



From the Top
Arcélia Júnior,
Fenabrade

AUTODATA

VENDAS
ON-LINE

Digitalização
muda relação
com clientes

ÔNIBUS
AVANÇAM
Mercado
cresce acima
das projeções



O JOGO OCULTO DA BYD

Promessas de produção nacional e milhares
de empregos escondem pedidos de benefícios fiscais
para continuar importando



Desacelere. Seu bem maior é a vida.



Acesse o QR Code
e conheça as ofertas.





Quem nunca sonhou em ser gigante?
Este caminhão ajuda você a chegar lá.

É O METEOR DA VOLKSWAGEN.

MAS PODE CHAMAR DE

METEOR DA PAIXÃO



Caminhões
Ônibus

VW METEOR. PENSE GIGANTE.

Volkswagen Caminhões e Ônibus

Volkswagen Caminhões e Ônibus

@vwcaminhoes

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

**EVENTO AUTODATA
MEGATENDÊNCIAS 2025**

18

Executivos e representantes de entidades da indústria debateram as oportunidades e os riscos do setor diante de quadro conturbado

**MERCADO
ÔNIBUS AVANÇAM**

32

Renovações de frotas e programa Caminho da Escola reaquecem o mercado de ônibus no País, que tende a fechar 2025 acima das projeções

**INDÚSTRIA
O JOGO OCULTO DA BYD**

44

Enquanto promete produção nacional e milhares de empregos a companhia chinesa pede benefícios ao governo para importar carros desmontados, sem peças nacionais

**INVESTIMENTO
VOLKSWAGEN AUMENTA APOSTA**

52

Fabricante eleva para R\$ 20 bilhões seu ciclo na América do Sul até 2028, com aporte de US\$ 580 milhões na Argentina, para produzir a nova Amarok

**LANÇAMENTO
GWM TANK 300**

58

Primeiro modelo de nova ofensiva de lançamentos da GWM no País é SUV híbrido plug-in de luxo com grande capacidade off-road e preço de R\$ 333 mil

**EVENTO AUTODATA
PERSPECTIVAS CAMINHÕES**

28

Juro alto acende alerta de mercado menor e já puxa para baixo as vendas de caminhões e implementos rodoviários

**VENDAS ON-LINE
DIGITALIZAÇÃO MUDA RELAÇÕES**

Era pós-pandemia aponta para um modelo híbrido de compra de carros com uso de novas ferramentas, como a inteligência artificial



Divulgação/BYD

**TODOS OS INVESTIMENTOS
PARA ONDE VÃO OS RECURSOS**

Atualização dos investimentos de R\$ 118 bilhões divulgados por fabricantes de veículos leves e pesados no Brasil no período que vai até 2032

**PRÊMIOS
RECONHECIMENTO A FORNECEDORES**

Mercedes-Benz, Hyundai e BMW premiaram as iniciativas socioambientais e o desempenho produtivo de seus fornecedores no Brasil

6

LENTE

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

10

FROM THE TOP

Arcélio Júnior, novo presidente da Fenabrade, fala de seus planos e prioridades para a entidade dos concessionários.

68

GENTE & NEGÓCIOS

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

77

FIM DE PAPO

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

Vale o escrito

Por Pedro Kutney, editor

No País do Jogo do Bicho todo apostador que faz sua fezinha sabe que, até na contravenção, para reclamar seu prêmio vale o escrito pelo apontador em um pedaço de papel. No caso das apostas da BYD no Brasil muitas promessas foram ditas mas poucas foram colocadas no papel. Talvez por isto mesmo a construção de sonhos, como é proposto no nome da companhia, Build Your Dreams, ao menos por aqui, até o momento não passaram de devaneios.

Reportagem que ilustra a capa desta **AutoData** revela o que, de fato, a fabricante chinesa escreveu: uma solicitação ao governo para reduzir significativamente, para 10% por três anos, o imposto de importação de seus veículos eletrificados que vão chegar parcialmente montados da China, em kits SKD, para simples montagem de poucos itens na linha que está em construção em Camaçari, BA, sem necessidade ou obrigação de comprar sequer um parafuso de algum fornecedor instalado aqui.

Ainda que a BYD também tenha colocado neste mesmo papel que sua intenção é evoluir para o regime CKD – veículos completamente desmontados que receberiam desconto aduaneiro ainda maior, recolhendo apenas 5% – e, após 2028, passar à produção nacional peça a peça, também não há ali nenhum compromisso formal, por escrito, de que isto realmente acontecerá quando e se o benefício pretendido acabar.

A proposta está longe de contemplar as promessas verbais feitas por executivos da empresa ao longo dos últimos três anos, de construir em Camaçari uma fábrica para produzir 300 mil veículos por ano com a contratação de 20 mil pessoas. Devido à falta de transparência da BYD, que não responde a nenhum questionamento sério sobre seu desenvolvimento no País, também não se sabe o que acontece daqui para frente se o governo negar a redução do imposto.

Ao que parece a BYD quer receber sua aposta no Brasil sem nenhum comprovante e antes de saber do resultado de seu jogo. Um jogo oculto que não confirma o que foi prometido.

Em respeito à indústria que está instalada no País há bom tempo, especialmente a de autopartes, o governo federal deveria pensar direito antes de aceitar o lobby, sob risco de conceder à BYD vantagens competitivas para seguir importando veículos e peças da China, com pouco ou nenhum valor agregado no Brasil. Serão vantagens sustentadas por benefícios fiscais, dinheiro do contribuinte, que os demais jogadores deste setor não têm.



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

COMO NÃO CONSTRUIR SONHOS

Demonstração de boa reportagem é a matéria de capa desta edição de AutoData. Deixa em situação instável a posição da produtora de veículos eletrificados BYD – Construa seus Sonhos, o mais bonito nome dentro de todo o universo automotivo. Em função disto, e de acordo com a reportagem, é encravada a situação da empresa no Brasil: não cumpriu nenhuma das programações que prometeu ao longo dos meses nem a governos e nem à imprensa. Me lembra, neste caso, com as devidas ressalvas de época, o caso da Asia Motors, que prometeu coisas bonitas, fábrica, alta geração de empregos e coisa e tal e apenas importou e vendeu milhares de veículos ao mercado interno brasileiro aproveitando benefícios fiscais concedidos diante de suas promessas. Era o governo FHC, meados dos anos 90.



Divulgação/Thiara Maria/GOVBA

COMO NÃO CONSTRUIR SONHOS 2

O interessante é que o cenário potencialmente fabril era o da mesma Camaçari, BA, que tornou-se Ford e que, agora, ninguém sabe se abrigará uma BYD produtiva. Na época, e a valores de 2013, quando demanda judicial da Kia foi encerrada, a dívida da Asia com a Receita Federal era de mais de R\$ 2 bilhões. Estava lá e vi com meus próprios olhos o presidente FHC ajudar na cerimônia da pedra fundamental, um calor de quase 40° à sombra naquelas dunas ao Norte de Salvador. Ele, num elegante fato bege, como convinha ocasião e horário, tinha mais de um lenço nas mãos, que não davam conta do sol, do calor, do mormaço, coisa do meio-dia. Ousou livrar-se do paletó, como muitos outros, para descobrir finas camisas sociais molhadas por inteiro. Não foi um bom dia para a nobreza de pé de cozinha do então presidente. (O brinde da Asia pela presença ao evento, o do assentamento da pedra fundamental de sua suposta futura fábrica, foi uma enorme lanterna logo apelidada por Carlos Brickman, também presente, de A Grande Piroca Luminosa da Asia.)



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

COMO NÃO CONSTRUIR SONHOS 3

A maneira de construir sonhos, nós acreditamos, é elegendo a transparéncia como aliadas de jornada. Não importa o tamanho, nem o valor, do sonho: é recomendável calçar os objetivos com botas que mostrem claramente suas pegadas printadas no terreno. Se fosse campeonato de caminhar com as mãos seriam as impressões das digitais. Mas ou a BYD não teve tempo suficiente de chamar suas brigadas pela transparéncia ou se esqueceu disto, e a impressão que se tem é a da empresa agindo apenas por lobbies para abrir espaço solitário no universo das empresas fabricantes de veículos no Brasil – coisa que ela ainda não é. Mas de que valem os lobbies sem a transparéncia que alego aqui? Ora, ora, ouvir estrelas: exatamente o que não pode acontecer, neste caso, é o lobby definir situações atropelando a transparéncia. Vale a pena lembrar: um dos defeitos que não se pode, nem se deve, pesregar na antigamente foderosa Anfavea é o de fazer gestões por algum grupo de empresas associadas contra algum outro grupo de empresas associadas pois seu objetivo sempre foi o de atender a todas de maneira solidária. Ainda no caso da Anfavea uma associada somente obteve vantagens concorrenenciais à custa de, exatamente, lobby – o pior é que, depois, logo depois, todo mundo ficou sabendo. Que papelão.


Divulgação/Anfavea

A PROPÓSITO DA ANFAVEA

Igor Calvet tomou posse na terça-feira, 15, recebido por Dan Loschpe no grande salão do décimo-sexto andar da Fiesp. Ele é o primeiro presidente profissional-contratado da entidade em seus 69 anos de existência – será o presidente na festa dos 70 anos.

Quem lá esteve diz que foi cerimônia quase intimista e com manifestações curtas a respeito do futuro da indústria de veículos e do mundo da mobilidade. Uma cerimônia que reuniu amigos, como deve ser, uma cerimônia discreta pelos tempos que se vive e pelos embates à frente.

VOCÊ NÃO VIU

A Comissão Nacional dos Salários Mínimos, órgão da Secretaria do Trabalho e da Previsão Social do governo do México, divulgou estudo comparativo sobre os salários mínimos em vigor, este ano, em dezesseis países da América Latina. O melhor salário mínimo pago é o do Chile, US\$ 510, seguido pelo de Belize, US\$ 487,13, e pelo do Uruguai, US\$ 485,46. Os demais, em ordem descendente, são Guatemala, US\$ 483,99, Equador, US\$ 470, México, US\$ 415,53, Colômbia, US\$ 373,41, El Salvador, US\$ 365, Honduras, US\$ 353,07, Bolívia, US\$ 350, Paraguai, US\$ 348,45, Panamá, US\$ 326, Peru, US\$ 305,10, Argentina, US\$ 287,93, Brasil, US\$ 248,53, e Nicarágua, US\$ 211,13.



RENAULT KARDIAN

o SUV mais premiado* do país
o motor 1.0 turbo mais forte do Brasil* com 125 cv e 220 nm de torque
câmbio automático EDC com e-shifter

13 sistemas avançados de assistência de direção

faça um test drive e descubra

*o mais premiado da categoria B-SUV - versão Première Edition.
o motor mais forte do Brasil baseado na unidade Newton metro, com base no Sistema Internacional de Unidades.

descubra





Desacelere. Seu bem maior é a vida.

renault.com.br

Concessionário nato

Mineiro de nascimento, economista de formação e concessionário de profissão – ele conta que começou a circular pela concessionária do pai aos 13 anos –, Arcélio Alceu dos Santos Júnior é o novo, e mais novo, presidente da Fenabrade, que aos 51 anos foi eleito para liderar a entidade que representa os concessionários reunidos em 57 associações de marcas que, juntas, têm espalhadas pelo país mais de 8 mil concessionárias de automóveis, comerciais leves, caminhões, ôni-

bus, motocicletas e implementos rodoviários.

Apesar de jovem não falta experiência a Arcélio Júnior – como ele prefere ser chamado –, tanto como empresário de uma linhagem de concessionários que há décadas dirige seu grupo sediado em Brasília, DF, como também na vida associativa no setor da distribuição: ele já foi diretor regional da Abrac, Associação Brasileira das Concessionárias Chevrolet, vice-presidente e depois presidente do Sincodiv do Distrito Federal, por dois mandatos, e na gestão passa-

da de Andreia Júnior na Fenabrade foi primeiro vice-presidente até ser eleito para a presidência para o triênio 2025-2027.

Arcélio Júnior afirma que está "realizando um sonho" de dirigir a Fenabrade. Nesta entrevista ele conta como pretende aumentar a representatividade institucional da entidade, a começar pela liderança do grupo que discute formas de tornar viável o programa de renovação de frota de veículos do País, estacionado há anos no problema da falta de verbas para financiar o projeto.



Clique aqui para assistir à versão em videocast desta entrevista

O que o motivou a ser presidente da Fenabrade?

A minha história [como concessionário] e o meu sonho de ser presidente da Fenabrade, que começou há cerca de dez anos e foi conquistado cinco meses atrás, quando fui eleito por unanimidade, por todas as associações de marca. Minha história associativa começou na Abrac [Associação Brasileira das Concessionárias Chevrolet], seguindo o exemplo do meu pai, que foi presidente de associação de 2000 a 2002. Ali despertou o meu interesse para o trabalho associativo. Depois eu me tornei diretor regional da Abrac, comecei

a participar do Sindodiv [sindicato dos concessionários de veículos]. Por estar sediado em Brasília acabei tendo contato mais próximo com o ex-presidente da Fenabrade Alairico [Assumpção Júnior, 2015-2021], que várias vezes me solicitou para representá-lo ou para acompanhá-lo em compromissos. Assim começou o desejo de presidir a entidade.

O senhor é o mais jovem presidente que a Fenabrade já teve em seus 60 anos de história e já é também o terceiro júnior consecutivo na presidência. A nova geração de uma longa linhagem de concessionários chegou ao poder?

CONTINENTAL PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas

Divulgação/Fenabrade



“Juro alto com certeza afeta o desempenho das vendas, pois nosso setor é altamente dependente do crédito. Mas existem fatores que nos ajudam a sustentar a aprovação dos financiamentos. O primeiro é o baixo índice de inadimplência, o segundo é o Marco Legal das Garantias, porque gera segurança e aumenta o apetite dos bancos.”

O ex-presidente da entidade gosta de brincar que para ser presidente da Fenabrade o nome tem de começar com A e terminar com Júnior, porque meu antecessor era o Andreta Júnior e o antecessor dele o Alarico Júnior. Mas realmente percebemos que existe uma nova geração, inclusive na diretoria eleita comigo, formada por pessoas experientes e mais jovens. Acredito que é muito importante a jovialidade, a garra, sem nunca esquecer o conselho dos experientes.

Quais são as suas prioridades neste início de gestão?

Fomos escolhidos por unanimidade para liderar o projeto do programa de renovação da frota, que tem dezessete entidades participando juntamente com o MDIC [Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio]. Por isto aceitamos a tarefa. Este, com certeza, é o nosso grande foco. Outro ponto importante é mostrar a importância do nosso setor e aumentar a representatividade institucional e política da Fenabrade. Geramos mais de 300 mil empregos, representamos 5,79% do PIB, estamos presentes

em mais de 1 mil municípios, temos mais de 8,2 mil funcionários no País. Então é importante que as autoridades entendam essa representatividade. Nesse sentido já fizemos importantes visitas aqui em Brasília a várias autoridades de ministérios, no Executivo, com o presidente da Câmara dos Deputados, Hugo Mota. Como eu resido em Brasília existe mais facilidade para trabalhar nisto.

Como o senhor disse uma de suas prioridades é tentar levar adiante o projeto da renovação de frota, pois o governo deu à Fenabrade a coordenação do grupo de discussão. Quais são os entraves para a adoção do programa e o que está sendo feito para superá-los?

A gente sabe que esses entraves estão aí há décadas. Uma das coisas que me motivou para que a Fenabrade assumisse a liderança foi a empolgação que eu percebo no governo federal sobre projeto. Nós apresentamos para o presidente da Câmara dos Deputados, Hugo Mota, ele também se empolgou. Então vemos que existe vontade política no Executivo e no Legislativo. O problema

CONTINENTAL PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas

A QR code is located in the bottom right corner of the advertisement.

é o suporte financeiro [do governo], pois temos o problema do equilíbrio fiscal. Na primeira reunião que fizemos, em 7 de fevereiro, na Fenabrade, tivemos uma tempestade de ideias para tentarmos outras maneiras de financiar o programa. Ficou definido que a renovação da frota será por etapas e a primeira será com caminhões, ônibus e implementos rodoviários. Não adianta fazer um programa para todos os segmentos, porque não haverá fundos. Isto também se justifica porque hoje existem 3 milhões de caminhões e ônibus no País e mais de 1 milhão estão com mais de trinta anos de uso. Como aproximadamente 52% das emissões de poluentes vêm justamente desses veículos, um dos melhores programas de descarbonização do País é a renovação de frota.

“Uma das coisas que motivou a Fenabrade a aceitar assumir a liderança do grupo que discute o programa de renovação de frota foi a empolgação que eu percebo no governo federal. Nós apresentamos também ao presidente da Câmara dos Deputados, Hugo Mota, ele também se empolgou. Então vemos que existe vontade política no Executivo e no Legislativo.”

O setor de distribuição de veículos no Brasil passou por momentos de grande prosperidade e alta nas vendas, sucedidos por crises que levaram ao fechamento de muitas concessionárias. Como o senhor classifica o momento atual do setor?

Na história moderna do Brasil nunca houve um período maior do que sete anos sem crise. Este é um País com um sério problema de estabilidade econômica há décadas. Nosso setor, como todos os outros, sempre sofre essas ondas, mas é muito resiliente. Represento empresários que trabalham muito, a imensa maioria dos concessionários tem paixão pelo negócio. E essa paixão sempre ajudou o setor a manter sua resiliência, a superar os desafios. Eu tenho a certeza de que o concessionário brasileiro, em sua grande maioria, está preparado para superar as crises que virão.

Como hoje estão as margens do negócio? É lucrativo ser concessionário?

É lucrativo para quem faz boa gestão. Quem controla seus custos, tem bom relacionamento com a montadora, equilibra o departamento de novos, de usados, de pós-vendas, consegue ser rentável e crescer. Mas as margens de lucro estão muito baixas e não acredito que aumentarão. A concorrência é gigantesca e existem várias marcas chegando que incendiarão ainda mais a concorrência. Por isto acredito que todos os empresários têm de estar preparados para margens mais baixas.

Como evoluíram nas concessionárias os processos de vendas on-line?

O que observamos, principalmente

CONTINENTAL PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas

A advertisement for Continental Parafusos S.A. features a collection of various automotive fasteners, including bolts, nuts, and washers, arranged in a decorative pattern. The company logo, which consists of a stylized 'C' inside a circle, is positioned to the left of the brand name. To the right of the name is a blue starburst graphic. At the bottom right is a QR code.

“Só é lucrativo o concessionário que faz boa gestão, que controla seus custos. As margens de lucro estão muito baixas e não acredito que aumentarão. A concorrência é gigantesca e existem várias marcas chegando. Acredito que todos os empresários têm de estar preparados para margens mais baixas.”

após a pandemia, é que o cliente inicia o processo da compra on-line e termina fisicamente em uma concessionária. Com todos os concessionários que converso, e são muitos, quando pergunto quantos carros já foram vendidos por processo on-line do começo ao fim a resposta é a mesma: nenhum, zero. Eu nunca ouvi um concessionário brasileiro falar que começou uma venda on-line e terminou on-line. Hoje o consumidor começa a busca no computador, faz a pesquisa, depois ele entra em contato com o vendedor, na maioria das vezes pelo próprio celular. Acredito que todo produto de alto valor, como um veículo, um imóvel, nunca o consumidor faz todo o processo digital, sempre termina no local da compra.

Mas esses instrumentos on-line ajudam os concessionários?

Ajudam, com certeza, bastante. Estou percebendo uma grande preocupação da rede em se preparar para a inteligência artificial. Vários fornecedores já nos oferecem produtos diferentes para atingir o consumidor de uma forma direta e particular, tornando a experiência digital mais agradável. Eu acredito que este ano e em 2026 teremos grandes mudanças nesse início da negociação digital.

Neste início de ano as vendas de veículos no País cresceram acima das expectativas. Os juros em alta derrubarão este crescimento?

Com certeza, pois nosso setor é altamente dependente do crédito. Mas existem alguns fatores que nos ajudam a sustentar a aprovação dos financiamentos. O primeiro é o índice de inadimplência que está controlado: em janeiro caiu para 4,4%. Em 2024 estava em 4,7%. Isso dá aos bancos apetite para financiar veículos. Apesar da previsão de mais uma alta Selic – estão falando em 15% até o fim deste semestre –, o segundo fator que nos ajudará a manter os financiamentos é o Marco Legal das Garantias [aprovado em janeiro de 2024], porque gera segurança para o operador financeiro ao desburocratizar a retomada do bem [de inadimplentes sem necessidade de autorização judicial]. Isto vai nos ajudar bastante este ano, como já está nos ajudando, mas muito pouco ainda porque somente agora começaram a ocorrer algumas retomadas. Então alguma coisa compensará a alta de juros.

O que falta para o Marco Legal de Garantias fazer o efeito esperado? Qual o potencial de redução das taxas de financiamento ele terá?

CONTINENTAL PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas

www.continentalparafusos.com.br



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

50 YEARS
est. 1974

HIGH-TECH ⭐ INDUSTRIAL FASTENERS



PRODUCTS

Bolts
Nuts
Washers
C-Parts
Wires



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

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



O novo sistema tem grande potencial de impulsionar o crédito no nosso setor, ajudará na aprovação e também na redução do spread bancário. O porcentual ainda não posso falar porque o programa está sendo adotado gradualmente: existem alguns Detran que estão mais avançados, outros não, ainda estão preparando seus sistemas de TI, alguns cartórios têm dificuldades, os bancos também começaram a adequar recentemente os contratos baseados na nova legislação. Então acredito que ainda teremos mais seis a oito meses, até o fim do ano, para ter o Marco Legal funcionando a pleno vapor.

Nos primeiros meses de 2025 as vendas diretas cresceram mais do que as vendas de varejo. Por que isso acontece?

O correto é falar em faturamento direto [da montadora ao cliente final], que inclui, além de locadoras, também os PCDs [pessoas com deficiência], taxistas, produtores rurais, que compram assim para aproveitar o benefício fiscal que recebem. Eles não vão na fábrica comprar o carro diretamente, vão numa concessionária fazer o pedido e o fabricante faz o faturamento [no nome do cliente]. Então uma parte importante desse faturamento direto está sendo feito dentro das concessionárias. Mas após a reforma tributária, teoricamente, este instrumento perderá sentido.

O preço médio de um automóvel hoje no Brasil é de R\$ 138 mil. É possível fazer o mercado crescer com preços tão altos?

Reconhecemos que R\$ 138 mil é um valor alto para a renda do brasileiro. Acredito que é importante trabalharmos junto com Anfavea [a associação dos

fabricantes], Sindipeças [que reúne dos fornecedores de autopeças] e governos federal e estaduais em um projeto para ter um carro mais acessível. O presidente Andreta, meu antecessor, trabalhou dias e dias nisto. A Fenabrade participou da elaboração da MP 1175 [que, em 2023, criou por curto prazo descontos patrocinados pelo governo para a compra de veículos]. A MP 1175 mostrou que com a redução de preço se aumenta a venda de veículos.

Qual a sua opinião sobre o mercado de veículos elétricos e híbridos no Brasil atualmente? Os concessionários do país estão preparados para esta evolução?

Com certeza. Inclusive a Fenabrade tem como associadas, há algum tempo, a AssoBYD e a AssoGWM. Nós acreditamos que o segmento elétrico terá o seu nicho aqui. No Brasil nós temos o etanol, que é bastante incentivado pelo governo federal e é uma alternativa de combustão de baixíssima emissão de carbono. Agora,

“Eu nunca ouvi um concessionário brasileiro falar que começou uma venda on-line e terminou on-line. Hoje o consumidor começa a busca no computador, faz a pesquisa, depois ele entra em contato com o vendedor, na maioria das vezes pelo próprio celular.”

CONTINENTAL PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas

Abril 2025 | AutoData

“Reconhecemos que [o preço médio de] R\$ 138 mil para comprar um automóvel é um valor alto para a renda do brasileiro. Acreditamos que é importante trabalharmos junto com Anfavea, Sindipeças e governos federal e estaduais em um projeto para ter um carro mais acessível.”

o que estamos percebendo, tanto aqui no Brasil como nos Estados Unidos, é um crescimento de ganho dos híbridos.

Qual a importância do negócio de veículos usados para as concessionárias?

Desde os anos 1990 eu já ouvia falar que nos Estados Unidos, muitas vezes, o concessionário era deficitário na venda de novos e compensava com ganhos vendendo seminovos. Lá existe foco muito grande no departamento de usados. No Brasil também já existem vários grupos concessionários que estão bastante focados em usados. Temos de aproveitar o fato de a concessionária transparecer credibilidade para os consumidores, que se sentem mais seguros quando compram veículos em uma concessionária, porque sabem que vão ter respaldo em caso de algum problema, alguma questão de garantia ou de documentação. Principalmente nos últimos dois, três anos, percebo uma evolução, uma atenção do concessionário em carros usados.

O senhor espera por alguma mudança na legislação que rege o setor de distribuição de veículos no País?

A Lei Renato Ferrari é muito vibrante, viva e atuante. Existe uma ADPF [Ação de Descumprimento de Preceito Fundamental da Constituição, que questiona no Supremo Tribunal Federal a legislação de venda de veículos zero-quilômetro no País, condicionada à nomeação de concessionárias pelos fabricantes]. Mas já foram anexadas no STF manifestações da Presidência da República, do MDIC, Secretaria de Assuntos Jurídicos, Ministério da Justiça, AGU, Câmara dos Deputados e Senado, todas favoráveis à Lei Renato Ferrari. A Fenabrade entrou [no processos] como amicus curiae [especialista no assunto] e foi aceita pelo ministro Edson Fachin [relator da ADPF]. Todos percebem a importância da Lei Renato Ferrari. As várias manifestações reconhecem que a legislação promove equilíbrio econômico e defesa do consumidor, porque gera concorrência, dinamismo, cobrança da rede na montadora, atendimento ao consumidor. Quando a Lei Renato Ferrari foi criada, em 1979, existiam quatro montadores de automóveis do País. Hoje, só associadas à Fenabrade, são 24. Veja a concorrência que ela incentivou. Então a lei está vigente, está válida. Acredito que todas as manifestações positivas, todos falando que a lei é muito importante para o setor e haveria consequências gravíssimas se a ADPF promover alterações, são a prova mais contundente da importância da Lei Renato Ferrari. É muito importante sempre lembrar a segurança jurídica que ela traz.



**CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.**

Fornecendo excelência para aplicações automotivas





Muitos riscos e algumas oportunidades no horizonte



Foto: Patrícia Caggese/AutoData

País tem trunfos como biocombustíveis e aumento da localização, mas mudanças são necessárias para ser mais competitivo em cenário conturbado que resulta em queda de investimentos

Por Soraia Abreu Pedrozo

O contexto atual marcado pelo tarifaço de Donald Trump nos Estados Unidos e pelo crescimento das importações de veículos da China, no cenário externo, aliado a percalços internos, como a demora na regulamentação do Mover, Programa Mobilidade Verde e Inovação, e a resistência do governo em retomar imediatamente os 35% de imposto de importação para carros eletrificados,

poderá resultar na redução dos investimentos na indústria automotiva no País. Foi o que apontaram os presidentes da Anfavea, Márcio de Lima Leite, e do Sindipeças, Cláudio Sahad, durante o Congresso AutoData Megatendências 2025, realizado em 8 e 9 de abril, em São Paulo.

Lima Leite apontou ainda outro fator de risco aventado nos corredores do governo: um pleito, por parte de empresa



Presidentes da Anfavea, Márcio de Lima Leite (no telão), e do Sindipeças, Cláudio Sahad (no centro)

chinesa – que ele não citou nominalmente mas sabe-se que é a BYD –, para reduzir as alíquotas de importação de partes para montagem no Brasil em regime SKD, carroceria parcialmente montada, e CKD, totalmente desmontada. Pelo pedido a tarifa, que a partir de julho será de 35% [SKD] e 14% [CKD] para modelos elétricos e híbridos plug-in a serem montados no País com partes importadas, cairia para 10% e 5%, respectivamente.

Da mesma forma seguem os pedidos já feitos ao governo por Anfavea e Sindipeças para retomar imediatamente a alíquota de 35% para importação de automóveis eletrificados, que obedece a cronograma escalonado estabelecido no fim de 2023 e que só tem previsão de alcançar este porcentual em julho de 2026.

"Estivemos em Brasília no fim do ano passado e reforçamos nosso pedido de retomada imediata do imposto", conta Sahad. "Estavam lá o presidente da República, o vice e ministro do MDIC, o ministro da Fazenda, do Trabalho. Todos foram favoráveis à medida, o único que não concordou foi o Rui Costa, da Casa Civil, e nada foi adiante depois disso." Foi Costa, quando governador da Bahia, que iniciou as negociações para a instalação da BYD no Estado.

Em outra frente há o risco de deslocamento de produção para o México, país com o qual o Brasil mantém acordo bilateral de livre comércio automotivo. Lima Leite alertou que o tarifaço de Trump, que elevou para 25% o imposto

de importação de veículos nos Estados Unidos, poderá resultar em capacidade ociosa nas fábricas do país e perda de atratividade do Brasil em investimentos: "Se está ocioso no México por que investir em mais capacidade no Brasil?".

ATRASO NO MOVER

O presidente da Anfavea também relatou que o atraso na regulamentação de metas de eficiência e de descontos no imposto previstos no Mover estão postergando investimentos e, diante do novo contexto global, poderá resultar em cancelamento de aportes já anunciados: "A indústria não convive com imprevisibilidade. Não temos ainda o valor que foi impactado, mas não só montadoras, autopeças também, estão postergando e revisando investimentos porque as regras não saem. O IPI Verde é todo mês adiado, prometido para o mês seguinte".

Coincidência ou não o decreto de regulamentação foi assinado dias depois, em 14 de abril, ainda com padrões de medições a serem divulgados.

Para Henry Joseph Jr., diretor de sustentabilidade e parcerias estratégicas da Anfavea, os entraves sobre as medições de eficiência energética e emissões de CO₂ já foram esclarecidos, o que não bastou para que as regras do IPI Verde fossem anunciadas: "O problema é que nada disso foi publicado e precisa ser de forma clara. Tem de sair logo, pois a indústria precisa começar a fazer medições e planejar produtos".

Henry Joseph Júnior, diretor da Anfavea, participou on-line





Pablo Di Si, de volta ao Brasil

O diretor informa que a publicação das metas é essencial para que as montadoras consigam planejar quais produtos pretendem lançar no País. A primeira medição das emissões deveria começar em setembro de 2026 e ir até setembro de 2027, mas o prazo está cada vez mais apertado. Ele citou também que os recursos em créditos tributários destinados a investimentos em projetos das empresas, para todo este ano, foram esgotados no primeiro trimestre.

CHINA AMEAÇA INDÚSTRIA LOCAL

Sahad, recém-reeleito para novo mandato na presidência do Sindipeças, pontuou que a China obrigou o resto do mundo a repensar suas práticas e a reanalisar os negócios: "Precisamos cada vez mais investir em novas tecnologias, inovação, digitalização, inteligência artificial. Isso exigirá das empresas capacidade de investimento muito grande. Para que possam ter essa musculatura, porém, haverá a necessidade de consolidação de empresas [leia-se fusões e aquisições], não porque querem, mas porque precisam".

O Brasil, inclusive, precisa ficar atento a uma grande ameaça: uma nova invasão chinesa, desta vez de carros similares aos produzidos no Brasil, mas 30% mais baratos e de alto volume. Foi o que alertou Pablo Di Si, hoje conselheiro de empresas, que foi CEO da Volkswagen do Brasil até 2022 e depois alçado à presidência do grupo nos Estados Unidos, onde ficou até 2024.

"A balança comercial, antes de toda essa bagunça de tributação, era negativa para Estados Unidos com China em US\$ 1 trilhão por ano. Todo esse negócio aqui não vai entrar mais nos Estados Unidos. Para onde acham que vai? Eles vão ter de encontrar um mercado alternativo."

Os chineses tentaram vender carros de entrada no Brasil há quinze anos e não deu certo mas, agora, têm gama completa, tanto de carros premium como de entrada, o que na visão de Di Si pode ser algo dramático para o setor automotivo nacional: "Se o País não tomar cuidado a indústria desaparecerá. E não tem que fazer estudo, tem que ser rápido, porque esse negócio será violento: os chineses já dominam o mercado latino-americano e não é com tecnologia, mas com preço".

GWM SEGUE COM PROJETO

Apesar dos muitos atrasos a GWM segue com seu projeto de nacionalização. Andy Zhang, presidente da empresa no Brasil e México, em sua apresentação no Megatendências reforçou os planos da empresa para o mercado brasileiro. Ele confirmou que o início do processo de produção da fábrica de Iracemápolis, SP, está agendado para este primeiro semestre, começando com protótipos do Haval H6, ainda em fase de testes.

Os veículos montados inicialmente em regime CKD chegarão às concessionárias no terceiro trimestre. Serão modelos híbridos com motores à combustão a gasoli-

Andy Zhang, presidente da GWM Brasil e México



NOVO CITROËN BASALT

O SUV MAIS ACESSÍVEL
DO BRASIL



DEACELERE. SEU BEM MAIOR É A VIDA.

CITROËN



**Christopher Podgorski,
presidente da Scania
Latin America**

na – a previsão é lançar os híbridos flex em 2026. A capacidade instalada inicial da fábrica será de 30 mil veículos/ano, com horizonte de chegar a 50 mil.

Segundo Zhang a localização da produção do Haval é uma aposta segura, pois o modelo tem boa aceitação global: já foram vendidas mais de 9,5 milhões de unidades do SUV desde o seu lançamento. A linha é líder de mercado na China há onze anos consecutivos.

SCANIA VAI À CHINA

No estilo se não pode com eles junta-se a eles o presidente da Scania Latin America, Christopher Podgorski, afirmou que sua fábrica na China está quase pronta, com produção programada para iniciar na terceira semana de maio, após investimento de € 2,2 bilhões, o maior aporte da história da montadora. A capacidade será de 50 mil unidades por ano, volume previsto para ser atingido até 2029 – ao fim de 2026 a expectativa é chegar a 10 mil.

Será a segunda maior da Scania: no Brasil a capacidade é para 30 mil veículos/ano, na Suécia o volume é de 70 mil. Podgorski revelou que no futuro é possível que sejam produzidos na mesma fábrica na China veículos de outras marcas do Grupo Traton – do qual a Scania faz parte junto com MAN e Volkswagen Caminhões e Ônibus. A unidade terá todas as áreas produtivas, menos a área de usinagem de motores, transmissões e outros componentes, que serão importados da Suécia

e do Brasil e montados localmente.

A ideia é que a nova unidade abasteça os mercados de Ásia e Oceania e que a brasileira siga como plataforma de exportação para a América do Sul e África. Por aqui a expectativa para 2025 é de usar 90% da capacidade instalada em São Bernardo do Campo, SP, e produzir 27 mil veículos até dezembro.

"No ano passado produzimos mais de 30 mil veículos, chegando à capacidade máxima da fábrica. É difícil manter este ritmo, então 90% é um bom volume".

TARIFAÇO CRIA OPORTUNIDADES

Sobre o tarifaço dos Estados Unidos a itens importados de quase todo o mundo o ex-embaixador, e CEO do Instituto de Relações Internacionais e Comércio Exterior, Rubens Barbosa, enxerga uma grande oportunidade para o agronegócio brasileiro, uma vez que a China buscará outros parceiros para se abastecer e o Brasil poderá se beneficiar disto. Poderá também haver negociação para reduzir a tarifa imposta ao aço importado, o que interessa à indústria estadunidense.

Com relação aos riscos o setor automotivo poderá ser um dos afetados com o desvio de comércio à medida que países afetados, como os europeus, China e México, procurarão novos mercados, e o Brasil é um dos alvos. Além desta questão do desvio de comércio o País também sofrerá com a redução do crescimento ou queda da economia global, em desacelera-

**Rubens Barbosa,
ex-embaixador e CEO
do Instituto de Relações
Internacionais e
Comércio Exterior**





Igor Rocha, economista-chefe da Fiesp

ração que levará à queda das exportações brasileiras.

Por outro lado a nova geopolítica deve acelerar novos acordos comerciais, principalmente da União Europeia com o Brasil: "Mas temos de procurar outros países asiáticos. Nós assinamos acordo com Cingapura e vemos oportunidades com Vietnã e Indonésia".

O economista chefe da Fiesp, Federação das Indústrias do Estado de São Paulo, Igor Rocha, avalia que o aumento das incertezas globais, se prolongado, poderá ter efeitos negativos sobre os investimentos financeiros e produtivos e desencadear desaceleração da economia estadunidense.

Exceto se a inflação fugir do controle a redução da atividade econômica dos Estados Unidos deverá resultar na queda dos juros no país. Como efeito em cadeia haverá menor pressão sobre o endividamento público brasileiro e um alívio tanto para a inflação como para a política monetária, ajudando a segurar a escalada dos juros no Brasil.

Outro reflexo é a queda nos preços das commodities, por causa do menor crescimento global, o que desencadeará, por um lado, a redução da inflação, mas de outro uma pressão negativa sobre o real, pois pode haver redução de entrada de dólares pela via das exportações, tanto pela retração de embarques como pela redução dos preços internacionais.

Considerando especificamente a ten-

são que se dá de forma mais intensa dos Estados Unidos com a China, Rocha reconhece que, em um primeiro momento, poderá haver enxurrada de produtos chineses no Brasil. Porém há também a possibilidade de abertura de mercado a produtos industrializados brasileiros nos Estados Unidos, uma vez que, lá, as sobretaxações reduzem a presença dos chineses e de outros concorrentes de peso.

NECESSIDADE DE LOCALIZAÇÃO

Gastón Diaz Perez, presidente da Bosch América Latina, e Sérgio Kramer, diretor geral da unidade de negócios de veículos comerciais e fora-de-estrada do Grupo Mobility América do Sul da Eaton, concordaram que, embora ainda não seja possível calcular o impacto das mudanças abruptas nas tarifas para exportar aos Estados Unidos, a guerra comercial torna ainda mais importante a necessidade de localizar produtos.

No caso da Eaton o processo de localização foi uma dupla saída, pois representa a união da engenharia nacional e nacionalização da produção: "Hoje a nossas importações vêm se reduzindo em função dos nossos investimentos em P&D. Conseguimos avançar muito na diminuição das nossas dependências de importados. Reduzimos drasticamente. Nossa base de exportação é maior do que a de importação".

Na Bosch a situação é parecida: a companhia também exporta mais do que im-

Gastón Diaz Perez (direita), presidente da Bosch América Latina, e Sérgio Kramer, diretor de unidade da Eaton América do Sul



porta. No entanto a maior parte dos embarques é para os Estados Unidos. De toda forma Perez esclarece que a guinada da economia mundial não influenciará as decisões de curto prazo.

O executivo ressalta que a vocação da Bosch no Brasil e na região são os sistemas flex e biocombustíveis: "Investimos na fábrica de Campinas para continuarmos desenvolvendo os híbridos flex". Os flex diesel-etanol também representam um novo filão para a empresa: "Começamos a mesclar diesel e etanol em motores do ciclo diesel, conseguimos mistura de até 50%", afirmou, ao ressaltar a aplicação da tecnologia para veículos de mineração e agricultura. O Brasil responde por 20% desses setores mundialmente.

ELÉTRICO A ETANOL

Em uma demonstração das oportunidades que o Brasil traz na transição energética WEG e Horse uniram-se para desenvolver o primeiro sistema extensor de autonomia elétrica a etanol do mundo. O motor a combustão Horse fornece energia ao elétrico WEG. A solução já é aplicada em um ônibus Volare híbrido com tração 100% elétrica.

Alex Passos, gerente de powertrain da WEG, justificou que somente o sistema elétrico a bateria não sustentaria a operação de um ônibus municipal ou interestadual, o que se torna possível com a extensão de autonomia garantida pelo motor-gerador a combustão: "Tudo que nós precisávamos para a hibridização de um veículo a etanol estava pronto. O produto foi bem aceito".

Ponto interessante é que o sistema permite baixar em torno de 50% o tamanho do módulo de baterias utilizado por um veículo puramente elétrico, garantindo redução de custo e peso. Para Márcio Melhorança, diretor de pesquisa e desenvolvimento da Horse, é isto que torna o projeto economicamente viável. O sistema, ainda em fase de homologação, pode ser regulamentado em termos de eficiência energética como veículo elétrico ou híbrido, afirma o executivo: "Estamos discutindo como



Alex Passos (esquerda), gerente de powertrain da WEG, e Márcio Melhorança, diretor de pesquisa e desenvolvimento da Horse

regulamentaremos tudo isso para poder homologar a sua eficiência energética".

ELETRIFICAÇÃO É DESEJO, MAS CUSTA

Emanuele Cappellano, presidente da Stellantis América do Sul, em sua apresentação disse acreditar que a eletrificação é uma exigência não só do governo mas, também, dos consumidores, que entendem e desejam partir para a eletrificação. Nas contas da companhia até 2030 mais de 50% das vendas de carros no Brasil será de modelos híbridos ou elétricos.

"Hoje um carro elétrico, comparado a um a combustão, custa aproximadamente US\$ 10 mil a mais", disse, ressaltando ser esta uma medida no custo de produção do automóvel, não o seu preço de venda. "É muito difícil pensar que a frota circulante no Brasil possa ser equipada no curíssimo prazo com tecnologia que custa R\$ 55 mil

Emanuele Cappellano, presidente da Stellantis América do Sul



DAY BY DAY WE MAKE IT HAPPEN



A **Neo Rodas**, empresa do Grupo ABG, foi reconhecida pela Hyundai como **Fornecedor do Ano de 2024**, reforçando nosso compromisso com a qualidade, inovação e a entrega de soluções que impulsionam a indústria automotiva.



**Gonçalo Pereira,
professor e líder do
laboratório de genômica
e bioenergia da Unicamp**

a mais. O híbrido é um intermediário que custa R\$ 5 mil ou R\$ 6 mil a mais, é bem mais viável."

E há outras tendências tecnológicas, ressalta, ao falar da conectividade, presente hoje em mais de 80% dos veículos zero-quilômetro ofertados no Brasil. Mas tudo aumenta o custo: "O mercado brasileiro poderia ser potencialmente de 5 milhões de carros/ano mas ainda estamos abaixo de 4 milhões porque os carros custam e as tecnologias que precisaremos introduzir aumentarão ainda mais o custo. A única opção é localizar e desenvolver localmente as soluções que sejam aptas e consistentes para o dia-a-dia do Brasil".

DESFOSSILIZAR É O OBJETIVO

Os termos eletrificação e descarbonização são questionados por Gonçalo Pereira, professor e líder do laboratório de genômica e bioenergia da Unicamp. Para ele o uso de baterias não deveria ser a única alternativa para retirar emissões de CO₂ da atmosfera: "O problema não é o carbono mas o carbono fóssil [de derivados de petróleo]. Não é a combustão, mas o combustível. Precisamos desfosilizar o planeta".

Embora existam contrapontos, pois enquanto um motor térmico tem eficiência de apenas 35% e um elétrico chega a 90%, o professor enxerga a situação por outro viés, ligando o nível de emprego ao uso de outras tecnologias: "O motor normal tem peças e peça é emprego", lembran-

do que um propulsor elétrico tem menos peças e, com isso, pode eliminar posições de trabalho sem chegar ao objetivo de diminuir as emissões globais.

"O Brasil precisava de R\$ 1,5 trilhão para ter rede mínima de suporte aos modelos elétricos. Se colocar ônibus a bateria de São Paulo para recarregar todos ao mesmo tempo o bairro simplesmente para."

Alternativa seria estabelecer o biometano como matriz para a transição ecológica dos ônibus, que pode vir de várias fontes de matéria orgânica, como cana, agave, aterros sanitários e criadouro de porcos.

TRANSIÇÃO COM EMPREGOS

Alessandro Pansanato Rizzato, gerente de transição ecológica em inovação do CNI Senai, afirmou que até 10 milhões de empregos deverão ser criados em áreas que promovem a descarbonização na indústria brasileira de 2025 a 2040. Conforme estimativa da CNI, Confederação Nacional da Indústria, a maior parte dos postos de trabalho, 3,5 milhões, deverá ser gerada nos setores de bioeconomia e biotecnologia.

Outra parcela significativa de empregos deverá ser criada no segmento de agricultura sustentável, com 2 milhões de vagas. De acordo com o levantamento segmentos que também deverão gerar números expressivos de postos de trabalho são infraestrutura e adaptação climática, com 1,6 milhão, transição energética, com 1,4 milhão, economia circular, 1,2 milhão, indústria e mobilidade, 700 mil, e outros 300 mil.

**Alessandro Pansanato
Rizzato, gerente de
transição ecológica e
inovação do CNI/Senai**





**Luciano Rodrigues,
diretor de inteligência
setorial da Unica**

"Entendemos que políticas de incentivo à ciência, tecnologia e inovação, a exemplo do Programa Mover, poderão potencializar o avanço deste segmento."

ETANOL CRESCE

No Brasil, segundo o diretor de inteligência setorial da Unica, Luciano Rodrigues, o etanol tradicional da cana-de-açúcar responde, atualmente, por cerca de 80% da produção nacional. A parcela restante tem origem no milho, que vem crescendo ano a ano como matéria-prima para produção do biocombustível.

A estratégia faz sentido, uma vez que o milho é plantado como segunda colheita, em geral, em terras que foram usadas pouco antes para o plantio da soja. Se antes o grão era pouco utilizado para produção de etanol no Brasil, agora é uma alternativa mais do que viável comercialmente. Dos 35,9 bilhões de litros produzidos anualmente no País, 6,3 bilhões foram derivados do milho.

Embora as fontes atuais de etanol sejam cana e milho Rodrigues também destaca o promissor uso do agave, planta que tem uma variedade dedicada à produção de tequila e pode ser cultivada em regiões áridas, como no Nordeste brasileiro.

Com longa história de uso de etanol o Brasil se apresenta ao mundo como um exemplo positivo, pois a produção de biocombustíveis no País, além de reduzir significativamente emissões fósseis, ocupa menos de 1% do território nacional e não concorre com o cultivo de alimentos.

De acordo com Roberto Braun, diretor de comunicação corporativa e ESG da Toyota, o benefício da utilização de biocombustíveis fica claro em um Corolla híbrido com motor flex abastecido com etanol, que emite cerca de 70% menos CO₂ do que um veículo com motor convencional a gasolina.

A solução brasileira gera interesse crescente por biocombustíveis em outros países, como a Índia e o Japão, que buscam seguir o modelo brasileiro. Braun contou que até o momento híbridos flex são enviados comercialmente apenas para o Paraguai, país que já tem boa infraestrutura de abastecimento de etanol. Mas a Toyota também enviou protótipos para testes na Indonésia, Índia e Colômbia.

"Nesta condição o Brasil já exporta para a Colômbia. Passaria, então, a exportar o veículo flex e o híbrido flex produzido aqui no Brasil. Da mesma forma a Bolívia, que tem produção de cana, e a Argentina, que tem produção de etanol, com cerca de 50% da cana e 50% do milho. Por lá há uma mistura de 12% de etanol, que poderia aumentar."

Pablo Di Si, que já foi chamado de dinossauro por defender o etanol, ressaltou que o combustível nunca funcionará na Alemanha: não porque eles não querem mas, sim, porque eles não têm: "Se tivessem etanol não teriam carros elétricos e, sim, a etanol" ■

[Com reportagens de Caio Bednarski, Lucia Camargo Nunes e Júlio Cabral]

**Roberto Braun, diretor de
comunicação corporativa
e ESG da Toyota**



Juro alto liga alerta de mercado menor

Financiamento caro e pressão nos custos assustam clientes de caminhões e de implementos rodoviários

Por Caio Bednarski

Depois de um ano positivo em 2024 a expectativa era de manutenção do crescimento em 2025, porém a indústria de caminhões se deparou com uma forte neblina na estrada que embaçou o horizonte, causada pelo avanço da taxa de juros que encarece os financiamentos, instrumento essencial para a compra de novos veículos comerciais. Diante desse novo cenário AutoData reuniu executivos do segmento para debater o futuro deste mercado e os possíveis efeitos negativos que virão

até dezembro no Fórum Perspectivas Caminhões, realizado no formato on-line em 18 de março.

Um dia depois do evento o Banco Central elevou a taxa básica de juros Selic de já expressivos 13,25% ao ano para 14,25%. Foi a terceira alta seguida de 1 ponto percentual e a expectativa é de nova elevação para 15% até maio.

Para Alexandre Parker, diretor de relações públicas da Volvo América Latina e vice-presidente da Anfavea, os próximos três meses serão cruciais para indicar o





Ricardo Alouche, vice-presidente de vendas, marketing e serviços da Volkswagen Caminhões e Ônibus

PATROCINADORES

- * BOSCH
- * CONTINENTAL PARAPUSHOS S.A.
- * GERDAU
O futuro se move
- *
- * VOLVO
- * AUTODATA

futuro do segmento no ano: "Existe a tendência de queda nas vendas por causa do financiamento proibitivo. Esta é uma realidade. Embora a entidade ainda trabalhe com projeção de mercado estável, muitas associadas já estão com expectativa de retração nos negócios".

VENTOS CONTRA E A FAVOR

Segundo os dados da associação dos fabricantes, a Anfavea, 78% das vendas de caminhões são de modelos semipesados e pesados, justamente os que têm valores mais altos e, na maioria das vezes, os clientes necessitam do financiamento para fechar a compra mas encontram dificuldades, pois tanto as taxas cobradas pelo BNDES/Finame como pelos bancos privados estão muito altas, girando em torno de 20% ao ano atualmente. Os bancos de montadoras são uma opção e podem oferecer condições melhores, mas eles não têm o mesmo fôlego dos grandes bancos para financiar o mercado todo.

Se a taxa de juros joga contra a indústria de caminhões, alguns fatores pesam a favor, caso da supersafra de 328 milhões toneladas de grãos para transportar esperada para este ano, 10% maior do que a do ano passado. Outro ponto favorável é o índice de confiança do consumidor que segue trajetória de crescimento e o

PIB, que deverá crescer menos do que em 2024 mas tem expectativa de fechar 2025 com incremento de 2%:

"Este contexto poderá impulsionar a demanda por caminhões semipesados e pesados, que serão comprados pela necessidade de entrega de grãos", avalia Parker. "Tanto que muitos clientes têm comprado à vista, de 25% a 30%, mas, sabemos, que só faz isto quem têm dinheiro em caixa e realmente precisam do veículo novo. Ou seja: o reflexo é limitado".

Ricardo Alouche, vice-presidente de marketing, vendas e pós-vendas da Volkswagen Caminhões e Ônibus, também participou do evento e foi um dos executivos mais otimistas para este ano. Ele reconhece todos os desafios citados pela Anfavea, mas também se vale de uma série de pontos positivos que podem alavancar as vendas: "O mercado de caminhões em 2025 será maior do que em 2024. Diante do cenário atual, de desafios e oportunidades, projetamos vendas de 125,2 mil unidades este ano, contra as 124,9 mil comercializadas no ano passado. Acreditamos sim que o ano será bom, teremos mais volume e é a projeção que passamos aos nossos fornecedores".

O executivo acredita que é possível avaliar o mercado de duas formas: com o copo meio cheio ou meio vazio. Ele prefere

a segunda opção, apostando nos fatores positivos, como o bom desempenho no primeiro bimestre, com alta de 10,8% nas vendas, a esperada supersafra e uma possível renovação de frota que as grandes empresas terão fazer ao longo do ano para reduzir a idade média da sua frota e assim diminuir custos operacionais.

Por outro lado Alouche cita alguns pontos de atenção para o ano, caso da taxa de juros alta que encarece o custo dos financiamentos, o crescimento do PIB que deve ficar abaixo do registrado nos dois últimos anos e os conflitos geopolíticos globais que mexem com os custos de logística.

TRANSPORTADORES HESITAM

Se a expectativa de supersafra de grãos foi citada pelos dois executivos que abriram o Fórum como um fator que poderá puxar o mercado para cima isto ainda não aconteceu nos primeiros três meses do ano, pois os transportadores estão hesitando na hora de fechar a negociação de novos veículos. Este cenário foi respaldado por todos os três executivos que participaram de painel no evento com fabricantes de caminhões instalados no País: Jefferson Ferrarez, vice-presidente de vendas, marketing, peças e serviços de caminhões da Mercedes-Benz, Alex Nucci, diretor

de vendas da Scania, e Marco Pacheco, diretor comercial da Iveco.

Nucci, da Scania, considera o cenário para o ano bastante embaçado, dificultando as projeções. Ele disse que o aumento da taxa de juros teve impacto relevante na parcela do financiamento que o cliente pretende pagar: "A deterioração da taxa de juros deixou o cenário mais nebuloso, pois houve incremento de quase 30% no valor da parcela do cliente, o que torna a aquisição mais complexa. Desde o ano passado, com a quebra de safra, a situação financeira dos transportadores foi afetada".

Ferrarez, da Mercedes-Benz, concorda que o cenário piorou. A expectativa no começo do ano de que a supersafra se transformasse em caminhões novos vendidos está sendo revertida pelas altas taxas do crédito, que fazem o operador avaliar se vai usar por mais um tempo os caminhões que já estão na frota ou se a renovação compensará na ponta do lápis: "Em condições normais de temperatura e pressão já teríamos uma fila de pedidos. Mas o que temos neste momento são muitas consultas, os empresários estão fazendo as contas, o que é bom, pois eles não estão desaparecidos, mas o fechamento do negócio está demorando mais para acontecer".



CAMINHÕES

JOÃO LIBRELATO
EDUARDO DALLA NORA

APOIADORES INSTITUCIONAIS: ABAC, ANDAP, Jenfir, SICAP, AUTO DATA SEMINÁRIOS

Pacheco, da Iveco, segue na mesma linha de raciocínio dos outros executivos que participaram do painel com ele, e ressaltou que todas essas incertezas dificultam no planejamento para o ano mas que a expectativa é de que os segmentos de caminhões leves e médios ajudem a compensar a queda dos semipesados e pesados, ainda que com um tique médio menor: "A demanda por parte do e-commerce está acima do projetado, assim como por veículos para o transporte urbano, que têm demonstrado forte demanda".

IMPLEMENTOS TAMBÉM SOFREM

No painel que reuniu representantes dos fabricantes de implementos rodoviários Randon e Librelato, duas das maiores empresas do segmento no País, seus executivos afirmaram que no mercado de carretas a alta nos juros já espantou os clientes, ainda que as empresas já esperassem por um volume menor de vendas em 2025.

Segundo Eduardo Dalla Nora, diretor superintendente da Randon, junto com a alta nos juros também pesa o preço maior do diesel, que impacta diretamente no custo operacional dos seus clientes, "que colocaram um cadeado no bolso e estão adiando as aquisições".

Diante deste cenário o executivo projeta queda significativa para o fechamento do primeiro trimestre: "Esperamos um mercado de 17 mil unidades até o fim do primeiro trimestre contra 22 mil unidades que foram vendidas em iguais meses do ano passado, resultando em queda de 25% a 30%".

João Librelato, diretor comercial e de marketing da Librelato, também espera por uma redução do mercado nos primeiros três meses do ano, mas um pouco menor: "Até agora o mercado encolheu 18% e esta retração deverá avançar para 20% até o fim do mês".

Para os próximos nove meses os dois executivos acreditam que o mercado não terá fôlego para reverter essa queda. Pode ser que o porcentual de recuo seja reduzido, porém, na comparação com 2024 e 2023, a expectativa é de retração por causa dos volumes vendidos acima da média nos últimos dois anos.

Librelato aponta que o segundo semestre costuma ser melhor do que o primeiro, mas tudo depende do cenário macroeconômico do Brasil, assim como do mercado local de caminhões. Dalla Nora afirmou que mesmo com perspectivas melhores ao longo do ano não será possível chegar ao mesmo nível de vendas de 2024.

Renovações de frota reaquecem mercado de ônibus em 2025



Modelos urbanos, programa Caminho da Escola e transporte rodoviário favorecem crescimento das vendas. Preço elevado de elétricos abre espaço para o gás.

Por Mário Curcio

O mercado brasileiro de ônibus ficou dentro das expectativas em 2024, com 22,4 mil chassis vendidos, o maior volume do segmento desde 2014, segundo dados consolidados pela Anfavea, entidade que reúne os fabricantes de veículos instalados no País. O total resultou em alta de 9,8% sobre 2023. As

projeções para 2025 foram conservadoras, indicando crescimento máximo de 6%. Contudo os números do primeiro trimestre fazem acreditar em um ano melhor do que o previsto.

De janeiro a março foram vendidas 5,5 mil unidades, resultando em expressiva alta de 34,7% sobre iguais meses do ano



Divulgação/Mercedes-Benz

Barbosa, da Mercedes-Benz: crescimento com os urbanos em 2025.

passado. Para os fabricantes os negócios em 2025 serão puxados principalmente pela venda os modelos urbanos, avalia o vice-presidente de vendas e marketing de ônibus da Mercedes-Benz do Brasil, Walter Barbosa: "O mercado de ônibus urbanos segue como o mais importante, tendo representado quase 40% do total vendido. É o que mais se destaca em função das renovações que ocorrem em diversas praças, motivadas por tarifa zero, subvenções e linhas de crédito. Em razão das verbas do PAC [Plano de Aceleração do Crescimento], totalizando R\$ 4,4 bilhões, há diversas cidades investindo na ampliação e renovação de frotas urbanas."

O diretor de vendas da Volkswagen Caminhões e Ônibus, Jorge Carrer, concorda: "Será um bom ano para o segmento urbano, assim como tem acontecido desde o fim da pandemia de covid, de 2022 a 2023. Há mais iniciativas públicas para fomentar as renovações, mais operadores recebendo subsídios e linhas de crédito especiais para o setor, além de demanda represada dos anos anteriores".

O diretor comercial da Volvo Bus, Paulo Arabian, lembra que o mercado de ônibus se reergue desde 2022: "Durante a pandemia de covid houve severa redução do volume de passageiros transportados. Passado esse momento crítico o setor vem se recuperando. As prefeituras têm uma relação contratual que obriga os operadores a renovar regularmente a frota, que

ficou certo tempo sem atualização durante a pandemia".

A Marcopolo, que produz carrocerias e também ônibus completos, segue linha semelhante pelas palavras de seu diretor de operações comerciais e marketing, Ricardo Portolan: "Vemos potencial para seguir crescendo. A necessidade de renovação ficou represada na pandemia. Na nossa avaliação o mercado necessita de ao menos 25 mil novas unidades a cada ano".

CAMINHO DA ESCOLA FAVORECE

Outro fator que acelerou o crescimento do segmento neste inicio de 2025 foi o programa Caminho da Escola, como consequência de licitações realizadas ainda em 2024: "De janeiro a março foram emplacadas 833 unidades pelo programa. Até o fim do ano nossa previsão é de cerca de 5 mil unidades, quase o dobro do volume do ano passado", afirma Eduardo Freitas, vice-presidente da Anfavea e também diretor de relações institucionais da Iveco. Em 2024, de acordo com informações da entidade, foram entregues pouco mais de 2,6 mil ônibus por meio do programa, 25% a menos do que no ano anterior.

"Nossas vendas têm sido puxadas principalmente pelo Caminho da Escola, pelos segmentos urbano e de fretamento", afirma o vice-presidente da Iveco Bus América Latina, Danilo Fetzner. A montadora vem de um 2024 consistente, com 2,1 mil ônibus emplacados e crescimento de mais de

Carrer, da VWCO: mercado aproveita demanda represada.



Divulgação/VWCO



Divulgação/Volvo

**Arabian, da Volvo Bus:
aposta na tendência de
ônibus rodoviário de alto
padrão.**

260% sobre o ano anterior.

O programa governamental também é importante para a Marcopolo: "Participamos com nossos ônibus Volare Icom chassi próprio e com as carrocerias Neobus fornecidas para a VWCO", diz Portolan.

ALTO PADRÃO PUXA RODOVIÁRIOS

Durante 2024 a Fenabrade, que representa a rede de distribuidores franqueada pelos fabricantes, atribuiu parte da recuperação das vendas de ônibus ao transporte rodoviário de passageiros, em resposta ao alto custo das passagens aéreas. O segmento respondeu por 13,9% dos licenciamentos de ônibus no ano passado

e a participação no primeiro trimestre de 2025 foi semelhante, 13,5%.

"Para nós não tem a ver apenas com o preço das passagens aéreas mas com a exigência dos passageiros com relação à qualidade dos serviços, tecnologia e conforto", observa o gerente de vendas de soluções de mobilidade da Scania, Gustavo Cecchetto.

Portolan, da Marcopolo, concorda: "Este é um fenômeno relevante para nossa indústria. Foram 10 milhões de passageiros que migraram para os ônibus rodoviários. Há interesse dos viajantes por veículos com maior conforto e melhor nível de serviço. Esses usuários estão viajando em ônibus de dois pisos para fazer viagens de média e longa distâncias".

Arabian, da Volvo, reforça: "A busca por ônibus de alto padrão é uma tendência que deve prosseguir nas compras dos operadores. Esse movimento é favorecido também pelo câmbio, que encareceu as viagens aéreas internacionais, fazendo o turismo se voltar para destinos internos".

ELÉTRICO EMPACA NA RECARGA

Apesar da expectativa criada sobre a eletrificação no transporte, que previa a incorporação em frotas urbanas de até 4 mil ônibus a bateria em 2024 ou 2025, o preço elevado dos veículos – cerca de três



Divulgação/Iveco



Divulgação/Marcopolo

Portolan, da Marcopolo:
mercado tem potencial
para seguir crescendo
este ano.

vezes mais caro do que um equivalente a diesel – e dificuldades técnicas de recarga prejudicaram o avanço dos ônibus elétricos. Segundo dados da Fenabrade em 2024 foram licenciados em todo o Brasil 314 unidades elétricos.

O primeiro trimestre de 2025 teve 163 ônibus elétricos licenciados no País, um total ainda distante do que se imaginava.

A cidade de São Paulo tem atualmente 527 ônibus elétricos a bateria, segundo a SPTrans. Em seu primeiro mandato, terminado em 2024, o prefeito Ricardo Nunes estabeleceu como meta substituir a frota a diesel da cidade por ônibus elétricos. Até 2028 o objetivo era ter 50% dos veículos com zero ou baixa emissão.

A frota total da cidade tem mais de 12 mil ônibus, também segundo a SPTrans, e envelhece como consequência da lenta substituição imposta pela proibição, adotada em 2022, de compra de modelos a diesel. A secretaria informa que aditivos contratuais permitem que mais de 1,6 mil ônibus com idade de 10 a 13 anos operem na cidade, como forma de permitir que as operadoras planejem a compra dos veículos elétricos.

A Prefeitura também informa que a renovação da frota e substituição de modelos antigos a diesel por novos elétricos “depende da capacidade de produção dos fabricantes”, argumento rebatido em nota da ABVE, Associação Brasileira do Veículo Elétrico: “A indústria brasileira de

ônibus elétricos e componentes tem hoje total condição tecnológica e operacional de produzir os ônibus elétricos requeridos pelas metas anuais de descarbonização da frota da cidade de São Paulo”.

A real dificuldade para adoção de ônibus a bateria na Capital paulista é a infraestrutura de carregamento nas garagens, cujo investimento na instalação foi prometido, e não cumprido, pela Prefeitura e pela distribuidora Enel. Os bairros onde estão as garagens não têm abastecimento adequado de alta tensão para suportar os carregamentos de centenas de veículos à noite, o que poderia causar apagões nestes locais.

Em razão de queixas de empresas de transporte de não atendimento de requisições feitas à Enel a administração municipal informou que “acompanha regularmente as negociações da Enel com as concessionárias para garantir o fornecimento de energia”.

A Enel afirma que, como distribuidora de energia, é responsável pela infraestrutura externa às garagens e realiza as análises de viabilidade técnica para garantir que a rede elétrica suporte a nova demanda. Informa ainda que realiza reuniões periódicas com representantes das garagens em que essas adaptações são discutidas, sempre com o acompanhamento da SPTrans.

A distribuidora de energia informa também que, desde 2023, tem trabalhado com os operadores para avaliar soluções,

Fetzner, da Iveco Bus:
impulso da licitação do
Caminho da Escola.



Divulgação/Iveco



Divulgação/Scania

Cecchetto: Scania aproveita novo interesse nos ônibus urbanos a gás.

conforme as necessidades específicas de cada garagem, mas as instalações ocorrem em ritmo lento, abaixo das necessidades: "Desde 2024 dezesseis garagens tiveram a solicitação de conexão atendida e outras catorze serão feitas ao longo de 2025", afirma a Enel.

GÁS É SOLUÇÃO

No início de abril, quando comunicou a entrega de novo lote de 115 ônibus elétricos à cidade de São Paulo, a Prefeitura informou que a SPTrans avalia a possibilidade de incluir ônibus movidos a gás natural e biometano, em complemento ao processo de redução de emissões da

frota, mas não informa quantidade de veículos ou prazo.

A notícia anima a Scania, que domina a tecnologia e produz modelos a gás no País, inclusive os motores: "Ainda este ano deveremos ter ônibus a gás circulando na cidade de São Paulo", afirma Gustavo Cecchetto. Ele recorda que a Prefeitura promoveu em março o seminário Mobilidade Sustentável: o Papel do Biometano na Descarbonização do Transporte Urbano.

"O intuito do evento foi mesmo debater e colocar em pauta a adoção do gás nesse movimento de transição energética", confirma o gerente da Scania. "Os ônibus a gás custam 20% a 30% mais do que os a diesel, mas apenas um terço dos elétricos. O custo operacional tem potencial para ser semelhante ao do diesel, utilizando gás natural ou biometano."

"Temos um projeto piloto rodando em Goiânia com um retorno muito positivo dos condutores e passageiros, pelo fato de emitir menos ruído e vibração. Alguns até pensam que estão num ônibus elétrico", diz Cecchetto. "O motor não é uma adaptação, foi concebido para operar exclusivamente com gás. E tanto o bloco como o cabeçote são fundidos no Brasil."

No segundo semestre de 2025 a Scania também passará a produzir ônibus elétricos no Brasil.



Divulgação/VWCO



IVECO • GROUP

Acelerando o futuro sustentável

Lideramos a transição energética para criar novos caminhos. Inovamos para transformar o mundo.

Somos um grupo global focado na inovação que promove uma sociedade mais sustentável. Com um portfólio de produtos e serviços voltados para veículos comerciais, de defesa, powertrain, caminhões, ônibus e serviços financeiros, investimos em pesquisa e desenvolvimento para neutralizar emissões de carbono em toda a cadeia produtiva. Acreditamos na diversidade que transforma e cria novos caminhos.

IVECO

IVECO
BUS

HEULIEZ

IVECO
CAPITAL

 FPT
POWERTRAIN TECHNOLOGIES

IDV

 ASTRA

Digitalização transforma a relação cliente-concessionária



NONGASIMO/shutterstock

A era pós-pandemia aponta para um modelo híbrido de negócios com uso de novas ferramentas, como a inteligência artificial

Por Lucia Camargo Nunes

Na evolução da relação dos consumidores com o varejo de veículos, as concessionárias, os processos digitais de venda avançam cada vez mais fundo, de acordo com a vontade dos clientes e a criatividade da indústria e sua rede franqueada. Segundo recente estudo da Decoupling os compradores de veículos buscam cada vez mais conveniência e digitalização, o que muda a experiência física com os produtos.

Leandro Guisconi, cofundador da Decoupling BR, resume o cenário: "A indústria

de automóveis observou uma queda nas visitas às concessionárias [por comprador], de uma média de dez, em 2017, para 1,3, em 2024. Ou seja, as empresas tradicionais do setor precisam entender que os consumidores buscam tudo o que for em benefício da conveniência e da transparência, porque este é um setor que ainda sofre muito com variações de preços e assimetria de informações, algo que o ambiente digital ajuda a romper".

O test drive ainda permanece como experiência presencial valiosa e satisfató-

ria, apesar da diminuição da importância das outras experiências físicas no ato de se comprar um carro. Em contrapartida o financiamento de veículos nas concessionárias torna-se menos relevante devido à facilidade de comparação de taxas em plataformas digitais.

Os desafios atuais do varejo de veículos para atrair consumidores vão além da competição dos fabricantes, segundo Gissooni. Agora abrangem outros fatores no setor de mobilidade como um todo. A mudança nos hábitos dos consumidores, como maior idade média para tirar a primeira CNH e a ascensão de novos modelos de negócios, como aplicativos de transporte e locadoras que oferecem carros por assinatura, fragmentou a cadeia de valor.

"Todo esse processo foi fatiado. Antes você tinha grandes empresas que dominavam todos esses elos das atividades do cliente na venda de automóveis. E hoje, o que eu vejo mais e mais, são mais em-

presas que passam a fazer parte dessas atividades", pontua Gissooni.

As grandes empresas, avalia, precisam entender em quais atividades podem se especializar e inovar para melhorar a experiência do cliente, especialmente em etapas críticas, como a avaliação de carros usados, uma área em que a satisfação é mais baixa.

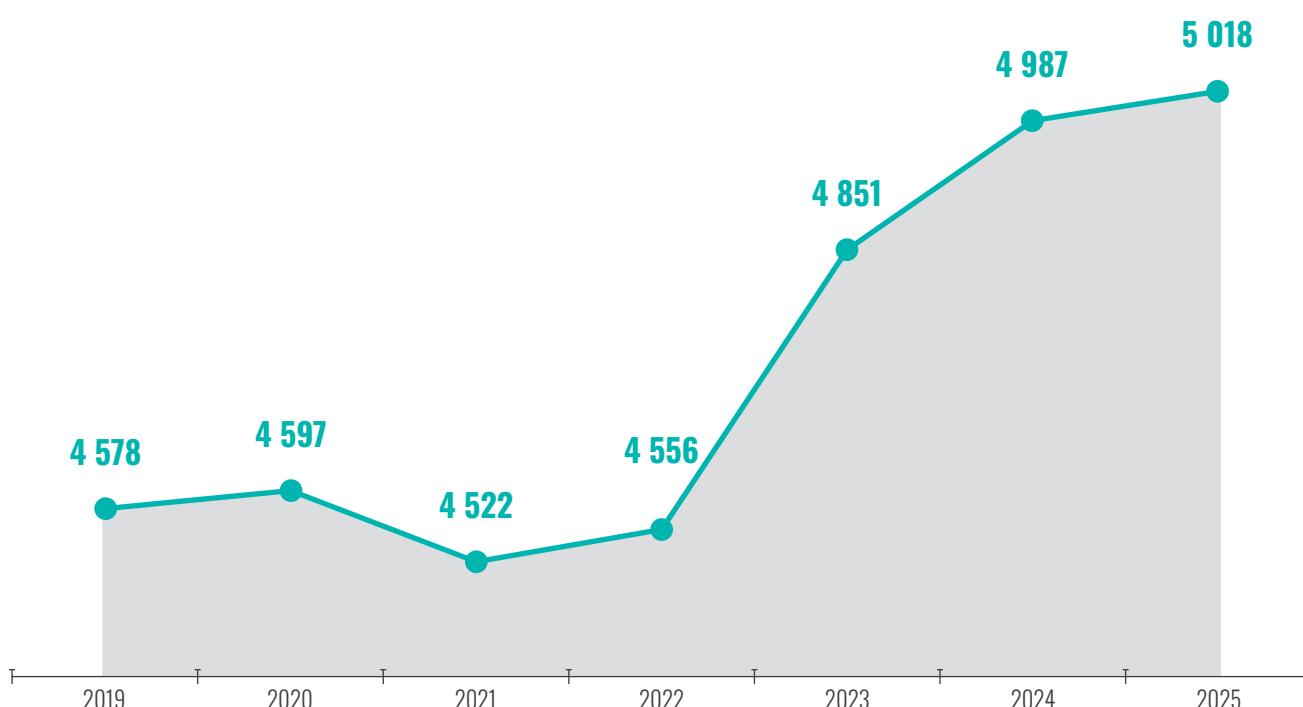
Iniciativas como o marketplace de seminovos da Chevrolet e a startup Instacarro, que facilita a negociação de veículos usados por meio de um leilão virtual de proprietários com lojistas, exemplificam como atender às dores dos consumidores. Além disso há oportunidades para melhorar a experiência do cliente, reduzindo a necessidade de visitas à concessionária e colaborando com empresas que oferecem serviços complementares, resultando em maior satisfação e atração de novos clientes.

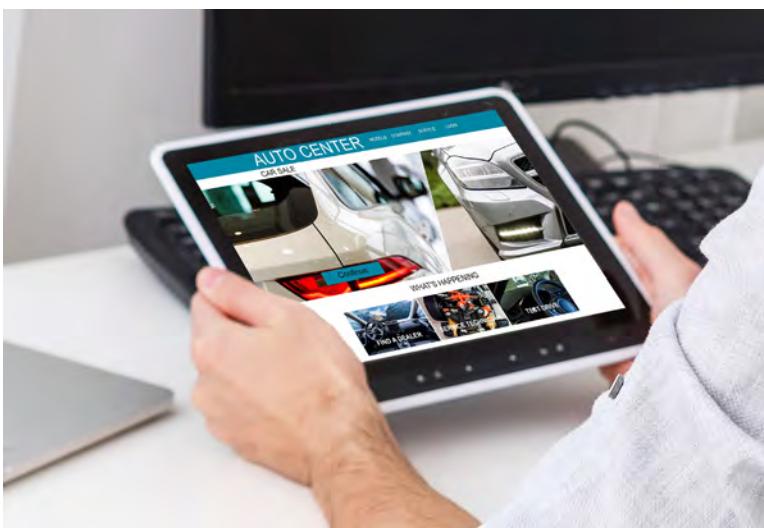
Uma inovação destacada pelo fundador da Decoupling é o lançamento da

Concessionárias físicas avançam mesmo com digitalização

Número de pontos de venda no Brasil

Fonte: Neocom





Andrew Angelov/shutterstock

Amazon Autos nos Estados Unidos, uma plataforma digital de venda de carros em parceria com concessionárias, permitindo que os consumidores escolham e comprem veículos on-line, mantendo a entrega pelas lojas.

Guissoni avalia que essa abordagem híbrida equilibra a força da Amazon no e-commerce com a dinâmica das concessionárias, representando uma mudança significativa no negócio que deve se expandir para o Brasil nos próximos anos, com outros marketplaces digitais interessados pelo setor.

JORNADA DE COMPRA DIGITAL

O ambiente digital tornou-se fundamental para a venda de automóveis, com mais de 90% das interações que levam à compra começando on-line. Isso demonstra uma mudança no comportamento do consumidor, que procura informações na internet antes de contatar concessionárias:

"Uma das coisas mais importantes na digitalização dos negócios", pontua Alexandre Ayres, CEO da Neocom Inteligência de Mercado, "é que ela extermina intermediadores de processo".

A jornada de compra moderna inclui uma fase de pré-interação, na qual os consumidores exploram opções e coletam informações de forma anônima, sem se expor a vendedores. Durante essa fase eles visitam sites de montadoras, conces-

sionárias e plataformas de comparação de preços, formando suas opiniões e decidindo qual carro desejam antes de entrar em contato com um vendedor.

Ayres diz que as montadoras investem cada vez mais em planos digitais para manter um relacionamento ativo com os clientes. Isso é essencial para que a marca permaneça na lista preferencial de opções quando o consumidor decidir adquirir um novo veículo.

Ainda que muitas fabricantes prefiram que a finalização da venda ocorra presencialmente nas concessionárias devido a questões regulatórias e à necessidade de infraestrutura física, a digitalização da jornada de compra evolui, permitindo experiências mais completas e informadas, muitas vezes sem a necessidade de visitar uma loja física.

A compra on-line tem se tornado a principal forma de aquisição de diversos produtos, mas a experiência do cliente ao utilizar esses serviços é mais complexa do que se imagina. A jornada do consumidor de automóveis agora inclui opções como entrega em casa, retirada na loja e pagamento em pontos físicos, demonstrando a integração dos mundos digital e físico.

A Great Wall, cita Ayres, se destacou no mercado brasileiro ao inovar na entrega de veículos, fazendo uma abordagem que combina lojas físicas com a entrega direta ao consumidor. O sucesso de iniciativas como esta, contudo, depende da combinação do físico com o digital, pois a presença de uma loja física traz mais segurança ao consumidor.

A mudança de paradigma trazida por novos entrantes no mercado brasileiro, como marcas chinesas, questiona o modelo tradicional e permite que concessionárias operem com menos estoque e custos mais baixos. No entanto essa transformação também demanda reflexão sobre o papel e a remuneração de todos os envolvidos no processo de venda, considerando que o pós-venda ainda é crucial para a rentabilidade das concessionárias.

A jornada digital, por sua vez, não re-

duziu a rede de distribuidores. Ao contrário, depois da pandemia, a quantidade de concessionárias só cresce no Brasil.

PENSAMENTO DIGITAL

A digitalização no Brasil continua enfrentando obstáculos regulatórios e culturais, mesmo após a aceleração forçada pela pandemia. Montadoras consolidadas que ainda operam com uma estrutura de vendas tradicional evoluem lentamente em direção à digitalização, em contraste com novas montadoras que adotaram modelos modernos desde o início.

A GWM, por exemplo, possui um pensamento digital desde o início de suas operações comerciais no Brasil, em 2023, exigindo que os consumidores passem pela jornada de compra on-line mesmo ao visitar suas concessionárias. Diego Fernandes, diretor de operações da GWM Brasil, ressalta que metade dos pedidos é realizada fora do horário comercial, demonstrando a autonomia dos clientes no ambiente da internet.

A fabricante chinesa facilitou a jornada do cliente com melhorias, como a avaliação de crédito on-line em menos de 60 segundos, garantindo redução de burocracia: "A jornada não é só digital e não é só física. O que procuramos fazer é que ambas as jornadas fluam da forma mais interessante possível para o cliente".

A GWM possui cem concessionárias

– com planos de chegar a 130 até o fim de 2025 – que oferecem test drives de todos os modelos, algo essencial para atrair consumidores. Um dos diferenciais de sua rede é a adoção de preços fixos. Fernandes acredita que o cliente se sente mais confortável ao saber que fez um bom negócio, enquanto o preço único favorece o valor de revenda.

Ao trocar um carro usado a concessionária tem liberdade para definir o valor, mas a GWM oferece suporte visando à valorização. E o pós-venda segue fundamental no modelo, com atualizações de software realizadas tanto remotamente quanto nas concessionárias, proporcionando suporte a um perfil de cliente conectado.

EVOLUÇÃO COM OU SEM RESISTÊNCIA

A Fenabrade, que representa os concessionários, e a Lei Ferrari, que obriga os fabricantes a ter a intermediação de uma rede de concessionários franqueados, apresentam certa resistência às vendas digitais no Brasil, embora haja uma brecha jurídica para que empresas realizem vendas diretas. Para isto precisam do acordo de todos os concessionários, via convenção de associação de marca, recorda o consultor automotivo Milad Kalume Neto: "A Volvo partiu para esta linha. A GWM optou por iniciar suas operações no Brasil no modelo 100% digital, via vendas diretas".

Apesar da resistência de alguns concessionários e da ameaça de gordas indemnizações caso algum fabricante faça negócios sem acordo com a rede, as vendas on-line estão crescendo, particularmente após a pandemia, com marcas como Fiat, Renault, GM, GWM, Volkswagen e BYD oferecendo plataformas de vendas na internet que incluem funcionalidades como comparação de produtos, agendamentos, cotações de financiamento, entrega em domicílio e compra direta de veículos.

Com as consultas na internet o consumidor atual chega ao ponto de venda mais preparado e, muitas vezes, melhor informado do que o vendedor:

"É possível configurar veículos virtualmente e ver como ficariam numa ex-





kuzmaphoto/shutterstock

periência virtual de 360 graus. O consumidor, num grau de digitalização menor, também consegue interagir com a marca por WhatsApp, permitindo interação do vendedor com o comprador", observa Kalume Neto. "A Volkswagen está usando muito bem a sua estrutura digital bem como a Stellantis. Mas quem se destaca são as chinesas BYD e GWM".

Para o especialista em mercado o momento ainda é de descoberta e de testes por parte das montadoras. Não existe uma fórmula mágica para o consumidor e neste contexto algumas iniciativas não deram certo por não fecharem o ciclo completo. O processo de venda de veículos deve ser híbrido, pois os clientes ainda desejam experimentar e ver o produto ao vivo antes de comprar. Mas isto também pode ser parcialmente resolvido on-line com a evolução da integração do digital com o físico, incluindo ações como test drive em domicílio. A experiência do consumidor precisa ser completa, com uma jornada de compra sem barreiras, ele escolhe quando e como passar ao ambiente presencial.

As principais barreiras, observa Kalume Neto, são entraves da Fenabrade, questões tecnológicas, baixo índice de digitalização dos concessionários e desconfiança do consumidor. Além disso a burocracia do processo ainda mantém partes físicas, como a avaliação de veículos usados, que representa 70% das vendas de novos

no Brasil: "O processo de digitalização é oneroso mas não tem volta. A jornada do cliente tem de ser atendida, seja no modo tradicional, no digital ou, principalmente, num modelo híbrido que ainda tem falhas".

DIGITAL E SENSORIAL

Entender o consumidor tem sido fundamental para direcionar os planos de digitalização na Nissan. Com a pandemia muitos investiram no digital para continuar vendendo, pois todos estavam em casa. A partir disto a montadora apostou em e-commerce e, após tentativas com plataformas de mercado que não deram certo, decidiu desenvolver plataforma própria. No entanto, no período pós-pandemia, percebeu-se que os clientes iniciavam suas compras on-line e preferiam terminar as negociações na concessionária.

"Nesta questão do sensorial do carro, por mais que as marcas invistam muito em tentar trazer a experiência do mundo real para o digital, algumas coisas só funcionam no mundo físico", argumenta Ana Marques, gerente de experiência do cliente Nissan Brasil. Quando ela começou a perceber este comportamento a empresa passou a investir em ferramentas e processos que permitissem identificar este cliente.

Como resultado as vendas digitais da Nissan cresceram 300% em 2024 em comparação a 2022, destaca Ana Marques: "Mais do que dobramos a influência do digital nas nossas vendas totais. É uma coisa que acompanhamos bem de perto com a rede".

A estratégia atual da Nissan foca na conveniência e na experiência do cliente, sem enxugar sua rede de concessionárias. A digitalização também foi aplicada no pós-venda para facilitar o processo de manutenção e contribuir para a fidelização dos clientes, reconhecendo que uma boa experiência pós-venda é essencial para manter os consumidores fieis à marca.

CONECTIVIDADE E NOVAS DEMANDAS

Nos últimos anos a GM transformou suas vendas com foco na digitalização e nas interações por meio de mídias sociais e websites para permitir uma experiência

de compra mais personalizada e eficiente. Além de adotar showrooms digitais, presentes na maioria das concessionárias, seus veículos são conectados, oferecendo recursos como wi-fi e o sistema OnStar, que dá acesso a serviços.

Guilherme Arruda, diretor de marketing da General Motors América do Sul, avalia que os instrumentos digitais agregam valor à marca:

"Esta conectividade enriquece a experiência do consumidor, tanto na compra quanto no pós-venda. A mudança digital criou impacto significativo sobre a rede de concessionárias da Chevrolet, exigindo treinamentos contínuos para que os funcionários se adaptassem às novas tecnologias e modelos de atendimento. As concessionárias remodelaram seus showrooms e reduziram espaços físicos devido à diminuição das visitas presenciais, tornando o processo de compra mais rápido e ágil. Isso resultou em um possível enxugamento de pessoal em áreas tradicionais de atendimento, enquanto criaram novas demandas por especialistas em tecnologia e gestão digital".

O processo de digitalização enfrentou diversos desafios, como a adaptação das concessionárias ao novo modelo digital e à cultura digital: "Foi difícil garantir que a experiência de compra on-line fosse tão rica e personalizada quanto a visita física, além de exigir planejamento e ajustes para integrar todas as plataformas e ferramentas digitais de forma coesa e eficiente".

VEÍCULOS COMERCIAIS

Os canais digitais tornaram-se essenciais na venda também de veículos comerciais, pois os clientes buscam informações racionais antes da compra. A Mercedes-Benz vem investido em seu canal digital de vendas desde 2020, quando lançou o Showroom Virtual Star Online, que já recebe mais de 1 milhão de visitantes anuais.

Diversas ferramentas foram testadas e a empresa conseguiu lançar uma loja rapidamente no meio da pandemia, superando desafios na integração com sistemas internos da companhia. Focando na

melhoria da experiência do cliente novos produtos e serviços foram sendo agregados à plataforma.

Jefferson Ferrarez, vice-presidente de vendas e marketing de caminhões da Mercedes-Benz do Brasil, conta que foi necessário qualificar pessoas para atuar no ambiente digital: "Com a pandemia os relacionamentos pessoais passaram a incluir mais interações virtuais, embora o contato presencial ainda seja mantido no fechamento de negócios. Essa transformação exigiu treinamento, abrangendo desde conhecimentos técnicos até habilidades de vendas, pois as dinâmicas de relacionamento evoluíram para serem mais variadas. As inovações digitais possibilitaram reconfigurações nas estruturas dos concessionários, reduzindo a necessidade de amplos espaços físicos para apresentações de veículos".

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA ÁREA

Embora seja possível negociar on-line o financiamento e a troca de veículos no ambiente digital ainda apresentam desafios, observa JR Caporal, CEO da MegaDealer e presidente da Auto Avaliar. Ele diz que o contato com a concessionária é quase sempre inevitável pois a maioria dos sites gera leads [contatos] para esse fim.

Ao mesmo tempo a digitalização exclui a possibilidade de negociar descontos pessoalmente, o que pode desencorajar as compras on-line: "Durante a pandemia tentativas de criar experiências de compra digital foram feitas, mas a eficácia desses métodos ainda é discutível".

Caporal observa que a inteligência artificial emerge como uma ferramenta poderosa para ajudar os consumidores a encontrar as melhores ofertas, permitindo filtragem e comparação de financiamentos. Os chatbots, robôs de atendimento que estão se tornando mais sofisticados, podem até negociar preços e avaliar carros a partir de fotos. A tendência é que a inteligência artificial continue a evoluir no setor, transformando a forma como as concessionárias operam e se relacionam com os consumidores. ■

BYD esconde seu jogo no Brasil

Enquanto promete – e até agora não cumpre – produção nacional e milhares de contratações em Camaçari, empresa manobra para reduzir por três anos tarifa de importação sobre partes de carros e picapes que vêm da China para serem apenas montados no País

Por Leandro Alves e Pedro Kutney

Em dezembro passado, em evento com a presença dos seus principais executivos e autoridades em Camaçari, BA, a chinesa BYD comunicou que a “construção dos seus sonhos no Brasil” – um trocadilho com o próprio nome da empresa, Build Your Dreams – estava a pleno vapor para começar a se tornar realidade em não

mais de três meses adiante, apoiado por investimento de R\$ 5,5 bilhões de 2024 a 2030 para fabricar seus carros elétricos e híbridos no Brasil. A promessa que estampou as manchetes da mídia nacional, inclusive desta **AutoData**, no entanto, passa longe dos fatos e dos pleitos que a BYD tem levado ao governo federal.



Fotos: Divulgação/Thaiane Maria/COVBA



Foto Divulgação/Thiaine Maria/GovBA

Naquela ocasião Stella Li, vice-presidente da empresa e CEO para as Américas, disse que enquanto os brasileiros "estiverem celebrando o carnaval [nos primeiros dias de março] nós estaremos comemorando o início da produção". A promessa veio acompanhada, ainda, de outras pouco factíveis, como o anúncio de construção de 28 novos prédios adicionais – sem que o primeiro deles tivesse sido concluído – às instalações onde a Ford produziu veículos por duas décadas, além da contratação de 10 mil pessoas para a operação até agosto deste ano, número que dobraria para 20 mil em pouco tempo.

Mas a festa de Momo passou e nada do prometido aconteceu até agora em Camaçari, enquanto a BYD não confirma nem cancela ou retifica os planos anunciados. Apesar de insistentes pedidos da reportagem em obter informações oficiais

A área de montagem inacabada em Camaçari apresentada pela BYD em dezembro: a planta do projeto mostra os novos prédios da fase 1 em amarelo e da fase 2 em laranja.

a matriz da empresa na China proibiu os executivos da subsidiária brasileira de manter qualquer conversa com a imprensa após o embargo das obras na Bahia.

Depois de denúncias publicadas pela Agência Pública, no fim de novembro, que descreveu condições insalubres de trabalho e análogas à escravidão no canteiro de obras, em 23 de dezembro o empreendimento foi embargado após visita de agentes do Ministério Público do Trabalho ao local, com o resgate de 163 trabalhadores chineses trazidos pela construtora contratada Jinjiang.

A BYD negou que conhecesse o problema – embora conheça muito bem a Jinjiang, que já participou da construção de três de suas fábricas e está envolvida no projeto de outras três na China – e afirmou que não tolera desrespeito aos trabalhadores, sem no entanto justificar a razão de trazer operários do Exterior, na contramão da geração de empregos que prometeu criar na Bahia.

PLANOS OCULTOS

O fato é que, depois do episódio, a BYD se fechou em copas, sequer cancelou oficialmente a data de início de operação marcado para o começo de março, nem comunicou quando retornaria as obras, que até onde se sabe continuam paralisadas.

Mas, sem divulgação, a empresa continuou a levar adiante seus reais planos no Brasil: importar o máximo possível de carros prontos com imposto reduzido enquanto manobra junto ao governo a aprovação de um regime de exceção de tarifas, ex-tarifário, para trazer kits de veículos parcialmente montados na China e iniciar esta operação de montagem final no País em algum momento do segundo semestre, sem precisar de fornecedores locais de autopeças.

Ao mesmo tempo a BYD trata de formar enormes estoques de carros importados para escapar de novo aumento do imposto de importação, que em julho sobe de 18% para 25% no caso de elétricos e de 20% para 28% para híbridos plug-in, voltando à alíquota normal de 35% em julho



Fotos Divulgação/Thiaine Maria/GovBA

Rui Costa, ex-governador da Bahia e atual ministro da Casa Civil, na visita de dezembro às obras da BYD em Camaçari: aliado poderoso no governo.

de 2026. Em 2024 a empresa importou mais de 150 mil veículos, vendeu 76,8 mil e ainda tem mais de 50 mil em pátios à espera de compradores, contando com os que chegaram este ano.

Para tentar barrar a invasão chinesa, já há cerca de um ano, Anfavea e Sindipeças pedem a retomada imediata da alíquota de 35% sobre carros elétricos e híbridos, mas encontram resistência no governo. Negociadores de ambas as entidades presentes a uma reunião realizada em novembro, na qual estavam presentes diversos ministros e o presidente da República, revelaram que a única divergência em retomar a tarifa foi de Rui Costa, ministro-chefe da Casa Civil – por onde passam todos os projetos de lei e regulamentações – e ex-governador da Bahia que, não por acaso, tratou diretamente da instalação da BYD no Estado.

Agora o lobby da BYD espera encontrar o mesmo poderoso apoio para aprovar o ex-tarifário para carros semidesmontados SKD e totalmente desmontados CKD, sem que necessite comprar sequer um parafuso no Brasil – embora a empresa não descarte a possibilidade de adquirir alguns itens de fornecedores locais, também não se compromete em fazer isto.

REDUÇÃO PARA SKD E CKD

Carros híbridos e elétricos semidesmontados e desmontados já são contemplados com redução do imposto de

importação de suas partes, que a partir de julho para híbridos plug-in será de 28% SKD e de 14% CKD, e para elétricos de 25% e 10%. Está programada a retomada gradual da tarifa para 35% até julho de 2028 – para picapes a alíquota já está fixada neste porcentual.

O que a BYD demanda ao governo agora é a redução destas alíquotas por 36 meses, até 2028, sobre elétricos e híbridos semidesmontados e desmontados, que passaria para 10% no regime de montagem SKD e para 5% no CKD, incluindo também picapes no pleito. Inicialmente, ainda este ano, a fabricante pretende trazer da China kits de partes parcialmente montadas (veja ilustração) de cinco modelos: o SUV híbrido plug-in Song Plus e os elétricos Dolphin Mini e Yuan Pro, além da picape Shark e uma inédita picape compacta, ambas híbridas plug-in.

Este plano está descrito em carta à qual **AutoData** teve acesso, datada de 19 de dezembro passado e assinada por Tie Li, ocidentalmente autonominado Tyler Li, presidente da operação da BYD no Brasil. No documento endereçado ao MDIC, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, a empresa afirma não ser possível estabelecer sua cadeia de suprimentos no País em espaço tão curto de tempo: “Para que seja garantida uma transição segura do modelo CBU [veículo importado inteiro] >> SKD >> CKD >> Peça-a-Peça [produção nacional completa] se faz necessário a criação de um destaque [leia-se ex-tarifário] que possibilite às empresas continuarem importando seus veículos e, de forma gradual, aumentar o índice de nacionalização”, escreveu a empresa.

Na carta, também sem firmar compromissos, a BYD descreve ao governo que a fábrica na Bahia terá capacidade para produzir 300 mil carros por ano, de até sete modelos diferentes simultaneamente. E volta a prometer a oferta de contratar 20 mil pessoas para a operação, sem fixar quando isto ocorreria.

Em 24 de fevereiro o pedido da BYD para redução a 10%, por 36 meses, da

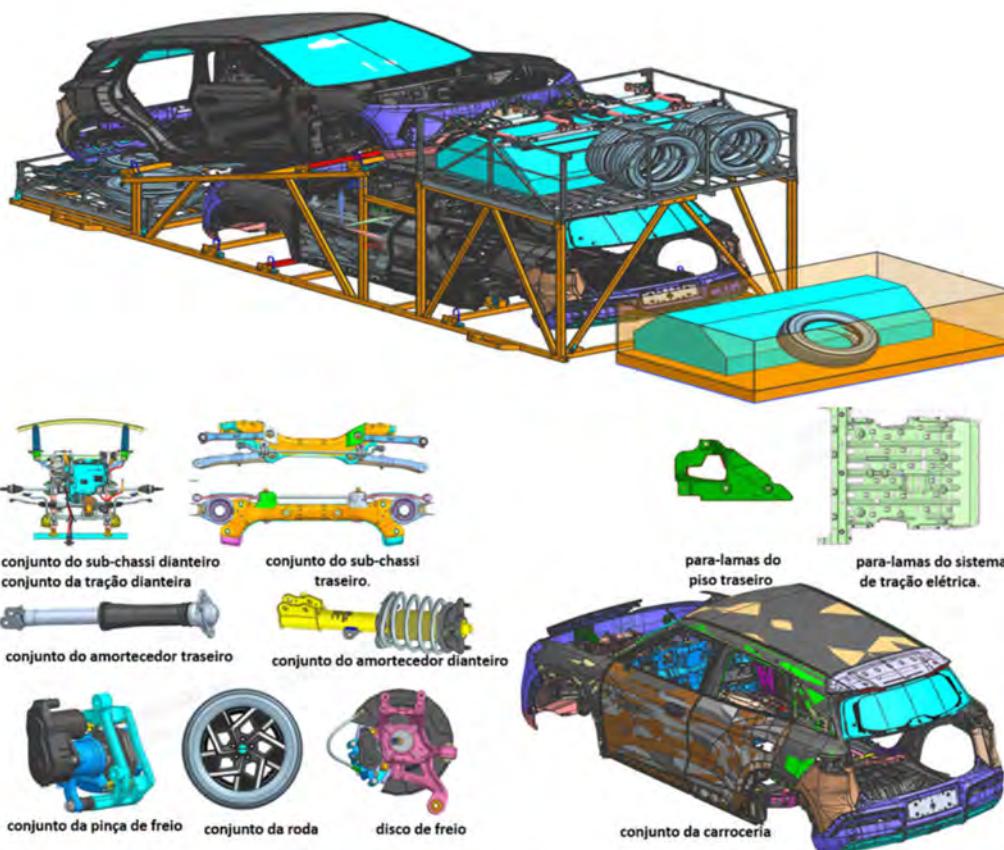
alíquota em regime SKD para os modelos Song Pro, Yuan Pro e Dolphin Mini foi oficialmente publicado no SEI, Sistema Eletrônico de Informações do Governo Federal, ao qual **AutoData** também teve acesso [Processo SEI Público: 19971.000141/2025-30]. Alguns dias depois, em 10 de março, foi protocolado pedido similar para incluir as picapes Shark e outra menor no ex-tarifário de SKD [Processo SEI Público: 19971.000190/2025-72].

Na carta ao MDIC e em ambos os documentos protocolados a BYD sugere que deverá se utilizar do regime SKD por dezoito meses, passando para o CKD por mais dezoito meses, depois do que iniciaria a produção nacional peça-a-peça. Mas não foi firmado nenhum compromisso formal nesse sentido. Também consta no pedido a justificativa para a exceção tarifária: nenhum dos modelos elétricos e híbridos plug-in são atualmente produzidos no País, portanto não haveria fornecedores qualificados para eles.

SEM COMPROMISSO LOCAL

A BYD também ofereceu a possibilidade, sem obrigação, de comprar alguns itens de fornecedores locais. Em uma tabela incluída na carta enviada ao MDIC são citados exemplos das possíveis localizações de alguns componentes: em 2025 poderiam ser comprados no Brasil motorização elétrica, motor híbrido, componentes estruturais da carroceria e bateria; a partir de 2026 entram na lista escapamento, teto solar, chassi e bancos; e em 2027 chapas de aço para estampagem e forro de teto.

"A BYD avalia itens específicos que podem ser adquiridos localmente para incrementar a produção no Estado da Bahia", diz a carta de dezembro. "Este modelo progressivo possibilitará que componentes vitais, como a bateria – cuja montagem local agrega valor ao produto final – sejam integrados ao processo sem comprometer a essência do ex-tarifário original, mantendo-se o entendimento de que o kit



A ilustração em carta da BYD ao MDIC mostra como a empresa quer iniciar sua operação no Brasil: kit SKD com partes parcialmente montadas importadas da China.

Reprodução da ilustração da BYD

essencial do veículo vem desmontado e, portanto, caracterizado como SKD."

Nesse sentido é desconhecida qualquer negociação da BYD com fornecedores instalados no Brasil para a compra de qualquer um dos itens sugeridos na carta. O Sindipeças, entidade que representa a cadeia de autoparças, reiterou por meio de seu presidente, Cláudio Sahad, durante o Seminário Megatendências 2025, realizado por **AutoData**, que a BYD ainda não procurou nenhum dos seus associados. Sahad enfatizou: "Enquanto a outra marca chinesa [GWM] está, de fato, comprometida com a produção nacional e já tem negócios com alguns fornecedores locais a BYD ainda não iniciou qualquer tipo de conversa com a cadeia de autopartes instalada no País".

O elétrico Dolphin Mini e o híbrido plug-in Song Pro expostos para autoridades e imprensa em dezembro: escolhidos para ser os primeiros montados pela BYD em Camaçari.



A Bosch, que já fornece sistemas para a BYD na China, no ano passado vislumbrava o início das negociações para fornecer também no Brasil, especialmente o sistema de injeção flexfuel etanol-gasolina para os motores a combustão dos modelos híbridos. Consultada, a empresa limitou-se a enviar uma declaração que nem sequer confirma negociações de um contrato: "Sim, a Bosch está em tratativas com a BYD. Por questões de confidencialidade a empresa não pode divulgar mais informações".

Especialistas do setor automotivo consultados por **AutoData** argumentam que a BYD sugere nacionalização de itens cruciais como a bateria sem especificar como se dará esse processo, ao mesmo tempo em que pleiteia condições especiais, modificando o texto original e abrindo brechas na LETEC, Lista de Exceções à Tarifa Externa Comum do Mercosul, mecanismo que o governo federal já flexibilizou no ano passado. Uma das novidades da LETEC seria a utilização do ex-tarifário, com taxação menor para itens específicos, incluindo os kits SKD, mas definindo cotas para essa modalidade de importação.

O objetivo seria estimular o início da operação local e inibir a importação de veículos prontos da China. No entanto, nos documentos apresentados pela BYD ao MDIC, não constam os volumes específicos de kits SKD pretendidos para essa operação nos próximos 36 meses. Há também a proposta para utilizar o ex-tarifário na fase seguinte de produção nacional com kits CKD, completamente desmontados, mas o texto não especifica sobre como se daria essa transição para a taxação de 5%.

Anfavea e Sindipeças já começaram o contra-lobby para tentar barrar o pedido da BYD. Ambas as entidades classificaram a demanda como "um ataque aos investimentos das empresas no País, uma ameaça aos empregos e falta de respeito com a indústria local".

CRONOGRAMA DESCUMPRIDO

Algo que vem chamando a atenção desde que a BYD anunciou pela primeira vez seu projeto de produzir no Brasil, crian-



também ainda até agosto um sistema de propulsão híbrido-flex já seria acoplado ao SUV Song Pro – o propulsor, inclusive, foi apresentado em Brasília ao presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, e a vários de seus ministros, incluindo um soridente Rui Costa.

Depois deste momento de êxtase quase nada se falou oficialmente sobre esses assuntos tão comemorados. Até agora nenhuma das afirmações feitas por diversos executivos da BYD se transformou em realidade. Inclusive os pleitos feitos diretamente ao MDIC para uma condição mais do que especial de ex-tarifário para a importação de kits SKD por um período que pode variar de dezoito a 36 meses, vão na contramão de todas as declarações públicas da BYD.

O que também está à mesa é a posição do governo chinês que direciona as decisões de todas as suas empresas, inclusive as privadas, como é o caso da BYD. Desde o ano passado a China tornou-se o maior exportador mundial de veículos, com mais de 6 milhões de unidades. O governo determinou que os fabricantes devem focar em exportar excedentes para ocupar a grande ociosidade das fábricas, que podem produzir perto de 50 milhões de veículos por ano e estão utilizando cerca de dois terços desta capacidade.

A determinação do governo chinês é, portanto, segurar grandes investimentos em unidades de produção fora das fronteiras chinesas – ou apenas montar carros

do aqui sua maior operação internacional, são os constantes adiamentos e falta de atualização oficial do cronograma. E em vez de a empresa argumentar de forma transparente as razões de alterações nos prazos, muitos deles justificáveis, como o embargo nas obras, o que se testemunha são anúncios aumentando as apostas no País sem lastro na realidade.

Depois do evento de dezembro em que Stella Li garantiu que os atrasos ocorreram por questões pontuais e que a operação começaria ainda no primeiro trimestre, nada mais foi confirmado ou desconfirmando, o que já levantou rumores na imprensa de que a empresa só começará a montar seus kits SKD no segundo semestre, ou até o fim do ano. No entanto, após ter acesso aos documentos de pedidos de ex-tarifários, a melhor aposta sobre este prazo é: a montagem só começa depois da aprovação deste pleito.

A revista **AutoData** de dezembro publicou as recentes promessas não cumpridas da BYD no Brasil, como a contratação de 1 mil funcionários já no começo deste ano – e uma centena deles, inclusive, já estaria naquele momento na China em preparação para treinar esta primeira leva de mão-de-obra do chão de fábrica. Até março a BYD teria no seu quadro 3 mil contratados e 10 mil até agosto – dos 20 mil que diz pretender ter no País.

Segundo Alexandre Baldy, vice-presidente sênior da operação brasileira,

Stella Li e o governador Jerônimo Rodrigues se reuniram em 27 de março: sem informações concretas.

Representantes da BYD foram a Brasília em dezembro para mostrar ao presidente Lula e ao ministro Rui Costa o motor híbrido flex a ser utilizado no Brasil: cronograma atrasado.



Divulgação/Presidência da República



Divulgação/Presidência da República

Stella Li com Lula a bordo de novo modelo da BYD: lobby constante em Brasília.

com partes importadas da matriz, como a BYD parece querer fazer pelos próximos três anos, no mínimo.

LOBBY PODEROSO

Executivos, especialistas e consultores ligados diretamente à cadeia automotiva consultados, que concordaram falar sobre este tema sob o manto do anonimato, disseram que as manobras da BYD prejudicam o desenvolvimento da indústria nacional porque podem causar distorções em regras que deveriam ser comuns a todos.

Nenhum desses interlocutores está surpreso ou critica a forma como a BYD tem se relacionado com os representantes do governo federal, cuja função é receber e encaminhar as demandas não só da fabricante chinesa mas de todas as outras empresas. O perigo é se esse lobby está ou não transcendendo as vias normais desse jogo de empresários e os poderes em níveis municipal, estadual e federal.

Questionado se o Estado está acompanhando os recorrentes atrasos no cronograma e se a BYD estaria cumprindo tudo com o que se comprometeu para a sua instalação em Camaçari, a resposta do governo da Bahia foi uma sucinta e pouco esclarecedora nota enviada em 17 de março: "O governo do Estado acompanha a atuação da BYD na unidade de Camaçari, por meio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, que segue realizando visitas semanais à planta para realizar vistorias

técnicas. O governo do Estado trabalha de forma integrada com as instituições federais, órgãos de fiscalização, sindicatos e representantes do setor produtivo, para garantir que o desenvolvimento econômico ocorra em harmonia com a valorização dos trabalhadores".

Poucos dias depois, em 27 de março, o governador Jerônimo Rodrigues se reuniu com Stella Li e outros representantes da BYD para acompanhar o andamento da instalação da fábrica em Camaçari, que segundo nota publicada pela assessoria de comunicação "está na fase final de ajustes para iniciar suas operações". Ainda segundo o comunicado a BYD também está avançando nas tratativas para a instalação de um centro de pesquisa na Bahia. Mas nada se divulgou sobre prazos e o real estágio de desenvolvimento da empresa no Estado.

Consultada a assessoria de comunicação da BYD disse que estava buscando junto aos seus executivos respostas às questões enviadas por **AutoData** referentes aos seus pleitos sobre o ex-tarifário. Mas até a publicação desta edição as respostas não chegaram.

O que se tem na mesa, portanto, neste momento, são demandas que poderão oferecer uma vantagem competitiva ainda maior a apenas uma fabricante em detrimento de investimentos da indústria automotiva que já estão em curso e outros que podem vir a ser anunciados.

O governador Rodrigues, o ministro Costa e a maioria da bancada da Bahia no Congresso já conseguiram vantagens importantes para a BYD. O governo estadual comprou e revendeu à BYD o terreno da fábrica em Camaçari e concedeu ali os mesmos descontos de impostos estaduais que a Ford tinha. Adicionalmente, em 2023, também conseguiram incluir na reforma tributária a extensão do Regime Automotivo do Nordeste até 2032, beneficiando diretamente a fabricante chinesa com isenção de IPI. Tudo, no entanto, parece ser insuficiente para a BYD, que quer mais benefícios para montar seus carros no País, talvez ainda pensando com a cabeça de quem vive na China.



MOURA. VENCEDORA NO PRÊMIO SUPPLIER DAY 2025 DO BMW GROUP.

O nosso programa **Vida na Maturidade** foi premiado na categoria Social, por proporcionar uma transição para a aposentadoria mais segura, estruturada e acolhedora para os nossos colaboradores. Mais um reconhecimento que reforça o compromisso com o bem-estar e com o desenvolvimento das pessoas.

Moura é Moura.



Com Argentina na conta Volkswagen sobe aportes para R\$ 20 bi

Valor de R\$ 16 bilhões até 2028 foi acrescido de US\$ 580 milhões para produzir nova geração da picape Amarok no país vizinho

Redação AutoData



AVolkswagen aumentou de R\$ 16 bilhões para R\$ 20 bilhões o pacote de investimentos em suas operações sul-americanas no período 2024-2028. O ciclo previa o lançamento de dezesseis veículos e sobrou para dezessete. O modelo adicional é a nova geração da picape média Amarok, a ser produzida na Argentina a partir de 2027, com aporte de US\$ 580 milhões no desenvolvimento do novo produto e na modernização das instalações da fábrica de General Pacheco.

Para chegar aos R\$ 20 bilhões a Volkswagen calculou o investimento na Argentina pelo câmbio de R\$ 6,97 por dólar, considerando a média de contratos futuros de proteção cambial NDF, Non Deliverable Forward, até 2028. A cotação foi extraída em 2 de abril da Bloomberg.

O anúncio do novo investimento, no começo de abril, é feito no mesmo ano em que a Volkswagen completa 45 anos no mercado argentino – a fábrica é mais recente, herança da associação com a Ford na Autolatina, de 1987 a 1996, que resultou na divisão da área em Pacheco após o fim do acordo das duas empresas.

Até 2027 a atual geração da Amarok, produzida na Argentina desde o fim de 2009, seguirá em linha. Já o SUV Taos,

também fabricado lá desde 2021, será descontinuado e passará a ser importado para o mercado brasileiro da fábrica no México, onde já está em produção sua nova geração, segundo informou Ciro Possobom, presidente da Volkswagen do Brasil.

Com este remanejamento o Centro Industrial Pacheco vai reforçar sua especialidade: foi a primeira fábrica da Volkswagen no mundo a ser selecionada para a fabricação de picapes, e em quinze anos, mais de 770 mil unidades já foram produzidas.

SALTO JUSTIFICADO

Alexander Seitz, chairman executivo da Volkswagen América do Sul, destaca que o investimento promoverá o salto tecnológico na fábrica argentina e garante a sustentabilidade da operação nos próximos anos, com inovações nas instalações que promoverão melhorias nos padrões de produto e ambientais.

"A Argentina tem sido peça-chave na estratégia regional da Volkswagen e este investimento reforça nossa confiança em suas capacidades industriais", afirma o executivo. "Ao mesmo tempo a nova picape estabelecerá um novo marco no segmento, combinando desempenho, inovação e sustentabilidade."

Segundo Seitz os aportes são justificados pelos bons resultados na região: "A América do Sul é estratégica para os negócios da Volkswagen em todo o mundo e a ampliação dos investimentos para R\$ 20 bilhões reforça a confiança da marca na região".

Em 2024 a operação sul-americana foi a que mais cresceu para a marca Volkswagen no mundo em volume de vendas: 21,1% em relação a 2023, com 479,4 mil veículos emplacados. O Polo, produzido no Brasil, foi o veículo mais vendido na América do Sul, com 161,5 mil unidades.

NOVA PICAPE E REMANEJAMENTOS

Ao anunciar o investimento na Argentina a Volkswagen também mostrou os primeiros traços da nova Amarok, que foram desenhados pela equipe de design no Brasil, liderada por José Carlos Pavone.



Os primeiros traços da nova Amarok: desenho brasileiro.

Possobom diz que o plano na unidade argentina, com a transferência das importações do Taos para o México, tem como objetivo ampliar a produção da Amarok em Pacheco, projetando altos volumes para a nova geração.

Junto com o pacote de investimento a Volkswagen também está reorganizando suas linhas de produção na América do Sul. No Brasil foi concluída, no início de abril, a transferência de parte do volume do sedã Virtus para São José dos Pinhais, PR, que segue em paralelo com a Anchieta, em São Bernardo do Campo, SP. Com isto foi aberto espaço para que sejam produzidas mais Saveiro na unidade – o aumento será de 10% a 15%, porque a picape pequena tem sido muito demandada nos últimos meses.

A planta da Anchieta também já começa a produzir o Polo Track, até então exclusivamente fabricado em Taubaté, SP. Assim a fábrica no Vale do Paraíba terá condições para aumentar os volumes do SUV compacto Tera, próximo lançamento da Volkswagen, previsto para o fim de maio, quarto modelo da ofensiva de lançamentos do ciclo de investimentos, precedido em 2024 por atualizações do T-Cross, Amarok e Nivus.

Além do Tera para 2025 a Volkswagen já programou o lançamento de versões esportivas de seus carros, como o Nivus GTS, também no primeiro semestre, e chegarão importados o Golf GTI e novo Jetta GLI.

Para onde vão os investimentos

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

BMW



R\$ 1,1 bilhão
2025-2028

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

BYD



R\$ 5,5 bilhões
2024-2030

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

CAOA



R\$ 3 bilhões
2024-2028

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

GM



R\$ 7 bilhões
2024-2028

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

GWM



R\$ 10 bilhões
2022-2032

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

HONDA



R\$ 4,2 bilhões
2024-2030

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

HPE/MITSUBISHI



R\$ 4 bilhões
2024-2032

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

HYUNDAI



R\$ 5,5 bilhões
2024-2032

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

NISSAN



R\$ 2,8 bilhões
2023-2025

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

RENAULT



R\$ 4,3 bilhões
2022-2025

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

STELLANTIS



R\$ 32 bilhões
2025-2030

Renovação do portfólio de produtos; desenvolvimento das arquiteturas Bio-Hybrid com até oito sistemas de propulsão híbridos flex e elétricos; lançamentos de 40 modelos Fiat, Jeep, Citroën, Peugeot e Ram; aportes de R\$ 13 bilhões na fábrica de Goiana, PE, para modernização de linhas e produção de novos modelos; R\$ 14 bilhões para Betim, MG, para desenvolvimento de novos produtos e tecnologias e modernização da fábrica; R\$ 3 bilhões para Porto Real, RJ, onde será produzido mais um carro inédito; R\$ 2 bilhões para Córdoba, Argentina, para produção de um novo modelo e um novo motor.

TOYOTA



R\$ 11 bilhões
2024-2030

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

VOLKSWAGEN



R\$ 20 bilhões
2022-2028

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

Investimentos pesados

Cinco fabricantes de caminhões e ônibus têm programas em curso que superam R\$ 7,6 bilhões no período 2021-2028. Iveco anunciou valor adicional, Mercedes-Benz prepara novo ciclo até 2030 e DAF tem programa sem revelar valor.

DAF



R\$???
2022-2028

Empresa tinha em curso programa de R\$ 395 milhões de 2022 a 2026, aplicados na adoção de motores Euro 6 para linha de caminhões XF e CF, mas anunciou, sem revelar valores, o que seria “o maior investimento de sua história no Brasil” nos próximos cinco anos, para ampliação da fábrica de Ponta Grossa, PR, e lançamento de novos produtos.

IVECO



R\$ 1,7 bilhão
2022-2028

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

SCANIA



R\$ 2 bilhões
2025-2028

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

VOLVO



R\$ 1,5 bilhão
2022-2025

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

VWCO



R\$ 2 bilhões
2021-2025

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

Na direção do agro, sempre.



No campo cada trajeto exige **robustez, conforto e eficiência**

Os micro-ônibus Volare garantem conforto para quem faz o agro acontecer, conectando as pessoas com desempenho, inovação e segurança.



**Visite o nosso
estande na Agrishow**



**28 de abril a 02 de maio,
das 8h às 18h**
Ribeirão Preto - SP

www.volare.com.br

/ONIBUSVOLARE

Volare

Tank 300 é o primeiro de nova ofensiva



Divulgação/GWM

Fabricante chinês apostou no luxo off-road com SUV híbrido plug-in sofisticado por preço abaixo da concorrência

Por Leandro Alves, de Brotas, SP

Com o Tank 300, sofisticado SUV de grande porte híbrido plug-in que começou a ser vendido no início de abril por R\$ 333 mil, a GWM deu início à sua segunda onda de lançamentos de produtos no Brasil, desde 2023 limitada ao também híbrido Haval H6 e ao elétrico Ora 03. Este portfólio deve crescer para cinco modelos no horizonte dos próximos meses. Na agenda de 2025, além do Tank, também está programada a chegada da picape Poer, para muito breve, segundo executivos da empresa, e para o terceiro chega o Wey 07, SUV da grife de luxo da fabricante chinesa.

O Tank 300 combina propulsão híbrida plug-in com sofisticação, luxo, robustez e uma série de tecnologias avançadas que garantem condução off-road impressionante. O alvo é conquistar clientes no rico agronegócio brasileiro, como justifica Diego Fernandes, COO da GWM no País: "Queremos chegar com força no universo

do agro no Brasil. O Tank 300 é o primeiro grande produto que temos a oferecer e, com a chegada da picape Poer muito em breve, teremos um posicionamento ainda mais forte nesse segmento".

O preço de lançamento do Tank 300, válido só até o fim de abril, demonstra que a GWM quer se posicionar de forma competitiva neste segmento premium do agronegócio. Considerando todos os modelos com alguma similaridade – já que até o momento nenhum SUV off-road de luxo vendido no País tem powertrain híbrido plug-in – não há ninguém com preços abaixo do modelo chinês. Toyota, Mitsubishi e Land Rover são algumas das marcas que atuam nesta categoria com produtos importados, todos mais caros e usualmente equipados somente com motores diesel. Até mesmo o Jeep Commander nacional, com uma proposta um pouco diferenciada às características do Tank 300, na sua versão topo de linha custa mais caro.

Pela procura inicial que o Tank teve durante a pré-venda e pelo preço ajustado para bater a concorrência, Fernandes espera por bons resultados nos próximos meses: "No programa de pré-venda tivemos mais de 250 unidades encomendadas e agora esperamos um volume considerável com este preço promocional de lançamento. A partir de 1º de maio definiremos nova estratégia de preços para o Tank 300".

OFF-ROAD ELETRIFICADO

O Tank 300 é produzido sobre plataforma exclusiva denominada Hi4T, especialmente projetada pela GWM para encarar o ambiente off-road, com adoção de powertrain 4x4 que combina um motor elétrico e outro a gasolina 2.0 turbo, acoplados a câmbio automático de nove marchas, que juntos somam 394 cv e 750 Nm de torque máximo. O veículo tem uma bateria de 37,1 kWh, que garante autonomia de até 75 km em modo de condução 100% elétrico, segundo medições apuradas no Brasil pelo Inmetro.

O motor elétrico está posicionado entre o motor a combustão e a entrada da transmissão de nove marchas, que distribui a força mecanicamente aos eixos dianteiro e traseiro.

Uma das novidades deste chinês off-road é sua capacidade de alimentar rapidamente a bateria. Quando conectado a um carregador de corrente direta, DC, ele



aceita até 50 kW de potência de entrada de energia, permitindo que sua bateria seja carregada de 30% a 80% em apenas 24 minutos, segundo a GWM. Segundo a fabricante o Tank é único no mercado brasileiro em sua categoria com esta capacidade de recarga rápida. Alguns poucos modelos com preço acima de R\$ 600 mil oferecem a mesma tecnologia, além do próprio GWM Haval H6 plug-in.

Além disso, o Tank 300 conta com o sistema Vehicle to Load, ou V2L, que fornece sua energia para outros dispositivos. Este sistema oferece potência máxima de uso de 3,3 mil W, permitindo que uma máquina de café e uma pequena geladeira possam funcionar utilizando a bateria de alta voltagem do SUV. O V2L pode fornecer energia por até oito horas e meia, aproximadamente, segundo a GWM.

OFF-ROAD RAIZ

As capacidades off-road do Tank 300 são acionadas ao toque de um botão: o sistema de tração conta com opções de 2H 4x2, 4H 4x4 e, para trilhas mais pesadas, 4L reduzida e bloqueio eletrônico de diferencial dianteiro, traseiro e central, dentre outras possibilidades de ajustes de acordo com o terreno.





Com esta combinação foi possível realizar manobras em diversos terrenos durante as primeiras impressões em circuito controlado e até desatolar um Tank com três rodas sem nenhuma aderência.

Outro recurso exclusivo e bem interessante é o Tank Steering, assistente de manobra em curva fechada. Acionando o sistema no console, um veículo do tamanho do Tank 300, com 4,76 metros, passa a ter um raio de giro até 20% menor. Isso permite que o veículo faça uma um retorno de 180 graus num espaço muito menor.

As características off-road raiz são demonstradas pelos impressionantes 700 milímetros de profundidade máxima de travessia de água, 32° de ângulo de entrada, 33° de saída, 222 milímetros de vão livre do solo, 440 kg de capacidade de carga, 750 kg de capacidade de reboque sem freio e 2,5 mil kg de reboque com freio.

OFF ROAD DE LUXO

O Tank 300 tem dimensões generosas, com 4,76 metros de comprimento, 1m93 de largura, 1m90 de altura e distância entre-eixos de 2m75. Essas medidas garantem ótimo espaço para os passageiros da segunda fileira, motorista, e seu acompanhante na frente.

O acabamento interno é sofisticado e de bom gosto para um público exigente tanto na China quanto no Ocidente. Painéis de portas com acabamento de toque suave e refinado, volante revestido em couro, calefação e bancos dotados de

funções de aquecimento e massagem, são recursos de estilo, conforto e conveniência bem interessantes para um modelo com proposta off road.

Outro destaque do Tank 300 é seu baixíssimo nível de ruído na cabine para um veículo 4x. Segundo a GWM existe um sistema eletrônico de cancelamento de ruído que analisa o som que vem do motor e depois reproduz ondas sonoras opostas para reduzir o nível de ruído. Para ajudar o para-brisa e as janelas dianteiras têm dupla camada de vidro que foram um sanduíche com material acústico.

O Tank 300 tem painel de instrumentos com computador de bordo integrado e duas telas Full HD de 12,3 polegadas cada, conectividade com Apple CarPlay e Android Auto sem fio, wi-fi e conexão 4G, sistema de navegação GPS nativo, comandos de voz em português e atualização dos softwares pela nuvem.

Ele é o primeiro GWM a trazer uma App Store integrado em seu sistema multimídia. Além de oferecer uma variada opção de aplicativos também permite usar os dados da internet do carro – a GWM oferece dois anos de wi-fi gratuito.

Os 250 clientes que encomendaram o veículo levaram de brinde a instalação de um wallbox para recarga em casa e um ano de seguro. A partir de agora quem comprar o Tank 300 pode escolher um dos dois benefícios. O SUV tem garantia de cinco anos sem limite de quilometragem e de oito anos para o powertrain híbrido.

EXCELÊNCIA

JTEKT

EM MOVIMENTO

A **JTEKT BRASIL** é destaque no setor automotivo, com a conquista do **prêmio "QUALIDADE 5 STAR HYUNDAI"**. Um reconhecimento à nossa **segurança, qualidade, tecnologia** e parceria com as maiores **montadoras do país**.



5 estrelas.
1 só direção: o futuro.

Em março o Grupo BMW reconheceu os esforços de fornecedores e de sua rede de concessionárias no Brasil. No Supplier Day 2025, realizado na fábrica de Araquari, SC, foram premiadas quatro empresas da cadeia que se destacaram por iniciativas de inovação, governança e sustentabilidade socioambiental. Dias depois, durante a conferência Rede de Concessionários e Mercado Importantes 2025, em Las Vegas, Estados Unidos, seis concessionários brasileiros foram reconhecidos pelo desempenho de 2024.

Dentre os fornecedores foram premiados os que tiveram contribuições em quatro categorias. O prêmio de Inovação foi concedido à Porto Itapoá pela iniciativa Redução de Movimentos Improdutivos. O de Governança foi para a Benteler Componentes Automotivos pelo projeto Legal Talks. A DSV Solutions Brasil Serviços de Logística foi reconhecida em Meio Ambiente pela Eletrificação da Frota de Last-Mile Dealers BMW na Região Metropolitana de São Paulo. O Grupo Moura levou a premiação Social pelo programa Vida na Maturidade.

CONCESSIONÁRIAS

Na premiação em que o Grupo BMW reconheceu o desempenho de seus melhores concessionários da América Latina em 2024, quatro foram premiados como os melhores da região, sendo dois do Brasil: a Mini Eurobike Ribeirão Preto, SP, e a BMW lesa de Caxias do Sul, RS. Os outros dois são do México: BMW Motores Lerma e Mini Serdán Hub.

A montadora também reconheceu os

BMW reconhece fornecedores e concessionários



Fotos: Divulgação/BMW

Fabricante premiou iniciativas sociambientais e de inovação de empresas da cadeia e desempenho da rede de concessionárias

Redação AutoData

melhores concessionários de cada País, com quatro premiados do Brasil: BMW Casa Salvador, BA, e Mini Barigui, PR, ambas na categoria Clube de Excelência; e na categoria Excelência Brasil em Serviços Financeiros os distribuidores premiados foram a Saga Goiânia, GO, e a BMW Barigui, PR.



PPG e Hyundai:

parceria e excelência que caminham lado a lado

A PPG, líder global em tintas e revestimentos automotivos, tem orgulho de receber o prêmio anual de fornecedores da **Hyundai Motor**, na categoria **“Excelência em Materiais Diretos”**.

Este reconhecimento é mais do que uma conquista! Reforça nossa parceria de longa data com a Hyundai e reafirma também nosso compromisso com toda a indústria automotiva: entregar soluções cada vez mais inovadoras e sustentáveis em todas as etapas de pintura dos veículos.

Seja para proteger ou embelezar, a PPG é parte do futuro da mobilidade!



Siga-nos em nossas redes sociais



PPG Brasil



Hyundai premia fornecedores no Brasil

Fabricante reconheceu o melhor desempenho de onze empresas em 2024

Redação AutoData

A Hyundai organizou mais uma vez seu Partnership Day, encontro para dividir planos e metas com fornecedores que também premia os que registraram melhor desempenho e qualidade na entrega de produtos e serviços ao longo do ano passado. Onze empresas, em dez categorias, foram reconhecidas na edição 2025, realizada em Piracicaba, SP, na fábrica da companhia no Brasil.

"A Hyundai alcançou resultados muito importantes em 2024. Os desafios foram diversos, mas pudemos superar todos eles com a qualidade dos serviços e produtos oferecidos pelos nossos fornecedores parceiros", disse Ailton Cousseau, presidente da Hyundai Motors para Américas Central e do Sul. "Quero parabenizar a todos os vencedores dos prêmios deste ano e reafirmar o objetivo de todos nós de seguirmos juntos rumo a novas conquistas em 2025."

A premiação avaliou 163 fornecedores em âmbito local e global. A Brose do Brasil, vencedora da categoria Excelência em Sustentabilidade, apresentou aos convidados suas boas práticas na área ambiental.



Fornecedores do Ano Hyundai 2024

Excelência em Materiais Diretos

PPG Industrial

Excelência em Materiais Indiretos

Cargolift

Excelência em Desenvolvimento de Peças

Itaesbra Indústria Mecânica

Excelência em Localização

Continental Antenas

Excelência em Otimização de Produto

Cestari Industrial | Neo Rodas

Excelência em Qualidade

Goodyear

Certificação Qualidade 5 Star

JTEKT Brasil

Excelência em Gestão da Cadeia de Suprimentos

AGC Vidros do Brasil

Excelência em Serviços de Comércio Exterior

Lockton

Excelência em Sustentabilidade

Brose

Geladeira Portátil 26 litros

Mais liberdade por
onde você for

Design moderno e funcional

- **Dimensões (AxLxP):** 350 x 345 x 615 mm
- **Tensão:** Bivolt 12/24V
(com opção de fonte para 110/220V)
- **Faixa de Temperatura:** +10°C a -21°C

A Geladeira 26 litros possui espaço para:

- 32 latas de 350 ml
- 26 latas de 473 ml

 Iluminação interna em LED

 Funciona como congelador ou refrigerador

 Função turbo resfriamento

 Display moderno e com funções claras

 Porta-copos na tampa

 Proteção ajustável contra descarga de bateria do veículo

 Dreno de limpeza



Conte com a Resfri Ar
Garantia de fábrica em toda a linha de produtos
Mais de 1.500 revendedores em todo o Brasil.



Adquira agora
em condições especiais.



 *Conectividade Bluetooth

Mercedes-Benz retoma Prêmio Interação

Fabricante de caminhões e ônibus volta a reconhecer desempenho de fornecedores junto com boas práticas socioambientais

Redação AutoData

Após hiato de cinco anos a Mercedes-Benz retomou o seu tradicional Prêmio Interação, que reconhece os seus fornecedores com desempenho acima da média. A entrega dos troféus foi realizada em 26 de março, junto com mais uma edição do Prêmio de Responsabilidade Ambiental, que vinha sendo realizado anualmente para premiar as boas práticas socioambientais empresas e concessionárias.

No total dez empresas foram premiadas em onze categorias: oito no Interação e três no Responsabilidade Ambiental. A fabricante de pneus Prometeon recebeu troféu nas duas premiações.

O vice-presidente de compras e logística Matthias Kaeding justificou a razão dos anos sem a premiação aos fornecedores: "O Prêmio Interação passou por uma pausa nos últimos anos. Em primeiro lugar, devido à pandemia da covid-19 e, num segundo momento, por conta do processo de transformação da nossa empresa [separação do negócio de veículos pesados da divisão de automóveis e vans]. Essa medida foi necessária para que pudéssemos reformular não apenas os critérios de avaliação, mas também a própria premiação". ■

Prêmio Interação Mercedes-Benz 2025

Qualidade

Mahle Metal Leve

Excelência em custo

Engemet Metalurgia

Logística

Prometeon

Inovação

PST Eletrônica

Resiliência

Maxiforja Componentes Automotivos

Excelência operacional material indireto/serviço

MTC Soluções Logísticas

Melhoria Contínua Material Indireto/Serviço

Alis Armazenagem Transporte Logística

Especial Material Indireto/Serviço

Dürr Brasil

Prêmio Responsabilidade Socioambiental

Prometeon

Promoção da economia circular por meio da reciclagem de bitucas de cigarro

SKF do Brasil

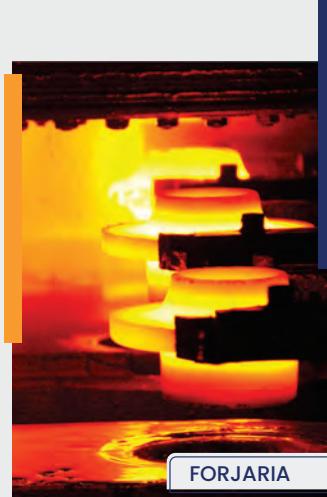
Oportunidades para jovens brasileiros participarem do maior torneio de futebol da categoria

Michelin

Programa de educação ambiental e diversidade na sustentabilidade

WHB Automotive

Moldando o Futuro da Mobilidade



Tecnologia de ponta,
inovação e sustentabilidade,
moldamos a mobilidade para
um futuro conectado e
transformador.



FORJARIA

Gama de produtos



Virabrequim



Bielas



Anel Externo e Interno



Placa de Apoio



Cubo de Roda



Pino Rei

WHB
AUTOMOTIVE

Randoncorp e Frasle alcançam faturamento recorde

A Randoncorp alcançou um marco histórico em 2024: a maior receita líquida consolidada em seus 76 anos de atividades. No ano foram faturados R\$ 11,9 bilhões, alta de 9,4% sobre 2023. O EBITDA ajustado somou R\$ 1,6 bilhão, expansão de 6%, com margem de 14% sobre as vendas. O principal fator para este avanço, além do bom momento do mercado de peças para montadoras e reposição, foi o aumento das exportações e receitas no Exterior, com a retomada da entrega de semirreboques nos Estados Unidos e a adição, a partir de novembro, dos números da EBS, empresa do Reino Unido adquirida pela controlada Master Freios. Outra controlada do grupo, que divulga balanço em separado, a Frasle Mobility, também apurou novo recorde de receitas em 2024: R\$ 4 bilhões, alta de 17% ante 2023,

já considerando a aquisição da Dacomsa, no México. O EBITDA ajustado foi a R\$ 729 milhões, aumento de 9,7%, e a margem registrada ficou em 18,4%.



Divulgação/Randoncorp

Tupy registra maior geração de caixa e EBTIDA de sua história

Em 2024 a Tupy registrou a maior geração de caixa operacional de sua história, de R\$ 1,4 bilhão, e obteve o mais expressivo lucro EBITDA ajustado, de R\$ 1,3 bilhão, alta de 2% na comparação com 2023 e margem de 12,1%. Os bons resultados foram obtidos mesmo



Divulgação/Tupy

com o recuo de 6% na receita líquida, que somou, impactada pela retração do volume de vendas. Os ganhos de eficiência operacional, a valorização do dólar e o crescimento de cerca de 20% nas receitas da controlada MWM contribuíram para compensar a redução. O lucro líquido apurado no período foi de R\$ 82 milhões. Em 2024 foram investidos R\$ 469 milhões, sendo R\$ 195 milhões aplicados em equipamentos e expansões vinculadas a novos contratos de usinagem e fundição. Além disso, a companhia aportou mais de R\$ 120 milhões no desenvolvimento de novos negócios, em tecnologias que incluem bioplantas, motores movidos a biocombustíveis para aplicação em caminhões, tratores, máquinas agrícolas e grupos geradores, sistemas de irrigação acionados por motores mais eficientes e motores marítimos para aplicações de trabalho.

Carbon e Revo anunciam fusão de R\$ 1,5 bilhão

A blindadora Carbon e a Revo, empresa de transformação de viaturas especiais, assinaram em março protocolo de fusão para ganhar força nos segmentos em que atuam. Após a conclusão do

negócio a capacidade produtiva será de transformar e blindar até 3,1 mil veículos por mês, com faturamento projetado para 2025 de R\$ 800 milhões. Para os próximos três anos a meta é chegar a R\$ 1,5

bilhão, com expansão do portfólio e novas tecnologias. Carbon e Revo somam 1,7 mil funcionários no Brasil, com oito unidades fabris, sendo seis da blindadora e duas da transformadora.

Siemens compra Altair por US\$ 10 bilhões

A Siemens comprou a Altair Engineering, empresa de tecnologia de software, desenvolvimento digital e armazenamento em nuvem, dentre outras especialidades, por US\$ 10 bilhões. Segundo comunicado, com a aquisição a Siemens se posicionará como a mais completa plataforma de desenvolvimento digital e de inteligência artificial para o setor industrial. Serão agregadas as competências e tecnologias da Altair à plataforma XCelerator, que utiliza o conceito de gêmeos digitais, poderosa ferramenta de desenvolvimento virtual capaz de acelerar os projetos de produção industrial.

BMW adota secagem de pintura sustentável no Brasil

O Grupo BMW adotou nova tecnologia sustentável para o processo de secagem da pintura dos veículos produzidos em Araquari, SC: o gás natural deu espaço para bomba de calor, que aquece a água utilizada com energia elétrica. De acordo com a empresa este sistema é mais eficiente e sustentável e contribui com a redução em 10% das emissões de CO₂ na produção das carrocerias. A fábrica de Araquari, com área total de 1,5 milhão de m², incluindo 112,9 mil m² de edifícios, completará onze anos de operação em 2025. São produzidos no local os modelos BMW Série 3, BMW X1, BMW X4 e o BMW X5 híbrido plug-in.



lochpe-Maxion capta R\$ 357,3 milhões da Finep

Para impulsionar seu plano de inovação para os próximos quatro anos a lochpe-Maxion assinou contrato com a Finep para financiamento de R\$ 357,3 milhões com juros subsidiados a serem pagos em dezesseis anos. Com os recursos a fabricante de rodas e componentes estruturais poderá acelerar iniciativas de pesquisa e desenvolvimento de componentes e materiais inovadores para conjuntos estruturais de veículos elétricos e a combustão de baixa emissão, além de promover transformação digital com adoção de tecnologias de automação e inteligência artificial, a fim de otimizar processos industriais. O aporte integra o programa Finep Mais Inovação, que apoia projetos alinhados às missões estratégicas do CNDI, Conselho Nacional de Desenvolvimento Industrial, no âmbito do Programa Nova Indústria Brasil, incentivando avanços tecnológicos e ganhos de produtividade na indústria nacional.



Divulgação/lochpe-Maxion

Brasil e Japão colaboram para desenvolver biocombustíveis

A Unica, União da Indústria de Cana-de-Açúcar e Bioenergia, e o IEEJ, Instituto de Economia da Energia do Japão, assinaram um Memorando de Entendimento para ampliar a parceria de Brasil e Japão no desenvolvimento e uso de biocombustíveis sustentáveis. O documento amplia a relevância do etanol brasileiro na transição energética dos veículos que rodam no Japão, uma vez que o país planeja elevar para 10% a mistura do etanol na gasolina até 2030. Como um dos maiores produtores de biocombustíveis do mundo o Brasil tem papel importante no intercâmbio de informações e conhecimento.

Fiat Pulse soma 150 mil emplacamentos

O Fiat Pulse, lançado em outubro de 2021, atingiu a marca de 150 mil unidades emplacadas no Brasil. O SUV compacto é produzido na fábrica da Stellantis em Betim, MG, de onde também saem as versões que são vendidas em dez mercados da América Latina. O modelo foi o primeiro SUV compacto da Fiat e, posteriormente, foi escolhido para ser o primeiro modelo híbrido leve flex nacional da marca, junto com o Fastback.



Divulgação/Stellantis

Produção de motos supera meio milhão no trimestre

A produção de motocicletas atingiu o melhor resultado para o primeiro trimestre dos últimos treze anos, somando 501,1 mil unidades, segundo dados da Abraciclo. Na comparação com igual período do ano passado houve crescimento de 14,4%. Já o varejo registrou o maior volume de vendas da história em um primeiro trimestre, com 474 mil motos emplacadas.

Volkswagen já produziu 1 milhão de hatches Polo no País

A Volkswagen somou 1 milhão de unidades do Polo produzidas no Brasil. O modelo, junto com sua versão de entrada Track, lidera o segmento de hatches em 2023, 2024 e 2025. Em 2024 o Polo foi o veículo mais vendido da América do Sul, considerando todos os segmentos, com 161,5 mil unidades emplacadas na região, sendo 140,2 mil no Brasil, incremento de 26% sobre 2023. O modelo também foi o mais exportado pela Volkswagen e, no primeiro bimestre, representou 44% dos embarques.

ZF atinge 700 mil eixos no Brasil

A ZF atingiu a marca de 700 mil eixos produzidos no Brasil, após 40 anos de fornecimento do componente para máquinas agrícolas e de construção. A produção ocorre na fábrica instalada em Sorocaba, SP, que desde 2018 conta com um centro global de desenvolvimento de eixos, também capaz de realizar testes e validações, atendendo a diversas demandas globais da companhia.

Iveco já vendeu 5 mil S-Way no Brasil

A Iveco divulgou já ter vendido 5 mil unidades de seu caminhão extrapesado S-Way no Brasil. Somente no ano passado os emplacamentos cresceram 17% em comparação a 2023. Segundo a empresa grandes transportadores estão negociando lotes do caminhão para expandir e modernizar suas frotas. Equipado com o motor Cursor 13, da FPT, o S-Way está disponível em três versões 4X2, 6X2 e 6X4, com potências de 480 a 540 cv. A linha conta também com a versão NG, movida a gás natural e biometano.



Divulgação/Iveco



Divulgação/VW

Nissan vai parar de produzir Frontier na Argentina



Divulgação/Nissan

A Nissan oficializou, no fim de março, o encerramento da produção da picape Frontier na fábrica de Córdoba, na Argentina, onde mantinha linha dentro do complexo da sócia Renault. Em comunicado a empresa informou que a partir de janeiro de 2026 as picapes da marca para abastecer o mercado latino-americano, inclusive o Brasil e a Argentina, serão todas fabricadas na unidade de Morelos, no México. Com o fim do empreendimento também será descontinuada a picape-irmã Renault Alaskan, produzida na mesma linha inaugurada em 2018, que compartilha mecânica com a Frontier, mudando apenas o emblema. Com este arranjo a Nissan manterá, na América Latina, produção em Resende, RJ, onde fabrica o Kicks e em breve dois novos SUVs, e nas plantas mexicanas de Aguascalientes, onde há duas unidades de montagem e uma de powertrain, e em Morelos.

Volkswagen importa por Vitória

Este ano a Volkswagen adicionou mais um porto brasileiro à sua operação logística: o de Vitória, ES, onde iniciou operação de importações ao receber 32 unidades do SUV Taos, que foram produzidos na fábrica de General Pacheco, na Argentina. A próxima encomenda, do mesmo modelo, é aguardada para maio. Também é esperada, ainda para este ano, o desembarque em Vitória do novo Jetta GLI, sedã esportivo que é produzido em Puebla, México. A inclusão do Porto de Vitória na lista de pontos de desembarque da Volkswagen no Brasil tem o objetivo de ampliar a capacidade de distribuição e reduzir a necessidade de longos trajetos terrestres para Minas Gerais, Rio de Janeiro, Espírito Santo e Sul da Bahia. A Volkswagen trabalha também com os portos de Santos, SP, para exportação, Paranaguá, PR, para importação e exportação, e Suape, PE, para importação.

GWM doa célula de hidrogênio à USP

A GWM doou uma célula de hidrogênio, um cilindro de armazenamento e uma membrana de célula de hidrogênio para a USP. Os equipamentos foram entregues à Poli, Escola Politécnica, e ao RCGI, Centro de Pesquisa e Inovação em Gases de Efeito Estufa. Os equipamentos serão usados em aulas e pesquisas sobre veículos elétricos abastecidos com célula de hidrogênio, os FCEVs. Os itens oferecem em escala real a estrutura para estudo dos componentes mais críticos de um veículo com o sistema.

Hyundai inicia exportação do HB20S para a Argentina

A Hyundai iniciou a exportação do sedã HB20S, produzido na fábrica de Piracicaba, SP, para a Argentina, seguindo o caminho aberto pelo HB20 no ano passado, primeiro modelo da marca fabricado no Brasil a seguir para lá. O Hyundai HB20S será vendido em duas versões no mercado argentino: a Comfort com câmbio manual e a Platinum Safety, topo de linha, com transmissão automática. As duas configurações usam motor Gamma 1.6 de 123 cv, abastecido apenas com gasolina.



Divulgação/Hyundai



Divulgação/Nissan



NISSAN: IVAN ESPINOSA + MAKOTO UCHIDA

Em 1º de abril, início do ano fiscal japonês, Ivan Espinosa assumiu a presidência global da Nissan, no lugar de Makoto Uchida. Em meio a uma grave crise financeira e um difícil processo de reestruturação, é a primeira vez que um executivo ocidental volta ao comando mundial da empresa desde 2018, quando o franco-libanês-brasileiro Carlos Ghosn foi demitido após ser preso, acusado de evasão fiscal e apropriação de recursos da companhia. Depois de salvar a Nissan da falência e dirigir a fabricante de veículos por duas décadas Ghosn foi substituído por Hiroto Saikawa, que renunciou em 2019 e foi sucedido por Uchida, que em março passado decidiu deixar o cargo após a desistência da fusão com a Honda. Agora caberá ao mexicano Espinosa, que até então era o chief product officer responsável pelo desenvolvimento e gestão de produtos, levar adiante o plano de recuperação, que inclui o fechamento de três fábricas nos próximos dois anos e o corte de cargos executivos em 20%. Espinosa é engenheiro mecânico com pós-graduação em administração de empresas pela Harvard Business School. Ele trabalha na Nissan desde 2003 e já passou por diversos cargos executivos na área de estratégia de produtos baseado no México e no Japão. Junto com o novo CEO dezenas de posições de comando globais e regionais da Nissan foram trocadas ou remanejadas em comitês executivos e nas áreas de administração, marketing, engenharia, finanças e recursos humanos.



Divulgação/Volvo Car

VOLVO CAR: HAKAN SAMUELSSON

Hakan Samuelsson retornou ao comando global da Volvo Cars em 1º de abril, após ser indicado pelo conselho de administração da companhia, no fim de março, para ocupar novamente cargo de CEO com mandato de dois anos. Ele substituiu Jim Rowan, que estava no posto há três anos. O conselho trouxe Samuelsson de volta à função que já exerceu por dez anos, de 2012 a 2022, por entender que os anos acumulados de experiência fazem dele a melhor escolha para conduzir a fabricante de carros durante este período de transição da indústria automotiva, enquanto prepara um novo profissional para sucedê-lo no longo prazo. Antes de ser reconduzido, até dezembro passado Samuelsson seguia no grupo como presidente da Polestar, uma marca da Volvo. .



Divulgação/Volkswagen

CÂMARA BRASIL-ALEMANHA: ALEXANDER SEITZ

Alexander Seitz, desde outubro de 2022 chairman executivo da Volkswagen América do Sul, é o novo presidente da Câmara Brasil-Alemanha de São Paulo. Ele sucede a Paulo Alvarenga, CEO da Thyssenkrupp América do Sul, que presidia a instituição desde 2023. O anúncio foi realizado durante a assembleia geral ordinária da entidade, no fim de março, quando novos integrantes foram nomeados. O presidente e diretor geral da Evonik Brasil, Hendrik Schönfelder, e o CEO da Festo South America, Cesar Gaitan, passaram a integrar o colegiado de vice-presidentes honorários, ao lado de Detlef Dralle, diretor-presidente da HTB, e Gastón Diaz Perez, presidente da Bosch América Latina. O grupo da presidência é completado por Barbara Konner, vice-presidente executiva da instituição.



Divulgação/Iochpe-Maxion



IOCHPE-MAXION: MARCOS DE OLIVEIRA + PIETER KLINKERS

O Grupo Iochpe-Maxion avançou no plano de sucessão do atual presidente, Marcos de Oliveira, que deixou o cargo em 16 de abril e foi sucedido por Pieter Klinkers, desde 2015 CEO global da divisão de rodas da empresa, a Maxion Wheels. Oliveira estava no comando da multinacional brasileira desde 2012, após deixar a presidência da Ford Brasil e Mercosul. O executivo segue na Iochpe-Maxion com cadeira no conselho de administração. Seu

substituto Klinkers tem mais de trinta anos de experiência na indústria automotiva, com passagens por empresas como Michelin e Hayes Lemmerz. Para seu lugar na liderança da Maxion Wheels foi escolhido Mark Gerardts, que também assumiu o novo cargo em 16 de abril. Gerardts está na empresa desde 2015 e seu último cargo foi como presidente da unidade de negócios para Europa, Oriente Médio e África.



Divulgação/Stellantis



STELLANTIS: MAIARA CASTRO + ERICA SCHWAMBACH + MATIAS PABLO MERINO

A Stellantis promoveu em março três mudanças em seu quadro de executivos da operação sul-americana. Maiara Castro (foto à esquerda), na empresa há dezoito anos, assumiu a posição de vice-presidente de qualidade na região,

sucedendo a Geraldo Barra, que assumirá novas funções na companhia, ainda não divulgadas. A executiva é engenheira eletrônica e de telecomunicações graduada pela PUC Minas, com pós-graduação em gestão de projetos pela Fundação Dom Cabral. Recentemente ela trabalhava na consolidação da marca Peugeot na América do Sul. Também vêm dos quadros da Stellantis América do Sul a nova vice-presidente de desenvolvimento de negócios na região: Erica Schwambach, na companhia desde 2011. Anteriormente ela trabalhou nas áreas de compras, desenvolvimento de produto e supply chain. A executiva é graduada em relações internacionais pelo Ibmec e especializada em gestão de negócios pela Fundação Dom Cabral.

Na área de compras Matias Pablo Merino é o novo vice-presidente de supply chain, responsável pela gestão da cadeia de suprimentos da companhia na América do Sul. Formado em ciências políticas e de governo, e com mais de 25 anos de experiência na indústria automotiva, Merino ingressou na empresa em 2017 como gerente de supply chain na Argentina. Em 2019 assumiu a área de planejamento de demanda e gerenciamento de pedidos no Brasil.



Divulgação/Iveco



IVECO: KAREL NOVÁK + DIEGO MORENO

O Grupo Iveco nomeou Karel Novák para dirigir a área de qualidade e operações na América Latina. O executivo, com dezoito anos na empresa, agregará tarefas em processos de qualidade, manufatura e cadeia de suprimentos da Iveco e da fabricante de motores FPT. Novák iniciou sua carreira em 2005 na área de compras da Iveco Bus na República Tcheca. Desde então exerceu funções de planejamento na França, Itália e China, onde se tornou diretor de compras da joint-venture da FPT em Chongqing. Nos últimos anos dirigiu a área de planejamento e de portfólio na divisão de ônibus. Novák trouxe para sua equipe Diego Moreno, que assumiu a área de compras do Grupo Iveco América Latina. O executivo sempre atuou em diversas funções na área de suprimentos da empresa na Argentina, onde ingressou na Iveco em 2011, vindo da FCA.



Divulgação/LibreLato

LIBRELATO: SIMONE LUCAS MARTINS

Em um setor tradicionalmente liderado por homens a LibreLato escolheu uma mulher para ser sua nova CEO: Simone Lucas Martins sucede a Roberto Lopes Júnior, que deixou a fabricante de carretas para seguir novos rumos profissionais. Na empresa desde 2018, a executiva é contadora formada pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Ela continuará exercendo a função de diretora administrativa financeira da Librepar, holding que controla a empresa. Simone Martins soma mais de vinte anos de experiência em cargos de direção e construiu sua trajetória em empresas dos setores automotivo, químico, de varejo, bens de capital e construção, como DHB Componentes Automotivos, Eliane Revestimentos, Artecola e The Shoe Company.



Divulgação/Paccar Financial

PACCAR FINANCIAL: JOSÉ ITO

José Ito é o novo diretor geral da Paccar Financial, braço financeiro do Grupo Paccar no Brasil, que fabrica os caminhões DAF em Ponta Grossa, PR. O executivo sucede a Anderson Haiducki, que foi promovido a gerente geral assistente de vendas e marketing da Paccar Financial na América do Norte. Ito tem experiência na área de crédito desde 2009 e já trabalhava na Paccar Financial, onde seu último cargo foi o de diretor de crédito. Ele passa a liderar a operação que foi responsável por financiar 46% das vendas da DAF no Brasil em 2024.



Divulgação/DAF

DAF: ELARDINO GODINHO

A fabricante de caminhões DAF anunciou Elardino Godinho como seu novo diretor de desenvolvimento de concessionárias na América do Sul. Ele fica baseado em Ponta Grossa, PR, e se reporta ao diretor comercial Luís Gambim sobre assuntos relacionados à operação no Brasil, e ao vice-presidente da companhia na região Michael Kuester sobre temas do mercado latino-americano. Godinho está na DAF desde 2019 e seu último cargo foi o de gerente de desenvolvimento de concessionárias na Colômbia. O diretor tem graduação em administração pela Universidade de Itajaí e MBAs pela Fundação Dom Cabral e pela Esden.



Divulgação/DAF

PACCAR PARTS: GUSTAVO NOVICKI

A Paccar Parts, divisão de peças de reposição do Grupo Paccar e da fabricante de caminhões DAF, alçou Gustavo Novicki para ser seu novo diretor de vendas no Brasil, sucedendo a Rafael Simoni, que assumiu o cargo de diretor executivo da DAF Caiobá. Novicki soma mais de vinte anos no setor automotivo com passagens por Volvo Caminhões e Volkswagen. Ele trabalha na DAF desde 2015 e seu cargo anterior foi o de diretor de desenvolvimento de concessionárias. O executivo é formado em engenharia mecânica pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná e tem MBA pela Fundação Getúlio Vargas.



Divulgação/Cummins

CUMMINS: MAURÍCIO BIADOLA

Maurício Biadola é o novo diretor de vendas do segmento fora-de-estrada da Cummins no Brasil. O executivo assumiu o cargo no começo de março, sucedendo a Mariana Pivetta, indicada para um novo cargo global na fabricante de motores e eixos. Biadola chega ao novo cargo após passagens por Bridgestone, Magna e Lear. Ele é formado em engenharia mecânica pela FEI e tem MBA executivo pelo Insper.



Divulgação/Randoncorp



RANDONCORP: SÉRGIO CARVALHO + DANIEL RANDON + ANDERSON PONTALTI

Um membro da família controladora voltará a liderar a Randoncorp a partir de 1º de setembro, quando Daniel Randon atual presidente do grupo, assumirá também o posto de CEO ocupado desde 2022 por Sérgio Carvalho, que na mesma

data deixará a cadeira de CEO da Frasle Mobility, na qual está desde 2017. A decisão reflete planejamento individual de Carvalho, considerando seu desejo de ficar mais tempo nos Estados Unidos, onde reside com sua família. Assim Daniel Randon vai acumular as posições de presidente e CEO da Randoncorp, algo que ele já fez de 2019 a 2021.

Na Frasle Mobility o posto de Carvalho será assumido por Anderson Pontalti, hoje diretor de operações do grupo de empresas controladas pela Randoncorp. Pontalti seguirá como vice-presidente executivo internacional da Randoncorp, tendo em seu guarda-chuva as unidades de autopeças e montadora na América do Norte, Europa e Ásia. Carvalho seguirá no grupo como conselheiro executivo sênior e consultor externo independente, além de continuar nos conselhos deliberativos das joint-ventures Master Freios e Jost Brasil. Sob sua gestão Randoncorp e Frasle Mobility compraram 23 empresas, principalmente no Exterior, e os principais indicadores financeiros, como receita, EBITDA e lucro líquido aumentaram de quatro a nove vezes.



Divulgação/Horse



HORSE: GIULIANO EICHMANN + WESLEY PALMA

A partir de 1º de maio haverá mudanças na direção da subsidiária brasileira da Horse, divisão de motores a combustão e sistemas híbridos do Grupo Renault em sociedade com a Geely e Aramco: Giuliano Eichmann será o novo diretor de operações da unidade de São José dos Pinhais, PR, no lugar de Wesley Palma, que está na função desde 2021 e será transferido para dirigir a fábrica de Sevilha, na Espanha. Palma sucederá a Javier Bernáldez,

que passa a ser diretor técnico na companhia. Profissional com 25 anos de experiência, Eichmann hoje é diretor de engenharia de processos na Renault do Brasil. O novo diretor também será responsável pela coordenação da América Latina, função que já vinha sendo exercida por Palma.



Divulgação/Omada Jaecoo

OMODA JAECOO: THIAGO MARQUES

Prestes a iniciar vendas no Brasil, em abril, a Omada Jaecoo contratou Thiago Marques como diretor marketing. Ele chega com a missão de consolidar os planos de introdução e de posicionamento de produtos. O executivo tem experiência no setor automotivo, com passagens por Hyundai e Jaguar Land Rover.



Divulgação/Phinia

PHINIA: DAVID ANGELO

David Angelo é o novo gerente de marketing da Phinia para o mercado de reposição na América do Sul. Com 22 anos de carreira, oito deles na Alemanha, o executivo tem experiência com consultoria e treinamento para empresas do aftermarket automotivo, além de gestão de categorias de produtos e desenvolvimento de marca própria. Formado em mecatrônica automotiva pela BK Lüttfeld, com especialização em tecnologia de automóveis pela IHK Darmstadt/SEAT, na Alemanha, David trabalhou na Agria-Werke e na Autohaus Stegelmann, e na Rede Pitstop e Fortbras, no Brasil.



Divulgação/Mercedes-Benz

MERCEDES-BENZ: DENIS GÜVEN

Quatro meses após Achim Puchert deixar o comando da Mercedes-Benz do Brasil e América Latina para assumir, na Alemanha, o cargo de CEO global da Mercedes-Benz Trucks, a empresa divulgou o substituto: Denis Güven, atual chefe de produto e estratégia nas operações da Daimler Truck na Ásia, será o novo presidente regional a partir de agosto, tornando-se responsável pela operação brasileira e latino-americana de caminhões e ônibus da fabricante. Güven, 42 anos, ingressou na Daimler em Stuttgart, Alemanha, como gerente de projetos de pesquisa e desenvolvimento para motores de médio porte. Assumiu diversas funções na área e em finanças e controladoria na divisão global de powertrain. Em 2016, tornou-se assistente do vice-presidente de vendas, marketing e atendimento ao cliente na Mercedes-Benz Trucks. Em 2019 foi transferido para a operação asiática, como chefe de vendas internacionais e gestão de pedidos. Baseado em Kawasaki, no Japão, em outubro de 2021 assumiu o posto de chefe de vendas e marketing na Ásia e, em julho de 2022, transferiu-se para Tóquio para ocupar seu cargo atual. Güven será o terceiro presidente da Mercedes-Benz do Brasil no curto período de cinco anos, desde 2020.



Divulgação/Sindipeças

SINDIPEÇAS: CLÁUDIO SAHAD

Cláudio Sahad, diretor da Ciamet, foi reeleito presidente do Sindipeças e da Abipeças para a gestão 2025-2028. Ele já tomou posse para seu segundo mandato consecutivo, após suceder a Dan loschpe no triênio 2022-2025. Na primeira gestão de Sahad o Sindipeças teve participação decisiva na criação do Mover, Programa Mobilidade Verde e Inovação, e de outras políticas importantes relacionadas ao setor, como a lei Combustível do Futuro. Após a criação do programa a entidade colaborou para auxiliar suas associadas a aproveitar os programas prioritários, como já havia feito no antecessor Rota 2030. Para o próximo triênio as metas incluem seguir participando na elaboração de políticas públicas para o setor, implementar o Renovar, programa de renovação de frotas, incluindo inspeção técnica veicular, e manter os esforços para ampliar a localização de peças e componentes.



Divulgação/Grupo Sada



GRUPO SADA: LUÍSA MEDIOLI + LUCA MEDIOLI

O Grupo Sada, que reúne unidades de negócios no transporte de carros zero-quilômetro, produção de autopeças e concessionárias de veículos leves e pesados, promoveu um rearranjo de cargos ocupados por membros da família controladora da empresa. Luisa Medioli, formada em relações internacionais pelo IBMEC e com MBA em administração de negócios recém-concluído pela Rotterdam School of Management, agora é responsável pela recém-criada diretoria de sustentabilidade.

Sobrinha do fundador Vittorio Medioli e filha do diretor geral Alberto Medioli, antes de assumir sua atual posição Luísa trabalhou na agenda de inovação e estratégia do Grupo Sada, liderando o estabelecimento do mapa estratégico dos cinquenta anos da empresa. Seu irmão, Luca Medioli, assumiu a nova gerência comercial da rede de concessionárias Deva, outra vertical de negócios do grupo. O executivo anteriormente integrou a área de planejamento e análise financeira. Formado em administração pela PUC MG, ele está concluindo o MBA em engenharia de produção na USP.

US\$ 6 tri

Perdas somadas das bolsas de valores dos Estados Unidos com a queda de valor das ações negociadas nos dois dias que sucederam o “Dia da Libertação”, em 2 de abril, quando o presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, anunciou sobretaxações aplicadas a produtos importados de quase todos os países do mundo.

US\$ 536 bi

Perdas do Bloomberg Billionaires Index, que lista o valor das ações dos 500 indivíduos mais ricos do mundo, somente em 4 de abril – a maior perda do índice em um só dia, provocada pela aplicação pelos EUA de tarifas de importação a quase todos os países, deixando menos ricos nomes como Elon Musk, Jeff Bezos e Mark Zuckerberg.

US\$ 21 bi

Investimento anunciado pela Hyundai nos Estados Unidos até 2028, sendo US\$ 9 bi para ampliar a capacidade de sua fábrica no país para 1,2 milhão de veículos/ano e US\$ 12 bi em uma nova usina de aço na Louisiana. O valor é maior do que os R\$ 110 bi anunciados por 13 fabricantes de veículos leves no Brasil de 2024 a 2032.

100 mil

Volume de importações pelo Brasil de carros eletrificados da China no primeiro semestre de 2025, segundo projeta a Anfavea. De janeiro a março já foram importados quase 21 mil. A aceleração esperada é devida ao novo aumento escalonado da tarifa sobre esses veículos, que em julho passa de 18% para 25% no caso de elétricos.

“O verdadeiro significado do Dia da Libertação é a libertação do próprio Trump. Esta versão dele é notavelmente despreocupada. Mesmo com a queda dos mercados e os primeiros tiros de uma guerra comercial, ele dedica horas extras ao campo de golfe. Nenhum presidente foi tão inventivo em encontrar maneiras de atirar no pé da América.”

Adam Roberts, editor digital da The Economist, em editorial da newsletter de 7 de abril, após o presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, anunciar a aplicação de tarifas de importação a quase todos os países do mundo, no que chamou de Dia da Libertação, provocando violentas quedas nas bolsas de valores, no que a The Economist titulou em sua capa de “Ruination Day” [Dia da Ruína].

“Qual CEO se sentiria confortável para fazer investimentos de longo prazo em nosso país no meio de uma guerra nuclear comercial?”

O bilionário e investidor Bill Ackman, um dos mais ardorosos defensores de Trump em Wall Street, em postagem no X após o anúncio do tarifaço, pedindo que o presidente dos Estados Unidos adie por noventa dias as tarifas a fim de negociar com parceiros.

“A primeira reação dos fabricantes é que as tarifas são de responsabilidade de cada fornecedor. Mas desta vez, por serem tão grandes, os fornecedores resistem. Deixá-los quebrar seria uma dor de cabeça muito maior do que sacar a carteira para manter a produção em andamento. Ninguém quer ser o primeiro a fechar uma linha de montagem.”

Daniel Rustmann, advogado especializado em legislação automotiva do escritório Butzel, nos Estados Unidos, em entrevista à Automotive News, em 7 de abril.

“Pedidos de redução de tarifas de importação para veículos chineses desmontados são um ataque aos investimentos e empregos, falta de respeito com a indústria nacional.”

Márcio de Lima Leite, em sua última participação como presidente da Anfavea na apresentação dos resultados da indústria, em 8 de abril, em referência ao pedido da BYD ao governo para reduzir o imposto de importação a 10% e a 5% de partes importadas de veículos para fazer apenas a montagem no País.

AUTODATA

OS PATROCINADORES DESTA EDIÇÃO

