. E por que isso? Por causa da relevância do mercado de veículos comerciais no Brasil para a nossa organização global. Então, hoje, eu me reporto para esta área de negócios que tem lá um integrante no board executivo.

E quais vantagens operacionais da Aumovio no Brasil com relação à organização dentro do Grupo Continental?

A Aumovio opera em quatro localidades no Brasil: Guarulhos, com produtos eletrônicos, Várzea Paulista, freios, Jacutinga, antenas automotivas, e Itapevi, a área de reposição. Anteriormente também tinha operação de pneus na Bahia, diversas operações no Sudeste, além das automotivas, no Paraná. Agora não temos mais essas outras operações. Desta forma as lideranças da Aumovio estão muito mais próximas e colaborativas. Por mais que fôssemos parte do grupo automotivo da Continental pensávamos também em pneus, Contitech. Hoje não: pensamos especificamente no automotivo, então as lideranças se aproximaram. E pudemos ver, depois de oito meses do nosso spin-off, um aumento expressivo na colaboração dos nossos líderes. O conhecimento tem se aprofundado, porque as pessoas ficam mais próximas. E percebemos também impacto nas aquisições de novos negócios, porque o gestor, o diretor e o gerente de vendas, conseguem falar com fluência sobre o segmento ou de seus produtos. Isto tem potencializado, inclusive, algumas das nossas aquisições.

O senhor mencionou que a divisão automotiva era a metade do negócio da Continental antes do spin-off. Agora qual é o tamanho da operação da Aumovio Brasil dentro dessa nova organização global?

Não posso entrar muito nos pormenores sobre números e porcentagens, não os divulgamos por região. Podemos falar dos números globais que são publicados: € 18,5 bilhões de faturamento, 82 mil pessoas globalmente. No Brasil temos ao redor de 2 mil colaboradores e um faturamento que gira em torno de 2% do global. Isto é desbalanceado: há organizações que são muito mais relevantes e organizações menos relevantes. Obviamente a área de veículos comerciais no Brasil é muito mais relevante, dada a importância do mercado brasileiro.

E quais são, hoje, dentro da empresa, os principais produtos e segmentos de atuação na operação brasileira?

Todas as áreas de atuação que a empresa tem globalmente estão presentes no Brasil. Com atraso com relação à aplicação em outros mercados, mas isso vem diminuindo ao longo dos últimos anos. E, naturalmente, algumas das aplicações são diferentes do que se tem lá fora. Mas todo o portfólio está aqui. Em todos os segmentos: por exemplo antenas automotivas em Jacutinga. Ao longo dos últimos anos tivemos um crescimento bastante expressivo, porque somos a única empresa que desenvolve e produz antenas automotivas no Brasil. Nossa prospecção, nossa perspectiva de crescimento para o futuro, é bastante expressiva e as coisas têm se materializado. No mundo dos eletrônicos, em Guarulhos, o momento é bastante promissor, tanto em veículos de passeio

CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✦

“Podemos falar dos números globais que são publicados: € 18,5 bilhões de faturamento, 82 mil pessoas globalmente. No Brasil temos ao redor de 2 mil colaboradores e um faturamento que gira em torno de 2% do global.”

quanto em veículos comerciais. Os nossos clientes demandam produção local e o nosso know-how. Temos uma equipe de engenharia bastante forte e a nossa planta foi modernizada recentemente, o que chama muito a atenção dos clientes correntes e daqueles que estão chegando ao mercado. Em Várzea Paulista estamos trabalhando na transição para os sistemas de frenagem mais modernos, com controle eletrônico mais complexo. E um outro bloco de atuação que é associado ao nosso propósito de crescimento é produzir mais peças especialmente da linha de freios para o aftermarket. Em Itapevi o foco é crescer de maneira expressiva os nossos negócios com as marcas ATE e VDO para a reposição.

Em um contexto de crescimento da operação existe algum segmento que pode ser agregado aos negócios da Aumovio? Você considera a possibilidade de adquirir alguma empresa da cadeia automotiva aqui no Brasil ou lá fora?

Talvez eu não possa entrar em pormenores. O que posso dizer é o seguinte: a ampliação do escopo de atuação da empresa, e possíveis aquisições, são temas em constante discussão dentro da organização. Isto está, sim, em pauta globalmente, também no Brasil. Não posso entrar em mais pormenores.

A divisão de aftermarket, que o senhor já liderou, é talvez uma das que mais cresce neste momento: o plano é triplicar a participação dela em cinco anos. Os resultados e o desenvolvimento dos negócios estão de acordo com os objetivos traçados?

Sim, temos um plano bastante agressivo de crescimento para o aftermarket. Nosso mercado OEM flutua bastante e o aftermarket no Brasil, dada a complexidade do País, tem um grande potencial. Desde 2019 ampliamos bastante o nosso foco de atuação no aftermarket. Como? Com a melhora do desempenho operacional. Antes demorávamos de quinze a trinta dias para atender pedido de um cliente e hoje já fazemos isso, em muitos casos, no mesmo dia. Também passa pela expansão do portfólio, em preparar as nossas plantas para produzir peças originais para o aftermarket. E os planos, até aqui, prosperaram. Dobramos o negócio nos últimos três anos e ele tem obtido visibilidade dentro da organização, tanto local quanto globalmente.

Qual é a participação das suas operações para automóveis e para veículos comerciais no aftermarket?

Difícil medir porque são produtos diferentes. Nosso foco do aftermarket vale para ambos, leves e pesados. Onde está

CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✨

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



“No Brasil as montadoras chinesas estão chegando com força e velocidade. O que podemos fazer neste momento? Colaborar com elas, como Aumovio. E é o que estamos fazendo: temos discussões com as principais montadoras chinesas que estão se instalando no Brasil, buscando por conteúdo local.”

o crescimento mais expressivo? Em leves. Portfólio mais amplo, enquanto em pesados atuamos em produtos eletrônicos, basicamente, que têm um índice de reposição mais baixo. O negócio de pesados é estável, com boa rentabilidade, mas com potencial de crescimento mais limitado. Nos leves a expectativa de crescimento é expressivo, mas com pressão sobre margem.

Uma das atividades da Aumovio é desenvolver e produzir semicondutores para a indústria automotiva, um tema que ficou em voga nos últimos anos e recentemente também teve bastante movimentação. Como se organiza essa operação? O senhor acredita que é possível fabricar este item importantíssimo para a cadeia automotiva no Brasil?

Iniciamos algumas parcerias para a produção de semicondutores, ainda um

negócio relativamente embrionário. Os desafios são cada vez maiores dado o desenvolvimento de outras áreas, especialmente inteligência artificial, que demanda muitos semicondutores, o que joga uma pressão para a cadeia de semicondutores do automotivo. Estamos ainda no trabalho de mapeamento de como vamos nos posicionar efetivamente nessa área. E, tendo uma atuação na produção de semicondutores, vejo como bastante difícil trazer algo assim para o Brasil. Porque precisa de volume e é algo que falta aqui. No passado se projetava uma produção de 5 milhões de veículos e agora estamos na casa 3 milhões, 2,9 milhões. Em pesados temos o segundo ano de retração. Então o volume é o que nos falta e não vejo, ao menos no médio prazo, avanço na produção de semicondutores aqui, infelizmente.

Quais são os desafios para continuar atuando no mercado brasileiro, tanto OEM quanto aftermarket? Na sua opinião o que poderia, e como poderia melhorar o ambiente de negócios no País?

Precisamos de mais educação, de mais saúde, de mais comida para o nosso povo. De parcerias com universidades. O meu chefe na Alemanha tem o título de doutor, quantos doutores nós temos liderando negócios no Brasil? É uma demonstração da distância que existe da universidade para a indústria. Ela é grande. Claro, temos bons exemplos, mas são poucos. Acredito que a educação seja um grande desafio, porque ela gera desenvolvimento de novas ideias, gera inovação, gera soluções disruptivas, que é o que precisamos para competir no mundo moderno. Outro desafio é o

CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✨

tamanho do mercado: temos uma frota de veículos leves em torno de 45, 47 milhões de unidades. É mais ou menos um veículo para cada quase cinco pessoas no Brasil. Na Argentina é metade disso, um para dois e meio. Nos Estados Unidos é menor que um. Ou seja: o mercado está aí, tem potencial, mas não se materializa. Poderíamos ter um mercado de 7 milhões de veículos, que teria mais relevância no mercado global. E tudo é impactado, também, pela média salarial das pessoas versus o preço do veículo. Temos a nossa complexidade, os problemas tributários, a infraestrutura que é cara, são coisas que encarecem o veículo e dificultam o acesso. Sem falar na taxa de juros, que encarece os financiamentos, gera a retração nos volumes de produção. E as grandes flutuações. São desafios do Brasil. Por outro lado, do ponto de vista geopolítico, temos um bom posicionamento, está atraindo investimentos, especialmente das montadoras chinesas. O acordo Mercosul-União Europeia poderia potencializar alguns dos temas, obviamente, mas será que não poderíamos ser um polo exportador também para a Europa? É muito ambicioso, mas precisamos de um plano de País para buscar isso.

Ainda no campo dos desafios: a competitividade é crucial para a continuidade da cadeia automotiva ocidental frente a este avanço da indústria chinesa. Como o senhor vê essa questão?: acredita que o modelo de negócio precisa se transformar para enfrentar custos baixíssimos da produção chinesa?

Talvez eu tenha que dividir aqui a minha resposta, dado o nosso posicionamento.

Somos um fornecedor de primeiro nível para as montadoras, global. Então a Aumovio enxerga que precisa cada vez mais aumentar a penetração com as montadoras chinesas, dado o crescimento delas, e se tornar mais competitiva também frente aos competidores chineses. Passa por processos de desenvolvimento mais dinâmicos, mais baratos, por escolhas de componentes com uma graduação diferente, assumindo alguns riscos, em desafiar o status quo. Este, globalmente, é o grande desafio. No Brasil as montadoras chinesas estão chegando com força e velocidade. O que podemos fazer neste momento? Colaborar com elas, como Aumovio. E é o que estamos fazendo: temos discussões com as principais montadoras chinesas que estão se instalando no Brasil, buscando por conteúdo local. E temos produtos lá fora, na China, que podemos produzir aqui, nossas áreas de atuação são basicamente as mesmas. No curto e médio prazo, nossa função é colaborar com essas empresas. No longo prazo, se a base de fornecimento chinesa tiver interesse em vir para o Brasil, talvez precisemos estabelecer algumas regras. Será que elas não deveriam fazer parcerias com empresas já estabelecidas aqui? Mas, em resumo, aqui no Brasil é menos risco e mais oportunidade com os chineses. No momento, para nós, eu não diria que é só oportunidade, porque se o mercado não cresce alguém está perdendo volume. Se os nossos parceiros de longa data perdem volume, nós também perdemos. Mas vemos todo mundo se movimentando. Quem tem sucesso está se movimentando e continuará tendo sucesso. Disto nós temos certeza. ■



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✦

Hoje, o mercado automotivo chegou



Aniversário de 70 e a conquista dos 100 milhões sendo 26 milhões

É uma honra fazer parte da história de uma das
Que venham mais



a dois destinos especiais

anos da ANFAVEA

de veículos produzidos no Brasil, da Volkswagen

Associação Nacional
dos Fabricantes de Veículos
Automotores

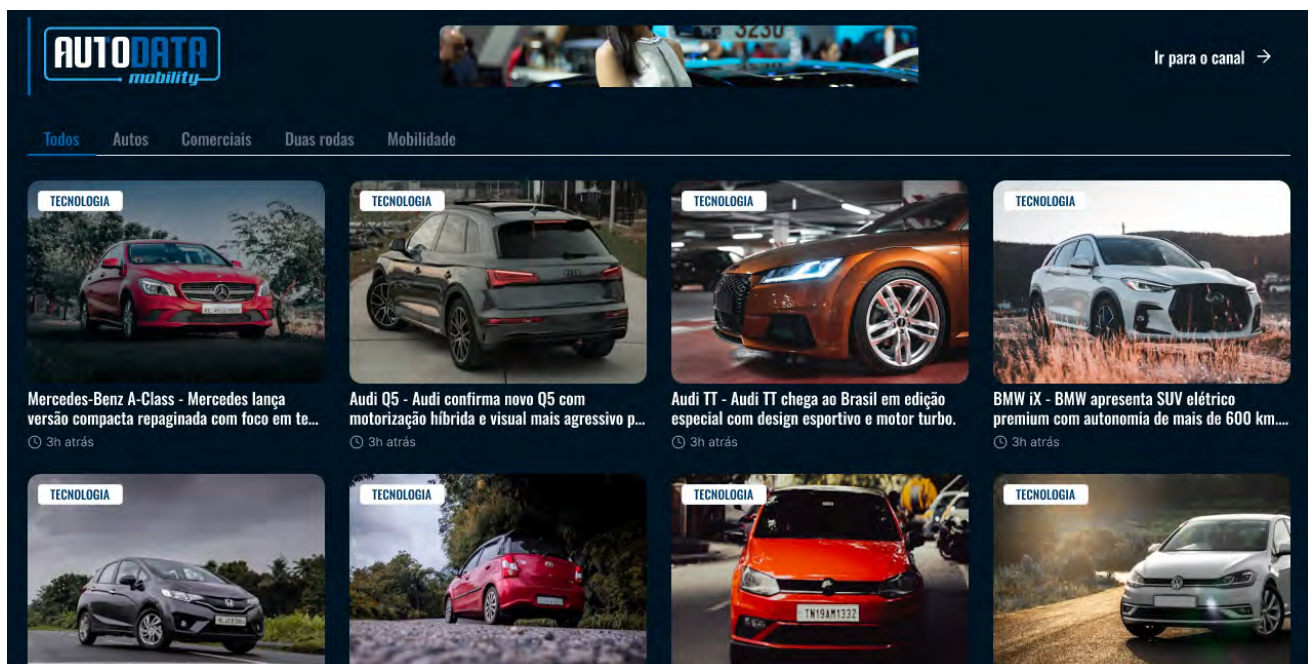
entidades mais importantes do setor automotivo
70 anos de sucesso



Desacelere. Seu bem maior é a vida.



Uma nova fronteira para o jornalismo automotivo no Brasil



Produção jornalística especializada voltada à mobilidade, aos automóveis, caminhões, ônibus e segmento de duas rodas pretende preencher lacuna na mídia nacional

Por Márcio Stéfani

A indústria automotiva brasileira passa por um dos momentos mais ricos e complexos de sua história. A combinação da eletrificação com a chegada de novos competidores, a transformação do modelo de negócios e as mudanças nas exigências do consumidor redesenham de forma profunda, não apenas o mercado, mas também as

formas como ele é analisado, interpretado e comunicado.

É neste contexto que nasce o AutoData Mobility, uma nova vertical editorial criada com objetivo claro: preencher o vazio cada vez maior de cobertura séria, com credibilidade técnica e jornalística sobre produtos e tudo o que representa a mobilidade no Brasil.

A iniciativa representa um movimento estratégico de AutoData de ampliar sua atuação para análises de automóveis, caminhões e segmento de duas rodas, em situações reais de utilização, agregando a este conteúdo a experiência dos nossos jornalistas e, também, a credibilidade editorial construída ao longo de quase quatro décadas de atuação junto à indústria automotiva.

OPORTUNIDADES NO MERCADO EDITORIAL

A comunicação automotiva, nos últimos anos, passou por mudanças significativas. De um lado montadoras, especialmente as ligadas ao segmento de automóveis, passaram a priorizar abordagem comercial orientadas para o varejo. De outro o conteúdo oferecido ao público tornou-se, em grande parte, mais superficial, com menor profundidade técnica e crescente caráter promocional.

O resultado é um cenário em que análises consistentes sobre engenharia, desempenho, eficiência e custo operacional tornaram-se cada vez mais escassos.

Em paralelo áreas fundamentais como transporte, logística, frotas, caminhões, ônibus e mobilidade corporativa passaram a contar com menos espaços dedicados à discussão qualificada, justamente em um momento em que estas atividades ganham ainda mais relevância estratégica em função da grande concorrência.

Há, portanto, o desalinhamento claro da complexidade sobre estes temas com a qualidade da informação disponível. AutoData Mobility nasce para ocupar exatamente este espaço.

Trata-se de uma vertical independente, com linguagem própria e foco editorial que será totalmente dedicado à engenharia automotiva aplicada, a análises técnicas de veículos e motocicletas, a avaliações operacionais de caminhões e ônibus, ao custo total de operação e eficiência, à mobilidade corporativa e transporte, à eletrificação e à descarbonização, a testes comparativos e ao uso real e a análises de mercado.

Mais do que acompanhar lançamentos

a proposta é explicar tecnologias, traduzir engenharia e avaliar desempenho sob a ótica de quem utiliza, ou precisa decidir sua compra, com base em dados concretos.

UM NOVO CANAL

Não se trata de entretenimento. Também pouco de comunicação promocional. O compromisso é o mesmo de AutoData: tratar os assuntos com análise, método e independência.

Mais: a criação de AutoData Mobility parte de um ativo central: a audiência e a credibilidade já consolidadas por AutoData ao longo dos anos. Hoje o ecossistema digital de AutoData já supera 200 mil visualizações mensais, volume que representa aproximadamente três vezes a audiência somada dos principais concorrentes na cobertura econômica do setor automotivo.

É esta base, altamente qualificada, formada por executivos, engenheiros e profissionais da cadeia automotiva, que dará sustentação inicial ao novo produto, permitindo sua largada consistente e com impacto imediato no mercado.

Para apoiar esta expansão o site de AutoData foi totalmente reformulado, tornando-se mais responsivo, com navegação mais fluida e preparado para integrar novos formatos de conteúdo e consumo digital.

Ao mesmo tempo novos modelos comerciais foram estruturados, com o objetivo de facilitar o acesso de patrocinadores e parceiros a esta nova vertical, de forma organizada, transparente e alinhada às demandas contemporâneas de comunicação do setor.

O DIFERENCIAL DA ESPECIALIZAÇÃO

Para garantir o nível de qualidade editorial que caracteriza AutoData o projeto nasce sob a orientação do diretor de redação, Leandro Alves.

Toda a equipe de jornalistas trabalhará em reportagens pontuais sobre os temas já mencionados. O editor-chefe será André Barros, que acumula função idêntica



Logo do novo projeto remete à eletrificação e à conexão de dois pontos ligados especificamente à mobilidade

na Agência AutoData de Notícias e terá a responsabilidade de manter o padrão editorial característico de AutoData.

E há, também, uma nova equipe com jornalistas renomados e especializados em cada segmento relevante da mobilidade. O objetivo desses jornalistas associados é aportar excelência editorial ao projeto.

A cobertura sobre veículos comerciais estará a cargo de Andrea Ramos, umas das jornalistas mais reverenciadas do setor pelas relevantes contribuições em reportagens sobre testes de caminhões e ônibus em operações reais.

No setor de duas rodas estará à frente da cobertura o jornalista Arthur Caldeira, um dos mais premiados deste segmento no País, com grandes contribuições nos principais veículos de comunicação dedicados a motos.

Mário Sérgio Venditti será o responsável por produzir reportagens sobre mobilidade. Jornalista com mais de quarenta anos dedicados à atividade Venditti é um dos mais experientes representantes do jornalismo especializado no Brasil.

O segmento de automóveis, pela sua relevância estratégica, ficará, neste primeiro momento, sob responsabilidade direta de Leandro Alves, que já passou bons anos da sua carreira como repórter especializado em testes para revistas e agências de notícias.

A sua missão, a de todos estes profissionais, é tratar estes assuntos com profundidade, conhecimento específico e rigor analítico, características cada vez mais raras, e ao mesmo tempo valoriza-

das, no ambiente atual das mídias e especificamente da comunicação automotiva.

DIGITAL E MULTIPLATAFORMA

AutoData Mobility nasce como um produto essencialmente digital e multiplataforma, com presença estruturada na homepage de AutoData na qual todas as análises aprofundadas e o conteúdo editorial estará disponível. Mas, também, estará em outros canais como o YouTube, com conteúdos técnicos e comparativos, nas redes sociais, local de distribuição de conteúdo em formatos mais ágeis, além de um newsletter que terá sua curadoria e distribuição dedicada a público mais qualificado.

A expectativa é a de que em doze meses os impactos mensais atinjam de 700 mil a 1 milhão em nossos canais, construindo uma comunidade altamente segmentada e orientada neste conteúdo especializado.

À medida que tecnologia, eficiência energética, descarbonização e novos modelos de utilização do veículo ganham importância cresce, também, a necessidade de informação qualificada, capaz de traduzir esses temas com profundidade e independência.

Neste sentido a nova vertical surge não apenas como um canal de conteúdo mas como uma plataforma de conexão da engenharia com o mercado e a decisão de compra.

Em síntese o lançamento de AutoData Mobility não é apenas uma expansão editorial: trata-se de resposta direta às transformações do setor automotivo. ■

**DE LEGADOS FORTES
NÓS ENTENDEMOS,
POR ISSO, RECONHECEMOS
QUANDO VEMOS UM.**

Uma homenagem da Librelato à
ANFAVEA por seus 70 anos de estrada.



LIBRELATO

70 anos, 100 milhões e um novo ponto de inflexão

Nesta inflexão está a oportunidade que a sociedade brasileira simplesmente não pode perder

Por Márcio Stéfani



Poucos setores industriais conseguem, ao mesmo tempo, contar a história de um país e projetar seu futuro com a mesma intensidade. A indústria automotiva brasileira é um desses raros casos no mundo.

Neste 2026 dois marcos se encontram de forma simbólica: os 70 anos da criação da Anfavea, a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores, e a sua chegada à marca de 100 milhões de veículos produzidos no Brasil, volume que, por si só, posiciona o País em um grupo restrito de nações que conseguiram construir, ao longo de décadas, uma base industrial automotiva robusta, diversificada e tecnologicamente relevante.

De projeto de Estado a pilar da economia – mais do que números estes marcos representam trajetória que ajudou a moldar a própria industrialização brasileira. A indústria automotiva brasileira nasceu como estratégia. Não foi um movimento espontâneo de mercado, mas uma decisão estruturada de política industrial,

iniciada no segundo período de governo de Getúlio Vargas e abraçada pelo governo Juscelino Kubitschek.

A criação da Anfavea, em 1956, organizou este esforço. Ao longo das décadas seguintes a entidade atuou como elo permanente das montadoras com o governo, ajudando a construir modelo baseado em substituição de importações, proteção de mercado, nacionalização de componentes e forte coordenação institucional.

Mas a importância da Anfavea ultrapassou, desde cedo, os limites do próprio setor automotivo. De certa forma a entidade transformou-se, também, em uma espécie de laboratório permanente para o governo brasileiro em temas ligados à industrialização, modernização regulatória e organização setorial.

Muitas discussões que hoje parecem naturais no ambiente industrial brasileiro passaram, em algum momento, pela experiência acumulada da relação da indústria automotiva com o poder público. Questões ligadas a políticas tributárias, se-

gurança veicular, emissões, certificações técnicas, campanhas de recall, rastreabilidade e padronização regulatória foram, em diferentes momentos, desenvolvidas ou amadurecidas a partir deste diálogo constante da Anfavea com o Estado brasileiro.

A forma organizada de interlocução construída pela Anfavea, baseada sempre em estudos técnicos, negociação permanente e construção de consensos tornou-se, ao longo do tempo, inspiração para outras associações industriais e empresariais.

E talvez um dos aprendizados mais importantes dessa trajetória tenha sido justamente a compreensão de que a simples resistência raramente produz avanços duradouros. A lógica que passou a prevalecer foi outra: vamos fazer ou, pelo menos, vamos tentar fazer. Esta postura pragmática ajudou o setor a atravessar diferentes governos, crises econômicas e mudanças tecnológicas profundas ao longo do tempo.

CRESCER, RESISTIR, REINVENTAR

A teoria, no fim, funcionou. O Brasil deixou de ser importador para se tornar produtor de veículos, formando robusta cadeia de fornecedores, desenvolvendo engenharia local e consolidando um dos parques industriais mais relevantes do mundo emergente.

Essa trajetória, no entanto, nunca foi linear. A indústria cresceu com força nos anos 60 e 70, ganhou escala e relevância, mas também carregou distorções desde sua origem.

Nos anos 80 enfrentou a crise econômica, a inflação e o esgotamento de um modelo fechado – foi a década perdida. Nos anos 90 precisou se reinventar diante da abertura de mercado e da chegada mais intensa da concorrência internacional.

Já nos anos 2000 encontrou um novo ciclo de expansão, impulsionado pelo crescimento da economia, pelo avanço do crédito e pela consolidação do Brasil como um dos maiores mercados automotivos globais.

E, mais recentemente, enfrentou talvez o período mais desafiador de sua história: pandemia, ruptura de cadeias globais, transformação tecnológica acelerada e mudanças profundas no comportamento do consumidor. Ainda assim, resistiu.

100 MILHÕES: NÚMERO QUE DIZ MUITO

Alcançar a marca de 100 milhões de veículos produzidos no País, feito que está sendo atingido também neste 2026, não é apenas um dado estatístico. É a síntese de décadas de investimento, planejamento e capacidade de adaptação.

Poucos países conseguiram chegar a esse patamar. E menos ainda com uma

Exemplo de descentralização da produção automotiva, Polo de Goiana, em Pernambuco, demonstra a capacidade de produção multimarcas da Stellantis no Brasil



Divulgação/Stellantis



Divulgação/Toyota

Fábrica da Toyota em Sorocaba, SP, já produziu mais de 1,5 milhão de unidades e inaugurou recentemente uma unidade para montagem de baterias e em 2026 inaugura expansão com capacidade de mais 100 mil veículos ao ano

cadeia produtiva tão ampla, que envolve desde a produção de aço, motores e componentes até engenharia, desenvolvimento e manufatura em larga escala.

Este número também revela o peso do setor na economia brasileira em termos de geração e qualidade de empregos, formação tecnológica, impacto direto no PIB industrial e integração com inúmeros outros segmentos produtivos.

Mas talvez exista um aspecto ainda menos percebido e igualmente importante: a indústria automotiva ajudou a descentralizar o desenvolvimento econômico brasileiro. Ao longo das últimas décadas o setor expandiu fábricas, fornecedores, concessionárias, transportadoras, centros de distribuição, serviços e operações logísticas para praticamente todas as regiões do País.

Veterana, unidade da Chevrolet em São Caetano do Sul, SP, representa a força e tradição do ABC Paulista na indústria automotiva nacional



Divulgação/Chevrolet

Poucos segmentos econômicos possuem, hoje, presença territorial tão ampla. De alguma forma, direta ou indiretamente, a indústria automotiva está presente em quase todos os municípios brasileiros, seja pela produção, seja pela sua extensa cadeia comercial e de serviços.

A indústria automotiva tornou-se, assim, não apenas um dos motores da industrialização nacional mas também um importante instrumento de integração econômica do território brasileiro.

E se o passado explica a relevância do setor o futuro impõe uma nova agenda. A transição energética, a digitalização dos veículos, a reorganização das cadeias globais e o avanço de novos competidores, especialmente aqueles com origem na China, estão colocando a indústria, mais uma vez diante, de novo ponto de inflexão.

Programas recentes de política industrial, como o Mover, por exemplo, sinalizam a tentativa de reposicionar o Brasil neste novo cenário, estimulando investimentos, inovação e eficiência energética.

DA HISTÓRIA PARA O FUTURO

O desafio agora é outro: não mais construir a indústria mas garantir sua competitividade em um ambiente global muito mais complexo, tecnológico e disputado. Os 70 anos da Anfaeva e os 100 milhões de veículos produzidos não são, portanto, apenas celebrações. São, acima de tudo, um momento de reflexão.

A indústria automotiva brasileira mostrou, ao longo desta sua já longa história, capacidade notável de adaptação a diferentes contextos políticos, econômicos e tecnológicos. Mas o próximo ciclo exigirá mais do que adaptação.

Exigirá planos, integração global, velocidade de reação e, sobretudo, decisões claras sobre o papel que o Brasil pretende ocupar no novo mapa mundial da mobilidade. O futuro, mais uma vez, está em aberto. E, novamente, será decisivo. ■

O autor deste texto utilizou recursos da Inteligência Artificial para efetuar sua revisão gramatical.

CITROËN BASALT

DO TAMANHO DA SUA OUSADIA.



QUER DIRIGIR O SEU?
AGENDE UM TEST-DRIVE.

WWW.CITROEN.COM.BR



@CITROENBRASIL @CITROEN 0800 011 8088 (31) 2123-2300



CITROËN

DESACELERE. SEU MAIOR BEM É A VIDA.

De JK aos híbridos flex: como chegamos a 100 milhões made in Brazil.



Em sete décadas de história o País construiu uma das maiores cadeias automotivas do mundo e projeta seu próximo salto tecnológico

Por Lúcia Camargo Nunes

Em meio século o Brasil montou uma das maiores e mais sofisticadas indústrias automotivas do planeta. O centésimo milhão de veículo sai da linha em 2026 — e com ele vêm 70 anos da Anfavea e a certeza de que o setor ainda tem fôlego para um novo salto.

É possível que, enquanto você lê estas linhas, uma prensa esteja cortando a chapa, uma solda fixando uma longarina ou um motor sendo aparafusado em alguma das dezenas de fábricas de veículos espalhadas pelo Brasil. E que esse veículo seja, de acordo com a contagem da Anfavea, o de número 100 milhões produzido no

País desde que o presidente da República, Juscelino Kubitschek, decidiu, em 1956, que o Brasil teria uma indústria automotiva de peso.

A Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores, Anfavea, contabilizava, até abril, 99 milhões 422 mil 402 veículos produzidos no País desde janeiro de 1956 – somente as unidades completamente fabricadas, sem contar os kits CKD exportados.

Se somados os aproximadamente 550 mil veículos montados no Brasil de 1904 a 1955, em sua maioria a partir de conjuntos importados desmontados, os SKD e CKD, o total já ultrapassou a marca histórica e estaria em 100 milhões 38 mil 402 unidades até o mês passado.

Com a produção de abril de 2026 alcançando 225,8 mil veículos, e com o ritmo do primeiro quadrimestre somando 872,6 mil unidades, projeta-se que o centésimo milhão completo será atingido até o fim de junho ou, o mais tardar, em julho, em plena Copa do Mundo.

O marco chega emoldurado por outra data importante: em 15 de maio a Anfavea completou 70 anos, fundada durante o mesmo governo que deu origem à indústria que representa. São duas datas que se entrelaçam e que juntas contam a história de como um País que, no início dos anos 1950, gastava mais com a importação de veículos e autopeças do que com petróleo ou trigo, se tornou um dos dez maiores produtores mundiais, posição que mantém há décadas, com a particularidade de ter desenvolvido cadeia produtiva de alta sofisticação e de baixa dependência de insumos importados.

“Este modelo que foi criado no Brasil emprega 1,3 milhão de pessoas e representa 20% do Produto Interno Bruto industrial”, afirmou Igor Calvet, presidente executivo da Anfavea, ao admirar a dimensão do setor no início de 2026. A frase resume bem o que está em jogo quando se fala de 100 milhões de veículos: a medida de uma aposta industrial que o Brasil fez há setenta anos e que, apesar de todos os percalços, se sustentou.



Automação é o desafio da indústria nacional para acelerar até os próximos 100 milhões

Divulgação/ Renault

A PRÉ-HISTÓRIA ANTES DE JUSCELINO

Antes de existir uma política industrial organizada para o setor já havia montadoras no Brasil. A Ford chegou em 1919, quando começou a montar o icônico Modelo T na região central de São Paulo – embora um empresário baiano, Antônio Navarro Lucas, já tivesse obtido licença da companhia para montar dez unidades por mês em Salvador desde 1918.

A General Motors desembarcou seis anos depois, em 1925, montando automóveis, utilitários e caminhões em prédio alugado no bairro paulistano do Ipiranga. Apenas três anos depois os volumes de produção da GM superaram 50 mil veículos, número equivalente à toda a frota nacional em 1925.

Estas primeiras linhas de montagem trabalhavam com kits importados e apostavam em um mercado que mal tinha estradas. Ainda assim, ao longo de cinco décadas, estes pioneiros – Ford, GM, International Harvester, FNM, Vemag, Brasmotor, Volkswagen e Willys-Overland – montaram no País cerca de 550 mil veículos segundo estimativas baseadas nos volumes divulgados pelos próprios fabricantes, pois não havia controle estatístico oficial da produção naquele período.

Estes números modestos escondem uma contribuição fundamental: a criação dos primeiros fornecedores nacionais de componentes, que chegaram a alcançar

Indústria de veículos em 2025



Fábricas



Estados



Cidades



Associadas

índices de nacionalização superiores a 40% mesmo antes de existir qualquer política industrial dedicada ao setor.

Durante a Segunda Guerra Mundial, quando os componentes importados escassearam, as montadoras foram obrigadas a desenvolver sua cadeia local, e o que nasceu da necessidade acabou pavimentando o caminho para a industrialização completa.

A primeira indústria automotiva de fato a se instalar oficialmente no Brasil foi a Ford, movimento que antecipou cinco períodos históricos que somam um século de desenvolvimento do setor. A conclusão que emerge de cada um deles é a mesma: sempre que ameaçada a indústria automotiva brasileira encontrou saída.

A NACIONALIZAÇÃO: DO FUSCA AO ÁLCOOL

O passo decisivo veio com Juscelino Kubitschek, que colocou a instalação da indústria automotiva como elemento central de seu Plano de Metas. Em junho de 1956, sob o guarda-chuva do Ministério da Viação e Obras Públicas chefiado pelo engenheiro e almirante Lúcio Meira, um dos personagens centrais da história industrial brasileira, foi criado o GEIA, Grupo Executivo da Indústria Automobilística.

Sua missão era clara: organizar os estímulos para que as montadoras se instalassem no Brasil com metas rigorosas de nacionalização. O que se seguiu foi uma das mais rápidas industrializações de um setor inteiro na história econômica do País.

Em poucos anos a Volkswagen inaugurava sua fábrica na Via Anchieta, em São Bernardo do Campo, SP, a Mercedes-

-Benz instalava sua planta para caminhões, e diversas outras empresas anunciavam investimentos bilionários. A produção nacional, que somara 550 mil unidades em cinco décadas de pré-história, saltou para volumes milionários em poucos anos.

Deste período até o fim dos anos 1980 a indústria produziu cerca de 20,1 milhões de veículos. Foram décadas de crescimento acelerado mas também de protecionismo excessivo que acabou sufocando a inovação. Ao fim dos anos 1980 o carro brasileiro era um dos mais caros e tecnologicamente defasados do mundo. A crise era econômica e também de modelo.

A ABERTURA E O CHOQUE DA MODERNIDADE

O início dos anos 1990 trouxe o golpe mais duro que a indústria automotiva brasileira sofreu desde sua fundação: a abertura econômica promovida pelo governo Collor. De um dia para o outro veículos

Marcas chinesas começam a ofensiva de produção no País e vão contribuir para diminuir o tempo até os próximos 100 milhões



importados de última geração chegaram às concessionárias, escancarando a defasagem tecnológica acumulada por décadas de proteção excessiva.

A resposta do setor foi a sua reinvenção. As montadoras investiram em atualização de produtos, processos e qualidade em ritmo até então sem precedentes no Brasil. O período de 1990 a 1995 foi de transformação acelerada e o País saiu dele com uma indústria genuinamente mais competitiva, ainda que a sangria de participação de mercado para os importados tenha sido dolorosa nos primeiros anos.

A retomada começou com os acordos da Câmara Setorial Automotiva, em 1992, que reuniram governo, fabricantes, fornecedores e sindicatos em torno de um pacto de redução de preços e recuperação das vendas. O modelo funcional era assim: o governo baixava o IPI, a indústria comprometia-se a reduzir margens e os trabalhadores aceitavam ganhos reais menores em troca de mais empregos.

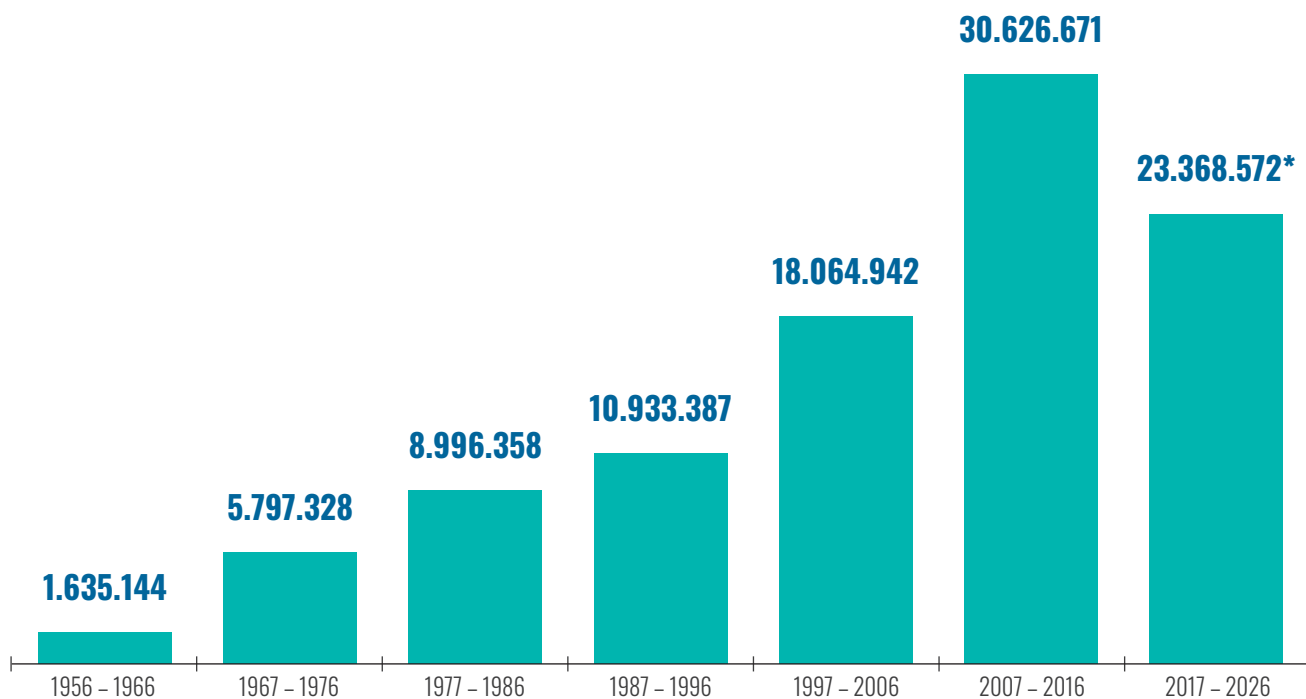
O resultado foi o carro popular, modelos 1.0 que chegaram a representar quase 70% das vendas no País durante a primeira década dos anos 2000. A combinação de preços acessíveis, crédito mais farto e uma base crescente de consumidores de classe média empurrou as vendas a patamares históricos. Em 2010, foram vendidos 2,8 milhões de automóveis no País.

Mas o capítulo mais singular da história automotiva brasileira é o do combustível. O Proálcool, lançado em 1975 como resposta ao choque do petróleo, gerou o carro a álcool, uma solução tida inicialmente como exótica pelo restante do mundo mas que provaria ser pioneira. Quando o motor bicombustível, o flexfuel, chegou ao mercado em 2003, o Brasil já tinha toda a infraestrutura de distribuição de etanol montada. O flexfuel tornou-se rapidamente o padrão: hoje mais de 70% dos veículos leves emplacados no País rodam com essa tecnologia.

Esta teimosa resiliência em ter uma in-

Produção nacional de veículos montados – CBU

Em milhões de unidades | * até abril de 2026



Fonte: Aníavea



Divulgação/Caterpillar

dústria automotiva estabeleceu o País não só como um dos dez maiores produtores mundiais mas como o único que tem solução ambiental barata e pronta para uso no combate às emissões causadoras do aquecimento global.

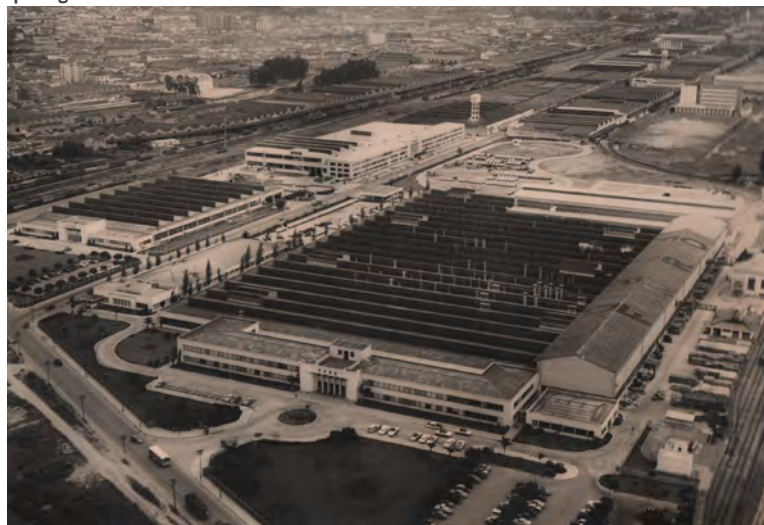
O período de 1996 a 2010 foi considerado como o de um "novo salto", em que a produção indústria adicionou uma parcela expressiva dos seus 100 milhões. Foram anos de alta consistente, impulsionada pelo crédito farto, pela valorização do salário mínimo e pelo boom das commodities que inflou a renda de parcelas significativas da população.

O período seguinte, de 2011 a 2024, foi de alternância entre picos e vales. O mercado atingiu seu máximo histórico em 2012, com 3,8 milhões de veículos leves emplacados. Depois vieram a recessão de 2015-2016, que derrubou as vendas para a metade deste pico, a lenta recuperação pós-pandemia e o desafio atual dos juros elevados. Em 2025 a produção cresceu 3,5%, somando 2 milhões 640 mil unidades, volume abaixo do que o setor esperava mas ainda positivo.

Para 2026 a Anfavea projeta crescimento de 3,7% na produção. Com os primeiros quatro meses somando 872,6 mil veículos, alta de 4,9% sobre o mesmo período de 2025, o setor tem base para acreditar que alcançará em breve os 100 milhões mesmo com os ventos contrários dos ju-

Pré-história: fábrica da Caterpillar produzia peças de reposição de máquinas pesadas em 1955, no bairro de Santo Amaro, em São Paulo, para evitar as importações.

Pré-história: primeira fabricante a se instalar no Brasil, Ford fez história a partir de 1953 em sua unidade no Ipiranga.



Divulgação/Ford

ros elevados e da incerteza em torno da reforma tributária.

O SIGNIFICADO DE 100 MILHÕES

A contagem dos 100 milhões tem uma nuance importante que vale explicar. A Anfavea trabalha com dois tipos de registro: os veículos completamente montados no Brasil e os CKDs exportados – kits desmontados enviados para montagem final em outros países, que passaram a ser incluídos nas estatísticas a partir de 1972. Quando a associação atingiu 100,7 milhões de unidades no fim de 2024 a conta incluía os CKDs.

A marca que a Anfavea celebrará em 2026 é a dos veículos integralmente produzidos no Brasil: automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus saídos das linhas de montagem nacionais. Esta é, argumenta a associação, a métrica mais fiel da capacidade industrial instalada no País.

A coincidência das datas coroa a trajetória da própria Anfavea, fundada em 15 de maio de 1956 exatamente para representar a indústria que o governo Kubitschek estava convocando a se instalar no Brasil, cresceu junto com ela. Representou fabricantes de veículos em negociações tributárias, acordos setoriais, crises cambiais e processos de abertura comercial. Atravessou governos de todos os matizes ideológicos e saiu de cada um deles com o setor ainda de pé.

O PRÓXIMO SALTO: ELETRIFICAÇÃO.

O centésimo milhão chega em um momento disruptivo. A indústria automotiva global vive sua maior transformação desde a invenção da linha de montagem e o Brasil está no centro de uma das disputas mais acirradas desse processo: a chegada em massa dos veículos chineses.

Segundo a Anfavea, de janeiro a abril de 2026, 80,1 mil unidades importadas vieram da China, crescimento de 81,6% com relação ao mesmo período de 2025. O presidente Igor Calvet não deixou de reconhecer que "há oito meses consecutivos que os chineses são os maiores exportadores de veículos para o Brasil".

A Argentina, que historicamente ocupava essa posição privilegiada como principal fornecedor externo ao mercado brasileiro, perdeu espaço de forma consistente.

A resposta da indústria instalada no País tem sido intensificar a produção local e diversificar o portfólio. O programa Mover, aprovado em 2024, prevê R\$ 180 bilhões em investimentos de fabricantes de veículos leves e pesados ao longo de dez anos, com metas de eficiência energética, eletrificação e conteúdo nacional.

Em julho de 2025 o governo regulamentou o IPI Verde, que zera o imposto para veículos compactos com baixas emissões de CO₂, alta reciclabilidade e processos integralmente realizados no País, incentivo que, segundo Calvet "é um tema muito caro à Anfavea", pois recompensa exatamente o enraizamento produtivo que a entidade sempre defendeu.

A eletrificação avança em ritmo surpreendente. O Brasil alcançou a marca de 100 mil veículos eletrificados emplacados nos primeiros meses de 2026, quase o dobro do registrado no mesmo período do ano anterior. E 42% destes veículos foram fabricados no Brasil ante 23% no ano anterior.

O etanol, outra vez, aparece como diferencial. O motor híbrido flex, que combina eletricidade e biocombustível, começa a ser visto por fabricantes globais como uma vantagem competitiva única do Brasil, capaz de oferecer redução de emissões com



O Salão do Automóvel de 1978 foi um dos mais importantes na história da indústria automotiva pois o maior destaque não foi um veículo, mas o um combustível, o etanol

custo muito inferior ao do veículo elétrico a bateria. Foi de uma iniciativa chinesa, sob as mãos da GWM, que levou ao Brasil a vender o primeiro veículo híbrido plug-in flex do mundo: o Tank 300. Em breve outros modelos da marca, incluindo os fabricados em Itacemápolis, SP, ganharão essa tecnologia.

LIÇÃO DE UM SÉCULO

A marca de 100 milhões de unidades prova que a aposta feita há um século se sustentou. Dos caminhões FNM saídos de Xerém, RJ, nos anos 1950 aos SUVs bicompostíveis que hoje dominam as vendas, o setor provou que é possível construir, em um país tropical e de renda média, uma cadeia produtiva com o nível de sofisticação que a indústria automobilística exige.

O desafio para os próximos 100 milhões que, mantido ou ampliado o ritmo atual, serão alcançados em muito menos tempo, é preservar este enraizamento produtivo em um momento em que a globalização e a eletrificação da frota estão redesenhando o mapa mundial da indústria.

O Brasil tem ativos únicos para este jogo: o etanol, a matriz elétrica limpa, mercado consumidor de mais de 200 milhões de pessoas e cadeia de fornecedores que levou décadas para ser construída. Saber usar estes ativos é, talvez, a principal lição que os primeiros 100 milhões têm a oferecer. ■

HÁ 70 ANOS, A ANFAVEA CONSTRÓI CAMINHOS. HÁ 35, A MITSUBISHI PROVA QUE ELES NÃO SÃO LIMITES.

A indústria automotiva brasileira percorreu muitos caminhos nos últimos 70 anos.

Em todos eles, a ANFAVEA esteve presente, ajudando a representar, fortalecer e movimentar o setor.

A Mitsubishi tem orgulho de fazer parte dessa história há 35 anos, levando inovação, tecnologia e espírito 4x4 para o Brasil.

Hoje, celebramos uma trajetória que continua abrindo caminho para o futuro.





DESACELERE. SEU BEM MAIOR É A VIDA.

AFRICA CREATIVE/™



35
ANOS



BRASIL



MITSUBISHI
MOTORS

Drive your Ambition

Que o legado da Anfavea inspire o futuro do setor automotivo

Aos 70 anos da Anfavea, celebramos não apenas a trajetória de uma entidade que ajudou a construir a industrialização brasileira, mas também a responsabilidade de liderar um dos setores mais estratégicos para o futuro do País. Ao assumir a presidência da associação, há pouco mais de um ano, recebi a missão de honrar o legado dos 20 presidentes que me antecederam e, ao mesmo tempo, ajudar a projetar o Brasil para uma nova era da mobilidade sustentável e globalizada.

Mais do que acompanhar transformações tecnológicas, o desafio é garantir que o País seja protagonista delas. A mobilidade do futuro será definida pela capacidade de combinar inovação, sustentabilidade, produção local e competitividade. Essa transição só será virtuosa se vier acompanhada de investimentos em pesquisa e desenvolvimento, pre-



Igor Calvet é o primeiro presidente executivo da Anfavea

visibilidade regulatória e concorrência equilibrada, permitindo que eletrificação, biocombustíveis, conectividade e automação fortaleçam toda a cadeia instalada no Brasil.

A indústria automotiva é muito mais do que um setor produtivo. Trata-se de um dos pilares da indústria de transformação, responsável por cerca de 20% de sua atividade. Seu impacto se reflete diretamente na economia, na geração de renda e na criação de empregos de alta qualificação.

Hoje, as associadas da Anfavea mantêm cerca de 130 mil empregos diretos em 53 fábricas espalhadas por quatro regiões do País. Em toda a cadeia produtiva, são 1,3 milhão de trabalhadores. Temos centros de desenvolvimento que são referência para o mundo, matriz energética limpa e competências exclusivas em descarbonização.

Nos últimos anos, passamos a falar cada vez mais em eletrificação, conectividade e tecnologias embarcadas. E isso não nos intimida. Pelo contrário: estimula o setor a acelerar seu ritmo de transformação. Os fabricantes de veículos anunciaram o maior ciclo de investimentos da história da indústria automotiva brasileira: R\$ 140 bilhões até 2033, destinados à pesquisa, inovação e renovação do portfólio de produtos. Novas marcas, tecnologias e competências já começam a redefinir o futuro da mobilidade de pessoas e do transporte de cargas no Brasil, sem esquecer das nossas máquinas autopropulsadas, ferramentas fundamentais para a força do agronegócio e para as obras de infraestrutura.

Defender a produção local de automóveis, ônibus, veículos comerciais e máquinas, portanto, é olhar para o futuro. É assegurar que a força industrial brasileira, aliada à nossa matriz energética única, transforme o país em referência mundial em mobilidade sustentável, inovação e geração de oportunidades. Setenta anos depois da criação da Anfavea, seguimos movidos pela mesma convicção que nos trouxe até aqui: acreditar no Brasil. ■



A tinta da Axalta está presente em
100% dos carros brasileiros.



Você pode não saber, mas nossa tinta está em todos os carros brasileiros.

Do retrovisor às rodas, dos acabamentos às peças técnicas, nossas tintas e revestimentos protegem, valorizam e dão vida aos veículos das principais montadoras do país. Há décadas, desenvolvemos soluções que unem inovação, durabilidade, sustentabilidade e desempenho para atender aos mais altos padrões da indústria automotiva. Seja no brilho impecável da pintura, na resistência às condições mais exigentes ou na proteção de componentes essenciais, a Axalta está presente em cada detalhe, ajudando a mover milhões de brasileiros com qualidade, confiança e tecnologia mundial.

Acesse nossos canais e redes sociais.



A CONSTRUÇÃO DE UMA INDÚSTRIA

Foi um período de consolidação rápida que trouxe bons resultados, mas também distorções com impactos no futuro

Por Márcio Stéfani

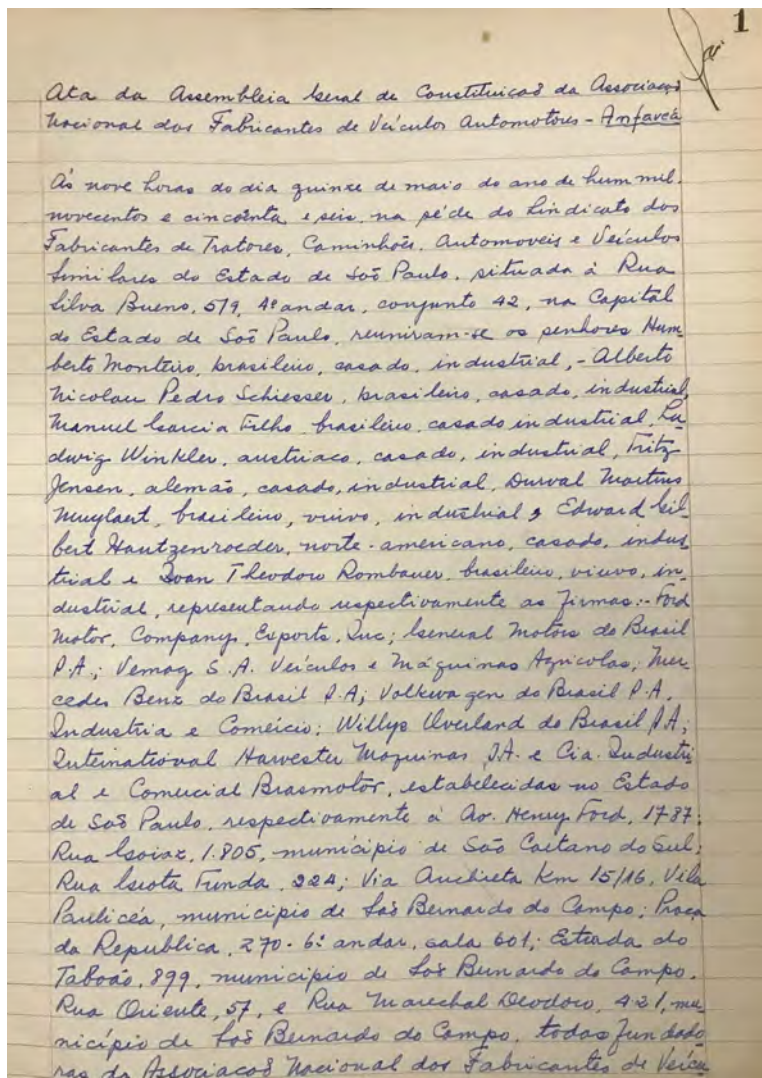
A criação da Anfavea, em 1956, marcou muito mais do que o surgimento de uma entidade representativa. Foi o ponto de partida de um projeto industrial ambicioso que, em curto espaço de tempo, transformaria o Brasil de importador em produtor de veículos. E que, na mesma balada, definiria as características estruturais que o setor carregaria por décadas. As duas seguintes, 60 e 70, foram, essencialmente, o período de construção e consolidação desta base.

Foi ciclo de crescimento intenso, coordenado e, em muitos aspectos, bem-sucedido. Mas também um ciclo que plantou distorções que só se tornariam plenamente visíveis muitos anos depois.

ORGANIZAR PARA CRESCER

O setor automotivo brasileiro nasceu dentro de uma lógica clara: industrializar rapidamente, substituindo importações e criando capacidade produtiva local. Este plano ganhou forma no governo de Juscelino Kubitschek e seguiu, com ajustes, ao longo dos anos seguintes, inclusive durante o período do regime militar.

Sob a liderança inicial de Manuel Garcia Filho, ainda no fim da década de 50, a Anfavea assumiu papel central nesse processo: não apenas representando o setor mas atuando como elo de montadoras com governos. O modelo era claro e funcionou,



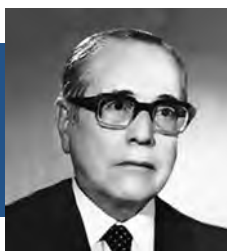
Ata de constituição da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores, maio de 1956



1956 - 1960
Manuel Garcia Filho



1960 - 1964
Lélío de Toledo Piza
e Almeida Filho



1964 - 1966
Sebastião Dayrell
de Lima



1966 - 1974
Oscar Augusto
de Camargo



1974 - 1981
Mário Bernardo Garnero

pelo menos naquele momento: mercado protegido, exigência de nacionalização, forte coordenação estatal e previsibilidade para investimentos vindos do Exterior.

A década de 1960 foi, acima de tudo, o período em que a indústria deixou de ser promessa para se tornar realidade. Sob as gestões de Lélío de Toledo Piza e depois de Sebastião Dayrell Lima e de Oscar Augusto de Camargo, consolidaram-se os pilares que sustentariam o crescimento posterior: construção da estrutura industrial das montadoras, formação da cadeia de autopeças, definição de regras operacionais e desenvolvimento de mão de obra especializada.

Foi também durante este período que o segmento de máquinas agrícolas passou a integrar a estrutura da entidade, ampliando de forma significativa o alcance institucional da Anfavea.

A partir daí, a associação deixou de ter influência apenas sobre o universo automotivo urbano e passou a ocupar também espaço fundamental na modernização do agronegócio brasileiro, acompanhando o avanço da mecanização no campo e o crescimento da produção agrícola nacional.

CRESCER A QUALQUER CUSTO

Mesmo com a ruptura institucional de 1964, com o início do regime da ditadura civil-militar, o setor manteve sua continuidade estratégica, fator decisivo para sua consolidação. A Anfavea, nesse contexto, operou como elemento de estabilidade em um ambiente político em transformação.

A partir do fim dos anos 60, já sob a longa gestão de Mário Bernardo Garnero,

o setor entrou em uma nova fase: a da expansão acelerada. O chamado milagre econômico criou as condições ideais para isto, com o automóvel deixando de ser exceção e começando, ainda que lentamente, a se tornar parte do cotidiano urbano brasileiro.

Vários fatores contribuíram para isto: crescimento rápido da renda, ampliação do crédito e forte investimento em infraestrutura rodoviária. A indústria respondeu ampliando produção, ganhando escala, diversificando produtos e atraindo novos investimentos. A chegada da Fiat e da Volvo ao Brasil, simbolizou claramente esta mudança de patamar.

Mas talvez um dos efeitos mais relevantes daquele crescimento tenha sido outro: a descentralização do próprio desenvolvimento econômico brasileiro. À medida que montadoras, fabricantes de autopeças, concessionárias, oficinas e representantes comerciais se espalhavam pelo território nacional o setor automotivo passou a exercer influência econômica direta em praticamente todas as regiões.

Poucos segmentos industriais conseguiram criar presença tão ampla. Quase todos os municípios brasileiros passaram, em maior ou menor grau, a conviver com algum elo ligado à indústria automotiva, seja uma concessionária, um distribuidor de peças, uma oficina estruturada, um representante comercial ou operações ligadas ao transporte de cargas e passageiros. O automóvel e os veículos comerciais tornaram-se, naquele momento, instrumentos efetivos de integração nacional.

Mas o crescimento veio também acom-

panhado de uma lógica clara e arriscada: expandir primeiro, ajustar depois. Desta forma o mesmo modelo que garantiu a expansão começou, já a partir dos anos 70, a revelar suas fragilidades.

O mercado fechado, essencial no início, passou a gerar acomodação. A competição internacional praticamente inexistia e a inovação avançava em ritmo inferior ao de mercados mais abertos. A indústria crescia voltada quase que exclusivamente para o mercado interno.

Além disso o choque provocado pela crise do petróleo de 1973 expôs um ponto crítico: a dependência de combustíveis fósseis e a vulnerabilidade da economia brasileira a fatores externos. O modelo começava a mostrar seus limites.

Foi justamente neste momento que a Anfaavea voltou a desempenhar papel relevante na formulação de soluções estruturais para o País. A entidade participou ativamente das discussões que ajudaram a construir, já no fim da década de 70, o Programa Nacional do Álcool, o Pró-Álcool, talvez uma das mais ousadas políticas de substituição energética já implementadas no mundo automotivo.

A aproximação de governo, montadoras, fornecedores e produtores do setor sucroenergético criou as bases para o desenvolvimento dos veículos movidos a etanol.

CONFLITOS E AMADURECIMENTO

O fim da década de 70 também marcou o início de transformação importante nas relações da indústria com seus trabalhadores.

As grandes greves do ABC paulista, impulsionadas pelo fortalecimento dos movimentos sindicais e lideradas pelo presidente do sindicato de São Bernardo do Campo, Luiz Inácio da Silva, depois Lula da Silva, revelaram tensões profundas existentes dentro do modelo industrial brasileiro. As relações montadoras-trabalhadores tornaram-se duras, muitas vezes conflituosas, colocando a Anfaavea no centro de negociações extremamente delicadas.

Ao mesmo tempo, porém, este processo acabou produzindo amadurecimen-



Esta imagem simboliza o início grandioso da construção da indústria automotiva no Brasil, com o presidente Juscelino Kubitschek na inauguração da fábrica da Volkswagen, no ABC Paulista, em 1959

to institucional importante. A partir dali o diálogo evoluiu gradualmente, criando mecanismos mais estruturados de negociação que seriam fundamentais para a estabilidade futura do setor.

UMA ENTIDADE, UM PROJETO DE PAÍS

De 1956 ao final dos anos 70 a Anfaavea teve apenas cinco presidentes: Manuel Garcia Filho, Lélío de Toledo Piza, Sebastião Dayrell Lima, Oscar Augusto de Camargo e Mário Bernardo Garnerio.

Mais do que um dado histórico isto revela a natureza daquele momento: estabilidade institucional, forte coordenação com o Estado e alinhamento estratégico da indústria com a política econômica. Dentro desse contexto a entidade não apenas acompanhou o crescimento do setor: foi parte ativa de sua construção.

Ao fim da década de 1970 o Brasil já havia consolidado uma das mais relevantes bases industriais automotivas do mundo emergente. Uma estrutura que ajudou a impulsionar a industrialização nacional, descentralizou o desenvolvimento econômico, integrou o território brasileiro e passou a exercer influência decisiva também sobre o agronegócio e a matriz energética do País.

E atendeu a uma das premissas do GEIA: a substituição das importações. ■

O autor deste texto utilizou recursos da Inteligência Artificial para efetuar sua revisão gramatical.

LINHA VOCACIONAL DAF

Conforto na adversidade, força em qualquer terreno

Se um **DAF** está sempre disponível para trabalhar é porque estamos sempre prontos para atender.

Os caminhões mais confiáveis, diversos serviços, assistência técnica e suporte, tudo com atendimento diferenciado.

Porque na estrada, tão importante quanto chegar, é ter com quem contar. **A DAF é assim porque a gente é assim.**



Aponte a câmera do seu celular
e encontre a Concessionária DAF
mais próxima de você

Os anos em que a Anfavea precisou reinventar a indústria

Assumir a presidência da Anfavea na segunda metade da década de 1970 significava estar diante de um dos períodos mais delicados da história da indústria automotiva brasileira. O setor vinha de um forte ciclo de expansão, impulsionado pelo crescimento econômico do País e pela consolidação da produção local. Mas, ao mesmo tempo, começavam a surgir desafios estruturais que exigiam equilíbrio, diálogo e capacidade de articulação.

O Brasil ainda vivia sob o regime militar, em um ambiente de forte intervenção do Estado na economia. A indústria automotiva ocupava posição estratégica naquele modelo de desenvolvimento e a Anfavea exercia um papel central como elo do governo com montadoras, fornecedores e toda a cadeia produtiva.

Naquele período a indústria crescia rapidamente. O automóvel deixava de ser um bem restrito e passava a integrar de forma mais ampla o cotidiano da sociedade brasileira. As montadoras ampliavam investimentos, novos fabricantes chegavam



Mário Bernardo Garnero foi presidente da Anfavea de 1974 a 1981 quando era diretor Jurídico e, depois, de Relações Industriais da Volkswagen do Brasil

ao País e o setor consolidava sua posição como um dos pilares da economia nacional.

Mas os desafios cresciam na mesma velocidade. A crise internacional do petróleo, por exemplo, expôs de forma dramática a dependência brasileira dos combustíveis fósseis. Pela primeira vez a questão energética passou a ocupar posição central dentro da estratégia da indústria automobilística.

Foi nesse contexto que nasceu o Pró-Álcool, na minha opinião uma das iniciativas mais ousadas do mundo para substituição de combustíveis fósseis. Sua construção exigiu um grande esforço de coordenação de governo, montadoras, fabricantes de componentes e setor sucroenergético. A Anfavea participou ativamente deste processo, ajudando a construir consensos e caminhos para tornar viável uma alternativa energética genuinamente brasileira.

Ao mesmo tempo o fim da década de 1970 trouxe outro enorme desafio: a transformação das relações trabalhistas no setor automotivo. O fortalecimento do movimento sindical, especialmente no ABC paulista, alterou profundamente a dinâmica das empresas com os trabalhadores. As greves lideradas por Luiz Inácio da Silva, então presidente do Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo e Região, marcaram não apenas a indústria automobilística mas a própria história política e social do Brasil.

Foram momentos difíceis e de negociações extremamente delicadas. Mas também importantes para o amadurecimento institucional do setor. A indústria precisou aprender a dialogar de forma diferente com os trabalhadores, compreendendo que o desenvolvimento do setor dependia também da construção de relações mais modernas e equilibradas.

Presidir a Anfavea naquele período exigia serenidade, capacidade de negociação e visão de longo prazo. Olhando agora para aquele memorável período tenho a convicção de que aquela nossa geração ajudou não apenas a consolidar a indústria automotiva brasileira mas, também, a preparar todo o setor para enfrentar as profundas transformações que moldariam as décadas seguintes. ■



ANOS MOVENDO O BRASIL

SCANIA



anfavea70 ANOS

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS FABRICANTES DE VEÍCULOS AUTOMOTORES

**UMA HISTÓRIA
DE PARCERIA**



Pressão sindical moldou atuação da Anfafea, que alinhou a posição institucional de seus associados

Divulgação/Sindicato dos metalúrgicos do ABC

Anos 80, os anos perdidos

A indústria no meio da crise, da redemocratização e do conflito aberto. Mas as lições ficaram.

Por Márcio Stéfani

A década de 1980 marcou um dos períodos talvez mais turbulentos da história da indústria automotiva brasileira e, consequentemente, da própria Anfafea. Foi um tempo em que a estabilidade institucional construída nas décadas anteriores deu lugar a um ambiente de incerteza econômica, pressão social e conflitos abertos por todos os elos da cadeia.

À frente da entidade estiveram três presidentes: Newton Chiaparini, de 1981 a 1983, André Beer, que a conduziu com brilhantismo por quase toda a década, de 1983 a 1989, e Jacy de Souza Mendonça, que assumiu em 1989 iniciando um ciclo que se estenderia pela década seguinte.

DEMOCRACIA, INFLAÇÃO E GREVES

O Brasil vivia o esgotamento do modelo econômico do regime militar. A crise da dívida externa, a perda de dinamismo da economia e, sobretudo, o avanço descontrolado da inflação colocaram a indústria sob pressão permanente ao longo de quase toda a década.

A hiperinflação corroía margens, torna-va inviável o planejamento e desorganizava completamente a lógica de produção e comercialização. Em resposta, uma sucessão de planos econômicos – Cruzado, Bresser e Verão – tentou, sem sucesso, conter o processo inflacionário.

Neste ambiente de desorganização econômica a atuação da Anfafea ganhou

um papel ainda mais relevante. Mais do que representar as montadoras a entidade passou a funcionar como um ponto de articulação institucional em meio a um cenário em que regras mudavam constantemente e a previsibilidade praticamente inexistia. Era, muitas vezes, o único canal estruturado de interlocução entre o setor industrial e o governo.

Ao mesmo tempo o País caminhava para a redemocratização, culminando com a eleição de Fernando Collor de Mello, encerrando um longo ciclo político sem eleições diretas. A eleição de Collor pode, sim, soar como algo irônico.

Dentro das fábricas o ambiente também se transformava. O ressurgimento, no final dos anos 70, do movimento sindical, especialmente no ABC paulista, alterou de forma estrutural a relação do capital com o trabalho. Sob a liderança primeiro de Luiz Inácio da Silva, seguido por Jair Meneghelli e, posteriormente, por Vicente



1981 - 1983
Newton Chiaparin



1983 - 1989
André Beer



1989 - 1992
Jacy de Souza Mendonça

Protocolo de adesão dos fabricantes ao então denominado álcool etílico hidratado, em meados da década anterior, incentivou a produção de modelos com motorização específica na década de 1980

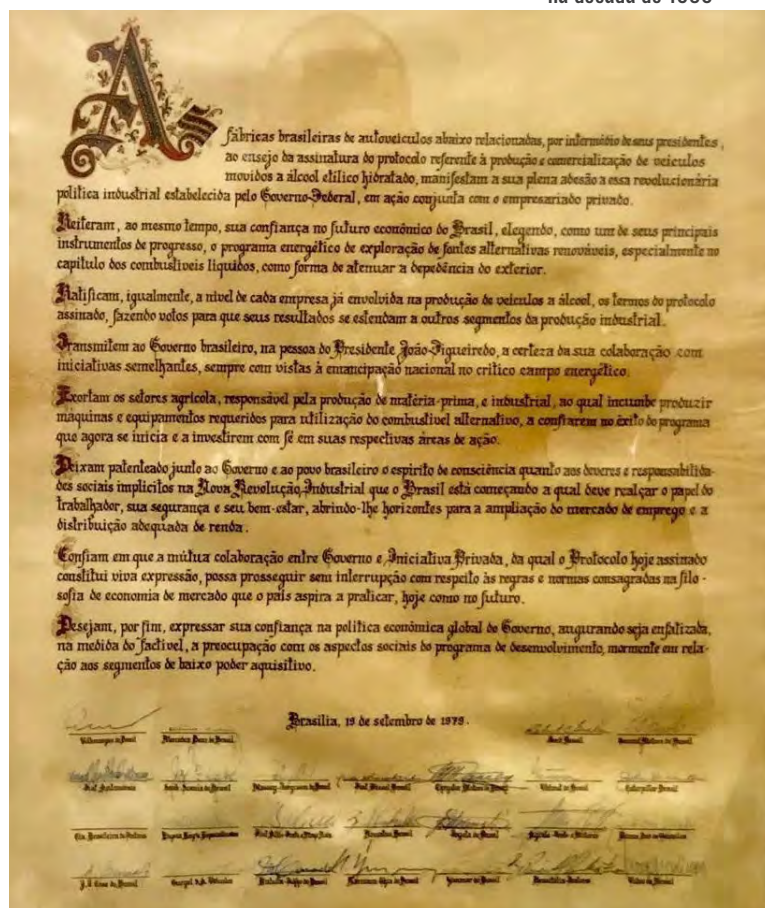
Paulo da Silva, o Vicentinho, as greves aconteceram com intensidade inédita ao longo dos anos.

A indústria automotiva tornou-se o epicentro deste embate. E, novamente, a Anfavea viu seu papel se expandir: além da representação institucional passou a atuar como elemento de coordenação interna do setor, alinhando posições das montadoras em um momento de forte pressão sindical e crescente exposição pública.

Foi durante a gestão de André Beer que a Anfavea ampliou de forma significativa sua presença institucional junto à sociedade brasileira. Em meio a um ambiente econômico e político extremamente turbado a entidade deixou de atuar apenas como representante das montadoras junto ao governo e passou a desenvolver uma relação muito mais ampla com diversos setores da sociedade.

As relações com a imprensa evoluíram naquele período, aumentando a exposição pública e contribuindo para uma compreensão mais ampla da importância econômica de sua indústria para o País. Não por acaso foi justamente naquela década que a própria imprensa especializada começou a ganhar força e relevância no Brasil, acompanhando a crescente complexidade do setor.

Outro marco importante da gestão André Beer foi a criação do Renavam, resultado de uma articulação conjunta conduzida pela Anfavea e pelo então ministro da Justiça, Paulo Brossard. O Registro Nacional de Veículos Automotores representou um avanço institucional extremamente relevante para o País, criando uma base





Primeira sede da Anfavea em Brasília, DF, 1987

nacional de controle e identificação da frota brasileira, modernizando a gestão pública do setor e estabelecendo um instrumento que permanece fundamental até os dias atuais.

RELAÇÃO TENSA, ÁGIO E LOCAUTE

Mas os desafios não se limitaram à relação com os trabalhadores. As relações com fornecedores e, principalmente, com a rede de concessionárias também enfrentaram em um período de forte desgaste. A segunda metade da década foi marcada por um fenômeno particularmente emblemático: o mercado passou a ser maior do que a capacidade de produção.

O resultado foi o surgimento do ágio, prática pela qual veículos eram vendidos acima do preço oficial. Em um ambiente de preços controlados essa distorção evidenciou o descompasso da oferta com a demanda.

O conflito se intensificou. Concessionários acusavam as montadoras de restringirem deliberadamente o abastecimento. As montadoras, por sua vez, enfrentavam limitações produtivas reais em um ambiente econômico adverso e fortemente regulado.

Neste cenário a Anfavea assumiu, talvez como nunca antes, uma função de equilíbrio. Internamente buscava alinhar estratégias de empresas com interesses nem sempre convergentes. Externamente

atuava como interlocutora junto ao governo, tentando reduzir interferências que agravavam as distorções do mercado. E, no relacionamento com a rede, procurava preservar a estabilidade de um sistema que dava sinais claros de ruptura.

O impasse atingiu tal nível que levou a movimentos extremos, como o locaute da rede de concessionárias, organizado pela então Abrave, hoje Fenabrave. Era a expressão máxima de um setor em conflito aberto.

Ainda assim, mesmo em meio a este ambiente, a atuação da Anfavea ajudou a manter um mínimo de coesão institucional.

LIÇÕES PARA O FUTURO

A década de 1980, portanto, não foi um período de expansão mas de sobrevivência. E foi justamente neste ambiente que se consolidou um dos papéis mais relevantes da Anfavea em sua história: o de elemento organizador de um setor submetido ao caos.

E talvez este seja o principal legado daquele período: ao atravessar uma das fases mais instáveis de sua história o setor não apenas resistiu, aprendendo a operar em ambientes de extrema complexidade. Uma habilidade que, como se veria nas décadas seguintes, seria não apenas útil mas absolutamente essencial. ■

O autor deste texto utilizou recursos da Inteligência Artificial para efetuar sua revisão gramatical.

Primeiros caminhões Volkswagen nacionais





70 ANOS LIDERANDO AS TRANSFORMAÇÕES PELO BRASIL

Há 70 anos, a **Anfavea** e a **Mercedes-Benz do Brasil** escrevem, lado a lado, a história da indústria automotiva nacional. Uma trajetória construída com liderança, inovação e compromisso com a mobilidade, conduzindo o desenvolvimento do país e abrindo caminhos para o futuro.

Uma história em comum. Um futuro que seguimos impulsionando juntos.

Mercedes-Benz
Caminhões e Ônibus



Anos 90 e a construção do futuro

Década colocou à prova a indústria e consolidou o papel da Anfavea

Por Márcio Stéfani

Ao longo de seus 70 anos a trajetória da Anfavea se confunde com a própria construção da indústria automotiva brasileira. Poucos momentos, entretanto, foram tão desafiadores e, ao mesmo tempo, tão decisivos quanto os da década de 1990.

Mais do que um período de crise aqueles anos representaram um verdadeiro novo ponto de inflexão. Foi quando o setor, até então estruturado sob forte proteção de mercado ao longo de quase duas décadas, foi exposto de forma abrupta à concorrência internacional e precisou, em tempo recorde, se reinventar para sobreviver.

O CHOQUE DE REALIDADE

Neste contexto a atuação da Anfavea foi determinante. A abertura econômica promovida no início do governo Fernando Collor de Mello alterou profundamente as bases do setor. A redução das barreiras de importação permitiu a entrada massiva de veículos estrangeiros, muitos deles com níveis de tecnologia e qualidade superiores aos produzidos naquele momento.



Fusca Itamar: VW retoma a produção a pedido do presidente Itamar Franco do seu maior ícone, o Fusca, em 1993

Divulgação/VW

Fotos: Divulgação/Anfavea



1992 – 1995
Luiz Adelar Scheuer



1995 – 1998
Silvano Valentino



1998 – 2001
José Carlos da Silveira
Pinheiro Neto

O impacto foi imediato. Em 1990 e 1991 a indústria enfrentou uma das mais severas retrações de sua história. As vendas despencaram, a produção encolheu e toda a cadeia produtiva passou a conviver com um ambiente de forte instabilidade. Era um risco concreto à própria continuidade da indústria automotiva nacional.

Diante deste cenário a resposta veio por meio da articulação. Sob a liderança primeiro de Jacy Mendonça e, depois, de Luiz Adelar Scheuer a Anfavea liderou, do final de 1991 ao início de 1992, a criação da Câmara Setorial Automotiva, que acabou por simbolizar um dos movimentos mais relevantes da história industrial brasileira.

A iniciativa reuniu, de forma inédita, governo, montadoras, fabricantes de autopeças, reparadores e trabalhadores em torno de um objetivo comum: preservar a capacidade produtiva instalada no País e restabelecer as condições de competitividade do setor.

Desta articulação surgiu o chamado carro popular, tornado viável por política tributária praticamente zerada. A iniciativa teve efeito imediato sobre a demanda e foi fundamental para reativar as vendas.

Mais do que uma solução emergencial a Câmara Setorial estabeleceu um novo padrão de diálogo e coordenação institucional, criando as condições para que rapidamente o Brasil pudesse ser novamente em um grande produtor de veículos.

MODERNIZAÇÃO E CRESCIMENTO ACCELERADO

Superado o momento mais agudo da crise a indústria avançou para uma nova etapa. Ainda na gestão Scheuer, que foi o

presidente responsável pela conclusão do acordo setorial da Câmara Automotiva, teve início um amplo processo de modernização e de ampliação do parque industrial.

A abertura de mercado, que inicialmente expôs fragilidades, passou a impulsionar investimentos. As montadoras investiram em modernização e ampliação das suas capacidades produtivas, elevaram seus padrões de qualidade, diversificaram seus portfólios e passaram a operar em linha com as práticas internacionais.

Ao mesmo tempo o mercado reagiu com vigor, ampliando sua base de consumidores e criando um ambiente propício para novos investimentos. Foi neste contexto que o Brasil voltou a atrair grandes projetos industriais, com a chegada de novas montadoras e sistemistas e o redesenho do mapa automotivo nacional.

EXPANSÃO E CONSOLIDAÇÃO

Na segunda metade da década, com a Anfavea colocada agora sob a presidência de Silvano Valentino e depois de José Carlos da Silveira Pinheiro Neto, o setor já apresentava uma trajetória consistente de crescimento.

Novas montadoras inauguravam suas fábricas e iniciavam operação no País, consolidando o ciclo de investimentos iniciado anos antes. A produção se expandia, o mercado interno ganhava força e a indústria brasileira se tornava mais competitiva e integrada ao cenário global.

Mas, como em outros momentos de sua história, novos desafios surgiam. O

A globalização produziu o primeiro carro popular, o Chevrolet Corsa em 1993



Divulgação/Chevrolet



Nova sede da Anfafea em 1990

aumento da carga tributária começava a pressionar custos e limitar parte do potencial de expansão, um tema que atravessaria as décadas seguintes.

Em paralelo ao processo de modernização a indústria avançava também em outra frente estratégica, que se mostraria decisiva para o seu futuro: a integração regional. Desta forma, ainda ao longo da década de 1990, sob liderança ativa da Anfafea, foram estruturados os acordos que dariam origem ao regime automotivo do Mercosul e, especialmente, na relação Brasil-Argentina, os dois maiores produtores de veículos da região.

Mais do que um simples acordo comercial tratou-se da criação de modelo industrial integrado, que estabeleceu regras específicas para o intercâmbio de veículos e autopeças por Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai. O objetivo era criar uma base regional de produção capaz de fortalecer a competitividade da indústria sul-americana.

Na prática o regime automotivo permitiu organizar o fluxo de comércio, reduzir assimetrias e estimular a especialização produtiva dos países. As montadoras passaram a distribuir plataformas, modelos e componentes de maneira regionalizada, ampliando escala e eficiência.

A atuação da Anfafea foi novamente determinante no processo, ao liderar o diálogo de governos com empresas e contribuir para a construção de um ambiente

regulatório capaz de dar previsibilidade aos investimentos. A partir daquele momento a indústria automotiva brasileira deixou de operar apenas com base no mercado doméstico e passou a se estruturar como parte de uma plataforma regional de produção.

Em teoria o regime automotivo do Mercosul acabou se transformando no mais bem-sucedido acordo de integração industrial implementado na América do Sul. Mesmo atravessando crises econômicas e oscilações políticas o modelo consolidou uma lógica de integração produtiva que permanece, até hoje, como um dos pilares da indústria automotiva.

Em resumo a década de 1990, talvez a mais importante da história do setor no Brasil, deixou marcas profundas. Foi um momento de reconstrução, transformação e modernização.

Ao liderar o diálogo a Anfafea desempenhou um papel central na superação da crise e na criação das bases que sustentariam o crescimento. E se hoje o Brasil figura como um dos principais produtores de veículos do mundo e alcança a marca histórica de 100 milhões de unidades produzidas, parte desta trajetória passa pelas decisões e articulações construídas naquele período. ■

O autor deste texto utilizou recursos da Inteligência Artificial para efetuar sua revisão gramatical.

Inaugurada em 1º de novembro de 1996 trazia o moderno conceito de consórcio modular de fornecedores para dentro do complexo de produção da VWCO



O futuro da mobilidade começou a ser traçado há 70 anos

A Hyundai celebra a história da ANFAVEA e sua contribuição para transformar a indústria automotiva no Brasil



A Hyundai parabeniza a ANFAVEA por sua história e sua contribuição fundamental para o fortalecimento da indústria automotiva brasileira. Ao longo de sete décadas, a associação ajudou a impulsionar empresas, incentivou a tecnologia e abriu caminho para novas gerações de veículos.

Uma trajetória que movimenta não só a indústria, mas também as pessoas, as cidades e a mobilidade brasileira.

Seguimos juntos promovendo inovação, desenvolvimento e mobilidade para o futuro.

5 ANOS **Garantia**
Sem limite de quilometragem

hyundai.com.br
f y o t HyundaiBR

 **HYUNDAI**

Câmara Setorial Automotiva impulsiona um novo rumo

Ao fim da década de 1950, como parte de um projeto de País, nasceu a indústria automobilística brasileira. Motivadas pelo potencial de mercado diversas e expressivas marcas de carros, caminhões, ônibus e tratores, especialmente europeias e estadunidenses, construíram fábricas aqui.

Em pouco tempo a indústria automobilística nascente tornou-se geradora expressiva de empregos e de renda, incentivando a migração interna para seus polos produtivos e abrindo espaço de desenvolvimento para a indústria metalúrgica e de autopeças.

No início da década de 1990 o mercado brasileiro era fechado, tanto para veículos quanto para autopeças, mas também para a indústria eletro-eletrô-



Luiz Adelar Scheuer foi presidente da Anfavea de 1992 a 1995 e vice-presidente de Recursos Humanos e Relações Governamentais da Mercedes-Benz do Brasil

nica, protegida pela Lei da Informática. O Brasil era, até então, o oitavo produtor mundial de veículos. Estes veículos, no entanto, eram construídos com equipamentos e maquinário de tecnologia superadas. Estes veículos eram carentes dos novos recursos de informática e eletrônica embarcada.

No campo institucional o Brasil optou por adotar liberdades democráticas no campo da economia, da tecnologia, e de todo o tipo de responsabilidades com o social. O grande desafio era encontrar formas de fazê-lo, criando condições de consolidação e expansão do mercado, de modernização dos meios de produção, de proteção ao meio ambiente e da qualificação dessa mão-de-obra que crescia rapidamente.

No início da década de 90, em especial entre os anos de 1992 a 1995, governo, indústria, concessionários e trabalhadores tomaram a correta decisão de sentar-se à mesa de negociações, de uma forma organizada e responsável, naquilo que chamamos de Câmara Setorial Automotiva.

Como temas centrais tínhamos: o crescimento do mercado, a modernização da indústria, dos meios de produção e dos produtos, com inclusão da eletrônica embarcada que permitia a otimização da qualidade da produção, a redução das emissões e do consumo de combustíveis e também da carga tributária, requalificando a mão de obra e gerando empregos.

A Câmara Setorial Automotiva, num valioso consenso de governo com indústria, comércio e trabalhadores, gerou um novo e grande momento para a indústria automotiva brasileira. O período foi marcado por abertura do mercado e manutenção de empregos e atração de imediato de grande número de marcas, especialmente com origem no Japão, na Coreia e na França. Mais recentemente vieram as marcas chinesas.

A década de 1990 demonstrou que a construção de um futuro melhor passa pelo diálogo e pela união de forças. ■

ALGUMAS MÁQUINAS ACOMPANHAM A HISTÓRIA. OUTRAS, AJUDAM A ESCREVÊ-LA.

70 anos da ANFAVEA construindo o futuro da indústria.
62 anos de Mustang construindo legado.



Desacelere. Seu bem maior é a vida.

Ford

Hora e vez do protagonismo global

Crescimento e afirmação, heranças de uma história de 50 anos

Por Márcio Stéfani

Se a década de 1990 foi marcada por movimentos para a sobrevivência e pela reconstrução da indústria automotiva brasileira os anos 2000 representaram sua consolidação e ascensão a um novo patamar.

Foi neste período que o Brasil deixou de ser apenas um mercado relevante para se tornar estratégico no mapa global das montadoras, movimento que ampliou investimentos, fortaleceu a cadeia produtiva e levou o País a figurar junto com os maiores mercados automotivos do mundo.

Mais uma vez a trajetória da indústria se entrelaça com a atuação da Anfaeva que, ao longo da década, passou por diferentes lideranças. No início dos anos 2000 uma notícia entristeceu todo o setor automotivo: a gestão de Célio Batalha foi interrompida de forma precoce por seu falecimento, em 2001, em pleno exercício do cargo. A sucessão foi assumida pelo vice-presidente, Ricardo Carvalho, assegurando a continuidade institucional da entidade.

Na sequência vieram Rogélio Golfarb e Jackson Schneider, que acompanharam, organizaram e deram suporte institucional a este novo ciclo de crescimento.

RECONSTRUÇÃO E EXPANSÃO

Os primeiros anos da década foram marcados pela maturação dos investimentos realizados nos anos 90. As novas montadoras instaladas no País entraram



Divulgação/Iveco

Iveco inaugura sua fábrica em Sete Lagoas, MG, em 2000

em operação plena e as fabricantes mais pioneiras avançaram em seus processos de modernização.

Neste contexto a Anfaeva desempenhou papel relevante na interlocução com o governo e na consolidação de um ambiente mais previsível para os investimentos, condição essencial para a expansão da base produtiva. O resultado foi a ampliação da capacidade industrial e uma nova configuração geográfica do setor, com a consolidação da interiorização da produção.

Impulsionado pela estabilidade econômica trazida pelo Plano Real e pela forte expansão do crédito o mercado interno entrou em um ciclo consistente de crescimento. Este movimento ganhou inten-

Fotos: Divulgação/Anfavea



2001
Célio de Freitas Batalha



2001- 2004
Ricardo Carvalho



2004 – 2007
Rogélio Golfarb



2007 – 2010
Jackson Schneider

cidade especialmente ao longo dos dois primeiros mandatos do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, período marcado pelo aumento da renda e incorporação de novas camadas da população ao consumo.

O financiamento de veículos se expandiu de forma significativa, com prazos mais longos e maior protagonismo dos bancos das próprias montadoras. Ao mesmo tempo o automóvel passou a se tornar um bem mais acessível para milhões de brasileiros, principalmente no segmento de carros de pequeno porte.

MERCADO ESTRATÉGICO GLOBAL

A Anfavea, neste ambiente, teve atuação constante no acompanhamento das condições de mercado e na defesa de políticas que sustentassem o crescimento do setor pois, com o avanço das vendas e o fortalecimento da produção local, o Brasil passou a ocupar posição de destaque nas estratégias globais das montadoras.

Durante a gestão de Rogélio Golfarb

este movimento se intensificou: o País consolidou sua presença como dos maiores mercados automotivos do mundo e passou a atrair novos ciclos de investimento, com diversos fabricantes passando, inclusive, a desenvolver veículos específicos para o mercado brasileiro, reforçando o papel do País como polo relevante dentro da indústria global.

Foi também neste período que a Anfavea ampliou significativamente seu diálogo com universidades, institutos de pesquisa, entidades técnicas e especialistas independentes, aproximando a indústria automotiva de centros relevantes de formulação intelectual e tecnológica.

A gestão de Golfarb buscou fortalecer a capacidade técnica da entidade para enfrentar discussões cada vez mais complexas ligadas à competitividade, inovação, infraestrutura, tributação, energia e planejamento industrial de longo prazo.

Este movimento ajudou a ampliar o nível do debate e contribuiu para aproximar a indústria automotiva brasileira de temas estratégicos que passariam a ganhar importância crescente nos anos seguintes.

A atuação coordenada do setor, com a Anfavea exercendo seu papel de articulação, elevou o nível de integração da cadeia produtiva e consolidou o Brasil como uma base industrial mais completa.

A CRISE DE 2008

O ciclo de crescimento foi interrompido momentaneamente pela crise financeira internacional de 2008, que afetou a produção e as vendas no fim daquele ano.

Com a Anfavea sob a presidência de Jackson Schneider a capacidade de arti-

Ainda em 2000, GM inaugura sua nova unidade em Gravataí, RS



Divulgação/GM

culação do setor foi novamente colocada à prova. A resposta veio de forma rápida com a negociação feita com o governo e a decisão de reduzir o IPI sobre veículos, medida adotada ainda no contexto da administração de Luiz Inácio Lula da Silva, que novamente estimulou a demanda e permitiu recuperação já no início de 2009.

O episódio reforçou, mais uma vez, a importância do diálogo da indústria com o governo, uma das marcas históricas da atuação da Anfafea desde sua formação no final dos anos 50.

Mas a década também começava a revelar novos desafios. Além das questões econômicas e industriais cresciam as pressões relacionadas ao meio ambiente, eficiência energética e emissões. Sob a gestão de Schneider a entidade passou a administrar discussões cada vez mais complexas envolvendo regulamentações ambientais e o papel da indústria automotiva diante das transformações globais ligadas à sustentabilidade.

Ainda que essas discussões ganhassem força maior na década seguinte foi justamente no final dos anos 2000 que a questão ambiental começou a ocupar espaço na agenda estratégica do setor automotivo brasileiro e da própria Anfafea.

CRESCIMENTO COM NOVOS DESAFIOS

Ao fim da década a indústria automotiva brasileira vivia um momento de expansão, com mercado aquecido, produção elevada e relevância internacional, caminho exatamente oposto ao que estava acontecendo no mundo naquele momento.

Mas novos desafios começavam a se impor. Questões como carga tributária e custo Brasil voltaram a ganhar espaço e sinalizavam a necessidade de novas políticas industriais. A própria Anfafea passaria, nos anos seguintes, a atuar de forma ativa na construção dessa agenda.

Os anos 2000 consolidaram a indústria automotiva brasileira como um dos protagonistas do cenário global. Mais do que crescimento foi um período de afirmação institucional, industrial e estratégica.

E, mais uma vez, a atuação da Anfafea mostrou-se central, não apenas como representante das montadoras, mas com sua coordenação que, ao longo da história, construiu sua relevância por meio da articulação e da capacidade de adaptação aos diferentes ciclos econômicos. ■

O autor deste texto utilizou recursos de Inteligência Artificial para efetuar sua revisão gramatical.

Anfafea comemora 50 anos em 2006



Divulgação/Anfafea



Hoje movemos o país sobre quatro rodas graças a quem **acredita no potencial nacional** e impulsiona o desenvolvimento, **transformando a mobilidade com tecnologia e visão de futuro.**

A Honda parabeniza a **ANFAVEA** pelos seus 70 anos de inovação na indústria automotiva brasileira.



Setor automotivo em disrupção

Aproveitando a oportunidade que AutoData me deu, gostaria de fazer um paralelo entre o período em que fui presidente da Anfafea, de 2004 a 2007, e o atual cenário de disrupção na indústria automotiva. Quais eram os principais desafios naquela época? Aumentar o volume de vendas e acessar, de forma robusta e sustentável, o mercado de exportação, superando o obstáculo da falta de competitividade do nosso setor.

Após duas décadas, os temas continuam muito semelhantes, mas intensificados pela rapidíssima chegada da eletrificação e das inovações tecnológicas. Apesar de atingirmos quase 4 milhões de unidades em 2013, a indústria não repetiu esse nível nem sustentou trajetória consistente de crescimento de vendas.

No cenário atual, em que os consumidores demandam alta qualidade com tecnologias globais embarcadas, o caminho para o crescimento passa por adequar a carga tributária e as taxas de juros — ambas entre as mais altas do mundo —, alinhando-as aos níveis praticados pelos países que produzem, comercializam e exportam veículos de forma competitiva.



Rogelio Golfarb foi presidente da Anfafea de 2004 a 2007, quando ocupava a diretoria de assuntos corporativos da Ford para a América do Sul

Com relação ao futuro, possuímos uma das maiores reservas mundiais de terras raras e minerais críticos. Contamos com grandes empresas especializadas em mineração e refino, fabricantes de baterias convencionais e um robusto parque industrial automotivo — estrutura presente em poucos países.

Neste contexto, o grande desafio do momento é construir uma política industrial de Estado de longo prazo para a industrialização dos minerais e que possibilite ao Brasil acompanhar o ritmo acelerado da inovação tecnológica do setor. Com isto, o País poderá se posicionar como produtor de veículos de alta intensidade tecnológica e exportador global de soluções voltadas à eletrificação.

Temos uma vocação industrial centenária e já demonstramos, mais de uma vez, a resiliência e a capacidade inovadora do setor de transformação. Ainda assim, considero que o momento é decisivo para o futuro da indústria automotiva nacional. A alternativa não é continuarmos produzindo apenas o invólucro dos veículos sem a densidade tecnológica e a capacidade de inovação que nosso posicionamento singular em termos de riquezas minerais e industrial nos permite alcançar.

Vivemos um momento importante e urgente. Nossas jazidas minerais possuem relevância estratégica comparável à do programa do pré-sal, pois têm potencial geopolítico para posicionar o País como um polo de desenvolvimento e exportação de tecnologia de ponta.

Por isto, é fundamental estabelecer um marco regulatório adequado para o setor mineral, conectado à produção local de componentes de alta tecnologia, além de avançar na execução de planos consistentes de curto, médio e longo prazo. Se soubermos transformar nossas riquezas minerais em capacidade industrial e tecnológica, o Brasil deixará de ser apenas um fornecedor de matéria-prima para ocupar um espaço de protagonismo na nova cadeia global da mobilidade, da eletrificação e das tecnologias de alto valor agregado. ■



ANFAVEA. 70 ANOS.

O futuro se constrói em movimento.

A IVECO celebra a trajetória da ANFAVEA e sua contribuição para o desenvolvimento da indústria automotiva brasileira. Seguimos juntos na evolução de uma mobilidade mais sustentável, tecnológica e eficiente.



IVECO

Conhecer limites, integrar-se ao mundo

Retração e aprendizado: se crescimento não trazer vantagens estruturais de competitividade ganhos são limitados.

Por Márcio Stéfani

Se os anos 2000 representaram o auge e a afirmação da indústria automotiva brasileira no cenário global a década de 2010 revelou, com igual intensidade, seus limites e fragilidades de forma muito contundente. Foi um período de contrastes marcantes.

Iniciado sob o impacto de recordes históricos de produção e vendas rapidamente se transformou em um dos

momentos mais desafiadores da trajetória recente do setor. Em poucos anos a indústria saiu de um patamar próximo de 4 milhões de veículos produzidos para enfrentar uma das mais severas retrações de sua história. Mais do que uma crise conjuntural tratava-se de mais um ponto de severa inflexão.

Mais uma vez a trajetória do setor se entrelaça, então, com a atuação da Anfafea que, ao longo da década, sob as presidências de Cledorvino Belini, Luiz Moan Yabiku Júnior e Antonio Megale foi chamada a encontrar soluções e coordenar respostas para um setor pressionado simultaneamente por mudanças econômicas, industriais, tecnológicas e ambientais.

DO AUGE À RETRAÇÃO

O início da década foi marcado pelo otimismo. A combinação de crédito abundante, crescimento da renda e expansão do consumo sustentou um ciclo vigoroso de vendas e produção. Em 2013 o Brasil atingiu seu recorde histórico, com a venda de quase 3,8 milhões de veículos.

Naquele ano o País assumiu a posição de terceiro maior mercado mundial, mas o ciclo mostrou-se mais frágil do que parecia. A partir de 2014 a reversão foi rápida e profunda. A deterioração do ambiente econômico, a instabilidade política e o encarecimento do crédito provocaram a retração abrupta do mercado.

A produção caiu, a ociosidade industrial atingiu níveis elevados e toda a cadeia automotiva, das montadoras aos fabricantes de autopeças, foi obrigada a ajustar estru-



Divulgação/Caterpillar



Divulgação/CNH



2010 – 2013
Cledorvino Belini



2013 – 2016
Luiz Moan Yabiku Junior



2016 – 2019
Antonio Megale

turas e a redimensionar suas operações.

Mais do que uma queda de vendas o período expôs fragilidades estruturais que haviam sido encobertas pelo crescimento acelerado dos anos anteriores. Diante deste cenário a reação passou, novamente, pela articulação da Anfavea.

Coube à entidade intensificar o diálogo com o governo e com os diversos elos da cadeia produtiva em busca de medidas para preservar a base industrial construída ao longo de décadas.

Neste contexto iniciativas como o Inovar-Auto, na primeira metade da década, buscaram estimular investimentos e eficiência energética para equilibrar a crescente pressão das importações.

Ainda assim os desafios se mostraram mais amplos. A evolução tecnológica da indústria global, somada à necessidade de aumento de competitividade, passou a exigir uma agenda mais estruturada e de longo prazo. E foi neste ambiente que, já no fim da década, após longo período de negociação, surgiu o Rota 2030, com foco em eficiência energética, segurança e desenvolvimento tecnológico.

INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL

Foi também nesta década, e principalmente durante a gestão de Luiz Moan, que as relações institucionais da Anfavea passaram por um novo processo de fortalecimento e modernização. O Brasil ampliou sua inserção no ambiente automotivo internacional, com sua participação junto à OICA, entidade sediada na Europa que reúne as associações nacionais de fabricantes de veículos de todo o mundo.

Esta aproximação permitiu ao setor automotivo brasileiro acompanhar as transformações globais, ampliando sua participação em debates internacionais ligados a competitividade, políticas industriais, regulamentações técnicas, segurança veicular, emissões, sustentabilidade, conectividade e novas tecnologias.

Mais do que uma aproximação institucional este movimento representou um passo importante no processo de integração da indústria brasileira ao cenário automotivo global. O País passou a ter acesso às discussões estratégicas que começavam a redefinir os rumos da mobilidade mundial e atravessava profundas transformações tecnológicas.

As entidades representativas dos diferentes segmentos do setor automotivo – montadoras, fabricantes de autopeças, concessionários e associações ligadas à cadeia produtiva –, em paralelo, passaram a atuar de forma mais coordenada e integrada. Diante de desafios cada vez mais complexos consolidou-se a percepção de que muitos dos problemas estruturais da indústria exigiam posicionamentos con-



Fábrica da Hyundai em Piracicaba, SP – 2012

Divulgação/Hyundai



Fábrica da Toyota em Sorocaba, SP – 2012

Divulgação/Toyota

Fábrica da DAF Caminhões em Ponta Grossa, PR – 2013



Divulgação/DAF

Fábrica da BMW em Araquari, SC – 2014



Divulgação/BMW

juntos e maior alinhamento institucional.

Esta aproximação contribuiu para fortalecer o diálogo setorial e ampliar a capacidade de articulação do segmento diante de temas como competitividade, tributação, comércio exterior, infraestrutura, inovação tecnológica, eficiência energética e sustentabilidade.

TRANSFORMAÇÕES

Enquanto enfrentava suas próprias dificuldades a indústria automotiva global iniciava uma transformação profunda. A eletrificação, a conectividade e as novas exigências ambientais e tecnológicas passaram a redesenhar o futuro do setor, alterando padrões de investimento, desenvolvimento e competição.

Inserido no contexto o Brasil passou a conviver com um duplo desafio: recuperar sua competitividade interna e adaptar-se a uma nova lógica global cada vez mais exigente. A década de 2010, assim, marcou o momento em que a indústria brasileira deixou de enfrentar apenas ciclos eco-

nômicos e passou a lidar com mudanças estruturais de maior amplitude.

No fim da década a indústria automotiva brasileira já não era a mesma. Mais cautelosa, mais pressionada e inserida em um ambiente significativamente mais complexo, entrou nos anos seguintes diante da necessidade clara de se reinventar.

Os anos 2010 não foram, portanto, apenas uma fase de retração. Foram, sobretudo, um período de aprendizado e mostraram que o crescimento, quando não acompanhado de ganhos estruturais de competitividade, pode se revelar limitado.

O trabalho realizado pela Anfaeva neste período deixou evidente a importância da articulação institucional em momentos críticos. E, principalmente, indicou que o futuro da indústria dependeria de sua capacidade de adaptação a um cenário global em rápida transformação. ■

O autor deste texto utilizou recursos da Inteligência Artificial para efetuar sua revisão gramatical.

Fábrica da Nissan em Resende, RJ - 2014



Divulgação/Nissan

Fábrica da Honda em Itirapina, SP - 2019



Divulgação/Honda



ArcelorMittal

a gente faz o aço que faz o Brasil

Na ArcelorMittal, desenvolvemos soluções em aço mais seguras e sustentáveis para impulsionar a evolução da indústria automotiva. Somos Líder no setor, com tecnologias como o Usibor®, referência em alta resistência, e a barra chata mola XCarb®, uma inovação com pegada de carbono para baixa emissão, produzida com 100% de energia renovável e sucata metálica. Um aço que evolui com o mundo e constrói caminhos mais inovadores.

**Aço não é tudo igual.
Aço inovador é ArcelorMittal.
Feito no Brasil.**

Lições aprendidas ajudam a planejar melhor

Muito já se escreveu sobre os ciclos econômicos do Brasil, que historicamente alterna períodos de recessão, depressão, recuperação e prosperidade. Mas não posso deixar de voltar ao tema da contração e da expansão da economia ao olhar pelo retrovisor e fazer um balanço do período em que tive o privilégio de presidir a Anfavea, de 2010 a 2013.

Aqueles foram anos desafiadores para o Brasil e para o mundo devido ao esforço para superar o impacto da crise financeira de 2008 – uma recessão global desencadeada pelo colapso do mercado imobiliário nos Estados Unidos e pela falência de grandes instituições financeiras.

No Brasil apostamos em um movimento anticíclico, estimulando investimentos para manter o nível de atividade econômica. Articulamos medidas de apoio ao consumo que trouxeram resultados muito positivos e, também, trabalhamos para estruturar um programa que mudou efetivamente o padrão dos veículos nacionais.

Como resultado alcançamos recordes de produção. Foram 3 milhões 640 mil veículos produzidos em 2010 e 3,4 milhões nos dois anos seguintes. Isto representa, na prática, 1 milhão de veículos acima do volume produzido em 2025.

Por outro lado nosso esforço para constituir uma política setorial coerente



Cledorvino Belini foi presidente da Anfavea de 2010 a 2013 e também presidente da Fiat e da Fiat Chrysler na América Latina

e duradoura resultou na criação do programa Inovar-Auto em 2012. O programa trazia metas específicas ousadas de investimentos mínimos em P&D para inovação e investimentos em engenharia, TIB, de tecnologia industrial básica, e capacitação de fornecedores. Além disso estabelecia padrões elevados de eficiência energética e segurança veicular.

Este breve balanço tem por objetivo recordar lições aprendidas a fim de ajudar a projetar o futuro da indústria automotiva e da economia brasileira. O que vivemos naquele período reforça a necessidade de concentrarmos esforços no planejamento de médio e longo prazo, para buscar desenvolver o mercado conforme sua potencialidade e contribuir para um cenário econômico mais previsível e estável. Precisamos incentivar o debate e influenciar a esfera pública sobre a necessidade de maior equilíbrio macroeconômico e de um compromisso de todos os níveis de poder com um projeto de desenvolvimento nacional.

O Brasil tem muito a crescer. Analisando apenas o setor automotivo observamos que os mais de 200 milhões de brasileiros operam uma frota circulante de 50 milhões de veículos. Isso representa um veículo para cada quatro habitantes. Este é indicador de que há espaço para duplicar nossa frota, expandindo a produção com consequente aumento de emprego, renda e arrecadação.

O desafio é atenuar ou eliminar o comportamento cíclico da economia brasileira, para que o País cresça de modo estável, aproveitando as muitas janelas de oportunidade que a inovação pode abrir. Um dos caminhos é concentrar investimentos em infraestrutura – o crescimento exige energia, sistema viário de qualidade, portos, aeroportos, terminais etc. Tal investimento cria a base necessária para a economia se expandir e, além disso, é em si um vetor de desenvolvimento.

Aprendi, ao longo dos anos, que o Brasil é um país cuja economia é marcada por alta volatilidade mas, também, por comprovada resiliência e capacidade de recuperação. ■

URBANO
MULTIENERGIA



CONFIANÇA QUE
TE LEVA MAIS
**LON
GE**

Com tecnologia, eficiência e sustentabilidade, a Marcopolo entrega mais que um ônibus, ela entrega transporte inteligente.

Seja para o rodoviário ou urbano, desenvolvemos soluções completas para levar seu negócio e sua cidade ainda mais longe.



RODOVIÁRIO

Conheça mais em:



Imagem meramente ilustrativa. Consulte o representante da sua região para saber mais sobre os modelos e suas configurações. Desacelere. Seu bem maior é a vida.

 **Marcopolo**

onibus.marcopolo.com.br
@onibusmarcopolo



A década da pressão permanente

Grande desafio: enfrentar cenário global dinâmico e disputado a bordo de legado de 70 anos de experiência acumulada.

Por Márcio Stéfani

Se nas décadas anteriores a Anfaeva ajudou a construir, a proteger e a expandir a indústria automotiva brasileira o ciclo iniciado em 2020 passou a exigir da entidade algo mais complexo: administrar, simultaneamente, a transição e um reposicionamento estratégico.

Foram anos vividos sob três presidentes, Luiz Carlos Moraes, Márcio de Lima Leite e, agora, como primeiro presidente executivo da entidade, Igor Calvet, período

no qual a indústria passou a operar sob pressão praticamente contínua.

QUARENTENA

O ciclo se iniciou sob o impacto de um evento inesperado e de proporções globais: a pandemia do covid-19. A paralisação de fábricas, a ruptura das cadeias internacionais de suprimentos, a escassez de componentes, em especial semicondutores, e a volatilidade da demanda criaram

um ambiente de instabilidade raramente visto na história recente do setor.

Mais do que crise sanitária tratou-se de choque sistêmico que expôs a dependência global da indústria e alterou profundamente sua dinâmica operacional. Superada a fase mais aguda o setor passou a conviver com um problema menos visível, porém igualmente relevante: a dificuldade de retomar níveis consistentes de produção e vendas.

Nos últimos anos o Brasil manteve uma das mais completas bases industriais automotivas do mundo, construída ao longo de décadas, mas passou a operar com significativa ociosidade. Esse descompasso reacendeu debates antigos – e nunca totalmente encerrados – sobre competitividade, custo Brasil, inserção internacional e a necessidade de ampliar as exportações como forma de equilibrar a equação produtiva.

Em paralelo a indústria ingressou em um dos momentos de transformação tecnológica mais intensos de sua trajetória. Eletrificação, conectividade, digitalização e novas exigências ambientais deixaram de ser tendências e passaram a determinar decisões de investimento e de desenvolvimento de produtos.

Neste contexto a atuação da Anfavea passou a defender uma transição compatível com as características brasileiras, valorizando rotas tecnológicas como bio-combustíveis, híbridos flex e uma visão mais abrangente da descarbonização.



2019 – 2022
Luiz Carlos Moraes



2022 – 2025
Márcio de Lima Leite

É neste ambiente que se consolidou o Mover, programa de mobilidade verde e inovação. Mais do que um instrumento regulatório o Mover representou tentativa de alinhar política industrial, sustentabilidade e desenvolvimento tecnológico em um momento de dúvidas.

A partir de sua implementação o setor automotivo brasileiro ingressou naquele que é, comprovadamente, o maior ciclo de investimentos da história recente da indústria no País, com anúncios bilionários das montadoras destinados à modernização de fábricas, desenvolvimento de novos produtos, nacionalização de tecnologias e adaptação às novas rotas de descarbonização.

CONCORRÊNCIA ACIRRADA

Na sequência, já em meio ao processo de reorganização da indústria, um novo fator de pressão emergiu com força: a chegada acelerada de produtos e fabricantes com origem na China ao mercado brasileiro.

Na pandemia de Covid-19, indústria automotiva mobilizou suas estruturas para atender as necessidades da sociedade. Stellantis reparou respiradores dos hospitais

Após 48 anos, histórica sede da Anfavea deixa Avenida Anápolis, em São Paulo



Divulgação/Anfavea



Divulgação/Stellantis



Divulgação/CAOA

Novos investimentos na produção nacional: CAOA Changan, R\$ 5 bilhões em Anápolis, GO

A expansão destas empresas, especialmente no segmento de veículos eletrificados, introduziu um novo patamar de competição, mais tecnológico e com dinâmicas comerciais distintas. Para a indústria instalada no País o movimento impôs a necessidade de respostas rápidas, ao mesmo tempo em que reforçou a importância de políticas que estimulassem a produção local, garantindo condições equilibradas de concorrência.

A TRANSFORMAÇÃO DA PRÓPRIA ANFAVEA

Em paralelo às mudanças do setor a própria Anfevea atravessou processo de transformação institucional. A entidade deixou sua histórica sede na Avenida Indianópolis, em São Paulo, e se instalou em um moderno edifício empresarial na região da Avenida Luiz Carlos Berrini com a Avenida dos Bandeirantes, também na Capital, numa mudança simbólica de um novo momento.

Mais relevante ainda foi a decisão de profissionalizar sua gestão. Com a chegada de Igor Calvet a Anfevea passou a ter, pela primeira vez em sua história, um presidente profissional, refletindo a crescente complexidade do ambiente institucional e a necessidade de uma atuação ainda mais estruturada junto ao governo, ao Congresso e aos diversos agentes da cadeia produtiva.

Assim, de 2020 a 2026, a indústria automobilística brasileira atravessou um dos pe-

ríodos mais desafiadores de sua história recente. Não se tratou apenas de superar crises conjunturais mas de se repositionar diante de uma transformação sem precedentes, uma nova ordem tecnológica, ambiental e competitiva.

Paradoxalmente é justamente neste ambiente de transformações e incertezas que o Brasil alcançará, em 2026, a marca histórica de 100 milhões de veículos produzidos, consolidando-se como um dos principais polos automotivos do mundo e evidenciando a força de uma base industrial construída ao longo de sete décadas.

O FUTURO EM ABERTO

Ao que tudo indica, este processo está longe de se encerrar. A combinação de transformação tecnológica acelerada, rearranjos geopolíticos, pressão competitiva internacional e a necessidade de consolidar os investimentos produtivos no País indica que os próximos anos exigirão ainda mais da indústria e, porque não dizer, da própria Anfevea.

O desafio deixará de ser apenas resistir às crises e passará a ser ainda maior: transformar o legado construído em vantagem competitiva para enfrentar um cenário global cada vez mais dinâmico, em evolução e disputado. ■

O autor deste texto utilizou recursos da Inteligência Artificial para efetuar sua revisão gramatical.

Polo Automotivo de Porto Real passou por transformações e passará a produzir outras marcas da Stellantis



Divulgação/Stellantis

Gerdau NewEco

O aço com baixa pegada de carbono que prepara o seu negócio para o futuro




Avance na sua jornada de descarbonização com a nova linha de produtos de aço da Gerdau.

Saiba mais em:
mais.gerdau.com.br



PRODUZIDO COM
SUCATA FERROSA E
ENERGIA RENOVÁVEL

Descubra tudo sobre a linha de produtos de aço Gerdau NewEco

-  **Matéria-prima reciclada**
Produtos sustentáveis fabricados à base de sucata ferrosa
-  **100% de energia renovável**
A produção é garantida por energia elétrica de fontes renováveis
-  **Transparência**
Metodologia alinhada às melhores práticas do setor e dados auditados por terceira parte

AÇO PARA OS SEGMENTOS

-  **CONSTRUÇÃO CIVIL**
-  **INDÚSTRIA**
-  **AUTOMOTIVO**

**GERDAU
NEWECO**™

 **GERDAU**
O futuro se molda

Transformação, diálogo e futuro

Durante quase 70 anos, a Anfavea foi conduzida por presidentes representantes das fabricantes associadas. Coube a mim a honra e a responsabilidade de ser o último presidente eleito dentro desse modelo de governança.

O setor automotivo mundial atravessava — e continua atravessando — uma transformação profunda. Eletrificação, biocombustíveis, digitalização, mudanças regulatórias, avanço das importações e protagonismo da China alteraram rapidamente o ambiente competitivo global.

Assumi a presidência em um dos momentos mais delicados da história recente. O mundo ainda sofria os impactos da pandemia, a escassez de semicondutores interrompia linhas de produção e os conflitos internacionais agravavam a instabilidade logística e econômica.

Internamente, era hora de modernizar a entidade, fortalecer sua presença institucional em Brasília e aproximar ainda mais a Anfavea das fábricas e das decisões



Márcio de Lima Leite foi presidente da Anfavea no período de 2022 a 2025. É membro do Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social Sustentável do Governo Federal, vice-presidente da FIESP, membro do Conselho Estratégico da FIEMG e presidente da Câmara Automotiva da FIEMG. Também ocupa o cargo de vice-presidente sênior da Stellantis

estratégicas do País. A tradicional sede em São Paulo também já não representava as necessidades de uma indústria em transformação e, por isso, conduzimos a mudança para novas sedes em São Paulo e Brasília.

Também avançamos na aproximação institucional com a indústria de autopeças e a rede de concessionárias, no mesmo momento em que, paralelamente, o Brasil enfrentava crescimento expressivo das importações de veículos eletrificados favorecidos pela alíquota zero. A Anfavea atuou de forma decisiva na recomposição gradual dessas tarifas, buscando condições mais equilibradas para a indústria instalada no País e para a preservação dos investimentos locais.

Nesse período nasceu o Programa Mover, Mobilidade Verde e Inovação, marco importante para estimular pesquisa, desenvolvimento, produção local e descarbonização. Também avançou o programa Combustível do Futuro, reforçando o protagonismo brasileiro na mobilidade sustentável e valorizando os biocombustíveis.

Outro desafio era renovar a frota nacional, envelhecida após a pandemia. A Anfavea trabalhou intensamente na construção do programa do carro verde, voltado aos veículos de entrada, cuja resposta do mercado foi imediata.

Esse ambiente de previsibilidade e confiança ajudou a impulsionar o maior ciclo de investimentos da história recente do setor, com mais de US\$ 30 bilhões anunciados pelas fabricantes. Também viabilizamos o retorno do Salão do Automóvel e fortalecemos eventos nacionais e internacionais importantes.

Ao final da minha gestão, permaneceu a convicção de que a força da Anfavea sempre esteve na capacidade de dialogar com transparência, responsabilidade e ética com trabalhadores, governo, fornecedores, concessionários e toda a sociedade.

Mais do que representar uma indústria, a Anfavea continua representando um compromisso permanente com o desenvolvimento do Brasil. ■

Há 50 anos, movimentamos o Brasil.

Ao longo de cinco décadas, o Grupo SADA acompanha de perto a evolução da indústria automotiva brasileira, conectando montadoras, mercados, pessoas e oportunidades por meio de soluções integradas em transporte e logística.

Parabenizamos a **ANFAVEA** pelos seus **70 anos de história** e celebramos, junto ao setor automotivo, **o marco de 100 milhões de veículos produzidos no Brasil**, reconhecendo a força de uma cadeia que transforma o país diariamente e da qual temos orgulho de fazer parte.

Seguimos avançando com inovação, eficiência e compromisso para impulsionar o presente e construir, ao lado do setor automotivo, os caminhos do futuro.

GRUPO
SADA

50
ANOS

A gente se move
para liderar o futuro.



gruposada.com.br



Herdeiros de Xiaoping chegam para mudar o mercado no Brasil

Quem chegou, quem vem e o que muda para o consumidor brasileiro nesta nova era da indústria automotiva

Por Lúcia Camargo Nunes



Fotos: Lúcia Camargo Nunes

A indústria automotiva chinesa deixou de disputar apenas com preço menor e passou a incluir em seus produtos o supracumulado da corrida tecnológica e de experiências dentro de um veículo. O Auto China 2026 traduziu muito bem essa mudança de patamar.

Em termos históricos o mercado automotivo brasileiro passou por quatro eras

distintas. As Big Four, Ford, General Motors, Volkswagen e Fiat, criaram a base produtiva dos anos 1960 a 1980. Toyota, Honda e Nissan trouxeram eficiência e confiança nos anos 1990. Hyundai e Kia inovaram no design nos anos 2000. O momento atual é de ruptura tecnológica liderada por marcas chinesas que democratizam o luxo eletrificado.

Os números sustentam a percepção: em 2025 a China exportou 8,3 milhões de veículos, crescimento de 30% sobre 2024 e volume mais que o dobro dos 4 milhões embarcados pelo Japão, segundo colocado no ranking global – posto que o Japão ocupou por décadas antes de perder para os chineses há dois anos.

Para o mercado brasileiro o impacto vai muito além da importação de veículos. Trata-se de um redesenho da cadeia de consumo e produção. A qualidade e a automação chinesas chegaram a um nível que obriga as fabricantes tradicionais a escolher pela parceria estratégica ou pela perda de relevância. A avaliação é de Ricardo Roa, consultor especializado e líder do setor automotivo da KPMG, que retornou de sua mais recente imersão no país asiático.

Para Roa o que se vê nas ruas de Pequim e Xangai, hoje, é o que vai ditar o comportamento do motorista brasileiro amanhã, num ambiente em que o software e o conforto disputam o protagonismo com a mecânica.

FÁBRICAS SEM PRECEDENTES

Percorrer os corredores da Auto China 2026 e visitar estandes como o da Xiaomi confirmou para Roa o que os dados já sinalizavam: a manufatura chinesa mudou de nível.

O consultor, que visitou as instalações da Xiaomi em Pequim, descreve o que encontrou: "Eu nunca tinha visto uma fábrica



D19 é o maior e mais tecnológico Leapmotor já produzido

daquela forma, totalmente automatizada. É um padrão em que a fábrica inteira é branca, dá uma visão mesmo daquele negócio tecnológico de futuro. Os robôs são brancos, todo o piso é branco, poucos funcionários".

O resultado dessa linha de produção vai além de um mero meio de transporte pois é um dispositivo conectado. A Xiaomi, que migrou dos smartphones para os carros, é o exemplo mais concreto da transição, com veículos que se integram ao ambiente doméstico do usuário.

No segmento de luxo a distância com relação aos ícones europeus já não é tão nítida. Durante visita à Nio, empresa dedicada ao topo da pirâmide executiva, Roa destacou o refinamento da experiência de bordo. A grande novidade foi o software de suspensão, que mantém o carro estável mesmo sobre terreno irregular.

"A experiência do carro deles é um padrão no estilo Rolls Royce chinês, futurista. O software de suspensão permite que o carro passe em buraco e continue estável. Você pode tomar vinho ali dentro sem derramar."

Esse foco no que Roa chama de experiência 5D, que vai do aroma da cabine a softwares de massagem de série, indica que a China entendeu que o valor agregado deixou de estar no motor e migrou para o bem-estar de quem ocupa o veículo, especialmente no banco traseiro.

As fabricantes chinesas e seus parceiros locais devem investir US\$ 7,4 bilhões no Brasil até o fim da década, um terço do total de US\$ 22 bilhões que todas as montadoras instaladas no País estão aplicando no mesmo período.



Lepas L6

MUDANÇA DE PERCEPÇÃO

No Brasil a presença da indústria chinesa já superou a fase da desconfiança. Se de 2022 a 2024 a consolidação de BYD, GWM e Caoa Chery representou a primeira safra o biênio 2025-2026 indica a chegada de uma segunda, com foco em prestígio.

Zeekr, Avatr, Denza e Wey querem redefinir o conceito de luxo, desafiando o quarteto alemão Audi, BMW, Mercedes-Benz e Porsche com tecnologia e preços que os europeus ainda costumam acompanhar.

Enquanto isso BYD, GWM e Caoa Chery já se tornaram líderes em segmentos específicos. Em 2025 as marcas chinesas emplacaram 187,3 mil veículos no Brasil, crescimento de 55,6% sobre 2024, respondendo por 7,3% do total de 2 milhões 550 mil veículos leves vendidos no País.

PLANOS DISTINTOS

A BYD utilizou o palco de Pequim 2026 para apresentar o Qin Max e o Seal 08, modelos que devem chegar ao Brasil com baterias Blade de maior densidade e eficiência. A fábrica de Camaçari, BA, construída do zero nas antigas instalações da Ford com investimento de US\$ 1,1 bilhão, é o maior complexo industrial da BYD fora da China e deve chegar a 300 mil unidades por ano até 2030.

No segmento de luxo a BYD opera pelo braço Denza, originalmente uma

joint venture com a Mercedes-Benz. Já estão à venda no Brasil o SUV D5 híbrido de 677 cv por R\$ 436 mil, e a shooting brake esportiva Z9 GT, com quase 1 mil cv, por R\$ 650 mil.

A GWM confirmou doze novidades para 2026, como o recém-lançado Tank 300 PHEV com tecnologia flex, desenvolvida na China para a matriz energética brasileira, e o Ora 5, SUV médio 100% elétrico.

A marca também deve importar o Tank 700 Hi4-Z PHEV, utilitário que mira os jipes de luxo tradicionais, e o Haval H7, com 4m78 e sistema híbrido plug-in de 394 cv, ocupando o espaço que vai dos modelos H6 ao H9. Já o H4, SUV mais compacto, com 4m47 metros, disputa o segmento dos Creta e HR-V com sistema híbrido convencional de 243 cv e desempenho acima de 20 km/L em ciclo urbano, preço esperado abaixo de R\$ 200 mil e chegada prevista para o segundo semestre.

O programa de investimentos da GWM soma R\$ 10 bilhões de 2022 a 2032. A planta de Iracemápolis, SP, comprada da Mercedes-Benz, tem capacidade atual em torno de 50 mil unidades por ano, insuficiente para as suas metas. A saída está numa segunda fábrica em negociação no Espírito Santo, com previsão de operação até 2029, capacidade de 200 mil unidades por ano e investimento de US\$ 2,8 bilhões.

No segmento aspiracional a GWM opera pela divisão Wey. O Wey 07, único modelo da marca no Brasil, é um SUV híbrido plug-in de seis lugares com motor 1.5 turbo e dois motores elétricos, totalizando 517 cv, aceleração de 0 a 100 km/h em 4,9 segundos e bancos de massagem em todas as fileiras, por R\$ 429 mil.

A Geely retorna ao Brasil com postura muito mais robusta do que em sua primeira passagem. Em novembro de 2025 adquiriu 26,4% da Renault do Brasil, garantindo acesso imediato a mais de 270 pontos de venda da rede francesa e à produção de eletrificados em São José dos Pinhais, PR, com investimento conjunto de R\$ 3,8 bilhões.

A Geely acaba de lançar o EX5 EM-i, híbrido plug-in de alta eficiência e que será



Tank 700

produzido no Brasil no início de 2027, e já vende desde o fim de 2025 o EX2, hatch elétrico compacto que concorre com o BYD Dolphin Mini a partir de R\$ 120 mil, e o EX5 SUV médio elétrico, que parte de R\$ 205,8 mil. A Geely utiliza a plataforma GEA, compartilhada com projetos de baixas emissões da Renault, com meta de 50 mil unidades por ano até 2030.

JAC: DO PIONEIRISMO À MUDANÇA DE ROTA

A trajetória da JAC Motors no Brasil, marca que em 2011 abriu as portas para a nova era dos carros chineses aqui, atravessa em 2026 uma de suas transformações mais drásticas.

Este deslocamento é visível na joint venture com a Volkswagen em Anhui, China, onde a JAC assumiu a manufatura enquanto o comando tecnológico e os planos de produto permanecem com a VW. O mesmo ocorre na parceria com a Huawei para a criação da Maextro, marca de alto luxo em que a visibilidade fica com a gigante da tecnologia e a JAC entra com engenharia e escala industrial.

No Brasil os números de 2026 refletem um posicionamento modesto, ao contrário do início da década passada, quando campanhas de marketing e declarações de seu importador apontavam em outra direção.

No acumulado do ano a JAC registrou a venda de apenas 85 veículos elétricos

– sendo 74 automóveis e comerciais leves e onze veículos comerciais pesados. A rede de concessionárias encolheu e a exposição na mídia caiu com relação aos novos nomes que inundam o mercado.

No Brasil a intenção é de uma operação focada em nichos específicos, como o de veículos comerciais elétricos.

A REINVENÇÃO DA CHERY

A história da Chery no Brasil também é marcada por transformação profunda. A empresa evoluiu de importadora de modelos populares para fabricante consolidada sob a parceria com o Grupo Caoa. A união permitiu estabilizar a percepção de qualidade e liderar o segmento de SUVs médios e compactos. Hoje a fabricante de Anápolis, GO, é referência para as novas marcas que chegam ao País.

Em Pequim o grupo teve o lançamento do Tiggo 9 PHEV, o sedã Arrizo 8 Hybrid e o Omoda 4, focado na integração de inteligência artificial para entretenimento e assistência ao condutor, alinhado à tendência global de veículos definidos por software.

Além da Changan e da Avatr, marcas que o Grupo Caoa já opera no País, são esperados o retorno da iCar e a chegada da Exeed e da Lepas, cada uma direcionada a nichos específicos. Para manter relevância a estratégia do grupo aposta na manutenção de uma rede de serviços

NIO 08





MG 4

robusta e na atualização contínua de sistemas conectados.

A AFIRMAÇÃO DAS NOVATAS

A GAC chamou a atenção no Salão de Pequim com o Hyptec HT 2027, SUV elétrico de portas asas de gaivota com autonomia que desafia os limites atuais da eletrificação.

A ofensiva de produtos no Brasil já está em andamento: sedã e SUVs híbridos e elétricos com preços competitivos. A GAC formalizou associação com a HPE para produção em Catalão, GO, a partir de 2027, com investimento de US\$ 1,3 bilhão, meta de 50 mil unidades por ano até 2030 e rede de 120 concessionárias.

Também do Grupo Chery a Jetour ocupa o segmento de SUVs para viagens e aventura com seis lançamentos previstos para 2026. Em destaque os modelos T1 e T2 híbridos plug-in de visual quadrado, que oferecem a estética dos jipes de luxo por cerca de metade do preço, com garantia de sete anos e rede de cem concessionárias prometida para o ano.

A MG Motor, marca britânica sob controle da SAIC, iniciou operações oficiais no Brasil no fim de 2025 com três elétricos: o hatch MG4, o SUV MG S5 e o conversível Cyberster, com planos de montagem nacional já em 2026.

Para Roa, mais do que comercializar veículos a meta destas marcas é a nacio-

nalização de cadeias produtivas inteiras: "A chegada de autopartistas sistêmicas tanto para a produção quanto para a reposição será uma realidade. Em até três anos veremos o aumento deste mercado [de autopeças] para cá". Elas chegam para montar cadeias industriais no Brasil trazendo fornecedores de autopeças e sistemistas chineses que devem se fixar aqui para garantir o aftermarket.

TEM MAIS POR AÍ

A chegada de novos players em 2026 é o que Roa chama de "guerra da pizza", metáfora para a disputa por um mercado que não cresce na mesma velocidade que a oferta de novos fabricantes: "É como ter uma pizza em casa e mais pessoas chegam para comê-la. Você vai ter que cortá-la em tamanhos menores. Eu acho que esta é a tendência. O share agora vai começar a diminuir, com a vinda de brands com qualidade".

Dentre os que preparam o bote no mercado nacional destacam-se BAIC, Beijing Auto, Lynk & Co e Dongfeng.

A BAIC, uma das dez maiores fabricantes da China, já estuda o mercado brasileiro para escoar uma parte da sua enorme capacidade produtiva. Planeja ter vinte concessionárias no primeiro ano, com portfólio focado em eletrificados: o elétrico compacto Arcfox T1, com até 400 quilômetros de autonomia, preço estimado em torno de R\$ 100 mil, o híbrido off-road BJ30, com motor de 409 cv, e o SUV médio urbano X55. A marca também considera produção local no futuro, seja por montagem CKD ou fabricação completa.

A Dongfeng, que para o Brasil adotou o nome DFM, parte de uma primeira fase de importações e caminha para a produção nacional com uma marca única para todos os seus veículos. Os modelos de lançamento serão dois elétricos: o compacto Box, com vocação para a mobilidade urbana com câmara 360° e central multimídia, e o SUV Vigo, familiar, com até 480 quilômetros de autonomia.

A Avatr, aliança da Changan com a



**Produzir soluções em
alumínio que
transformam vidas.
Esse é o nosso propósito.**

Com práticas sustentáveis, da mineração à produção, parcerias que envolvem toda a cadeia de valor e iniciativas que incentivam a circularidade, levamos ao mercado um alumínio de baixo carbono, gerando impacto positivo para o meio ambiente e a sociedade.



Acesse o
nosso site
e saiba
mais!

metalex

alux

cba

Huawei e a CATL, chega pelas mãos do Grupo Caoa. O SUV cupê elétrico Avatr 11, carro-chefe da marca, oferece motor de 585 cv e autonomia declarada de 710 quilômetros, com direção autônoma e conectividade de ponta. Ainda sem preço oficial divulgado, estimado em torno de R\$ 600 mil, está em pré-venda para chegada nos próximos meses.

A Lynk & Co, marca global nascida da parceria da Geely com a Volvo, chega este ano com o SUV híbrido 08 e o totalmente elétrico Z20, mirando o consumidor que valoriza design refinado e alta tecnologia. A marca adotará compartilhamento de infraestrutura de pós-venda com a Zeekr.

A IM Motors, divisão de luxo do grupo SAIC, é trazida pela MG para o segundo semestre, para competir com Denza, Zeekr e fabricantes europeias tradicionais. Os modelos da IM compartilharão a rede de concessionárias da MG, que projeta expandir de 25 para setenta pontos de venda até o fim do ano.

O modelo de estreia é o SUV cupê IM LS6, de 4m91 e entre-eixos de 2m95, com arquitetura de 800 volts para recargas ultrarrápidas, motorização topo de linha com 750 cv e aceleração de 0 a 100 km/h em 3,5 segundos. As telas digitais internas superam 40 polegadas. A apresentação oficial deve ocorrer no fim de agosto, durante o Festival Interlagos Carros 2026.



NOVAS BATERIAS E O CARREGAMENTO RÁPIDO

A tecnologia de propulsão apresentada no Salão de Pequim 2026 respondeu a uma das principais objeções ao elétrico no Brasil: a autonomia. As novas baterias de estado sólido e os sistemas de carregamento ultrarrápido foram grandes atrações do evento.

"Estas facilidades de ter um fast charger será o pulo do gato nos próximos anos", projeta Roa. Enquanto isso, a tecnologia Reev – veículo elétrico com extensor de autonomia a combustão – já está disponível no Brasil pela Leapmotor no modelo C10, oferecendo resposta à vasta geografia brasileira sem depender de infraestrutura de recarga.

A marca opera em parceria com o Grupo Stellantis, que detém 21% da Leapmotor e distribui seus carros fora da China pela Leapmotor International. No Brasil comercializa o C10 Reev e 100% elétrico e o SUV compacto B10 elétrico. A montagem nacional em Goiana, PE, está prevista para 2027, com capacidade de até 50 mil unidades por ano dentro do ciclo de R\$ 30 bilhões que a Stellantis aplica no Brasil de 2025 a 2030.

VW, FIAT, GM E TOYOTA: ADAPTAÇÃO ACELERADA.

O cenário para as montadoras tradicionais é de adaptação acelerada. Roa aponta que o caminho para estas gigantes será a formação de parcerias tecnológicas com os próprios chineses, como já ocorre na Europa: "É aquele do melhor unir para crescer", observa. A verticalização produtiva – marcas como a Leapmotor produzem internamente 65% dos componentes do carro – dá uma vantagem em custos que o modelo de terceirização ocidental não consegue acompanhar.

No Brasil de 2026 esta eficiência se traduz em preços agressivos que forcem a readequação nas tabelas e nas margens de lucro das marcas estabelecidas. A tese do "automóvel de software" saiu das projeções futuristas para ocupar o centro das linhas de montagem atuais, e desembarca nos portos nacionais com interfaces de inteligência artificial gene-



rativa e condução autônoma de nível 2.5 como itens de série.

Com a mudança tributária prevista para 2027 a produção local tende a ser a única forma de garantir relevância a longo prazo. O calendário tarifário confirma a urgência: o imposto de importação para elétricos e híbridos montados ou semimontados, SKD, volta aos 35% a partir de julho, e kits totalmente desmontados, CKD, têm alta programada para o mesmo patamar em janeiro de 2027.

A corrida para antecipar importações colocou o Brasil como quinto maior comprador de veículos da China em 2025, com 322,1 mil unidades importadas, bem acima das 187,3 mil emplacadas no período-, atrás de México, Rússia, Emirados Árabes e Reino Unido.

O México oferece um contraponto que merece atenção. Com tarifa de 50% sobre carros chineses o país registrou 306,6 mil veículos da China vendidos em 2025, ou 20% de um mercado de 1,5 milhão de unidades por ano.

O protecionismo desacelerou as importações mas os chineses seguem presentes. A fórmula mexicana seria mais destrutiva para nós: enquanto o país opera um modelo exportador com cadeia de fornecedores enxuta o Brasil construiu décadas de cadeia produtiva local, estrutura que uma abertura colocaria em risco.

INVESTIMENTOS CHINESES NO BRASIL

O histórico das marcas chinesas no Brasil tem mais tropeços do que se costuma lembrar. Lifan, Effa, Chana, Haima e a própria Geely, em sua fase inicial, saíram do mercado deixando clientes sem peças de reposição e veículos desvalorizados. A saída mais recente de Neta e Seres, marcas de passagem fugaz, é o exemplo de que o mercado brasileiro exige fôlego financeiro e rede de concessionárias sólida.

Roa pondera: "As chinesas que terão relevância no Brasil são as que já estão se estruturando de uma forma relevante para produzir, ficar e crescer dentro disso".

A escala dos comprometimentos já anunciados deixa claro que elas vieram para ficar. As fabricantes chinesas e seus parceiros locais devem investir US\$ 7,4 bilhões no Brasil até o fim da década, um terço do total de US\$ 22 bilhões que todas as montadoras instaladas no País estão aplicando no mesmo período. O resultado projetado é uma capacidade instalada superior a 1 milhão de veículos por ano, em dez linhas de produção de nove marcas.

Roa avalia que o automóvel deixou de ser definido por cavalos de potência ou torque para se tornar uma plataforma de serviços e conveniência. O "sentimento patriótico" que move o consumo interno na China, onde os estandes das marcas locais estavam visivelmente mais cheios do que os de gigantes europeus e estadunidenses, começa a encontrar eco no Exterior pela percepção de valor.

As fabricantes tradicionais que não conseguem internalizar a agilidade do software e a sofisticação da experiência na cabine correm o risco de se tornar fabricantes de hardware para sistemas operacionais alheios.

A pizza, diz Roa, terá pedaços cada vez menores. Mas quem ganha é o consumidor, que agora tem à disposição o que há de mais moderno na mobilidade global – a preços cada vez mais competitivos. O Salão de Pequim de 2026 mostrou que a régua do mercado subiu e que a indústria tradicional terá que correr para acompanhar o novo ritmo. ■

Resfri Ar é tri

Fabricante de climatizadores conquista certificação global de qualidade pelo terceiro ano consecutivo, concedido pelo Grupo Paccar, dono da DAF

A busca por eficiência, confiabilidade e desempenho na indústria automotiva passa, inevitavelmente, por quem está nos bastidores da operação: os fornecedores. É nesse cenário altamente competitivo que a Resfri Ar reafirma sua relevância global ao conquistar, pela terceira vez consecutiva, a certificação 10PPM concedida pelo Grupo PACCAR, um dos mais rigorosos reconhecimentos de qualidade da cadeia automotiva mundial.

Mais do que um selo, o 10PPM representa um nível de excelência difícil de alcançar. O critério é direto e implacável: menos de 10 falhas para cada um milhão de peças entregues. Na prática, isso significa operar com precisão absoluta em processos industriais, logística e controle de qualidade. Para uma empresa brasileira, com forte presença no segmento de climatização automotiva, repetir esse feito por três anos seguidos não é apenas um marco — é uma afirmação consistente de competência técnica e maturidade operacional.

A premiação, realizada em Ponta Grossa (PR), reuniu fornecedores estratégicos da PACCAR em nível global. Representando a Resfri Ar, o CEO Thiago Castilhos destacou o peso desse reconhecimento dentro da trajetória da empresa. Segundo ele, trata-se de um reflexo direto de uma cultura organiza-





2025 Quality Achievement

We are pleased to inform you that RESFRIAR CLIMATIZADORES; VACARIA, BRAZIL, has met PACCAR's expectation that supplier parts and components achieve 10 PPM or better quality. Since customer satisfaction is the final measure of quality, warranty has also been considered to determine award recipients.

Throughout the world, DAF, Kenworth and Peterbilt trucks have earned a reputation for unsurpassed quality. Much of the credit for this success goes to PACCAR suppliers like RESFRIAR CLIMATIZADORES who meet or exceed PACCAR's quality expectations.

Your company will be added to the list of 2025 "10 PPM" suppliers shown on our Internet site (www.paccar.com) and displayed in our PACCAR facilities.

We appreciate the quality products and services you provide to PACCAR. We look forward to our ongoing relationship as we continue to deliver the highest quality products to our customers.



Brennan Gourdic
Brennan Gourdic
Vice President Global Purchasing
PACCAR Inc

Stephan Olsen
Stephan Olsen
Vice President Global Quality
PACCAR Inc

cional baseada em melhoria contínua, inovação e disciplina industrial. Em um setor onde cada detalhe impacta diretamente o desempenho do produto final, manter padrões elevados de qualidade deixa de ser diferencial e passa a ser pré-requisito.

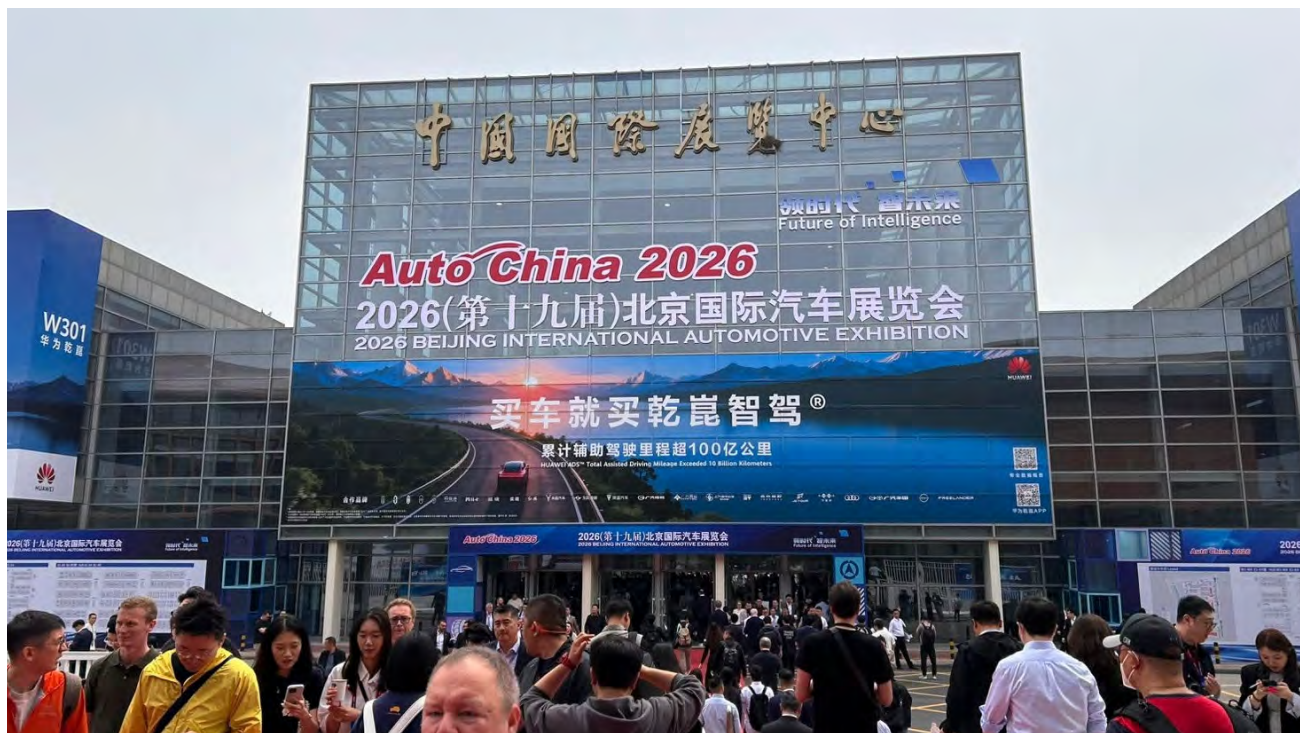
A relação com o Grupo PACCAR — que reúne marcas como DAF, Kenworth e Peterbilt — reforça ainda mais a importância dessa conquista. Não se trata apenas de fornecer componentes, mas de integrar uma cadeia global onde confiabilidade e consistência são determinantes. A certificação 10PPM avalia não só o produto em si, mas também o suporte pós-venda, a gestão de garantias e a evolução dos processos produtivos ao longo do tempo. Ou seja, é um reconhecimento que envolve toda a estrutura da empresa.

Com quase três décadas de atuação, a Resfri Ar construiu uma posição sólida no mercado nacional e expandiu sua presença para diferentes continentes. Seus climatizadores para caminhões seguem como carro-chefe, atendendo uma demanda crescente por conforto térmico e eficiência energética no transporte rodoviário. Ao lado deles, soluções

como o sistema de ar-condicionado RT 8000 e as geladeiras automotivas ampliam o portfólio com foco em tecnologia aplicada ao dia a dia do motorista profissional.

A nova certificação reforça não apenas a competitividade da marca, mas também seu papel estratégico dentro da indústria automotiva global. Em um ambiente onde a margem para erro é mínima, consistência é tudo — e a Resfri Ar mostra, mais uma vez, que sabe exatamente como entregar isso.

Da China para o mundo



Fotos: André Barros e Leandro Alves

Chineses capturam as atenções da indústria automotiva global em grandioso salão na Capital Pequim

Por André Barros e Leandro Alves, de Pequim, China

Há pouco menos de uma década a indústria automotiva nacional prestava muita atenção nos salões europeus, de Frankfurt e Paris, e estadunidenses, Detroit especificamente. As tendências estavam todas lá: as próximas novidades que desembarcariam no País, as tecnologias que demorariam a chegar e os carros-conceito que inspirariam designers locais. Os olhos, agora, se voltaram para o outro lado do planeta, na China. A verdade é que os chineses não só capturaram a tendência da eletrificação. Eles também trouxeram de volta o interesse pelos salões.

Claro que dentre as razões desta mudança está a crise pela qual os tradicio-

nais salões passaram e o desinteresse das montadoras e do público ocidental, que provocaram seu esvaziamento na Europa e na América do Norte. Neste vácuo, a ascensão da indústria automotiva chinesa mudou o eixo para o Oriente, onde, de fato, estão os maiores avanços tecnológicos e novas e promissoras marcas do setor.

Este foi tom do Auto China 2026, que ocupou treze pavilhões de dois enormes centros de exposições, que ficam lado a lado, o China International Exhibition Center e o Capital International Exhibition Center, em Pequim. Embora grande parte das novidades esteja reservada para o mercado doméstico, com mais de 30 milhões de unidades vendidas anualmente,

as fabricantes chinesas estão cada vez mais buscando novos mercados para seus produtos. E não olham apenas para a América Latina, onde já fincou suas raízes: seus ambiciosos planos miram o mercado europeu e, mais à frente, os grandes países da América do Norte, o Canadá e os Estados Unidos, quando a confusão com tarifas de Donald Trump for resolvida.

SUPERLATIVO

Não é fácil caminhar todos os 380 mil m² do Auto China em Pequim. Para efeito de comparação a área total do Salão do Automóvel de São Paulo, no ano passado, foi de meros 64 mil m², incluindo um espaço para a realização de test drives.

Algumas dezenas de marcas, conhecidas e ainda desconhecidas dos brasileiros, promoveram centenas de lançamentos e atraíram a curiosidade do público, que compareceu em peso. Além de fornecedores e empresas do ecossistema da mobilidade: são mais de 1 mil expositores.

Como tudo é superlativo na China ficou difícil conferir todas as novidades não só pelas distâncias a serem percorridas mas, sobretudo, pela quantidade de pessoas que se amontoaram próximas aos carros.

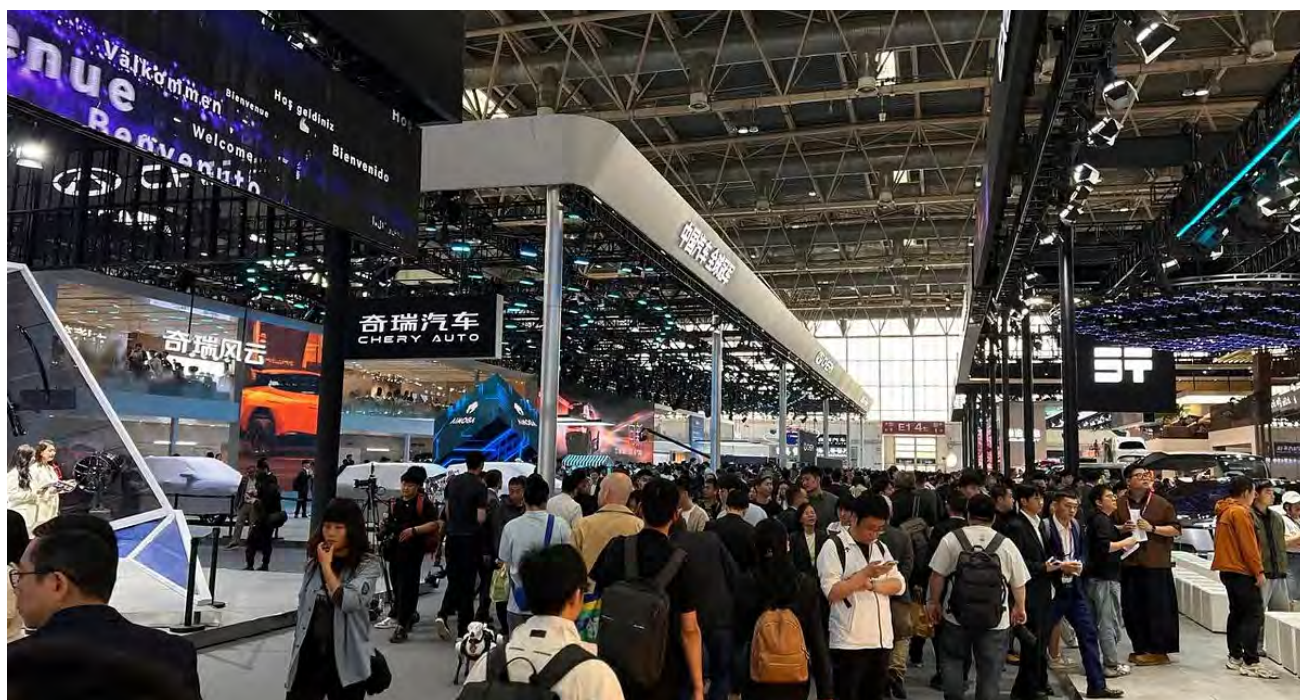
Jornalistas – são mais de 23 mil credenciados: só do Brasil foram em torno de cinquenta –, influencers, concessionários, executivos de empresas do setor. A organização calculou cerca de 900 mil visitantes.

O protagonismo, não à toa, foi das marcas locais. BYD, Changan, Chery, GAC, Geely, GWM, Leapmotor, MG e suas submarcas, como Denza, Omoda Jaecoo, Aion, Zeekr, Ora dentre outras, ocuparam os maiores espaços. Algumas intrusas como as orientais Hyundai, Nissan e Toyota, e europeias, como Citroën, Peugeot e Volkswagen, também estiveram presentes tentando recapturar a atenção do consumidor chinês.

EXPANSÃO

Algumas marcas mostraram em Pequim planos mais robustos de internacionalização. Por exemplo, o Grupo Chery focou para além do oceano, com anúncio de expansão para a Europa, a América do Sul e lançamentos globais.

Só do grupo que há mais tempo opera no mercado brasileiro, hoje em parceria com a Caoa, foram confirmadas duas novas marcas: a Exeed e a Lepas. A Dongfeng, que tem parceria histórica



com Stellantis e Nissan, também anunciou sua chegada ao Brasil, bem como a BAIC. Lotus, que integra o grupo Geely, e IM, da MG Motors, são outras marcas que estruturam operações locais.

Na apresentação da GWM o Brasil foi destaque, com a apresentação do primeiro veículo híbrido flex plug-in do mundo. Dias após o anúncio global o modelo chegou às concessionárias, inaugurando a era de veículos que podem ser abastecidos com etanol e serem plugados na tomada.

A iniciativa tem como fornecedora a Bosch para tudo o que diz respeito ao desenvolvimento da tecnologia flex fuel adaptada ao conjunto híbrido. Segundo Wu Huixiao, responsável pela engenharia global da GWM, o investimento da empresa apenas para a Bosch aportar sua expertise neste desenvolvimento será de 20 milhões de yuans, ou US\$ 2,9 milhões. O investimento total neste projeto de desenvolvimento foi de 80 milhões de yuans, ou US\$ 11,7 milhões, e inclui calibrações

específicas para o motor 1.5 flex do Haval H6, tanto HEV e PHEV.

O plano da GWM é oferecer todas as tecnologias de propulsão considerando as características dos mercados em que opera. Nesse sentido está em curso o desenvolvimento de motores a combustão interna mais modernos e eficientes, alguns deles com possível aplicação em produtos que terão o destino o Brasil: "Atenderemos às exigências de legislação brasileiras e também teremos motores flex fuel. Especificamente estamos trabalhando em novos motores 1.0 turbo, 1.5 turbo e 3.0 de alta eficiência para o Brasil".

A Omoda Jaecoo, do Grupo Chery, fez o lançamento global do Omoda 4, que tem tamanho e preço – na casa dos R\$ 120 mil – calculados para o mercado nacional. Em cerimônia grandiosa em Wuhu, sua cidade-sede, a marca reuniu milhares de pessoas para mostrar o carro, que também foi destaque no estande do Salão de Pequim.





O FUTURO SE CONSTRÓI EM MOVIMENTO

Há 70 anos, a ANFAVEA impulsiona a transformação da indústria automotiva no Brasil. A Toyota segue junto, com orgulho, fortalecendo seu compromisso com o futuro da mobilidade.



HILUX



SW4



Desacelere. Seu bem maior é a vida.



Dezenas de concessionários brasileiros, além da reportagem de AutoData, puderam ver o carro de perto, embora pormenores técnicos tenham sido mantidos em sigilo. O Omoda 4 tem porte de Volkswagen T-Cross e de Hyundai Creta, a faixa de mercado para a qual a Omoda aponta suas armas. O preço, porém, deve colocar a mira mais para baixo e acertar a faixa do VW Tera e do Renault Kardian.

No País terá apenas motorização híbrida ou elétrica, segundo o vice-presidente da Omoda Jaecoo do Brasil, Roger Corassa, que por ora descartou a vinda de uma versão a combustão, disponível em outros mercados. Segundo a reportagem apurou com fontes ligadas à empresa na China, o powertrain híbrido é o mesmo do Omoda 5, conjunto híbrido com motor TGDI 1.5 que gera 224 cv, e o elétrico do Omoda E5, de 204 cv. As calibrações podem mudar, porém. Terá, mais à frente, tecnologia flex.

Corassa afirmou que a expectativa é de lançamento no último trimestre, mas disse estar trabalhando para adiantar.



O QUE VEM PARA O BRASIL

O Auto China 2026 reservou outras surpresas que estão sendo especuladas para desembarcar no País. A reportagem apurou com executivos a possibilidade desses modelos realmente desembarcarem no Brasil. Outros, são especulações.

Certamente estão de fora desta lista muitos veículos sobre os quais ainda a reportagem não teve informação ou simplesmente não conseguiu identificar nos estandes de tantas marcas que estão presentes neste que é o maior salão do automóvel do mundo. A ideia é mostrar que a invasão chinesa está só começando. E que o Brasil é um dos principais destinos para dessas diversas marcas.

IM LS6

Marca de luxo só para veículos elétricos a IM, Intelligence in Motion, é fruto de joint venture da sua controladora SAIC Motor com a Alibaba e a Zhangjiang Hi-Tech. Este modelo deverá chegar ao Brasil no segundo semestre com o emblema da



MOLDANDO O FUTURO DA MOBILIDADE

PROCESSOS AVANÇADOS
PARA ATENDER A INDÚSTRIA
AUTOMOBILÍSTICA



Com os processos de **HPDC (High Pressure Die Casting)** e fundição por **Gravidade**, fabricamos componentes complexos com alta precisão dimensional e qualidade.



Bloco de motor



Cabeçote



Tampa do cabeçote



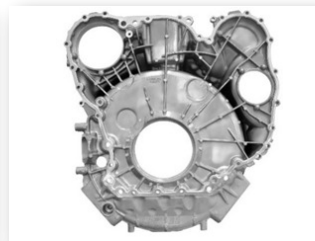
Carcaça de transmissão



Carter



Ladder frame



Flywheel



Carcaça de câmbio

Com tecnologia em alumínio que permite acompanhar a evolução da indústria automotiva com confiabilidade, escala produtiva e capacidade técnica para projetos cada vez mais desafiadores.





MG e nome IM6. Trata-se de SUV cupê belíssimo e tecnológico que vai chacoalhar o segmento premium.

A chegada da marca IM foi confirmada pela SAIC no Salão de Pequim.

EPICLAND X9

A Dongfeng desembarca em agosto dois modelos menores: o compacto Box e o SUV Vigo. E este X9 virá logo em seguida, provavelmente em 2027, como um dos mais sofisticado da marca. É fruto da parceria com a Huawei e seu grande diferencial é o ecossistema completo Huawei Qiankun, que inclui sistema de direção autônoma, cockpit inteligente baseado no HarmonyOS e um chassi digital de última geração.

M HERO 917

Mais um dos quatro modelos da Dongfeng provavelmente para 2017, este jipão deverá competir no segmento de altíssimo luxo. Tem 1 mil 88 cv na versão 100% elétrica e eixo traseiro que esterça, permitindo



que faça manobras lateralmente, dentre outras excentricidades — como um drone acoplado ao veículo.

LYNK & CO 08 EM-P

Está confirmada a chegada desta marca ligada ao Grupo Geely que utiliza a plataforma dos próximos modelos da Volvo, a CMA 2.0. O 08 deve chegar ainda no primeiro semestre com um sistema híbrido plug in de longo alcance, mais de 200 quilômetros, e 593 cv de potência. Esta decoração na carroceria é tradicional da Lynk & Co na China, que se apresenta como marca jovem e conectada, uma empresa que valoriza a tecnologia e o estilo de vida.

ICAR V23

A Caoa Chery já admitiu que estuda trazer este modelo. Deverá ser aproximadamente no fim do ano, início de 2027. Trata-se de um SUV compacto 100% elétrico com visual quadrado voltado para o público jovem.





JETOUR G700

Deve ser o próximo lançamento da marca de SUV com aparência fora de estrada do Grupo Chery. Mas não deverá ser com este nome, pois a Jetour poderá mudar para o padrão dos modelos disponíveis no mercado, que começam com a letra T.

JETOUR S08 DM

SUV híbrido plug in com proposta urbana e sete lugares promete uma autonomia de até 1,7 mil quilômetros. Tem 360 cv de potência combinada, dois motores elétricos atuando em conjunto com um de 1,5 litro. Deve ser o modelo mais caro da linha S.

AION UT

O hatch 100% elétrico da GAC será rival de BYD Dolphin e do Geely EX2. A expectativa é que seu preço seja bastante competitivo, de R\$ 130 mil a R\$ 150 mil. Esta versão customizada com bagageiro no teto, faróis auxiliares e envelopamento te-



mático exposta no Auto China demonstra sua personalidade para o público jovem.

HAVAL H7

Deve ser lançado no Brasil no segundo semestre, posicionado entre o Haval H6 e o Haval H9. Esta unidade estava exposta no centro de P&D da GWM para demonstrar o novo visual da linha Haval, sua capacidade de customização e também a tecnologia Hi4, com dois motores elétricos e o 1.5 turbo que, combinados geram de 326 cv a 364 cv. Especula-se que o preço deve ficar de R\$ 260 mil a R\$ 290 mil.

ORA 5

A GWM tenta melhorar a imagem de seus modelos 100% elétricos mudando radicalmente a proposta da linha Ora. Muda o nome, eliminando o zero, mas sobretudo a proposta do veículo. O Ora 5 tem a suspensão mais elevada, maior autonomia e porta-malas bem maior, justamente os pontos que fizeram o Ora 03 não obter o sucesso esperado no Brasil. ■



A aposta da Horse Powertrain nos híbridos de última geração



Com operação estratégica no Brasil, Horse Powertrain defende uma transição energética baseada em múltiplas tecnologias e transforma o país em polo global de desenvolvimento de soluções flex e híbridas

Em um momento em que a indústria automotiva global tenta equilibrar descarbonização, viabilidade econômica e velocidade de implementação, uma empresa vem defendendo uma tese que ganha cada vez mais força entre montadoras, fornecedores e governos: a eletrificação total não será o único caminho para alcançar emissões líquidas zero. É nesse cenário que a Horse Powertrain se posiciona como uma das protagonistas da nova engenharia de mobilidade mundial.

Com sede em Londres e operação global composta por 18 fábricas e cinco centros de pesquisa e desenvolvimento, a Horse Powertrain nasceu da união estratégica entre Renault Group, Geely e Ara-

mco. A companhia reúne duas divisões — Aurobay Technologies e Horse Technologies — e hoje fornece motores, transmissões, sistemas híbridos e eletrônica de potência para fabricantes como Renault, Geely Auto, Volvo Cars, Nissan, Mitsubishi Motors e Proton.

Mas, mais do que uma fornecedora tradicional de powertrain, a empresa quer liderar uma mudança de mentalidade dentro da indústria automotiva com o conceito “Rethink Hybrid”. A ideia é simples: medir emissões, não etiquetas tecnológicas. Baseando-se em que o inimigo é o CO₂, não a tecnologia, a companhia acredita que atingir o net zero requer caminhos realistas, flexibilidade tecnológica e pragmatismo industrial.

A tese é pragmática. Segundo a Horse Powertrain, dois caminhos podem gerar impacto semelhante na redução de emissões globais: uma frota composta por 80% de veículos elétricos ou uma combinação equilibrada entre 50% de elétricos e 50% de híbridos avançados. A diferença está justamente na viabilidade. Enquanto a eletrificação total depende de uma profunda transformação da infraestrutura mundial, os híbridos conseguem acelerar resultados utilizando tecnologias já acessíveis e desenvolvidas pela empresa.

Brasil é peça-chave nesse tabuleiro

E é exatamente nesse ponto que o Brasil ganha relevância estratégica dentro da operação global da companhia. O centro de pesquisa e desenvolvimento da Horse Technologies em São José dos Pinhais, PR, tornou-se referência internacional em tecnologias flex e sistemas híbridos adaptados à realidade latino-americana. Com cerca de 250 engenheiros especializados, a equipe brasileira atua há mais de 25 anos no desenvolvimento completo de soluções de propulsão, incluindo estratégia de mercado, design, calibração, validação, software e certificações.

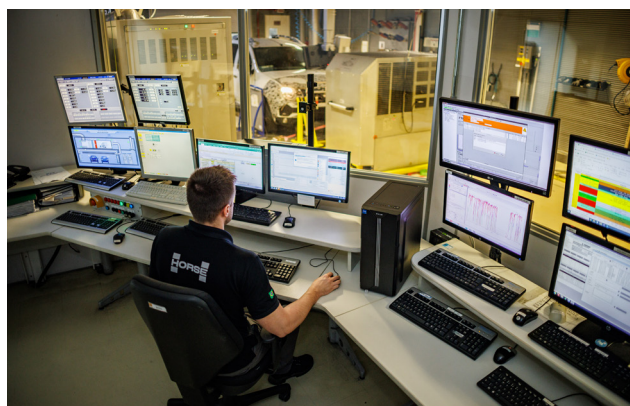
A planta conta com uma das primeiras instalações da América do Sul para oferecer ao mercado automotivo testes de desenvolvimento de calibração de base, testes de durabilidade, testes de emissões para motores e gestão do processo de Conformidade de Produção (COP).

Entre os projetos mais emblemáticos está o desenvolvimento do sistema REEV Flex — um extensor de autonomia híbrido movido a etanol. A solução já está em fase final de testes em aplicações da Marcopolo e representa um dos primeiros projetos híbridos nacionais concebidos para explorar o potencial do etanol como ferramenta efetiva de redução de emissões.

A operação brasileira também foi responsável pelo desenvolvimento dos motores GDI turbo HORSE H10 e HORSE H13, produzidos localmente entre 2024 e 2025. Hoje, a planta de São José dos Pinhais fabrica quatro famílias de motores — HORSE S10, HORSE

H16, HORSE H10 e HORSE H13 — em uma estrutura com capacidade produtiva de 600 mil motores por ano. Com 26 anos de operação, mais de cinco milhões de motores produzidos e 730 colaboradores, a unidade brasileira se consolida como peça-chave dentro da estratégia global da Horse Powertrain.

Para Marcio Melhorança, Diretor de R&D Latam da Horse Technologies, entender as particularidades regionais será determinante para acelerar a transição energética de forma sustentável. “O mercado



brasileiro e da América Latina exigem soluções que equilibrem custo, infraestrutura e sustentabilidade. A capacidade de compreender esses desafios e garantir as necessidades dos clientes é o nosso principal ativo”, afirma.

Em um setor pressionado por metas ambientais cada vez mais agressivas, a Horse Powertrain aposta em uma abordagem menos ideológica e mais orientada à realidade de cada mercado. Em vez de defender uma única solução, a companhia trabalha com um portfólio diversificado que combina motores a combustão eficientes, sistemas híbridos avançados e novas arquiteturas eletrificadas adaptadas às diferentes regiões do planeta.

A mensagem é clara: o futuro da mobilidade será múltiplo — e o híbrido pode deixar de ser apenas uma transição para se tornar parte definitiva dessa nova era automotiva.

Move Brasil 2 será capaz de reverter retração?

Montadoras festejam impacto do programa mas reconhecem necessidade de melhora da conjuntura econômica para segurar queda

Por Soraia Abreu Pedrozo

Enquanto uma iniciativa perene de estímulo à renovação da frota não sai do papel — por dificuldades de encontrar fundos de financiamento em que se fiar, justifica o governo —, a indústria de veículos comerciais comemora a segunda fase do Move Brasil, lançada em 30 de abril, mais robusta do que sua antecessora, e mais abrangente também. Com R\$ 21,1 bilhões de crédito, sendo R\$ 14,5 bilhões em recursos do Tesouro e R\$ 6,7 bilhões do BNDES, Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social, o volume é mais do que o dobro da primeira etapa, R\$ 10 bilhões.

Do novo valor R\$ 2 bilhões serão endereçados à compra de ônibus e micro-ônibus. Outros R\$ 2 bilhões ficarão à disposição de caminhoneiros autônomos, que terão agora carência de até doze meses para começar a pagar o empréstimo e até dez anos para parcelar o valor do veículo, que pode ser novo ou seminovo. Para os demais recursos, que agora podem financiar também a compra de implementos rodoviários, as condições foram mantidas, com até seis meses de carência e até cinco anos para a quitação.

O programa é visto como espécie de



Divulgação/Scania



Márcio Querichelli,
presidente da Iveco na
América Latina

tábua de salvação para as montadoras, que amargam queda de 17,2% tanto nas vendas quanto na produção no acumulado dos quatro primeiros meses de 2026 com relação ao período de janeiro a abril do ano passado. Foram emplacados no quadri-mestre 30,7 mil caminhões, e produzidos 35,4 mil, segundo dados da Anfavea.

Mas a pergunta que não quer calar é: as contrapartidas do governo por meio do Move Brasil continuarão a contribuir para reverter a tendência de retração, que se arrasta desde 2025? No ano passado foram produzidos 124,1 mil caminhões, 12,1% abaixo dos 141,3 mil de 2024. E foram comercializadas 113,5 mil, 9,2% abaixo das 124,9 mil do ano anterior.

AutoData conversou com executivos das principais fabricantes e concluiu que é consenso que, não fosse o programa, a situação estaria muito pior. No entanto ainda é esperado recuo em comparação ao ano passado. Ou seja: o Move Brasil é fundamental, mas insuficiente para reverter o cenário negativo e iniciar uma curva de crescimento.

Para Márcio Querichelli, presidente da Iveco na América Latina, o Move Brasil é importante para estimular a recuperação gradual do setor em um ambiente ainda desafiador:

"O programa atua diretamente sobre um dos principais gargalos do mercado, que é o acesso ao crédito. Ao ampliar prazos, melhorar condições de financiamento e aumentar o volume de recursos disponíveis o Mover ajuda a transformar

a necessidade de renovação da frota em investimento efetivo".

Querichelli avalia que o cenário segue desafiador, mas mais previsível do que em 2025, uma vez que a demanda por transporte continua sólida, embora ainda limitada pelo custo do crédito e pelo ambiente macroeconômico:

"A tendência é de recuperação gradual ao longo do ano, especialmente com a continuidade de programas estruturantes, como o Move Brasil, e uma melhora nas condições de financiamento. Além disto a renovação da frota traz benefícios como aumento da eficiência logística, redução de custos operacionais, melhora na segurança viária e diminuição das emissões".

Para ele para destravar o crescimento do setor é ampliar o acesso ao crédito de forma estrutural e previsível, especialmente para caminhoneiros autônomos e pequenos transportadores.

O diretor executivo da Volvo Caminhões, Alcides Cavalcanti, considera que o Move Brasil está, sim, atenuando a queda do mercado. Mas o que de fato fará diferença, em sua avaliação, é uma Selic menor, adequada ao caixa dos transportadores: "No entanto ainda não vemos sinais consistentes de queda dessa taxa nos próximos meses".

Hoje os juros básicos da economia estão em 14,5% ao ano e, conforme projeção do Boletim Focus, do Banco Central, o ano terminará com taxa de 13% ao ano. Mas, diante das incertezas externas, como a volatilidade geopolítica, com conflitos

Alcides Cavalcanti,
diretor executivo da
Volvo Caminhões





Oscar Jaern, presidente da Scania Serviços Financeiros Brasil

como a guerra movida por Estados Unidos e Israel contra o Irã em andamento, o valor do petróleo não dá trégua e os custos dos combustíveis pressionam a inflação.

Este é outro ponto ressaltado por Cavalcanti: "Os altos preços do diesel e a depreciação das commodities agrícolas no mercado internacional são fatores adicionais que impactam o caixa dos transportadores e, conseqüentemente, postergam a decisão de compra de caminhões pelos frotistas".

PODE VIR QUEDA DE 10%

De qualquer maneira o executivo reconhece que o Move Brasil está trazendo vendas e que, não houvesse o programa, a queda no mercado seria ainda maior. Para o segmento em que a montadora atende, de caminhões acima de 16 toneladas, é aguardado recuo em torno de 10% até o fim do ano. Os pesados e extrapesados tendem a sofrer mais por causa de seu preço maior.

"Podemos afirmar que praticamente todas as negociações realizadas em 2026 estão atreladas ao Move Brasil, com exceção das vendas de consórcio ou de pagamentos à vista", afirmou. "A expectativa é de que o Move Brasil continue sendo temporariamente um instrumento de ativação das vendas de caminhões até que a taxa de juros regular diminua de forma efetiva. Nossa rede de concessionárias já está prospectando negócios a partir do anúncio desta nova fase do programa."

A situação é semelhante à da Sca-

nia, que também trabalha com a mesma categoria de veículos. Para Oscar Jaern, presidente da Scania Serviços Financeiros Brasil, o programa ajuda a trazer alguma estabilidade ao mercado: "Ele não resolve tudo porém contribui para segurar a retração e trazer mais previsibilidade para quem precisa investir".

Até o momento o Scania Banco contabilizou a venda de 740 caminhões por meio do programa, sem contar outras quinhentas operações em andamento, em análise, contratação e produção, o que leva a um volume de R\$ 1 bilhão 50 milhões: "Hoje, aproximadamente 80% de tudo que financiamos passa pelo Move Brasil, o que mostra o quanto ele tem sido relevante e como conseguimos apoiar o cliente a acessar esta linha de crédito. Por isto o grande acerto do governo em lançar a segunda etapa do programa".

Apesar do potencial enorme de destravar compras que estavam paradas, uma vez que muita decisão de investimento foi adiada e, agora, tem a possibilidade de voltar à mesa de negociação, Jaern reconhece que a tendência é que este impacto venha aos poucos, ao longo do ano: "Nossa leitura é de um segundo semestre mais equilibrado, com recuperação gradual".

O presidente da Scania Serviços Financeiros Brasil avalia, porém, que para o setor voltar a crescer de forma consistente não existe alavanca única:

"Vejo um conjunto de fatores. São ele: crédito acessível, previsível, um ambiente

Denis Güven, presidente e CEO da Mercedes-Benz no Brasil e na América Latina





Divulgação/Traton

Eduardo Portas, CEO da Traton Financial Services Brasil

econômico mais estável e a necessidade de renovar a frota com foco em eficiência. Quando estes elementos se combinam o mercado evolui naturalmente, com caminhões mais modernos, de menor consumo, menos emissões e muito mais segurança nas estradas. Se tudo isto vier acompanhado de melhora do cenário econômico, teremos boas condições de ver crescimento acontecer em 2026".

Para a Mercedes-Benz o incentivo governamental foi o divisor de águas em um período marcado por taxas de juros elevadas que afastavam o comprador do showroom, opina o presidente e CEO da empresa no Brasil e na América Latina, Denis Güven. Ele lembra que o impacto é direto na planilha do frotista, especialmente os grandes transportadores:

"É um programa muito importante, ajuda nossos clientes a pagarem 5% ou 6% menos para financiar. É um bom programa que estabiliza o mercado em um período em que os preços de juros têm um grande impacto negativo na demanda".

A expectativa é que, de fato, o Move Brasil 2 ajude a atenuar a queda na demanda, principalmente dos extrapesados, cujas vendas retraíram 20,5% no ano passado frente a taxas de 18% a 20%. E, agora, estarão em torno de 11,3% a 12,4% para os autônomos e de 14,2% a 14,9% ao ano para os frotistas.

MOVE DEVE ESGOTAR-SE EM DOIS MESES

Com a decisão do Grupo Traton de separar suas instituições financeiras e lançar

a Traton Financial Services no Brasil, em julho do ano passado, em substituição ao Volkswagen Financial Services, que se ocupa das operações relacionadas aos automóveis e veículos comerciais leves, a Volkswagen Caminhões e Ônibus ficou um tempo sem poder oferecer crédito por seu próprio banco para o programa, até que a nova empresa fosse registrada no Move Brasil.

Nesta situação o processo de habilitação ocorreu, de fato, apenas na segunda quinzena de março, quando os recursos já haviam se esgotado. Ainda assim vendas de caminhões da marca com estes recursos foram feitas por bancos comerciais, mas em volume menor. Não por outra razão existe uma alta expectativa da montadora para a segunda etapa da iniciativa.

De acordo com Eduardo Portas, CEO da Traton Financial Services Brasil, "o programa ainda não está disponível [em 13 de maio, data da entrevista], estamos aguardando a circular do BNDES com as últimas instruções para início do protocolo. A expectativa é grande porque o programa foi anunciado em 30 de abril e, com esta informação, muitos clientes estão aguardando o programa para fecharem os negócios".

A tendência é que esses recursos se esgotem rapidamente, "em no máximo dois meses. É, portanto, ação de curto prazo". Apesar do otimismo com a iniciativa o executivo reconhece que, enquanto houver recursos do Move Brasil o ritmo de queda do mercado será reduzido mas, quando se esgotarem, dependerá de como ficará o mercado.

"É muito difícil fazer qualquer projeção no momento, pois as variáveis já mudaram rapidamente do fim de 2025 até abril em razão da guerra. Temos de fazer reavaliações semanais de acordo com as atualizações", disse Portas, ao resgatar as ideias de crescimento consistente do PIB, taxa de juros em patamar que permita o financiamento com mais facilidade e um programa perene de renovação da frota — o que, por enquanto, não tem dado sinais de que possa acontecer ainda este ano. ■



RENAULT KOLEOS
FULL HYBRID E-TECH
esprit Alpine

autocarregável
tela panorâmica openR
com display de 12.3" para o passageiro
29 sistemas avançados de assistência de direção
pintura biton exclusiva

descubra





Desacelere. Seu bem maior é a vida.

renault.com.br



Fotos: Soraila Abreu Pedrozo

Dedicada a negócios do setor automotivo a tradicional 360° Mobility Mega Show é pequena, proporcional ao tamanho da ilha de 36 mil km² – um pouco maior do que o Estado de Alagoas – se comparada a eventos sediados no Brasil, como a Automec. Mas suas pretensões não: ficou claro durante os quatro dias de evento no espaço Taipei Nangang Exhibition Center, na Capital de Taiwan, que tanto as empresas quanto o governo local buscam expandir sua participação digital para além-mar, inclusive para países em que hoje não são tão presentes, como o Brasil.

Justiça seja feita: os reflexos da 360° Mobility, que reúne três importantes feiras, Taipei Ampa, e-Mobility Taiwan e Autotronics Taipei, deram um salto do ano passado para este: em 2025 foram gerados US\$ 29 milhões em negócios e para este ano a expectativa é a de que este volume cresça doze vezes, para US\$ 338 milhões em oportunidades subsequentes. Além de atrair visitantes de noventa países, quase 2,5 mil compradores estrangeiros e profissionais do setor participaram do evento, que sediou, ainda, 815 reuniões de negócios individuais.

As pretensões continentais da ilha de Taiwan

Conhecida pelos semicondutores indústria local é celeiro do desenvolvimento de tecnologias de conectividade, IA e automação

Por Soraia Abreu Pedrozo, de Taipé, Taiwan



Rodrigo Vincentini, da
ABVE

Empresas participantes evidenciaram sua vontade de pulverizar a participação em outras economias a fim de, ao mesmo tempo, reduzir a dependência de seu mercado externo dos Estados Unidos, principal parceiro comercial, para onde seguem mais de 50% das exportações. Vale lembrar que sob o governo de Donald Trump nem a ilha foi aliviada pelo tarifaço: no ano passado a sobretaxa chegou a 34% e, recentemente, recuou para 15%.

Em cenário de alta volatilidade geopolítica o conflito dos Estados Unidos e de Israel contra o Irã também impacta por causa do preço do petróleo, e reforça a intenção da nação a Sudeste da China de ampliar a geração de energia verde, por exemplo, a partir das imensas turbinas eólicas avistadas já do avião prestes a pousar. Hoje 80% da eletricidade local tem origem em fontes fósseis.

Tudo isto vai ao encontro da intenção de Taiwan de, pouco a pouco, promover mobilidade mais limpa, movida a veículos elétricos fabricados localmente pela Foxconn, e a hidrogênio, a partir de parceria público-privada para desenvolver células de combustível para ônibus. Sua avançada indústria eletrônica, conhecida mundialmente pelos semicondutores, é celeiro que atrai o desenvolvimento de tecnologias envolvendo conectividade, IA e automação.

INTERESSE MÚTUO

Em conversa com expositores a reportagem de AutoData, mais uma vez o único veículo de imprensa brasileiro a cobrir o evento, notou interesse de estabelecerem negócios com o Brasil de olho no tamanho do nosso mercado – tanto que para fomentar esta relação em construção o Taitra, Conselho de Desenvolvimento do Comércio Exterior de Taiwan, levou missão de empresários brasileiros e também representante da ABVE, Associação Brasileira do Veículo Elétrico.

Do lado de cá existe ânsia em identificar novos fornecedores, mais avançados tecnologicamente e com maior confiabilidade. O preço ainda é um percalço, segundo empresários brasileiros, ao mencionarem que não se compara ao chinês, muito menor. Mas o caminho para que novas e futuras relações se estabeleçam foi pavimentado.

Pela primeira vez na ilha João Ozório, fundador e CEO da Yak, fabricante de tratores elétricos de Joinville, SC, logo de cara viu a possibilidade de selar negócios com Taiwan, primordialmente, por dois motivos: buscar opções a fornecedores do continente, a China, em busca de reduzir inseguranças, e embarcar em seus produtos itens com a qualidade pela qual as empresas locais são conhecidas.

Além de baterias, conectores, carregadores e cabos Ozório interessou-se pela

Chynthia Kiang, Ministra
da Economia de Taiwan





Bria: modelo para exportação pode ser produzido no Brasil, caso haja interessados no modelo de produção da Foxtron

oferta do setor de autopeças quanto a parafusos especiais para mobilidade, que realizam a fixação com enxerto.

A Yak passou recentemente por situação complicada envolvendo a China, pois adquiria conversores de empresa que simplesmente desapareceu: "Não sabemos se fechou as portas, pois não conseguimos mais contato. Sorte que não existia mais contrato vigente e que temos a peça em estoque, mas precisamos encontrar um substituto o quanto antes".

Pela terceira vez na 360º Mobility Luis Fernando Brandão Lourenço, gerente estratégico de negócios da Stetsom, fabricante de som e acessórios automotivos de Presidente Prudente, SP, destacou como ponto positivo a realização de ro-

gada de negócios, na qual fez sua estreia.

A companhia já mantém relacionamento com dois fornecedores na ilha, um de conector USB e outro de capacitor, ambos resultado de participações anteriores no evento.

"Identifiquei algumas opções interessantes de fornecedores de potenciômetro, chaves e chicotes. Encontrei até possíveis parceiros de brindes e materiais promocionais."

COMERCIO EXTERIOR CRESCE

Com base no termômetro da feira Taiwan está de portas abertas para ampliar suas relações comerciais com o Brasil. E, de fato, é o que vem ocorrendo ao longo dos últimos cinco anos, conforme dados do Sindipeças.

Em 2025 o Brasil importou US\$ 91,7 milhões de Taiwan, ao passo que no ano anterior foram US\$ 83,8 milhões. Quanto às exportações para a ilha em 2025 foram US\$ 4 milhões, expressiva alta frente a 2024, que somou US\$ 54,2 mil. No saldo, excluindo pneumáticos, a balança comercial ficou negativa em US\$ 87,6 milhões no ano passado.

Sobre possível aprofundamento das sinergias Sandra Shih, diretora da Taiwan Trade Center do Brasil, que responde ao Taitra, ressaltou que o País é parceiro vital, particularmente para a eletrônica automotiva avançada e semicondutores de Taiwan: "Vemos imenso potencial de crescimento à medida que o Brasil moderniza sua frota doméstica".

Embora Taiwan e Brasil tenham trajetórias industriais diferentes a eletrificação, para ambos, caminha em ritmo similar. Por lá a presença de carros a bateria não é maciça, apesar da primeira impressão provocada pelo baixo ruído. É fato, no entanto, que existe movimento crescente de veículos elétricos. Chama a atenção o desfile de automóveis da marca Tesla por Taipé – a estatística só comprova o que é evidente aos olhos de qualquer visitante curioso.

No ano passado foram emplacados 32,6 mil veículos elétricos em Taiwan, que-

da de 14,5% com relação a 2024, o que é justificado pela desaceleração global deste segmento. O volume representa 8,1% do total de 414,8 mil veículos no mercado taiwanês em 2025, segundo relatório do ARTC, Centro de Pesquisa e Testes Automotivos do Ministério de Assuntos Econômicos de Taiwan.

O ano passado encerrou com frota circulante de 128,6 mil elétricos, ainda assim 33,4% acima de 2024, com taxa de penetração de 1,5% frente aos registros de 8,4 milhões de veículos – destes, quase a metade tem menos de dez anos. Quanto aos PHEVs há 14,5 mil unidades.

Não à toa o que mais se vê nas largas ruas da Capital são veículos a combustão, majoritariamente de marcas japonesas,

como Toyota, Mitsubishi, Honda e Mazda, herança do tempo em que o Japão dominou a ilha por meio século, até 1945. Aliás, durante quase uma semana por lá a reportagem não avistou nenhum carro de origem chinesa.

Sobre a rivalidade histórica por causa do empenho de Taiwan em tornar-se independente, o que é visto como ato de rebeldia pela República Popular da China, houve, durante o evento, fato curioso: em um dos andares havia dezenas de boxes vazios que seriam ocupados por empresas chinesas. A situação foi justificada pelo Taitra, sem pormenores, como problemas na emissão de visto.

FOXCONN QUER EMPLACAR

Enquanto isso a Foxconn trabalha para emplacar cada vez mais veículos a bateria e fazer frente à líder isolada Tesla. Tudo começou na virada da década de 2020, quando a gigante e cinquentenária fabricante de eletrônicos Hon Hai Technology, conhecida globalmente por montar o iPhone, lançou a estratégia de unir-se à montadora local e pioneira Luxgen, para produzir então o primeiro veículo elétrico made in Taiwan, o SUV n7.

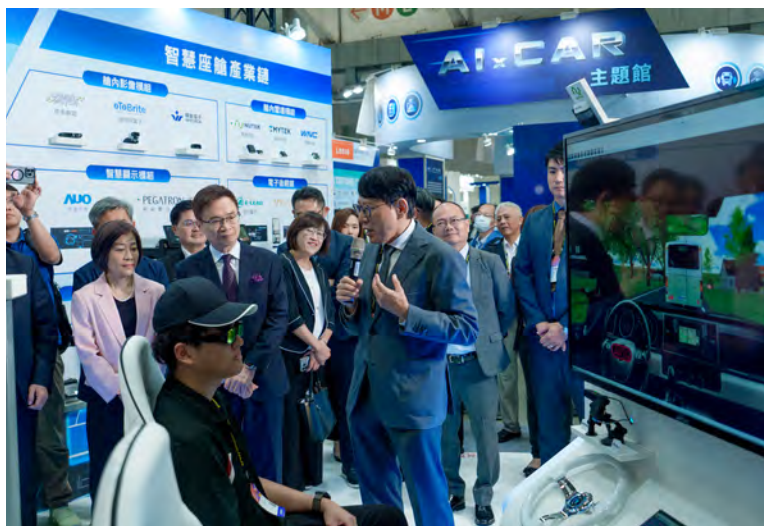
Fabricado pela Foxtron, joint venture formada pela Foxconn com a Luxgen – que à época pertencia ao Grupo Yulon, fabricante local de carros Nissan e Mitsubishi –, agora o n7 será aposentado e o Model C passará a ser comercializado em seu lugar. Apresentada na 360° Mobility a nova geração traz Adas nível 2, autonomia de até 700 quilômetros com uma única recarga, que alcança 80% em meia hora. Ainda sem preço anunciado será lançado este ano.

Também mostrado ao público o crossover Bria, ou Model B, começou a ser emplacado no fim de 2025 como o segundo modelo Foxtron: De acordo com James Wu, porta-voz da Hon Hai Technology, “desde dezembro vendemos quinhentos carros e temos mais de 1 mil pedidos realizados”.

Com autonomia de até 516 quilômetros seu preço vai de US\$ 28,6 mil a US\$ 36,5

Foxtron Model C





Protótipo de veículo que faz o rastreamento ocular do motorista e identifica se ele não está vendo animais na pista ou qualquer obstáculo

mil, conforme a versão, o que dá cerca de R\$ 143 mil a R\$ 182,5 mil.

O Bria é também o escolhido pela joint venture para ser um modelo tipo exportação. Está sendo embarcado para Austrália e Nova Zelândia, onde já existe presença por meio dos veículos Mitsubishi fabricados na ilha.

O porta-voz James Wu afirmou a Auto-Data que tem a intenção de embarcar carros da Foxtron para o Brasil. Ele observou que o modelo de negócios da companhia é de CDMS, Contrato, Design e Serviços de Manufatura, no qual um parceiro gerencia o processo de engenharia, industrialização e fabricação, combinando expertise em design com escala de produção.

"Significa que não fazemos a nossa

própria marca. Assim, todos os clientes e marcas podem ser nossos clientes. Então a resposta é sim: se tivermos clientes no Brasil estamos abertos a isto."

Wu lembrou que a empresa tem base no Brasil, na área de tecnologia da informação e comunicação, com fábrica dedicada a produtos eletrônicos em Jundiaí, SP. E destacou o tamanho do mercado interno com população superior a 200 milhões de pessoas: "Nosso objetivo é descobrir um bom parceiro no Brasil. Algum que queira construir uma marca, vender automóveis elétricos, mas que, provavelmente, não detenha este tipo de capacidade".

A Foxtron exibiu na feira também seus próximos passos: o carro conceito Model D, minivan elétrica de sete lugares, que ainda não começou a ser produzida nem tem data para ser lançada, assim como o Model U, micro-ônibus a bateria.

PARCERIAS EM PROJETOS A HIDROGÊNIO

A poucos passos dali chamou atenção o protótipo de ônibus movido a célula de hidrogênio desenvolvido pelo ITRI, Instituto de Pesquisa em Tecnologia Industrial, apoiador de empresas com projetos nesta área. Ming-Hao Wang, que trabalha no departamento de chassis e validação do ITRI, contou que a iniciativa integra ciclo de dez anos, sendo 2026 o quarto, com a injeção anual de 10 milhões de dólares taiwaneses, equivalente a R\$ 1,6 milhão.

"O ITRI mantém área dedicada a pesquisa de materiais químicos que atualmente está desenvolvendo células de combustível. Mas, por enquanto, temos apenas a solução, e não a produção."

Alex Chang, líder da divisão de novos negócios da Nutek Corporation, apresentou o protótipo, desenvolvido em parceria com o ARTC, de um carro dotado de sistema de monitoramento do motorista com rastreamento ocular, que identifica se ele não está vendo animais na pista ou qualquer obstáculo: "Se estiver olhando para baixo, por exemplo, o piloto automático assume a direção".

Outra funcionalidade é o status de alta velocidade e acionamento do freio: da

mesma forma o sistema controlará o carro. Assim como se o motorista estiver sofrendo um ataque cardíaco: o carro será retirado da via e estacionado em segurança.

"Por enquanto isto ainda é um conceito, mas uma tendência."

Chang acredita que para este ano, ou no próximo, será possível fornecer o sistema a OEMs em Taiwan, inclusive à Foxconn. E, quem sabe, um próximo passo possa ser apresentá-lo à América Latina.

Gerente adjunto da equipe de tecnologia de percepção da divisão de pesquisa e desenvolvimento do ARTC Chung-Yu Yeh reforçou que o foco é realmente o trabalho colaborativo no desenvolvimento de tecnologias que usem a IA a seu favor rumo à condução autônoma.

Yeh contou que o ARTC já colaborou com a fabricante de ônibus Master, parceira no Paraguai, com quem Taiwan mantém acordo de cooperação econômica. Independentemente da forma de propulsão do veículo "o importante é promover trânsito mais seguro a partir da tecnologia".

Wayne Chen, gerente de vendas da E-lead Electronic, há 43 anos no mercado, apresentou sistema de drone de reconhecimento projetado para veículos comerciais de grande porte, nos quais os pontos cegos são grande desafio de segurança durante manobras de marcha à ré e curvas.

"Uma vez no ar o drone fornece visão aérea em tempo real dos arredores do veículo, dando ao motorista o que descrevemos como um terceiro olho ou até mesmo visão panorâmica. Se o trânsito para ele pode averiguar o motivo, se foi acidente." O equipamento ainda não está sendo produzido, mas a expectativa é que fique pronto ainda este ano.

FOCO EM SEGURANÇA E CONECTIVIDADE

Para Rodrigo Vicentini, diretor coordenador do Grupo Temático de Componentes da ABVE, o ponto mais interessante do 360° Mobility foi perceber que o evento não se limitou à exposição de produtos:

"A combinação de política pública, pesquisa aplicada e demonstração tecnológi-

ca transmitiu mensagem clara: a transição para mobilidade de baixo carbono depende da coordenação da indústria com a tecnologia e com a estratégia nacional".

Neste cenário a descarbonização apareceu não apenas como troca de powertrain mas como agenda mais ampla, envolvendo semicondutores, IA, computação veicular, direção autônoma, novas arquiteturas para veículos eletrificados e até soluções para veículos pesados movidos a hidrogênio.

Vice-ministra da Economia Cynthia Kiang contou que recentemente foram investidos US\$ 460 bilhões na indústria local, incluindo socorro financeiro e novas pesquisas de olho na expansão dos mercados de maior projeção.

Ela avaliou que nos últimos anos a economia de Taiwan tem se mantido estável e com grande potencial de crescimento: em 2025 alcançou a maior taxa de expansão do PIB nos últimos quinze anos, 8,7%, motivado pela exportação e fabricação de novas tecnologias.

Para Vicentini, da ABVE, a ilha está engorgando a transição não somente como uma mudança de portfólio de produtos, mas, também, como oportunidade para a transformação industrial e econômica com projetos ainda mais abrangentes que elevarão a eficiência, a competitividade e a produtividade. Que venham os próximos capítulos.

Ônibus movido a hidrogênio



Da leveza à sustentabilidade: o papel estratégico do alumínio na mobilidade do futuro

Com a necessidade do automóvel cada vez mais leve e sustentável, o alumínio está em alta, principalmente nessa nova geração de carros eletrificados, e a Hydro assume o protagonismo desse segmento

Em um setor automotivo pressionado por metas cada vez mais rigorosas de eficiência energética, redução de emissões e eletrificação, o alumínio deixou de ser apenas uma alternativa técnica para se tornar um elemento estratégico na transformação da mobilidade global. É nesse cenário que a atuação da Hydro ganha relevância ao posicionar o alumínio como protagonista de uma indústria mais leve, eficiente e sustentável.

Com mais de 120 anos de história e presença em toda a cadeia de valor do alumínio — da bauxita à reciclagem, passando por produtos extrudados avançados —, a multinacional norueguesa consolidou-se como parceira estratégica da indústria automotiva mundial. No Brasil, a empresa combina estrutura



À esq., Cleverson Ferrari (Vice-Presidente) e Gilberto Moriyama (Diretor de Vendas, Aplicação e Desenvolvimento Automotivo) da Hydro Brasil



local, engenharia especializada e integração global para atender montadoras, sistemistas e fornecedores com soluções desenvolvidas sob medida para os desafios atuais da mobilidade.

A busca por redução de peso é hoje um dos principais fatores de inovação no setor. Em veículos leves, sobretudo eletrificados, por exemplo, cada quilo eliminado impacta diretamente na autonomia das baterias e na eficiência energética. No segmento de veículos pesados, como caminhões e ônibus, a redução de massa também é um forte aliado no desempenho e otimização do transporte. Nesses cenários, o alumínio se destaca exatamente por oferecer excelente relação resistência/peso, permitindo reduzir massa sem comprometer segurança estrutural, durabilidade ou desempenho.

Além disso, a elevada eficiência térmica do material o torna indispensável em sistemas de gerenciamento térmico, climatização e refrigeração — áreas cada vez mais críticas em veículos híbridos e elétricos. Somam-se a isso atributos como resistência à corrosão, longa vida útil e reciclabilidade infinita, reforçando o papel do alumínio como um dos materiais mais alinhados às exigências contemporâneas de sustentabilidade.

Nesse contexto, a Hydro amplia sua atuação muito além do fornecimento de matéria-prima. A empresa se posiciona como parceiro tecnológico, trabalhando

em co-engenharia com clientes desde as etapas iniciais de desenvolvimento até a produção em escala industrial. Essa abordagem colaborativa permite criar soluções customizadas em ligas, perfis e geometrias específicas para aplicações automotivas complexas.

O portfólio da Hydro no Brasil evidencia essa capacidade técnica. Na linha de tubos de precisão, destacam-se os tubos multiportas (MPE), utilizados em condensadores, evaporadores, radiadores e sistemas de refrigeração. A companhia também oferece tubos trefilados de precisão, trocadores de calor internos e tubos redondos para diferentes aplicações térmicas e estruturais.

Já na área de extrusão geral, a Hydro desenvolve componentes e sistemas voltados à nova geração de veículos, incluindo estruturas para gerenciamento de impacto, sistemas de freio, sistemas antivibração, perfis estruturais, estribos e bandejas para baterias de veículos elétricos e híbridos.

Outro diferencial competitivo está na capacidade de transferir ao mercado brasileiro a experiência adquirida em projetos internacionais junto às principais montadoras globais e fornecedores tier 1 e 2. Essa conexão global acelera a adoção de tecnologias, processos e soluções alinhadas às tendências mais avançadas da indústria automotiva.

Sustentabilidade, porém, não aparece apenas como discurso institucional. Ela está integrada à estratégia de desenvolvimento da Hydro, com foco crescente em economia circular, rastreabilidade e redução da pegada de carbono. O uso de alumínio reciclado, como projetos específicos de economia circular, e soluções de baixo carbono acompanha as exigências ambientais cada vez mais rigorosas de OEMs globais, ao mesmo tempo em que contribui para metas de ESG e neutralidade climática.

Ao unir engenharia aplicada, inovação, capacidade produtiva e compromisso ambiental, a Hydro reforça sua posição como parceira confiável da indústria automotiva para um futuro mais leve, eficiente e sustentável.



Divulgação/Bosch

É uma aposta em ciclo de investimento e na localização de nova geração tecnológica

Por Soraia Abreu Pedrozo

Após consolidar ciclo consistente de crescimento na América Latina a Bosch dá um novo passo estratégico no Brasil ao anunciar aporte de R\$ 1 bilhão que será utilizado para muito além da expansão industrial: trata-se de um movimento que combina nacionalização tecnológica, digitalização e reposicionamento diante das transformações da indústria automotiva global.

O anúncio ocorre em momento particularmente sensível para o setor no País, marcado pela chegada de novas montadoras, sobretudo com origem na China, e pela necessidade crescente de elevar o conteúdo local em veículos cada vez mais sofisticados tecnologicamente.

COMPETITIVIDADE

Depois de registrar faturamento de R\$ 11,6 bilhões na América Latina em 2025, com crescimento de 7,6%, dos quais 80% gerados no Brasil, a Bosch reforça seu plano de reinvestimento contínuo como alavanca de competitividade.

A lógica, segundo o CEO regional, Gas-

tón Diaz Perez, é clara: competitividade gera crescimento, que por sua vez retroalimenta novos investimentos. O novo ciclo será dividido em três frentes principais: pesquisa e desenvolvimento, com foco em biocombustíveis e soluções para o agro – áreas nas quais o Brasil já se consolidou como centro global de competência da companhia –, expansão industrial, incluindo eletrificação, eletrônica embarcada e baterias e em digitalização e formação de talentos, com ampliação da base de profissionais ligados a software e inteligência artificial.

HIBRIDIZAÇÃO E ELETRÔNICA

No campo automotivo o investimento revela com clareza a leitura estratégica da Bosch sobre o futuro da mobilidade no Brasil. A empresa aposta fortemente na hibridização, especialmente no conceito de híbrido flex, e já desenvolve no País a primeira VCU, vehicle control unit, dedicada a este tipo de aplicação, um componente crítico para integrar motor elétrico e motor a combustão.

Também amplia sua atuação em eletri-

ficação com dois movimentos relevantes: desenvolvimento de motores elétricos para veículos comerciais, com linhas flexíveis direcionadas a séries baixas e médias, típicas do mercado brasileiro, e expansão da produção de motores elétricos e componentes, hoje majoritariamente importados.

A eletrônica embarcada também ganha protagonismo: a companhia dobrará a capacidade de produção de ECUs, refletindo o avanço do software como elemento central do automóvel moderno.

NACIONALIZAÇÃO

Se a tecnologia avança o desafio passa a ser onde será produzida. E é aqui que o movimento da Bosch se conecta diretamente com a nova configuração do mercado brasileiro. Pois, com a chegada de BYD e de GWM, abre-se uma disputa pela captura de valor dentro da cadeia local.

A Bosch já fornece conteúdo relevante para estes veículos, ainda que majoritariamente produzido fora do Brasil. O objetivo, agora, é internalizar essa produção. Perez indicou com clareza: "A missão é transformar este conteúdo em brasileiro sem retroceder tecnologicamente".

Hoje o índice de nacionalização da empresa varia de 40% a 70%, dependendo da linha, com forte verticalização e integração produtiva, distante de modelos baseados apenas em montagem CKD ou SKD.

O plano também dialoga com um objetivo maior: posicionar o Brasil como plataforma produtiva para o continente.

Cerca de 20% da produção local já são exportadas, e a companhia busca ampliar este papel, embora reconheça que o ambiente global, marcado por tensões comerciais e incertezas geopolíticas, dificulta decisões de longo prazo.

Ainda assim a leitura é pragmática: a insegurança deixou de ser exceção para se tornar regra. Perez resumiu: "A instabilidade tornou-se estrutural". À moda de um paradoxo esta característica pode favorecer o Brasil, cuja indústria já está habituada a operar em ambientes voláteis.

O terceiro pilar do investimento e, talvez, o mais transformador, é a digitalização. A Bosch pretende mais do que dobrar sua base de talentos digitais na região, passando de cerca de quatrocentos para 1,3 mil profissionais, consolidando o Brasil como o terceiro maior hub global da empresa na área depois de Índia e Polônia.

Grande parte desta produção é dedicada à exportação de serviços e ao desenvolvimento de soluções baseadas em inteligência artificial, reforçando a mudança estrutural. Assim o País deixará de ser apenas base industrial e passará a operar, também, como exportador de tecnologia.

TENSÕES E OPORTUNIDADES

Mais do que um investimento isolado o anúncio da Bosch sintetiza algumas das principais tensões e oportunidades da indústria automotiva brasileira neste momento: a transição tecnológica em direção à eletrificação, adaptada à realidade local via hibridização, a disputa por conteúdo local diante da nova onda de montadoras, a necessidade de integrar indústria e software e o reposicionamento do Brasil dentro das cadeias globais.

Em última análise trata-se de movimento que reforça o ponto central: a nova fase da indústria não será definida apenas por quem vende veículos no País mas, sim, e exatamente, por quem conseguir produzir tecnologia aqui com escala, competitividade e capacidade de inovação. ■



Gastón Diaz Perez



Tudo começa na governança

Líder mundial em projetos de Inteligência Artificial, a KPMG garante que a confiabilidade nos dados é a premissa fundamental para o uso da IA no apoio a empresas do setor automotivo. Feito isso, a tecnologia pode mudar a história da indústria

A Inteligência Artificial (IA) deixou de ser apenas uma tendência tecnológica para se consolidar como um dos principais vetores de transformação da indústria automotiva. Em um cenário marcado pela eletrificação, conectividade, digitalização e mudanças no comportamento do consumidor, a IA assume papel estratégico e passa a influenciar desde o desenvolvimento de veículos até a experiência do cliente e a gestão da cadeia de suprimentos. Nesse contexto, o conceito de Trusted AI, desenvolvido pela KPMG, ganha relevância ao propor um framework de governança voltado ao uso seguro, transparente e responsável da tecnologia.

O modelo busca garantir que os sistemas operem dentro de critérios claros de confiabilidade, rastreabilidade e controle. Entre seus pilares, estão qualidade e origem dos dados, privacidade, mitigação de vieses, segurança da informação e explicabilidade dos algoritmos. Segundo o Líder de Tecnologia e Inovação da KPMG no Brasil e América do Sul, Frank Meylan, a IA tende a reproduzir os padrões presentes nos dados utilizados durante treinamentos realizados. Caso ocorram problemas como distorções, preconceitos ou inconsistências, eles acabam sendo amplificados em escala, gerando impactos não apenas técnicos, mas também sociais, reputacionais e regulatórios.

“Para a KPMG, a governança deve ser vista como aceleradora da inovação e não como barreira. Empresas que estruturam controles desde o início conseguem avançar com mais segurança e velocidade, enquanto organizações que ignoram essa etapa ficam expostas a riscos relevantes, como vazamento de informações estratégicas e uso inadequado de plataformas públicas de IA”, explica Meylan.

A própria KPMG atuou como “cliente zero” do framework antes de oferecê-lo ao mercado. Em uma operação global presente em 143 países e responsável pelo gerenciamento de dados sensíveis de grandes corporações concorrentes entre si, a companhia precisou desenvolver sistemas robustos de proteção e segregação de informações. O resultado foi uma estrutura baseada em monitoramento contínuo, compliance, certificação de risco, contratos específicos e parcerias com provedores globais de nuvem.

Na indústria automotiva, os impactos da IA já são visíveis em diferentes frentes. Simulações



virtuais aceleram crash tests, reduzem custos de desenvolvimento e encurtam ciclos de engenharia. Ao mesmo tempo, modelos avançados permitem prever rupturas logísticas, otimizar estoques e aumentar a resiliência da cadeia de suprimentos.

A transformação também altera o próprio conceito de veículo. O automóvel deixa de ser apenas um produto físico para se consolidar como uma plataforma digital. Nesse novo cenário, software, conectividade e experiência do usuário passam a concentrar parcela crescente do valor agregado da indústria, redefinindo modelos de receita e competitividade.

No marketing automotivo, a IA impulsiona estratégias muito mais orientadas por dados. Ferramentas analíticas permitem segmentações sofisticadas, campanhas personalizadas em tempo real e monitoramento completo da jornada do consumidor. Isso torna os investimentos mais precisos e acelera a tomada de decisão comercial.

Apesar do enorme potencial, ainda existe um grande desafio entre ambição e execução. Muitas empresas enfrentam dificuldades relacionadas à organização de dados, definição de prioridades e integração entre tecnologia e estratégia de negócios. Em diversos casos, iniciativas de IA permanecem restritas às áreas técnicas e não conseguem gerar transformação organizacional ampla. Por isso, a KPMG defende que o board das empresas deve dar o primeiro passo dessa jornada. “Líderes precisam compreender como a IA impacta processos, cultura corporativa e modelos de negócio. Mais do que eficiência operacional, a tecnologia exige uma revisão profunda da lógica de geração de valor”, destaca o executivo.

A tendência é que a IA se torne tão indispensável nas empresas quanto ferramentas básicas de produtividade são hoje. Nesse contexto, empresas capazes de combinar governança sólida, visão estratégica e capacidade de execução estarão mais preparadas para liderar a próxima década da mobilidade.

Para onde vão os investimentos

Ao todo 13 fabricantes de veículos leves anunciaram aportes de R\$ 112,8 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 entrou na linha de produção de Araquari, SC, em 2024.

BYD



R\$ **5,5** bilhões
2024-2030

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

CAOA



R\$ **5** bilhões
2026-2028

Terminou dois anos antes do previsto o ciclo de R\$ 3 bilhões para renovar linha Caoa Chery, duplicar a capacidade da fábrica de Anápolis, GO, para para 160 mil veículos/ano produzir modelos Changan. O novo aporte de R\$ 5 bilhões até 2028 será aplicado em nova ampliação, processos industriais e produção de mais modelos Changan.

GM + COMEXPORT



R\$ **7,4** bilhões
2024-2028

Desenvolvimento de novos veículos; R\$ 1,2 bilhão na fábrica de Gravataí, RS, para modernização das instalações, renovação da linha Onix hatch e sedã e produção do inédito SUV compacto Sonic; 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. Comexport investiu R\$ 400 milhões para instalar linha de montagem dos elétricos Chevrolet Spark e Captiva em Horizonte, CE, que vêm importados semimontados da GM-SAIC, da China.

GWM



R\$ **10** bilhões
2022-2032

Fase inicial de R\$ 4 bilhões até 2025 com a compra de instalações da Mercedes-Benz em Iracemápolis, SP, produção do SUV híbrido Haval H6 e de modelos turbodiesel, a picape Poer P30 e o SUV de 7 assentos Haval H9. Instalação de segunda fábrica no Espírito Santo.

HONDA



R\$ **4,2** bilhões
2024-2030

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

HPE/MITSUBISHI



RS **4** bilhões
2024-2032

Lançamentos de seis modelos Mitsubishi no País, quatro deles produzidos em Catalão, GO, até 2030, dois novos e renovação da picape Triton e do SUV Eclipse Cross; desenvolvimento de sistemas de propulsão híbridos flex; ampliação da rede. A partir de 2027 a planta também montará carros da chinesa GAC.

HYUNDAI



RS **5,5** bilhões
2024-2032

Renovação de produtos; expansão da capacidade em Piracicaba, SP, para 215 mil veículos/ano; produção de um novo SUV compacto em 2026.

NISSAN



RS **2,8** bilhões
2023-2025

Renovação de portfólio de produtos; lançamento de dois novos SUVs, a nova geração do Kicks em 2025 e o inédito compacto Kait em 2026; produção de motor 1.0 turbo.

RENAULT GEELY



RS **3,8** bilhões
2026-2028

Sucede o plano 2022-2025 de R\$ 4,3 bilhões para introdução em São José dos Pinhais, PR, da plataforma global RGMP, com o lançamento dos SUVs Kardian e Boreal, além da nacionalização dos motores turboflex 1.0 e 1.3 pela Horse. No novo ciclo dividido entre as duas sócias, a Geely produzirá no Paraná, a partir de 2026, o híbrido EX5 EM-i e o elétrico EX2 sobre a plataforma GEA, do grupo chinês, e a Renault deve renovar o Kwid em 2026 e, em 2027, lançará carro sobre plataforma eletrificada inédita.

STELLANTIS



RS **32** bilhões
2025-2030

Renovação do portfólio; desenvolvimento das arquiteturas Bio-Hybrid com oito sistemas de propulsão híbridos flex e elétricos; lançamentos de 40 modelos Fiat, Jeep, Citroën, Peugeot, Ram e Leapmotor, 7 deles inéditos. Aporte de R\$ 13 bilhões na fábrica de Goiana, PE, para produção de 6 novos modelos, 4 deles híbridos leves de 48V, e a montagem de dois Leapmotor, o elétrico B10 e o híbrido REEV C10 com motor flex nacional. R\$ 14 bilhões para Betim, MG, para desenvolvimento de novos produtos e tecnologias, com lançamento do novo Fiat Argo com versão híbrida em 2026. R\$ 3 bilhões para Porto Real, RJ, onde será produzido ao lado dos Citroën o Jeep Avenger, com versão híbrida. R\$ 2 bilhões para Córdoba, Argentina, para produção das picape médias Fiat Titano e Ram Dakota, e um novo motor.

TOYOTA



RS **11,5** bilhões
2025-2030

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

VOLKSWAGEN



RS **20** bilhões
2022-2028

Lançamento de 21 veículos importados e nacionais, cinco inéditos desenvolvidos no Brasil; em 2026 todos os carros desenvolvidos no País terão versões híbridas flex leves, fechadas ou plug-in. Fábrica de São José dos Pinhais, PR, recebe R\$ 3 bilhões para nova picape média-compacta e sedã Virtus. Três fábricas paulistas vão receber R\$ 13 bilhões: Anchieta fabricará dois novos modelos e receberá plataforma MQB37, Taubaté já produz o SUV Tera e São Carlos fará motor a combustão para híbridos. Argentina recebe US\$ 580 milhões para nova geração da picape Amarok, com tecnologia da sócia chinesa SAIC e versões híbridas, a partir de 2027.

Investimentos pesados

DAF



RS **950** milhões
2026-2029

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



RS **1,7** bilhão
2025-2028

Novo plano de R\$ 1 bilhão de 2026 a 2028 sucede o aplicado de 2022 a 2025, também de R\$ 1 bilhão. Desta vez os recursos, financiados pela Invest Minas, serão utilizados na melhoria de processos industriais em Sete Lagoas, MG, aumento da nacionalização e desenvolvimento de novos caminhões e ônibus. Em projetos incentivados pelo Programa Mover mais R\$ 637 milhões foram anunciados para o período 2025-2028, 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.

MERCEDES-BENZ



Mercedes-Benz

RS **???** bilhão
2023-2026

Após o programa de R\$ 2,4 bilhões, de 2018 a 2022, a empresa não divulgou mais seus investimentos no País, mas segue fazendo aportes sem mencionar valores. O centro de distribuição de peças foi transferido de Campinas para novas instalações em Itupeva, SP. Em 2026 será lançado o chassi articulado de ônibus elétrico eO500UA, produzido em São Bernardo do Campo, SP, ao lado do já lançado eO500U. A linha de caminhões vem sendo renovada, com lançamentos de novas versões, e o pesado Axor foi relançado em 2025. A empresa também introduz no País dois caminhões elétricos importados, o pesado eActros e o leve eCanter.

SCANIA



SCANIA

RS **2** bilhões
2025-2028

Sucede o plano de R\$ 1,4 bilhão de 2021 a 2024. Recursos para 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

VOLVO

RS **2,5** bilhão
2026-2028

Supera o plano anterior de R\$ 1,5 bilhão aplicado de 2022 a 2025. O maior ciclo de investimento da companhia no Brasil será direcionado ao desenvolvimento de soluções tecnológicas de descarbonização das emissões dos caminhões e ônibus, à rede de concessionárias e a melhorias na fábrica de Curitiba, PR.

VWCO



Caminhões
Ônibus

RS **2** bilhões
2021-2025

RS 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.

EATON.

Há décadas movendo
quem move o Brasil



Celebramos juntos os 70 anos da Anfavea, organização fundamental na construção de uma das maiores indústrias automotivas do mundo.

Desde 1957 a Eaton também está presente nessa trajetória com soluções que movem o presente e ajudam a construir o futuro.

Fazemos funcionar
o que é importante.



Explore o universo
da mobilidade com
o Portal +Eaton.

EATON
Powering Business Worldwide

Iveco tem novo ciclo de investimento de R\$ 1 bilhão



Divulgação/Iveco

A Iveco prepara um novo ciclo de investimento para sua fábrica de Sete Lagoas, MG: R\$ 1 bilhão será injetado de 2026 a 2028, com foco em produtos movidos a combustíveis alternativos, melhorias na fábrica, na rede de concessionários e na cadeia de fornecedores. Os recursos, levantados via Invest Minas, incluem também o novo centro de distribuição que está sendo construído em Pouso Alegre, no Sul de Minas, ao custo de R\$ 93 milhões. O espaço, que deverá ser inaugurado até o meio do ano, substituirá o CD de Sorocaba, SP, compartilhado com a CNH, devido a limitações de capacidade e para trazer maior fluidez à operação logística.

Nova geração do RAV4 ganha sistema híbrido

A nova geração do SUV Toyota RAV4, produzida no Japão, desembarca no Brasil com duas configurações híbridas a gasolina. A pré-venda será aberta em maio, quando os primeiros clientes também deverão receber os primeiros exemplares. A meta da Toyota é dobrar as vendas do ano passado, quando somou quase 3 mil emplacamentos. São duas versões: S, por R\$ 317,2 mil, e SX, R\$ 349,4 mil. A diferença das versões é o teto solar panorâmico, a central multimídia de 12,9 polegadas, o carregador de celular por indução, o visor frontal e a assistência para o estacionamento.



Divulgação/Toyota

Toyota monta as baterias do Yaris Cross



Divulgação/Toyota

A Toyota começou a operar centro técnico dedicado à montagem de baterias para veículos híbridos em sua fábrica de Sorocaba, SP. A unidade será responsável pelo fornecimento dos conjuntos que equipam o novo Toyota Yaris Cross, produzido na unidade. Com capacidade para cerca de 50 mil baterias/ano a operação foi dimensionada para atender integralmente à demanda do modelo ao longo de 2026, incluindo tanto o mercado brasileiro quanto exportações para Argentina, Equador e Uruguai.

BYD contrata mais 400 trabalhadores em Camaçari

A BYD contratou quatrocentos trabalhadores para seu complexo de Camaçari, BA, e passou a somar quase 4 mil empregos diretos na unidade. A companhia projeta superar os 6 mil empregos diretos nos próximos meses que, somando com os 3,7 mil funcionários das construtoras terceirizadas, totali-

zará quase 10 mil trabalhadores ainda em 2026. Das contratações novas duzentas pessoas trabalharão na área de montagem final. Na de baterias foram agregados 78 trabalhadores novos e os demais serão destinados às operações de motores e autopeças, de acordo com a BYD.

Volkswagen Taubaté produziu mais de 100 mil Tera

Em menos de um ano do Tera no mercado a Volkswagen em Taubaté alcançou a marca de 100 mil unidades produzidas. Desde o início a companhia nunca escondeu as elevadas pretensões sobre seu desempenho comercial, algo que vem se confirmando. No mês passado foi o líder dos SUVs, com quase 8 mil emplacamentos. No primeiro trimestre soma 18,3 mil unidades vendidas. De janeiro a março os embarques somaram 9,9 mil unidades, para Argentina, México, Bolívia, Chile, Colômbia, Peru, Paraguai, Equador, Uruguai, Aruba, República Dominicana, Curaçao, St Marteen, Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Honduras e Panamá. Desde o início das exportações foram 35,6 mil unidades.



Divulgação/VW

Rio projeta investir mais R\$ 25 milhões em 2026

A Rio-Riosulense anunciou um novo ciclo de investimentos com o aporte de mais de R\$ 25 milhões em 2026 com o objetivo de au-

mentar a sua capacidade produtiva por meio da aquisição de maquinário de última geração e avanço em automação industrial. O obje-

tivo da fabricante e fornecedora de componentes para motores é impulsionar a inovação e fortalecer a competitividade.

Stellantis cria conselho com fornecedores na América do Sul



Divulgação/Stellantis

A Stellantis iniciou as atividades de um novo conselho consultivo voltado à sua base de fornecedores na América do Sul, em uma tentativa de reforçar a articulação com a cadeia produtiva diante dos desafios enfrentados pela indústria. O grupo reúne executivos da montadora e representantes de 25 empresas fornecedoras, além da participação do Sindipeças. A proposta é criar um espaço permanente de diálogo para tratar de temas como competitividade, inovação, qualidade e eficiência operacional.

Omoda Jaecoo terá motores flex em 2027

Até o fim do ano os engenheiros do Grupo Chery entregarão os primeiros motores flex, com aplicação híbrida e híbrida plug-in, para equipar já em 2027 seis modelos Omoda Jaecoo. Sua aplicação começará com os motores 1.5 e 1.6 – mas a equipe já está debruçada sobre o 2.0 e o 1.0. Para o sistema híbrido a Chery escolheu o motor Super Hybrid CDM6.0. Ele pode ser aplicado também nos híbridos fechados como em híbridos plug-in. A ideia da companhia é oferecer todo o cardápio de eletrificação flex para a Omoda Jaecoo.



Divulgação/Omoda Jaecoo

O PROTAGONISMO DA EXPRESSO NEPOMUCENO



Com experiência em operações industriais complexas e soluções customizadas, empresa se posiciona como parceira de fornecedores de toda a cadeia automotiva (fornecedores e montadoras) com sede própria em Camaçari, BA, absorvendo as demandas de marcas chinesas e participando ativamente da reorganização do setor

Uma nova fase da indústria automotiva brasileira já começou. E ela vai muito além da chegada de novas montadoras ao país. O avanço das marcas chinesas, a eletrificação, a reorganização da cadeia de fornecedores e a busca por maior nacionalização de componentes estão redesenhando o setor automotivo e criando uma nova dinâmica para toda a cadeia logística.

Nesse cenário, cresce a importância de operadores capazes de atuar com proximidade, flexibilidade e profundo conhecimento operacional. Mais do que transportar cargas, o desafio passa a ser integrar operações, reduzir gargalos, garantir previsibilidade e apoiar fornecedores que precisam

responder rapidamente às exigências de um setor em transformação.

É justamente nesse contexto que a Expresso Nepomuceno reforça seu posicionamento como parceira estratégica para esse novo ciclo da indústria automotiva nacional. Com uma trajetória sólida de atuação em transporte e logística, hoje a empresa combina experiência nacional, presença internacional e capacidade de customização para atender operações industriais de alta complexidade no segmento automotivo. Mas não só nele: a Nepomuceno atua também nos setores químico, mineração, alimentos e bebidas, florestal, sucroenergético, entre outros.

No setor automotivo, essa experiência ganha

ainda mais relevância diante da transformação que o mercado atravessa. A chegada de novas montadoras ao Brasil exige operações mais próximas dos polos produtivos, maior capacidade de armazenagem, inteligência logística, agilidade nos fluxos de abastecimento e suporte para fornecedores tier 1 e 2 em diferentes etapas de implantação.

A Expresso Nepomuceno reúne esses atributos. Com operações desenhadas conforme a necessidade de cada cliente, a companhia atua em serviços como armazenagem, cross-docking, recebimento, expedição, transporte rodoviário, operações dedicadas, sistemas just in time e estudos logísticos personalizados. O diferencial está justamente na capacidade de adaptar soluções à realidade de cada cadeia produtiva, em vez de limitar a operação a modelos padronizados.

Dentro dessa estratégia, a unidade da empresa em Camaçari (BA) se torna um ativo particularmente relevante para o novo mapa automotivo brasileiro. Localizada a menos de 5 km da fábrica da BYD em Camaçari, a filial está posicionada em uma região que volta a experimentar o protagonismo indus-

trial no país. Mais do que atender uma montadora específica, a estrutura foi concebida para apoiar fornecedores e operações ligados ao crescimento do polo automotivo baiano e à expansão de novas cadeias produtivas no Nordeste.

A unidade conta com área de armazenagem coberta, de movimentação, estacionamento, apoio ao motorista e escritório administrativo. A estrutura oferece suporte para operações de consolidação, armazenagem, abastecimento e distribuição, permitindo maior proximidade entre fornecedores e linhas produtivas.

Em um ambiente industrial cada vez mais orientado por eficiência e previsibilidade, estar próximo do cliente passou a ser uma vantagem competitiva decisiva. “A indústria automotiva brasileira vive um momento de transformação importante, impulsionado pela chegada de novas montadoras, pelo avanço da eletrificação e pela reorganização das cadeias de fornecimento. Esse cenário exige parceiros logísticos preparados para atuar com proximidade, flexibilidade e profundo conhecimento operacional. A Expresso Nepomuceno tem uma trajetória sólida no setor automotivo e acompanha de perto esse novo ciclo. Nossa estrutura em Camaçari é um exemplo da nossa capacidade de estar onde o cliente precisa, apoiando estudos, cotações e futuras operações com segurança, eficiência e visão de longo prazo”, afirma Agnésio Carvalho de Souza Neto, diretor de operações da Expresso Nepomuceno.

A nova configuração da indústria automotiva brasileira tende a ampliar a necessidade de operadores logísticos com presença estratégica, capacidade técnica e visão de longo prazo. Para fornecedores que buscam acompanhar o avanço das montadoras em expansão no país, a logística deixa de ser apenas suporte operacional para assumir papel central na competitividade do negócio.

E é nesse novo cenário que a Expresso Nepomuceno busca consolidar sua posição: como uma empresa brasileira preparada para conectar indústria, eficiência e futuro.





Divulgação/Abraciclo

ABRACICLO: MARCOS BENTO

Na Abraciclo quem foi reeleito para o próximo triênio foi Marcos Antônio Bento, em seu segundo mandato. É em momento especial, pois em 2026 a associação que representa o setor de duas rodas brasileiro completa 50 anos. Bento, da Honda, tem em sua diretoria o vice-presidente Eduardo Sambuchi, da Yamaha, e Rafael Lourenço como suplente. A vice-presidência também conta com representantes de diferentes fabricantes: Francisco Creso Junqueira Franco Júnior, da Dafra, com José Ricardo Siqueira como suplente, Jaime Teruo Matsui, da Kawasaki, com Sônia Harue Ando como suplente, e César Rogério Barros, da Honda, acompanhado por Keithy Maria Schafer Garcia Lobo.



Divulgação/ABVE

ABVE: RICARDO BASTOS

Foi reeleito para o terceiro mandato consecutivo como presidente da ABVE, Associação Brasileira do Veículo Elétrico, o diretor de assuntos institucionais da GWM, Ricardo Bastos. A eleição foi por unanimidade, em chapa única, e também renovou o Conselho Diretor da entidade. Bastos permanece à frente da associação até abril de 2028.



Divulgação/Scania

SCANIA: ALEX NUCCI

Após 22 anos Alex Nucci, que ocupava a diretoria de vendas da Scania Operações Comerciais do Brasil, deixou a companhia. Ele não revelou a razão, apenas confirmou que seguirá para "novos desafios e oportunidades". Seu sucessor não foi definido até o fechamento da edição: interinamente no cargo está Eronildo Santos, que retornou ao Brasil e recentemente foi anunciado como diretor geral, sucedendo a Simone Montagna, que também deixou a Scania.



Divulgação/MB

MERCEDES-BENZ CARS & VANS: MARCO WÖRNER

O executivo alemão Marco Wörner chegou à Mercedes-Benz Cars & Vans Brasil para assumir as funções de CFO. Há quase duas décadas na companhia, seu último cargo foi diretor geral e CFO na Mercedes-Benz Customer Solutions. Antes de ingressar na Daimler Wörner trabalhou na KPMG.



Divulgação/VWCO

VW CAMINHÕES E ÔNIBUS: ANDERSON DECIMONI

Anderson Decimoni assumiu a vice-liderança de pessoas e cultura da Volkswagen Caminhões e Ônibus. Com mais de 30 anos de carreira, com passagens por Cofar e Volkswagen, o executivo sucede a Livia Simões, que segue para Scania, do Grupo Traton, para exercer funções na área financeira no Exterior. A VWCO mexeu também em sua estrutura no Brasil: a área de sustentabilidade passou a responder à vice-presidência de estratégia e planejamento, liderada por Leandro Siqueira.



Divulgação/Volvo

VOLVO: SÍLVIA GERBER

Pela primeira vez a Volvo terá uma presidente mulher em sua operação da América Latina:

Sílvia Gerber assume as funções em 1º de agosto, quando Wilson Lirmann seguirá aos Estados Unidos para chefiar a operação de caminhões do Grupo no país. Gerber é a atual presidente do Banco Volvo e da Volvo Financial Services na região. Fez carreira na Volvo, onde ingressou há quase duas décadas, e teve atuação em operações internacionais. Sob seu guarda-chuva ficarão as operações de Brasil, Chile, Peru, Argentina e México. Ela se reportará diretamente ao presidente global Roger Alm.



Divulgação/Stellantis

STELLANTIS: ADRIANA GIRÃO

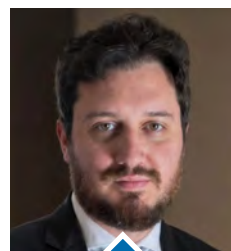
Para suceder a Alessandra Souza, que foi para a Omoda Jaecoo, a Stellantis promoveu Adriana Girão à chefia de marketing e comunicação na América do Sul. A relações públicas graduada pela UFMG passa a responder diretamente para Breno Kamei, vice-presidente de gestão de marcas e marketing para a região. Girão entrou na Stellantis há mais de 10 anos, ainda pela Fiat, e passou por diversas funções na marca, na Jeep, na Peugeot, na Citroën e na Ram. Antes passou por agências de publicidade.



Divulgação/Banco Mercedes-Benz

BANCO MERCEDES- BENZ: LEONARDO PICCININI

Leonardo Piccinini presidente local do Banco Mercedes-Benz, ganhou novas responsabilidades dentro da instituição: depois de, no ano passado, ter sob seu guarda-chuva a América Latina, passa a responder, também, pela África do Sul. Agora ele é o responsável pela Daimler Truck Financial Services Lamea, a recém-criada região que abrange a América Latina, Oriente Médio e África.



Divulgação/PPG

PPG: LUCAS RIBEIRO

A divisão automotiva da PPG, fabricante de tintas e revestimentos, anunciou Lucas Ribeiro como seu novo diretor, sucedendo a Marcelo Zanete, que passou a chefiar as operações da divisão na Europa, Oriente Médio e África. Os negócios automotivos respondem pela maior fatia do faturamento da companhia na região. Ribeiro é engenheiro químico formado pela USP e está na empresa há dez anos, passando por diversas áreas. Seu último cargo foi gerente de contas estratégicas, desde 2021.



Expobor



Pneushow

23 A 25
JUNHO | 2026
SÃO PAULO
EXPO CENTER NORTE

INDÚSTRIA DA BORRACHA

FORMA

A DE

A DA

ÚSTF

REFORMA DE PNEUS



O ponto de encontro das indústrias da
borracha e da reforma de pneus na
América Latina

Credenciamento
gratuito aberto



Expobor e Pneushow 2026: inovação, sustentabilidade e negócios para o setor automotivo

A indústria automotiva vive um momento de transformação acelerada, impulsionando o desenvolvimento de **novas tecnologias, materiais sustentáveis e soluções voltadas à eficiência operacional e ambiental**. Nesse cenário, a Expobor 2026 e a Pneushow 2026, que acontecem entre os dias 23 e 25 de junho, no Expo Center Norte (SP), consolidam-se como importantes plataformas de atualização, negócios e inovação para toda a cadeia produtiva dos artefatos de borracha e da reforma de pneus.

BORRACHA GANHA PROTAGONISMO NA EVOLUÇÃO DA MOBILIDADE

Os artefatos de borracha são essenciais para o funcionamento, conforto e segurança dos veículos. Graças a propriedades como elevada resistência à abrasão, à temperatura e ao desgaste, a borracha sintética tornou-se indispensável na fabricação de pneus, mangueiras, juntas, anéis de vedação, correias, perfis automotivos, tapetes e componentes internos dos veículos.

Além disso, o setor também avança no desenvolvimento de soluções sustentáveis, como bio-poliuretanos para revestimentos e a utilização de borracha reciclada proveniente de pneus em novos artefatos industriais. **O movimento fortalece o conceito de economia circular e amplia o reaproveitamento de materiais na cadeia automotiva.**

REFORMA DE PNEUS ALIA ECONOMIA E SUSTENTABILIDADE

O pneu reformado apresenta rendimento quilométrico semelhante ao pneu novo, porém com custo significativamente menor. Segundo a Associação Brasileira da Reforma de Pneus (ABR), para o consumidor, a **economia pode chegar a 75%, enquanto o setor de transporte registra redução média de 57% no custo por quilômetro rodado.**

Outro diferencial está na durabilidade. Uma carcaça pode ser reformada, em média, duas vezes, garantindo até três vidas úteis ao pneu e maximizando o retorno sobre o investimento das transportadoras e operadores logísticos.

Além dos ganhos econômicos, a reforma de pneus é considerada uma solução ambientalmente responsável.

O processo utiliza apenas 20% da matéria-prima necessária para fabricar um pneu novo, mantendo desempenho e durabilidade semelhantes, ao mesmo tempo em que prolonga a vida útil das carcaças e reduz o descarte de resíduos.

A Expobor e a Pneushow conectarão fabricantes, distribuidores, fornecedores de matérias-primas, reformadores, desenvolvedores de tecnologia às montadoras, indústrias e profissionais ligados ao setor automotivo, transporte e mobilidade, apresentando os lançamentos em produtos e serviços e as últimas inovações tecnológicas em seus respectivos segmentos, além de promover **debates estratégicos sobre tendências globais e avanços tecnológicos que impactam a competitividade das empresas.**

Os eventos reforçam a relevância da indústria de artefatos de borracha e da reforma de pneus para o desenvolvimento sustentável e a competitividade da indústria automotiva

Informações:

www.expobor.com.br

www.pneushow.com.br



“Temos sob controle 65% do custo de produção dos nossos veículos, um dos mais altos índices de verticalização da indústria chinesa. Projetamos, validamos e fabricamos todos os principais componentes e sistemas essenciais para os veículos eletrificados”.

Alan Li, responsável pela estratégia e planejamento de produto da Leapmotor na China, demonstrando um dos pontos cruciais da vantagem competitiva chinesa: a verticalização.

“Todas as montadoras têm a agradecer ao presidente Lula. Ele é um especialista em criar demanda para o setor. Mais veículo vendido é mais produção e mais empregos gerados.”

Igor Calvet, presidente da Anfavea, em cerimônia de lançamento do Move Aplicativos, que destinará R\$ 30 bilhões para taxistas e motoristas de aplicativos adquirirem veículos OKM

“Na China as províncias definem qual a proporção de etanol é misturado na gasolina, de acordo com a política nacional de biocombustíveis. Na província de Hebei é adicionado 10% de etanol na gasolina. Seis províncias usam essa mesma proporção e pelas dimensões deste país é como se toda a frota de automóveis do Brasil estivesse rodando com B10.”

Ricardo Bastos, diretor de assuntos institucionais da GWM Brasil, sobre a utilização de etanol em Hebei, onde fica Baoding, cidade sede da GWM, durante conferência com jornalistas na China

“Dez por cento não é o suficiente para a marca e para a sua rede de concessionárias”

Thomas Owskiński, presidente da General Motors América do Sul, sobre a participação de mercado da Chevrolet no Brasil

“A produção local continuará crescendo, mas por meio das marcas de origem chinesa”

Murilo Briganti, COO da Bright, sobre estagnação dos volumes de produção dos fabricantes instalados aqui até o ano passado

“O E-Car é um conceito que encontra sua essência no sucesso dos carros compactos, enraizado no DNA europeu. Nossos clientes pedem o retorno de veículos pequenos, com design atraente, produzidos na Europa e, ao mesmo tempo, acessíveis e sustentáveis.”

Antonio Filosa CEO da Stellantis sobre novo projeto para a produção de veículos compactos elétricos na Europa para diferentes marcas do Grupo a partir de 2028, na fábrica de Pomigliano, Itália.”

US\$ 4 mil

É o custo adicional da Tesla, a montadora ocidental mais eficiente, para produzir um veículo na comparação com um modelo similar de marca chinesa, segundo o consultor Rogelio Golfarb

US\$ 292

É o cálculo de subsídios concedidos pelo governo da República Popular da China aos produtos nacionais agregado ao custo de produção de um modelo ocidental similar

US\$ 75 bi

Perda estimada das montadoras tradicionais nos Estados Unidos e Europa por causa de fatores como erro no mix de produção, limitação de investimentos e perda de market share para os chineses, dentre outros fatores



Quem constrói junto, reconhece junto.

Celebramos quem, há sete décadas, representa a indústria que colocou o Brasil sobre rodas. Uma trajetória construída em parceria com toda a cadeia automotiva nacional, da qual também fazemos parte.

**Parabéns, Anfavea, pelos 70 anos de história.
 Seguimos, juntos, construindo o amanhã.**

RANDONCORP Construindo
 o amanhã

f @ in v /randoncorp | randoncorp.com

V O L V O

Tem quem acompanha o movimento.
E tem quem faz o movimento acontecer.

PARABÉNS, ANFAVEA

Há 70 anos, fortalecendo o setor automotivo do Brasil.

