

AUTO DATA



From the Top
Santiago Chamorro,
da GM

**LÍDERES DE
VENDAS 2024**

**Movimentações
do mercado**

**EXPORTAÇÕES
BRASILEIRAS**

**Argentina salva
o resultado**



UMA HISTÓRIA DE 100 ANOS

GM chega ao centenário no Brasil como protagonista da industrialização e planeja seus investimentos futuros no País



Desacelere. Seu bem maior é a vida.

A Volkswagen Caminhão
de liderança e o Luan, m
Ele sabe bem o que a



Cliente Volkswagen reconhece quem

Entrega + Valor
para o seu negócio.



Acesse o QR Code e conheça
a linha de caminhões que entrega
mais valor para o seu negócio.

s e Ônibus tem 21 anos
ais de 20 discos de ouro.
gente está sentindo.



Nós agradecemos a parceria e a confiança de todos os
clientes na conquista do 21º ano de Liderança de Vendas.



Volkswagen Caminhões e Ônibus



Volkswagen Caminhões e Ônibus



@vwcaminhoes



Caminhões
Ônibus

ESPECIAL GM 100 ANOS NO BRASIL

A HISTÓRIA

20

A trajetória centenária da General Motors no País, da primeira linha de montagem em 1925 às modernas fábricas e produtos de 2025, passando por investimentos bilionários

26

OS PRODUTOS

40

A ENGENHARIA

46

O MERCADO

56

AS FÁBRICAS

66

OS FORNECEDORES

74

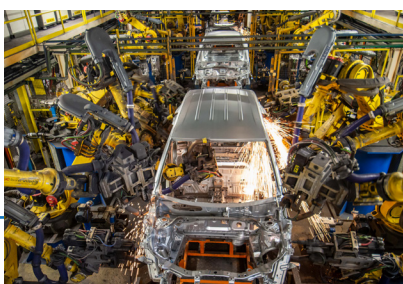
OS INVESTIMENTOS

80

UMA HISTÓRIA

84

LINHA DO TEMPO



WORK
STUDIO
AUTODATA

24

ANDROID

54

MOURA

72

ENVETHERM

92

WHB

94

MERCADO RANKING 2024

O movimento de marcas e veículos mais vendidos do País mostra mais perdedores do que vencedores nos resultados do ano passado

102

BALANÇA SALDO NEGATIVO

Argentina salva exportações brasileiras de veículos de resultado pior, mas importações da China aprofundam balanço comercial

108

FORD AINDA ESTÁ AQUI

Após fechar todas as fábricas no Brasil, em 2021, a Ford investe na expansão de seu centro de engenharia em Camaçari, BA

112

INVESTIMENTOS LEVES E PESADOS

Todos os aportes bilionários no Brasil divulgados por fabricantes de veículos leves e pesados, que somam mais de R\$ 114 bilhões

116

HOMENAGEM LUIZ CARLOS SECCO

Generosidade e gentileza marcaram a carreira do assessor de imprensa mais amigo dos jornalistas

6

LENTES

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

10

FROM THE TOP

Santiago Chamorro, presidente da GM América do Sul, fala sobre os 100 anos da empresa no Brasil e seu futuro.

118

GENTE & NEGÓCIOS

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

128

FIM DE PAPO

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

Passado com futuro

Por Pedro Kutney, editor

autodata.com.br



autodataseminarios



autodataseminarios



AutoDataEditora



autodata-editora



Aqueles que baixarem os olhos sobre esta **AutoData** poderão mergulhar em mais de cinquenta páginas que contam a história de 100 anos da General Motors no Brasil, sob diversos aspectos de sua rica trajetória. Mais do que falar sobre a evolução e os rumos de uma centenária fabricante de veículos em atividade, algo raro no novo mundo automotivo brasileiro que por si só já valeria o esforço de reportagem, esta edição especial convida à reflexão sobre a trajetória da indústria automotiva no País, tudo que já foi, como chegou até aqui e como poderá ser.

Assim como a GM esta indústria já tem passado suficientemente relevante para aprender com seus acertos e deslizes, pois é com eles que poderá construir seu futuro sustentável.

Tome-se como exemplo o fato de a GM, desde o ano 1 de sua existência no Brasil, ter adotado a estratégia de ser uma fabricante de fato, não só mera importadora ou montadora de partes importadas. Nota-se na história desta multinacional o desejo de oferecer produtos muito nacionais, ao gosto e ao poder aquisitivo do consumidor brasileiro. Assim contribuiu e continua contribuindo melhor com o PIB, com o desenvolvimento econômico e social do País. Um exemplo a ser seguido por novos entrantes que estão chegando agora e querem fazer dinheiro rápido por aqui.

Ao longo de dez décadas a GM abriu cinco fábricas aqui e não fechou nenhuma delas – incluindo a mais antiga planta de produção de veículos em atividade no País, inaugurada em 1930 em São Caetano do Sul, SP, que após muitas ampliações e modernizações subverte com produtividade o sempre premente desejo de gestores moderninhos de desistir de fábricas antigas e romper com o passado.

A GM também construiu aqui capacidades de desenvolver produtos e tecnologias, com a instalação do maior campo de provas veiculares do Hemisfério Sul, em terreno comprado há cinquenta anos (!), e um exército de engenheiros que habita um dos quatro centros de desenvolvimento da companhia no mundo.

Deixando para lá alguns dos maus momentos, todo mundo tem os seus, é esta história centenária de desenvolvimento, de confiança no potencial do País, bem escrita por alguns talentos que ficaram mais talentosos após a passagem pela subsidiária brasileira, que trouxe prosperidade à GM do Brasil e à própria industrialização nacional. Pois este passado tem muito a inspirar a construção do novo futuro industrial do País.

AUTODATA

Diretor de Redação Leandro Alves **Conselho Editorial** Isidore Nahoum, Leandro Alves, Márcio Stéfani, Pedro Stéfani, Vicente Alessi, filho **Redação** Pedro Kutney, editor **Colaboraram nesta edição** André Barros, Mário Sérgio Venditti **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi

Neto **Fotografia** DR/divulgação **Capa** Fotomontagem sobre divulgação/GM **Comercial e publicidade** tel. PABX 11 3202 2727: André

Martins, Luiz Gíadas **Assinaturas/atendimento ao cliente** tel. PABX 11 3202 2727 **Departamento administrativo e financeiro** Isidore Nahoum, conselheiro, Thelma Melkunas, Hidelbrando C de Oliveira, Vanessa Vianna **ISN** 1415-7756 **AutoData** é publicação da AutoData Editora e Eventos Ltda., Av. Guido Caloi, 1000, bloco 5, 4º andar, sala 434, 05802-140, Jardim São 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



Divulgação/Anfavea

NOVIDADE

É reconfortante saber que, provavelmente desta vez, a Anfavea tenha escolhido um eixo de execução das suas tarefas trienais na forma de um executivo contratado como presidente. Um não funcionário das suas próprias empresas associadas, alguém de fora, quem sabe completamente de fora. Não tive notícias recentes sobre o andamento deste processo, e garanto que teria sido perfeito na sucessão de Silvano Valentino, da Fiat, por José Carlos da Silveira Pinheiro Neto, da General Motors, em 1998. Não que Zé Carlos não reunisse as condições ideais – pois ele as tinha, na forma de apoio real da maioria das empresas associadas e de seus talentos próprios. Mas porque liderara, naqueles últimos três anos, tal racha interno contra Valentino que é perceptível até os dias de hoje. O que aconteceu ali foi uma espécie de rebelião de minorias, cujo espírito atravessou o século.



Por Vicente Alessi, filho

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

NOVIDADE 2

Pois o surgimento de algo parecido com oposição naquela entidade que ocupou os casarões da avenida Indianópolis com a alameda dos Nhambiquaras, no bairro de Moema, em São Paulo, e hoje transferida para um luxuoso quarto andar lá na Berrini pelos lados do Itaim Bibi, deve-se, enfim, à criação da graciosa Anfavea do B por empresas que não suportaram ver Valentino presidente. Tiveram de aguentá-lo por todo o mandato e reuniam-se longe da sede da entidade para falar mal dele e para não permitir que tivesse a representatividade que uma eleição lhe outorgara. Democratas nos último.

NOVIDADE 3

Espero que o atraso tão grande em decidir pelo presidente executivo não tenha sido fatal para os dirigentes de hoje, que, afinal, tomaram uma atitude. Quem sabe reconheçam, em algum instante, que o cargo de presidente da Anfavea seria disputado a tapas por empresas que conheciam o seu valor mas que isto jamais aconteceu porque existiu uma hierarquia que, no limite, permitia discordâncias.

NOVIDADE 4

Mas também pode ser que estes arranjos, pelo presidente executivo profissional, não tenham chegado a lugar nenhum e que a sucessão de Márcio de Lima Leite, da Stellantis, venha a ser decidida pelo método tradicional. Seu primeiro vice-presidente, e sucessor presuntivo, de acordo com as regras e com a tradição é Gustavo Rodrigo Bonini, da Scania.

SÓ PRA SABER

Pesquisa da Global Wealth Report, referente a dados disponíveis correspondentes a 2023, informa que o Brasil é o primeirão na lista de países cuja fatia maior da riqueza é controlada pelo seu 1% mais rico: 48,4%. A lista continua com Índia, 41,0%, Estados Unidos, 34,3%, China, 31,1%, Alemanha, 30,0%, Coreia do Sul, 23,2%, Itália, 23,1%, Austrália, 21,7%, França, 21,2%, Inglaterra, 20,7%, e Japão, 18,8%.

SÓ PRA SABER 2

De acordo com relatório da Oxfam distribuído em meados de janeiro ricos não podem reclamar dos seus resultados financeiros em 2024. Pelo menos os bilionários. Diz o relatório que "o patrimônio somado dos bilionários de todo o mundo cresceu US\$ 2 trilhões, coisa de R\$ 12 trilhões, no ano passado, atingindo marca de US\$ 15 trilhões acumulados, numa velocidade de acúmulo três vezes maior do que a de 2023". Diz o relatório que quando 1% da população concentra 45% da riqueza global 44% dos cidadãos comuns do mundo sobrevivem com menos de US\$ 6,85, quase R\$ 42, por dia. E que a taxa global de pobreza mantém-se quase a mesma desde os anos 1990.



Divulgação/Unicef

SÓ PRA SABER 3

No fim de 2023 o Brasil tinha cerca de 28,8 milhões de crianças e adolescentes vivendo em estado de pobreza, de acordo com dados divulgados pela Unicef, Fundo das Nações Unidas para a Infância. O melhor lado desta notícia é um índice, 16%: este resultado é 16% melhor do que o de 2017, quando crianças e adolescentes em situação de pobreza somavam 34,3 milhões. Estes 28,8 milhões de jovens pessoas representam 55,9% da população de 0 a 17 anos que passam por "pobreza em suas múltiplas dimensões", como escreveu o relatório da Unicef: renda, água, saneamento, moradia, educação, acesso à informação e proteção contra o trabalho infantil.

2025 MEGATENDÊNCIAS

O FUTURO DA INDÚSTRIA E DA ECONOMIA
BRASILEIRA COMEÇA AQUI

08 e 09
de ABRIL

CENTRO DE CONVENÇÕES DA UNIVERSIDADE SENAC,
AV. ENG. EUSÉBIO STEVAUX, 823, SANTO AMARO, SÃO PAULO/SP

O ano de 2025 marca o início de uma transformação sem precedentes para o setor automotivo e para a indústria brasileira como um todo. No Congresso Megatendências 2025, Os Desafios do Novo Brasil, líderes da manufatura, da energia e da mobilidade, além de especialistas e convidados internacionais, estarão juntos para mapear os caminhos inadiáveis da inovação, da descarbonização e do crescimento sustentável.

AUTODATA
• SEMINÁRIOS •

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

PATROCINADORES



**Presenças
confirmadas:**



RUBENS BARBOSA.
Ex-embaixador e CEO
do Instituto de Relações
Internacionais e Comércio
Exterior

CHRISTOPHER PODGORSKI,
CEO e presidente da
Scania Latin America



GASTÓN DIAZ PEREZ,
presidente da Bosch

MÁRCIO DE LIMA LEITE,
presidente da Anfavea



CLÁUDIO SAHAD,
presidente da Sindipeças

Este é o primeiro
grande encontro
presencial do setor
automotivo do ano
– e a oportunidade
essencial para
entender o futuro
da economia e da
competitividade do
Brasil no cenário
global.

NÃO FIQUE DE FORA!

PABLO DI SI,
consultor e conselheiro
empresarial



Comandante do centenário

O presidente da General Motors South America está no lugar certo na hora certa. O colombiano Santiago Chamorro está em sua terceira passagem pela GM no Brasil, onde passou cerca de metade de sua carreira de trinta anos na companhia. Voltou mais recentemente em 2021 e, como diz, tem “a honra, a fortuna, a felicidade” de estar no País justamente quando a companhia completa 100 anos aqui.

Na condição de comandante do centenário Chamorro teve a missão de estancar prejuízos e ga-

rantir a relevância e a continuação da operação no Brasil – e executou a tarefa sem fechar nenhuma das cinco fábricas que a companhia já abriu no País, incluindo a mais antiga delas, funcionando em São Caetano do Sul desde 1930. Também foi retomado o protagonismo do centro de desenvolvimento – um dos quatro do grupo no mundo – e está em pleno funcionamento o Campo de Provas da Cruz Alta, o maior do Hemisfério Sul.

Mais ainda, coube a Chamorro encerrar o ciclo de investimento de R\$ 10 bilhões, de 2019 a 2024,

e anunciar o próximo, de R\$ 7 bilhões, para modernização das fábricas e desenvolvimento de novos produtos, incluindo os dois primeiros híbridos flex da GM.

A cereja do bolo de aniversário do centenário, no fim de janeiro, foi anunciar que mais recursos estão a caminho em breve, garantindo que a GM Brasil tem futuro e continua tão relevante para a companhia quanto foi há cem anos. Nesta entrevista Chamorro conta como viu a evolução da empresa e como trabalha para escrever os novos capítulos desta história.



Clique aqui para assistir à versão em videocast desta entrevista

Quais grandes marcos o senhor destaca na história de 100 anos da GM no Brasil?

A General Motors é hoje a montadora mais longa no País, o que nos enche de orgulho e satisfação, e reafirma o nosso compromisso com o consumidor brasileiro. Fundou-se aqui no Brasil a segunda subsidiária da GM fora dos Estados Unidos, logo depois do Canadá, o que demonstra a incrível visão dos nossos fundadores de vir rapidamente estabelecer aqui uma das primeiras operações internacionais da empresa. Em 1930 começou a operação em São Caetano do Sul (SP), onde eu estou agora, a primeira fábrica brasileira de montagem de veí-

culos da GM, em atividade até hoje. Já em 1957 comemoramos a integração de conteúdo fabricado localmente nos nossos processos, tornando-se uma verdadeira fabricante. No ano seguinte inauguramos São José dos Campos (SP), onde hoje fazemos as nossas picapes S10 que ajudam o agronegócio brasileiro. Em 1968 produzimos o primeiro Opala, um modelo icônico, carrão, que até hoje faz as delícias dos colecionadores do País – eu, um deles. E na história mais recente, em 2012, veio o Onix, que trouxe ótimos resultados. Nos dias atuais comemoramos a incorporação dos primeiros veículos elétricos com a última tecnologia de

**CONTINENTAL**
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✨







“Temos um negócio muito bom aqui, autossustentável, que gera os seus próprios recursos para investir no futuro. Também temos uma rede fortíssima de concessionários, que fez da Chevrolet uma marca querida pelos brasileiros, e contamos com fornecedores com quem trabalhamos juntos nos bons e maus momentos, com muita engenhosidade.”

eletrificação da GM, já disponível para os consumidores brasileiros. Então, ao longo desses 100 anos, colecionamos grandes marcos históricos, e eu tenho a honra, a fortuna, a felicidade, de estar aqui desde 2003, com diversas idas e voltas ao País, com saudade quando estou fora, com alegria quando estou aqui.

Seu regresso mais recente ao Brasil foi em setembro de 2021, quando assumiu a presidência da GM South America. O País começava a superar a pandemia de covid e a companhia passava por um momento difícil de perda de mercado, com paralisação de linhas de produção por causa da falta de semicondutores. Como foi gerenciar esta crise logo na sua chegada?

Nosso primeiro compromisso foi manter a rede de concessionárias forte no País, pois ela construiu a força da marca Chevrolet. Com essa consideração central administramos a escassez de semicondutores de forma a privilegiar, semana a semana, a produção para os segmentos que tinham maior demanda, para satisfazer os consumidores. Devemos também gratidão histórica aos

fornecedores, que de forma ágil conseguiram acompanhar os desafios programas de produção que tivemos ao longo desse processo. Hoje, felizmente, esta crise é parte do passado.

Muitos executivos da General Motors que passaram pelo Brasil dizem que o País oferece uma experiência única de graduação profissional. Muitos ascenderam a cargos superiores na corporação após a passagem por aqui – como é o seu caso, que em 2008 saiu daqui para assumir a presidência da GM na Colômbia, depois foi nomeado presidente no Brasil e agora preside a corporação na América do Sul. Como a sua experiência no Brasil impulsionou a carreira na GM?

O Brasil é uma tremenda escola, não só nas áreas administrativas mas, também, na engenharia. Temos brasileiros ocupando cargos de destaque nos nossos centros de engenharia na China, na Coreia e nos Estados Unidos, numa importante demonstração do talento que o País produz. Criatividade, resiliência, engenhosidade e capacidade de resolver problemas são características que fazem dos profissionais que passam por aqui um



pouco melhor preparados para outras aventuras no mundo.

Apenas dezessete anos depois da fundação da General Motors nos Estados Unidos a corporação inaugurou no Brasil sua segunda subsidiária no Exterior, já com linhas de montagem própria e planos de construir uma fábrica. Passados cem anos qual é hoje a importância da GM Brasil para a empresa global?

É diversa. Primeiro, temos um negócio muito bom aqui, autossustentável, que gera os seus próprios recursos para investir no futuro. Temos aqui uma rede fortíssima de concessionários, que fez da Chevrolet uma marca querida pelos brasileiros. Também contamos com uma rede de fornecedores com quem trabalhamos juntos nos bons e maus momentos, com muita engenhosidade. Além de tudo ainda exportamos para diversas áreas da corporação no mundo. Por estas tantas razões reafirmamos o

“O Brasil é uma tremenda escola, não só nas áreas administrativas mas, também, na engenharia. Temos brasileiros ocupando cargos de destaque nos nossos centros de engenharia na China, na Coreia e nos Estados Unidos, numa importante demonstração do talento que o País produz.”

nosso compromisso com o País quando anunciamos, no ano passado, novo plano de investimento de R\$ 7 bilhões que hoje está sendo executados por um exército de pessoas aqui.

Em 2019 a matriz mundial da GM cobrou da subsidiária brasileira o fim dos prejuízos que vinham sendo acumulados. A companhia conseguiu superar as perdas?

Conseguimos. Eu quero agradecer aqui aos meus colegas que com tremenda ambidestria administraram a empresa com um olho no curto prazo, com disciplina, mas também com outro olho no longo prazo, investindo em tecnologia, em novos serviços para os consumidores, o que trouxe crescimento com novos negócios que estão vindo. Um exemplo: a criação do canal de veículos seminovos Chevrolet, que reúne todo o estoque das concessionárias nas melhores condições, com oferta de financiamentos, seguros e manutenção. Anunciamos também a conexão digital com oficinas [independentes] para que elas comprem peças necessárias na nossa rede e possam resolver problemas mais complexos com a consultoria das concessionárias.

Em 2024 a GM foi uma das poucas fabricantes que registrou queda de vendas no Brasil, de 4%. A que se deveu o resultado negativo e como a empresa espera voltar a crescer?

A participação de mercado pode se converter em uma métrica de vaidade e não do resultado de um bom trabalho. Nesse sentido cito outras estatísticas. No mundo inteiro onde a Chevrolet está presente é no Brasil que temos a melhor medição de satisfação do consumidor. Também



“No começo do ano passado falamos de R\$ 7 bilhões que já temos programados para a primeira fase do ciclo de investimentos. E recentemente dissemos que, ainda em 2025, anunciaremos a segunda fase de investimentos, não só em produtos e fábricas mas, também, em tecnologia e novos negócios.”

fazemos bonito nos segmentos nos quais concorremos: destaco o papel fantástico do Onix no seu segmento, o nosso veículo mais vendido, o Tracker, que em muitos meses é líder dos SUVs, a S10 que por trinta anos mantém a confiança do produtor agrícola no Brasil, a Montana, Spin, complementado com veículos importados como a Silverado, que formam um bom portfólio de confiança para os compradores brasileiros.

O plano anterior de investimento da GM, de R\$ 10 bilhões no período 2020-2024, focado nas fábricas paulistas, foi integralmente executado?

Foi e como produtos desses investimentos tivemos lançamentos como a nova S10 e Trailblazer, o novo Spin e a nova Montana [que também trouxeram investimentos às fábricas paulistas de São Caetano do Sul e São José dos Campos].

Um ano antes de completar 100 anos no Brasil, em janeiro de 2024, a GM anunciou novo ciclo de investimentos de R\$ 7 bilhões até 2028. E na festa dos 100 anos o senhor declarou que mais recursos devem ser anunciados. Por que mais aportes são necessários e como serão investidos?

No começo do ano passado falamos de R\$ 7 bilhões que já temos programados para a primeira fase deste ciclo. O plano envolve R\$ 1,2 bilhão para a fábrica de Gravataí [RS] que adotará novas tecnologias de fabricação e modernização dos processos, atualização do portfólio atual produzido lá [Onix hatch e sedã] e a chegada de um novo modelo que não existe hoje no portfólio da Chevrolet. Também anunciamos R\$ 5,5 bilhões nas operações no Estado de São Paulo, nas fábricas de São Caetano e São José, para incorporar novas tecnologias, novos modelos [incluindo dois híbridos flex] e atualizações dos nossos processos. E recentemente dissemos que, ainda em 2025, anunciaremos a segunda fase de investimentos, não só em produtos e fábricas, mas também em tecnologia e novos negócios. Precisamos prever mais recursos porque administramos um negócio de longos prazos. Do momento em que se toma a decisão de fazer um novo veículo até ele vir ao mercado são, no mínimo, três anos de desenvolvimento. Também é um negócio intensivo em capital, que requer grandes aportes em processos de fabricação, nossos e dos fornecedores, e nas melhorias tecnológicas dos veículos e de seus sistemas. Posso adiantar que os novos investimentos serão aplicados em novos projetos, novas tecnologias e negócios adjacentes ao próprio veículo.





CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

HIGH-TECH ✨
INDUSTRIAL FASTENERS

50 YEARS
est.1974

FASTENED TO THE FUTURE

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



Está nos planos a fabricação de veículos 100% elétricos no Brasil?

Eu tenho o sonho de tornar viável a fabricação de veículos elétricos no Brasil. Existe uma combinação de fatores que favorecem a produção local: temos importante reserva de minérios necessários à fabricação de baterias e temos capacidade de engenharia importantíssima já disponível, com talentos de primeira linha que estamos gerando aqui na GM brasileira para os demais centros de tecnologia no mundo. Também temos um polo fabril importante, com capacidade próxima dos 5 milhões de unidades/ano, mas só produzimos cerca de 2,5 milhões. E nós temos um mercado de 4 milhões de unidades/ano quando falamos do Brasil e da América do Sul.

Na festa dos 100 anos a GM apresentou o Chevrolet Spark EUV, um SUV compacto elétrico produzido na China, na joint venture que a GM tem com a SAIC. A intenção é competir com os chineses elétricos mais baratos que estão chegando ao mercado brasileiro?

O Chevrolet Spark faz parte do nosso plano de lançamentos para 2025, é um dos cinco novos modelos, de diversas tecnologias, que serão lançados este ano. Graças a essa parceria que nós temos na China conseguimos explorar oportunidades de portfólio elétrico em diversos segmentos com valores acessíveis ao consumidor.

A atual gestão nos Estados Unidos de Donald Trump e sua política tarifária afeta a relação e os negócios da corporação General Motors com sua subsidiária no Brasil?



Estamos observando um mundo volátil com essa geopolítica. Claramente anúncios de mudança de tarifas, de impostos de importação, geram efeitos imediatos na indústria. Mas prefiro o chamado para a tranquilidade, para que a diplomacia faça a sua mágica e consigamos resolver esses assuntos de forma que permita o crescimento industrial e a geração de emprego no Brasil e nos demais mercados sujeitos a essas conversas.



“O meu sonho é podermos conseguir as regulamentações que nos permitam reindustrializar o País e manter a tradição da GM de fabricar onde nós vendemos – inclusive carros elétricos –, comprar o conteúdo onde nós estamos e, desta forma, promover desenvolvimento econômico, industrial e social.”



Da posição privilegiada de conduzir os rumos da GM no Brasil e na América do Sul como o senhor vê o futuro da companhia no País?

O meu sonho é podermos conseguir as regulamentações que nos permitam reindustrializar o País e manter a tradição da GM de fabricar onde nós vendemos, comprar o conteúdo onde nós estamos e, desta forma, promover desenvolvimento econômico, industrial e social. Nós que-

remos ser pioneiros nas inovações que movem e conectam as pessoas, o que me inspira a construir um negócio autos-sustentável, que cresce e gera recursos para investir nas transformações, cria empregos para os nossos colaboradores e para os funcionários dos fornecedores e da rede de concessionárias. Tudo para que, lá na ponta, tenhamos consumidores satisfeitos, felizes de comprar um Chevrolet, sustentando o crescimento que já nos tem aqui por 100 anos e espero que sejam mais 100 e mais 100.

Como o senhor imagina o futuro da indústria automotiva no Brasil?

Eu imagino uma indústria forte, que aproveita os potenciais dos mercados de exportação em torno do Brasil. Mas para isto precisamos defender o grande potencial do País. Um exemplo: somos grandes produtores de minério de ferro, um dos mais importantes do mundo, mas boa parte das nossas exportações vai para a China e lá se converte em aço, componentes e veículos, gera novas tecnologias e emprego industrial de alta qualidade e estabilidade, tudo com incentivos tributários que são ímpares com qualquer outro país e geram vantagens competitivas que levam os consumidores a comprarem veículos importados. Isso vai contra o crescimento industrial que todos queremos localizar aqui. Então precisamos trabalhar em conjunto a reindustrialização para vencer essas assimetrias, para resolver na base essas diferenças não sustentáveis, porque de igual para igual a GM dá as boas-vindas aos competidores, faz bem para o mercado e para o consumidor, nos motiva a aprimorar os nossos processos e tecnologias. ■



Chevrolet e Tegma: 100 anos acelerando juntos em direção ao futuro.



**Que venham
os próximos
quilômetros dessa
grande parceria!**



Siga a Tegma:



Há um século, a **Chevrolet** chegou ao Brasil para transformar a mobilidade e impulsionar o futuro da indústria automotiva. Desde então, inovação, excelência e compromisso marcaram sua trajetória. A **Tegma** tem orgulho de fazer parte dessa história desde **1969**, garantindo que cada veículo siga o caminho certo até seu destino. São anos de parceria movidos por eficiência, confiança e um propósito em comum: **evoluir sempre**.

Celebramos esse centenário com gratidão e admiração, certos de que essa jornada de sucesso seguirá acelerando rumo ao futuro. E nós, da **Tegma**, continuaremos na estrada ao lado da **Chevrolet**, ressignificando a logística e conectando histórias.



TEGMA 55
Gestão Logística Anos

www.tegma.com.br



Fotos: Divulgação/GM

O século memorável da multinacional muito nacional

General Motors completa 100 anos de operação no Brasil como protagonista da construção da indústria automotiva nacional

Por Pedro Kutney

A história mundial da indústria do automóvel ainda estava na sua primeira infância, numa época em que carros eram calhambeques barulhentos de 25 cv que competiam com charretes puxadas por cavalos de verdade, quando uma gigante nascente do setor, a General Motors, decidiu expandir seus negócios para o mundo. Depois de atravessar, em 1918, a primeira e mais próxima fronteira para o Canadá, o plano de internacionalização seguiu para um incipiente e distante mercado chamado Brasil, onde a GM instalou sua primeira linha de montagem na América do Sul, em São Paulo, a 8,2 mil quilômetros em linha reta da sede em Detroit, Michigan.

Assim, em 26 de janeiro de 1925, começou a trajetória memorável de 100 anos da General Motors do Brasil, que se confunde com a própria história, incluindo a pré-história, da indústria automotiva nacional e da motorização do País.

Pois a Companhia Geral de Motores S.A., que pouco tempo depois mudou o nome para General Motors of Brazil S.A., chegou aqui nos primórdios da motorização brasileira e do mundo, apenas dezoito

anos após a fundação da corporação que ainda viria a ser a maior do mundo – e quatro anos depois da rival Ford instalar sua primeira linha de montagem própria no País no mesmo bairro do Ipiranga, em São Paulo.

Naqueles tempos o Brasil era um grande país rural ainda dominado pelos barões do café, que compravam tudo com contos de réis em um deserto automotivo e industrial. O primeiro emplacamento de um carro no País tinha acontecido ape-

nas 25 anos antes, em 1900 – pertencia a Francisco Matarazzo, não por acaso um precursor da industrialização paulistana –, e a frota nacional não passava de meros 50 mil veículos registrados.

Mas em apenas três anos, sozinha, a GM fez este número dobrar somente com seus acanhados meios de produção no galpão alugado do Ipiranga, onde começou com a intenção de montar 25 veículos por dia, principalmente furgões e pequenos caminhões com todas as partes

Raio-X GM Brasil

Fábricas & Produtos

São Caetano do Sul, SP: Spin, Montana, Tracker

São José dos Campos, SP: S10, Trailblazer, motores, transmissões

Gravataí, RS: Onix e Onix Plus

Joinville, SC: motores

Mogi das Cruzes, SP: peças estampadas e conjuntos soldados para reposição

Processos industriais no Brasil

Veículos: estamparia, armação/solda, pintura, montagem

Motores: usinagem e montagem

Empregados

14 mil

Fornecedores

1 mil

Índice porcentual médio de nacionalização

+ 50%

Rede de concessionárias

600 casas

Produção no Brasil em 100 anos

20 milhões de unidades

Vendas no País em 100 anos

17,6 milhões de unidades

Exportações do País em 100 anos

3,5 milhões de unidades

Ciclos de investimentos recentes*

1995-1998: US\$ 2 bilhões

2004-2006: US\$ 740 milhões

2007-2008: US\$ 500 milhões

2009-2012: US\$ 2 bilhões

2012-2016: R\$ 5 bilhões

2014-2019: R\$ 13 bilhões

2020-2024: R\$ 10 bilhões

2024-2028: R\$ 7 bilhões

* Os investimentos estão relacionados como foram divulgados pela empresa na época de seus anúncios

Capacidades de engenharia e desenvolvimento

850 engenheiros alocados no Centro de Desenvolvimento de São Caetano do Sul e no Campo de Provas da Cruz Alta, em Indaiatuba, SP. Os profissionais contam com instrumentos de desenvolvimento virtual e no CPCA têm dezessete pistas de testes, que somam extensão de 44 quilômetros e permitem simular sob diversas condições, em seis meses, o uso de um automóvel por dez anos ou 160 mil quilômetros. Também estão instalados no complexo sete laboratórios para ensaios, medições e validações de emissões, elétrica, térmica, vibrações, segurança com crash test e estrutural.

importadas da matriz, mas logo precisou dobrar a aposta e escalou o ritmo, chegando a 1928 com 50 mil unidades produzidas.

ESCALADA INDUSTRIAL

A partir deste ponto o que se viu foi uma formidável escalada industrial e de lançamentos de novos produtos, que multiplicaram o acesso à mobilidade motorizada com preços mais acessíveis e puxaram a construção da cadeia automotiva nacional de fornecedores, com intensa busca pela nacionalização do que era necessário e possível ao longo dos anos.

Já em 1927 a GM tomou a decisão de construir uma fábrica própria no Brasil, inaugurada em 1930 em São Caetano do Sul – hoje a unidade industrial automotiva em atividade mais antiga do País. Nos 95 anos seguintes o conglomerado produtivo da GM no Brasil foi centenas de vezes expandido, até chegar à composição atual

de cinco fábricas que já produziram quase 20 milhões de veículos e produzem, por enquanto, sete carros e picapes, motores e componentes, empregando 14 mil pessoas – ou 13% da força de trabalho empregada em todas as montadoras instaladas aqui atualmente.

Pode-se dizer que desde sua chegada, há um século, a GM foi abduzida pelo Brasil, incorporou-se ao cotidiano nacional e viveu intensamente todos os momentos históricos do País.

Nestes 100 anos de vivência foram nove trocas de moedas, dos réis ao real, 35 presidentes da República, de Washington Luís a Luiz Inácio Lula da Silva, intermeados por duas longas ditaduras, as Diretas Já até a redemocratização, a construção de Brasília, cinco Copas do Mundo vencidas e muitas perdas, uma dúzia de crises político-econômicas internas e externas, da quebra da Bolsa de Nova York em 1929, passando pela Segunda Guerra Mundial, o Milagre Econômico Brasileiro, as crises do petróleo dos anos 1970, a década perdida de 1980, a hiperinflação, a desvalorização cambial, até a recessão de 2016, tudo empacotado por duas dúzias de planos econômicos e industriais – incluindo os específicos para a indústria automotiva, do GEIA nos anos 1950 ao atual Mover de 2024.

Houve momentos de grande prosperidade e igualmente de grandes depressões, incluindo a quase falência da corporação nos Estados Unidos, em 2009, ameaçando puxar todas as subsidiárias para o mesmo buraco.

A GM reduziu seu tamanho no mundo, mas conseguiu se salvar e, depois de fechar fábricas pelo mundo, manteve aberta a subsidiária brasileira, que sempre adaptou bem seus produtos e sua estrutura no País às condições locais – e, diga-se, sem nunca ter fechado nenhuma das fábricas que abriu, ao menos até agora. Assim chegou ao seu primeiro centenário prometendo o próximo, como empresa multinacional que se tornou muito nacional.

As páginas seguintes relatam esta memorável história e apontam o futuro. ■



Parabéns, General Motors do Brasil, pelos 100 anos de história!



Celebramos o pioneirismo que trouxe inovação e elevou padrões de qualidade para toda a indústria automotiva. Vocês não apenas construíram veículos, mas também moldaram parte importante da história industrial do país, impulsionando o desenvolvimento econômico, social e tecnológico.

É uma honra fazer parte dessa trajetória extraordinária, ao lado de uma marca que inspira confiança e valoriza parcerias. Desejamos muitos mais anos de conquistas, inovações e sucesso.

Obrigado por essa parceria duradoura!

Expert em montagens de módulos complexos

Instalada em Gravataí (RS), a Android Montagens Automotivas do Brasil é um dos mais premiados sistemistas da GM, atuando na montagem de subconjuntos desde 2012

Com matriz em Auburn Hills, na grande Detroit, EUA, a Android atua globalmente na montagem de subconjuntos automotivos desde 1974. Bem diferente de outros grandes players mundiais, ela não se limita apenas em uma determinada família de autopeças, como componentes elétricos, itens injetados em plástico ou especializada em peças de borracha. Não! A Android é uma empresa que tem em seu DNA a diversificação de produtos, sendo fabricante de seus próprios equipamentos para montagem de módulos complexos e posterior sequenciamento ao cliente.

Desde sua fundação, a empresa já montou mais de 750 milhões de itens nas linhas de montagem em que atua, espalhadas por 17 plantas industriais em cinco países, dentre eles o Brasil.

Por aqui, ela está instalada no Complexo Industrial Automotivo de Gravataí, da General Motors desde 2012, quando foi contratada pela fabricante para montar os subconjuntos de suspensão do Celta. Hoje, ela não só mantém essa atividade (Onix e Onix Plus) como também é responsável pela montagem e sequenciamento de forros de teto.



Quem explica é o gerente de vendas, Ricardo Albergoni. “A empresa nasce no início da década de 70 como provedora de ferramentas e equipamentos para as linhas de montagem da General Motors nos Estados Unidos. Mais do que familiaridade com certas matérias-primas, ao longo dos 50 anos de existência, a Android tem a expertise no processo de montagem de módulos complexos como essência em seu DNA”, explica. Essa primeira fase da companhia durou até 1988, quando começou a surgir mundialmente a adoção de sistemistas nas adjacências dos parques produtivos das montadoras para dar maior eficiência à produção dos veículos, sendo a Android convidada pela General Motors nos Estados Unidos a ser pioneira nesse formato de negócio.



Ao ser escolhida pela montadora, a Android passa a ser uma extensão do processo de montagem dos veículos, onde possui um rigor altíssimo de exigências junto ao cliente, e nesse quesito, a Android Gravataí vem sendo reconhecida anualmente pela excelência dos processos produtivos e do controle da qualidade dos produtos montados, com prêmios consecutivos como um dos melhores fornecedores da montadora”, argumenta. “Estamos muito orgulhosos por essa parceria com a GM. Aproveito para cumprimentá-la pelo centenário no Brasil”, complementa.

Além de Brasil e Estados Unidos, a Android possui unidades industriais no Canadá, no México e na Turquia. “Temos experiência na construção de todos os subconjuntos de um automóvel”, destaca o executivo da Android, elencando, no rol de soluções globais da empresa, montagem de conjuntos pneu e roda, eixos, molas e amortecedores, suspensões dianteira e traseira, painel de instrumentos, console, forro de teto, subchassis, módulos de front-end, periféricos de motores, conjunto de baterias e toda expertise na cadeia de supply chain, com forte participação em importações de diversos continentes, bem com o manuseio e a administração de todos os materiais utilizados nos processos de montagem.

“Em nome de toda equipe, a Android parabêniza a General Motors pelo marco de 100 anos no Brasil, onde se sente muito orgulhosa da parceria de longa data e deseja um futuro brilhante, com muito sucesso”, finaliza Albergoni.



“A Android parabêniza a General Motors pelo marco de 100 anos no Brasil”

Ricardo Albergoni, gerente de vendas



Dos calhambeques ao
elétrico Equinox EV

Fotos: Divulgação/GM

Personagens de um enredo de sucesso

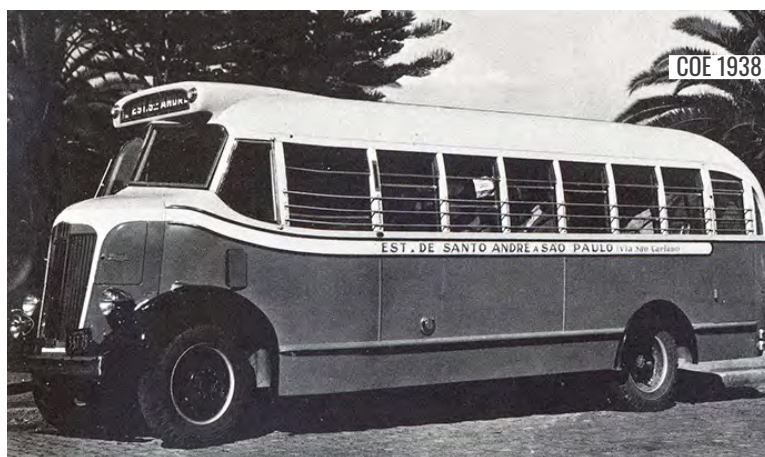
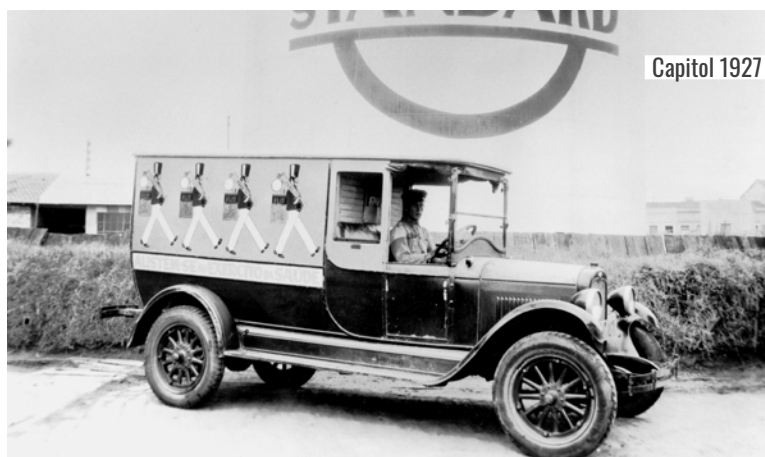
Os veículos que ajudaram a escrever os capítulos do primeiro século da Chevrolet no Brasil

Por Mário Sérgio Venditti e Pedro Kutney

Não existe, na história da indústria automotiva nacional, simbiose tão forte como a fabricante General Motors e sua marca Chevrolet. Em cem anos de trajetória as duas tornaram-se praticamente uma coisa só, uma sinônima da outra. Quando se estabeleceu no País, em 1925, a GM decidiu trazer carros, utilitários e caminhões Chevrolet – fundada em 1911 – que já desfrutava de boa presença em vários países, fato capaz de acelerar sua

expansão por aqui. Assim a GM se valeu da economia de escala global da Chevrolet para baratear custos e melhorar sua competitividade no mercado brasileiro.

Quando estabeleceu sua linha de montagem no Ipiranga, em São Paulo, a General Motors já era conhecida de alguns brasileiros, devido às importações de alguns de seus carros desde 1920. Embora ao longo dos primeiros anos também tivesse montado e vendido modelos de



outras marcas do grupo, como Oldsmobile, Buick, Pontiac, Cadillac e até da alemã Opel, nenhuma delas teve tanta aderência ao mercado brasileiro quanto a Chevrolet – que, inclusive, emprestou no País sua gravata a muitos modelos que não eram seus em outros países, principalmente da Opel a partir do fim dos anos 1960.

Em um século a GM produziu quase 20 milhões de unidades de aproximadamente cem modelos, número que salta para mais de quinhentos quando são consideradas as variantes de carroceria e atualizações. Muitos marcaram época e viraram ícones no mercado brasileiro – como se fossem os atores principais de um campeão de audiência.

Uma das estratégias adotadas pela companhia foi de mudar anualmente o design e a tecnologia dos veículos com o objetivo de atrair públicos diversos.

FOCO INICIAL NOS COMERCIAIS

O marco zero da GM em seu primeiro endereço, naquele galpão alugado, foi um furgão leve, com motor de 25 cv e capacidade de carga de 500 kg. Em 1927 surgia o Capitol, apelidado de Cabeça de Cavalo por causa do capô elevado. Suas linhas foram criadas por Harley Earl, considerado, então, o designer mais influente da indústria automotiva. Estes modelos deram início ao plano da fabricante mais focado em veículos comerciais de carga e passageiros para atender à grande demanda por transporte que o País já tinha na época.

Em sua nova fábrica, inaugurada em 1930 em São Caetano do Sul, SP, a GM produziu, a partir de 1934, seu primeiro ônibus com carroceria de madeira. Montado sobre chassi Chevrolet e GMC o veículo circulou nos anos 1930 e 1940 como alternativa aos bondes elétricos. Só oito anos depois a empresa fabricou a primeira carroceria totalmente metálica, usada no ônibus Transaço, montado sobre chassi importado.

Investindo na modernização da planta de São Caetano a GM inaugurou uma linha de montagem com um setor de fundição para a fabricação de matrizes de estampagem e peças de bronze e latão, o que permitiu equipar na fábrica os caminhões basculantes com caçambas de produção própria. O caminhão e ônibus COE, acrônimo de Cab Over Engine, destacava-se pela cabine posicionada acima do motor, inspirando o apelido Cara-Chata.



O Cara-Chata permitiu melhor aproveitamento do comprimento do chassi para a área de carga. Em 1954 a unidade brasileira já montava 450 cabines por mês de caminhões Chevrolet, GMC e Opel.

Em 1957, ano em que a GM já tinha aprovado com o governo brasileiro seu projeto de nacionalização de produtos, os caminhões Chevrolet já contavam com pouco mais de 40% de componentes nacionais e mais de 5 mil unidades do modelo 6503, com capacidade para 6 toneladas, foram produzidas. Com o início da produção de motores em São José

dos Campos, SP, a companhia lançou o 6500, oficialmente o primeiro caminhão Chevrolet brasileiro.

Passar dos caminhões para as picapes foi um pulo. A picape nacional estreou em 1958: o modelo 3100, chamado de Boca-de-Sapo por conta do formato arredondado da dianteira, já tinha materiais como aço inoxidável e baquelite, precursor do plástico.

MIGRAÇÃO PARA OS CARROS

O amadurecimento como fabricante de veículos fez a GM diversificar seu portfólio Chevrolet à venda no País. Em 1953 apresentou o Bel Air, dotado de requintes como pisca de série, opção de vidros elétricos e outros equipamentos eletrônicos.

Coube à GM o privilégio de lançar no mercado brasileiro o carro de maior sucesso do mundo nos anos 1960, o Chevrolet Impala, dono de avançadas tecnologias e opções de motor V6 e V8 – era o início da era das barcas vindas dos Estados Unidos.

Em 1964 a Chevrolet alcançou a marca de 100 mil caminhões fabricados no País, já com índice de nacionalização que beirava 100%. Em meio a essa celebração começou a construir veículos de passageiros



Em **100 anos**
de **GM Brasil**,
muita coisa mudou.

Menos o desejo
de levar você
para o **futuro**.

ART&C



A ABRAC homenageia a GM pelos 100 anos de Brasil, sempre na direção do futuro. É um prazer e uma honra fazer parte desse momento, conectando milhões de brasileiros aos carros que já fazem parte da nossa história.



Desacelere. Seu bem maior é a vida.





Chevette 1973

baseados em seus chassis de caminhões e picapes, os precursores dos hoje conhecidos SUVs.

Assim há sessenta anos foi lançada a caminhonete C-1416, rebatizada de Veraneio em 1969. Com 5m20 de comprimento o modelo, que hoje seria chamado de SUV, tinha quatro portas e grande tampa traseira com abertura para cima.

OPALA, O GRANDE SÍMBOLO

Foi em 1968 que nasceu o primeiro carro projetado e produzido pela GM do Brasil, uma das maiores celebridades da indústria automotiva nacional: o Opala. O nome surgiu por uma combinação do modelo Impala com a marca europeia Opel – fabricante que pertencia à GM e nos anos seguintes emprestou dezenas de projetos aos Chevrolet brasileiros. O sedã unia a carroceria monobloco de tamanho médio do Opel Rekord com a mecânica mais pesada do Impala.

O Opala foi lançado com duas opções de motorização a gasolina que acompanharam o carro em toda sua trajetória: 2.5 quatro cilindros de 80 cv ou 3.8 V6 de 125 cv, que foram ficando mais potentes após passarem por algumas renovações

tecnológicas. Nos 24 anos seguintes em que permaneceu no mercado o Opala ganhou diversas versões e renovações, como a carroceria cupê de duas portas, o SS com visual mais esportivo e motor com pitada extra de potência, e a perua Caravan, lançada em 1975.

DO PEQUENO CHEVETTE À ERA GLOBAL

Se o Opala representou, por mais de duas décadas, um símbolo de status como um dos poucos veículos de luxo produzidos no Brasil, o Chevette, lançado em 1973, era o compacto mais acessível já feito



Monza 1994

pela GM no Brasil. Mais uma vez baseado em projeto da Opel, vendido na Europa como Kadett, o Chevette chegou em versão três-volumes de duas portas, com 4m00 de comprimento, tração traseira e motor 1.4 de 68 cv. Com esta configuração e acabamentos bastante rústicos este foi o primeiro Chevrolet popular do País, tão bem aceito pelos brasileiros que, em 1983, alcançou a proeza de desbancar o VW Fusca como carro mais vendido do mercado.

Com o Monza, em 1982, o País entrou na era da globalização dos produtos da GM no mundo. Tratava-se do seu primeiro carro mundial a ser produzido no Brasil, pavimentando a modernização da companhia.

O Chevrolet Monza brasileiro foi um dos dez nomes do modelo fabricado em diversos países e vendido sob nove marcas das subsidiárias da GM, em diferentes configurações e níveis de acabamento: Opel Ascona na Alemanha e África do Sul, Chevrolet Cavalier, Buick Skyhawk, Oldsmobile Firenze, Pontiac J2000 e Cadillac Cimarron nos Estados Unidos, Holden Camira na Austrália, Vauxhall Cavalier no Reino Unido e Isuzu Aska no Japão.

No Brasil, posicionado no meio da linha de automóveis que começava com o Chevette e ia até o Opala, o Monza foi uma grande novidade e não demorou para agitar o mercado nacional, ao assumir o posto de carro mais vendido por três anos consecutivos, de 1984 a 1986.

Com o Monza consolidado a GM só voltou a ampliar a linha Chevrolet no fim da chamada década perdida, com o lançamento do hatch médio Kadett, em 1989 – desta vez a versão mais evoluída do carro que deu origem ao Chevette, mais um Opel que no Brasil tornou-se Chevrolet, aprofundando a globalização da companhia.

Com arquitetura inovadora o Kadett tinha vidros rentes à carroceria e ausência de calhas para emenda de solda. Nos quase dez anos que permaneceu em linha no Brasil o carro ganhou muitas versões e motorizações, incluindo até um conversível lançado em 1992, uma raridade objeto de desejo do público mais jovem mas com logística de fabricação complicada: o assoalho e a dianteira eram estampados no Brasil e, em seguida, o carro ia para a Itália, onde o Centro de Estilo Bertone montava artesanalmente a traseira e o mecanismo da capota, e de volta ao Brasil a GM finalizava introduzindo motor e os acabamentos.

MULTIPLICAÇÃO DE LANÇAMENTOS

O ano de 1992 também ficou marcado a apresentação do sucessor do Opala: o Omega, mais um projeto Opel, dotado de sofisticação, tecnologia e excelência até então pouco comuns ao cenário automotivo nacional, que havia apenas começado a se livrar de carroças. Com o fim da produção do Opala, naquele mesmo ano, o Omega reinou sozinho no topo do





mercado brasileiro. O sedã chegou em duas versões, a mais barata equipada com motor 2.0i do Monza, 2.0 de 116 cv, e a mais cara com o seis-cilindros 3.0i de 165 cv importado da Alemanha, de onde também vinham as transmissões para ambas as opções.

Mais um Opel, desta vez o Vectra, chegou em 1993 com menos de 60% de componentes nacionais. O sedã teve a missão de substituir o Monza no portfólio nacional da Chevrolet – embora eles tenham convivido pelos três anos seguintes, quando foi iniciada a produção no Brasil da segunda geração do Vectra, com mais nacionalização.

Em 1994 a GM começou a importar da Bélgica o Astra, que foi nacionalizado nas versões hatch e sedã a partir de 1998, para substituir o Kadett. Também em 1998 foi encerrada a produção do Omega nacional e iniciada a importação do modelo similar da Holden, subsidiária da GM na Austrália.

Pressionada pela concorrência, em especial da Fiat, a GM apostou no lançamento de um novo modelo compacto de volume, para substituir o já envelhecido Chevette, que saiu de linha em 1993. Assim foi lançado, em 1994, o Corsa – apresentado pela Opel na Europa apenas um ano antes –, que inaugurou a era dos carros compactos globais modernos, com design arredondado, injeção eletrônica, acabamento mais caprichado e, mais importante,

motor 1.0 de 50 cv, para ser classificado como modelo popular que, até hoje, paga imposto (IPI) menor.

O lançamento ecoou tanto no mercado que se formou fila de espera de um ano, resultando em sobrepreço, o chamado ágio, no valor do Corsa. As versões Sedan e Pick-up aumentaram a família já no ano seguinte ao lançamento, e durante a década seguinte o Corsa foi ganhando novas opções de motorização 1.4 e 1.6, mais versões e modernizações com as mudanças de geração do modelo.

O apetite da GM por lançar novidades no mercado brasileiro parecia inesgotável. Em mais uma iniciativa ruidosa a GM do Brasil ousou, em 1995, com a S10, a primeira picape média produzida no País – hoje o modelo da Chevrolet mais longo no mercado, já em sua quarta geração. No mesmo ano foi lançada a derivação cabinada da S10, o SUV Blazer – renomeado Trailblazer de 2012 para cá. Aliando conforto e robustez a picape vem passando por mudanças profundas que aprimoraram chassi, carroceria e nível tecnológico.

ARARA AZUL VOA A NOVO RUMO

Poucas vezes se criou tanta expectativa na indústria como em 2000, quando a GM inaugurou sua fábrica em Gravataí, RS, com processo de produção inovador que trouxe para dentro do condomínio industrial dezessete fornecedores para



Comprometidos com a descarbonização e a sustentabilidade, a GM e o Grupo SADA utilizam equipamentos movidos a Gás Natural no trajeto entre as plantas de São Caetano do Sul e São Bernardo do Campo.



Parabéns, GM, pelos 100 anos no Brasil!

Há 100 anos, a GM constrói uma história de inovação e excelência no setor automotivo no Brasil. O Grupo SADA tem orgulho de fazer parte dessa jornada há quase 50 anos, sendo um parceiro estratégico na logística de transporte e armazenamento de veículos em toda a América Latina.

Parabenizamos a GM por este marco significativo e desejamos ainda mais anos de sucesso e crescimento. Juntos, seguimos avançando rumo ao futuro!



f in @ gruposada.com.br



Melhores
Empresas Para
Trabalhar™
em Minas Gerais

Great
Place
To
Work.
BRASIL
2024



aumentar a eficiência e reduzir o custo do carro de grande volume que seria produzido lá.

O projeto Blue Macaw, ou Arara Azul em português, originou o subcompacto Celta, que inaugurou a fábrica de Gravataí. O carro era aguardado com curiosidade pelo mercado pois trazia consigo a promessa de ser um dos mais baratos do Brasil – e foi, mas não sem consequências. Equipado com o mesmo motor 1.0 do Corsa, já evoluído para 60 cv à época, e com 95% de nacionalização dos componentes, o Celta tinha acabamento rústico, desprovido de qualquer requinte, justamente porque tinha a incumbência de ser o popular mais acessível do País.

De tão rústico no início o Celta não teve tanto sucesso, mas após receber aperfeiçoamentos melhorou seu desempenho comercial e cumpriu a missão de ser um dos Chevrolet mais vendidos do Brasil: em treze anos no mercado somou cerca de 2 milhões de unidades produzidas.

Mais do que um carrinho popular o Celta foi desenvolvido no Brasil e marcou uma guinada na linha Chevrolet nacional, com mais influência da engenharia brasileira e redução da dependência da Opel.



Na primeira década dos anos 2000 escalada de lançamentos continuou, com mais ou menos repercussão. Em 2001 chegou a primeira geração do Tracker, um Suzuki Grand Vitara produzido na Argentina com a marca Chevrolet – a GM tinha 40% da fabricante japonesa. No mesmo ano foi iniciada a produção da minivan Zafira.

Em 2002 entrou na linha de São José dos Campos a segunda geração do Corsa e o monovolume compacto Meriva, outro projeto compartilhado com a Opel com





Parabéns à General Motors pelos 100 anos de história no Brasil, com conquistas e inovação.

É um orgulho fazer parte desta jornada de sucesso.



S10 2024



Tracker RS 2023

mais participação da engenharia brasileira. Em 2004 foi lançada outra invenção brasileira, a picape pequena Montana derivada do Corsa, que depois derivou do Agile e, em 2023, ganhou vida independente.

Em 2005 entrou em produção a terceira e última geração do Vectra produzido no Brasil, que após a chegada do hatch Vectra GT, já em 2007, encerrou de vez o longo ciclo de mais de três décadas de projetos compartilhados com a Opel.

VIDA PRÓPRIA

A partir de 2005, quando a GM Brasil tornou-se um dos cinco centros mundiais de desenvolvimento da corporação, especializado em projetos de picapes médias e carros mais baratos para mercados emergentes, a linha brasileira da Chevrolet começou a ganhar vida própria, com novos modelos desenvolvidos no País.

Fechando o ciclo de renovação total dos produtos Chevrolet no Brasil o primeiro produto da nova safra foi o sedã compacto Prisma produzido em Gravataí, lançado em 2006. O segundo foi o Projeto Viva, que resultou no Agile, um hatch de teto alto produzido na Argentina a partir 2009.

Mas os laços com outros centros de desenvolvimento não foram cortados. Desta colaboração nasceu o sedã Cruze, desenvolvido na Coreia do Sul e produzido no Brasil a partir de 2011 – e a segunda geração, de 2016 a 2023 na Argentina. O sedã foi considerado a vitrine tecnológica da Chevrolet do Brasil, em função do

sistema de tração integral, do multimídia MyLink, que espelha o smartphone na tela do carro, e do inédito dispositivo de comunicação veicular OnStar.

Também em 2011 a GM introduziu no mercado mais um produto projetado no Brasil: o sedã Cobalt, com grande oferta de espaço interior mas com acabamento mais simples e preço mais camarada. Na mesma linha de projetos populares desenvolvidos no País em 2012 foi lançada a minivan Spin, que de uma só tacada substituiu Zafira e Meriva.

Barulho, mesmo, foi provocado pelo Onix, lançado em 2012. O compacto produzido em Gravataí alcançou sucesso imediato com oferta de conectividade do MyLink inédita no segmento, tornando-se o carro mais vendido do País a partir de 2015 e, junto com o Prisma, colocando a GM na liderança do mercado brasileiro de 2016 a 2020. Em 2019 foi lançada a terceira geração do Onix e a versão sedã muda o nome de Prisma para Onix Plus, inaugurando uma nova linha de produtos Chevrolet no Brasil, baseada na arquitetura GEM, sigla em inglês de Mercados Emergentes Globais, que envolveu também a adoção de nova família de motores aspirados 1.0 e turbinados 1.0 e 1.2, fabricados desde 2019 em Joinville, SC.

ERA DOS SUVs E PICAPES

Sem perder de vista as mudanças nas preferências do consumidor brasileiro a GM investiu no lançamento de SUVs

mais compactos, primeiro importados do México, como o Captiva, de 2008 a 2017, e desde então o Equinox, que em dezembro último chegou ao Brasil em sua nova geração.

Também foi trazida da fábrica mexicana, de 2014 até 2019, a versão anterior do Tracker, que em 2020 tornou-se o primeiro SUV compacto urbano Chevrolet produzido no Brasil, em São Caetano do Sul, já em uma nova geração projetada sobre a arquitetura GEM, compartilhada com a engenharia da GM na China.

No fim de 2023 foi a vez da GM apresentar o resultado de mais um projeto brasileiro sobre a arquitetura GEM, a terceira geração da picape pequena Montana, que cresceu em tamanho e tecnologia para competir com as rivais. Em 2024 a GM relançou a Spin com cara de SUV, mas é o único carro nacional da fabricante que ainda conserva a mecânica antiga com motor 1.8 aspirado de 108 cv.

E para fechar o ciclo iniciado em 2019, de renovação total do portfólio Chevrolet no Brasil, também no ano passado a GM lançou a quarta geração da picape S10 e seu derivado SUV Trailblazer, ambos fabricados em São José dos Campos, como

uma espécie de ápice da engenharia nacional, segundo relata Elbi Kremer, diretor geral de engenharia e programas de produto da General Motors América do Sul: "A S10 é até agora o nosso filho mais querido, foi totalmente renovada aqui, é o produto mais sofisticado já concebido pela nossa equipe no Brasil".

ELETRIFICAÇÃO AO FUTURO

Nos últimos anos a GM também preparou o terreno, no Brasil, para a eletrificação global de seus automóveis. Em 2023 trouxe o elétrico Bolt EUV e no ano passado foi a vez do Blazer EV e do Equinox EV, o primeiro elétrico da marca equipado com dois motores e tração integral eAWD.

Mais protagonistas estão a caminho. A GM já revelou que, no ano de seu centenário, lançará cinco modelos e, até 2028, dez eletrificados, dentre eles o Spark EUV, que chega importado da China ainda este ano. Também estão em fase final de desenvolvimento os dois primeiros carros híbridos flex da companhia, que devem incrementar o portfólio nacional da Chevrolet até 2026. Assim o enredo centenário de sucessos promete capítulos ainda mais emocionantes no Brasil. ■



Spark EUV 2025



LÍDER GLOBAL EM REVOLUCIONAR O FUTURO DAS BATERIAS

**Uma aliada poderosa para energizar
o futuro ao lado da GM.**

Duas empresas, uma premissa: movimentar o mundo
com inovações cada vez mais tecnológicas e sustentáveis.

A General Motors, maior montadora de veículos do
mundo, escolheu a Clarios, líder global em baterias
automotivas, como uma potente aliada para transformar
o mercado automotivo. E de potência a Clarios entende.

UMA PARCERIA COM ANOS DE HISTÓRIA.

Clarios: a única com energia para acelerar com a GM.



REFERÊNCIA EM ENERGIA

Presente em mais de 100 países, a Clarios é **globalmente reconhecida como líder no mercado.**



O MUNDO ESCOLHE CLARIOS

As baterias Clarios equipam **1 em cada 3 veículos** no mundo.



ENERGIA SUSTENTÁVEL

Referência em economia circular, a Clarios **recicla 100% das baterias utilizadas.**



MEGAPRODUÇÃO

Proprietária da maior fábrica de baterias AGM do mundo, em Sorocaba, a Clarios produz **mais de 150 milhões de baterias anualmente.**



PORTFÓLIO INOVADOR

O maior e mais inovador portfólio do mercado, com soluções voltadas para veículos com sistema start-stop, híbridos e elétricos, além da produção de baterias de chumbo-ácido e íon-lítio para automóveis, caminhões, ônibus, máquinas agrícolas e motocicletas.



CLARIOS



INOVANDO *HOJE* PARA MOVER O AMANHÃ.

Do jeitinho brasileiro à colaboração global



Nova Montana no laboratório: GM tem no Brasil capacidade completa para desenvolver veículos.

Fotos: Divulgação/GM

GM mantém no Brasil um de seus quatro centros de engenharia no mundo, que se destaca pelo desenvolvimento independente de veículos

Por Mário Sérgio Venditti e Pedro Kutney

A evolução da engenharia automotiva nacional se confunde com a história da General Motors no Brasil. É impossível desvincular uma coisa da outra. Desde que se instalou no País, há 100 anos, a companhia evoluiu do jeitinho brasileiro de adaptar produtos estrangeiros ao mercado nacional para se tornar um ator global que projeta veículos do primei-

ro rabisco ao último ensaio de validação, com a instalação no País de um completo polo de desenvolvimento de produtos.

Se nos anos 1930 a recém-inaugurada fábrica de São Caetano do Sul, SP, já contava com pista de testes e linhas de montagem para chassis importados que recebiam carrocerias de madeira para caminhões projetadas e produzidas no

Brasil, hoje a GM se orgulha de ostentar no País um dos núcleos de tecnologia mais avançados do mundo, dividindo o protagonismo de projetar veículos completos com a matriz, nos Estados Unidos, e as subsidiárias da China e Coreia do Sul, outros países em que a companhia mantém centros globais de engenharia.

Esta é, no entanto, uma evolução gradual, com saltos mais altos nos últimos vinte anos. **Elbi Kremer**, diretor geral de engenharia e programas de produto da General Motors América do Sul, aponta que até meados dos anos 2000 a GM não tinha todas as capacidades para desenvolver totalmente um veículo no Brasil: "Usávamos o desenvolvimento feito nos Estados Unidos e na Europa, que tinha uma importância muito grande para nós". Mas hoje, desde a primeira década deste século, o único recurso que falta à equipe de Kremer é o túnel de vento para aferir a aerodinâmica dos carros, que para tanto precisam ser enviados às instalações da matriz, nos Estados Unidos. Todo o resto, de laboratórios a pistas de testes, está à mão aqui mesmo para o desenvolvimento independente de produtos.

EVOLUÇÃO ADAPTATIVA

Pode-se dizer que a escada da engenharia nacional da GM foi galgada de forma gradual mas vigorosa ao longo das décadas, com conquistas que foram se somando para pavimentar o caminho à frente. Nos primeiros trinta anos a empresa concentrou seus esforços nas linhas de picapes, utilitários, caminhões e ônibus Chevrolet, todos projetados nos Estados Unidos e adaptados com grande sucesso para o mercado brasileiro.

Para montar sua linha de automóveis no Brasil a GM bebeu muito da fonte da Opel – fabricante alemã que pertenceu à empresa até 2017 –, de onde vieram os projetos dos carros Chevrolet produzidos no País por cerca de quarenta anos, desde o primeiro deles: o Opala, lançado em 1968 já com as digitais da engenharia local, que nos dois anos anteriores adaptou o projeto do sedã Opel Reckord para usar a mecâ-

nica mais pesada do Chevrolet Impala, dando início a uma história de sucesso que durou 25 anos.

"A GM trazia os carros para expandir nossa linha de produtos e fazia as adaptações aqui, pensando na realidade do mercado brasileiro", lembra Kremer. Assim também foi feito com o Chevette, derivado do Opel Kadett europeu que chegou às ruas brasileiras em 1973 após a colaboração de engenheiros da Alemanha e do Brasil, que aqui desenvolveram novas versões, como a perua Marajó e a picape pequena Chevy 500.

Antevendo a necessidade de fazer adaptações cada vez mais profundas nos projetos que vinham de fora a GM foi mais uma vez pioneira no desenvolvimento da indústria automotiva nacional ao comprar a Fazenda Cruz Alta, em Indaiatuba, SP, para inaugurar ali, em 1974, o primeiro campo de provas veiculares do País – um instrumento primordial para qualquer fabricante que queira desenvolver seus próprios produtos. Do início, em que engenheiros dividiam os testes com cobras, o Campo de Provas da Cruz Alta tornou-se o maior centro de desenvolvimento de veículos do Hemisfério Sul, hoje com dezessete pistas, que somam 44 quilômetros, e sete laboratórios que realizam anualmente mais de 12 mil experimentos de emissões, segurança, elétrica, térmica e vibrações.



Centro Tecnológico de São Caetano: um dos quatro da GM no mundo.



Pista de testes da Cruz
Alta: maior campo de
provas do Hemisfério Sul
já tem cinquenta anos de
história.



Nos anos 1980 e 1990 chegariam muitos mais Opel que seriam adaptados e transformados em Chevrolet brasileiros pelas mãos dos engenheiros locais, como o Monza – o primeiro carro de concepção global, vendido sob nove marcas e nomes diferentes no mundo todo e produzido com partes das diversas subsidiárias da GM –, seguido por Kadett, Omega, Vectra, Corsa, Astra, Zafira e Meriva. A cada um deles aumentava a participação da engenharia brasileira nos projetos, em movimento intensificado a partir de 1990, quando foi inaugurado o Centro Tecnológico de São Caetano do Sul.

DA ADAPTAÇÃO À INDEPENDÊNCIA

“A rica trajetória de adaptações mostrou para a matriz GM que tínhamos maturidade suficiente para desenvolver de forma consistente os modelos para o mercado da América do Sul”, observa Kremer. Esta independência começou a se consolidar na virada do século com o projeto Blue Macaw, ou Arara Azul, que resultou no subcompacto Celta, concebido para ser um dos carros mais baratos do País, que inaugurou a inovadora fábrica de Gravataí, RS, em 2000, com o conceito de trazer fornecedores para dentro do condomi-

nio industrial, reduzindo sensivelmente os custos de produção.

A partir de 2005 esta independência aumentou: a subsidiária brasileira foi oficialmente designada para abrigar um dos cinco centros de desenvolvimento da GM no mundo, responsável por liderar projetos globais de picapes médias, uma expertise assimilada pela engenharia nacional desde os primeiros tempos da companhia no Brasil com o lançamento de diversos modelos, como a S10. Também coube ao Brasil desenvolver toda a gama de carros para mercados periféricos, de renda menor. Assim nasceram Agile, Cobalt, Spin e Onix.

A capacidade de projetar o veículo do início ao fim, no entanto, não descarta tarefas em conjunto. A nova picape Montana, lançada em 2023, é um dos exemplos recentes da sinergia das equipes de engenharia de Brasil e China, países que hoje abrigam dois dos quatro centros de desenvolvimento da companhia no mundo, como relata Kremer: “Estamos totalmente integrados com a engenharia dos outros países, que aprenderam a trabalhar de forma colaborativa. A troca técnica é muito grande e passamos a ter acesso, em primeira mão, a qualquer tecnologia que seja desenvolvida lá fora”.

100 anos



100 anos de Chevrolet no Brasil: Acelerando juntos.
O Grupo ABG tem orgulho de fazer parte dessa história,
fornecendo tecnologia e qualidade para a Chevrolet.
Estivemos presentes na celebração desse marco e
reafirmamos nosso compromisso em seguir acelerando
juntos rumo ao futuro!

NEO NEO NEO NEO NEO NEO NEO
PWT RODAS PARTS STEEL USINAGEM POLIMEROS RESIL

GRUPO
ABG

Após passar por momento de encolhimento devido às crises que reduziram a produção no País em anos recentes em 2021 a empresa voltou a expandir a estrutura do departamento de engenharia, permitindo ampliar o leque de serviços. Na ocasião 250 profissionais foram contratados para as áreas de projetos de carroceria e estrutura, exterior, interior, chassis, motor, transmissão, eletrônica, controladores, software e simulação virtual. Hoje a GM do Brasil tem equipe de 850 engenheiros que trabalha no desenvolvimento de produtos.

PRONTA PARA A ELETRIFICAÇÃO

Ao longo de sua trajetória no Brasil a GM nunca parou de se atualizar, investindo em laboratórios, equipamentos, suporte de hardware e software de desenvolvimento eletrônico e realidade virtual. O diretor Kremer comemora: "Ganhamos demais em capacidade técnica. O Campo de Provas da Cruz Alta também recebeu muitos aportes em laboratórios e nas pistas de testes e hoje já podemos fazer validações de carros elétricos lá".

Todos os projetos, diz Kremer, representam um desafio para a engenharia da GM no Brasil, que atualmente se vê diante

de uma nova realidade: a transição energética automotiva. O diretor afirma que a montadora investiu em laboratórios de propulsão e de emissões para encarar este momento: "Temos conhecimento acumulado para estudar e executar quaisquer tecnologias híbridas ou 100% elétrica. A GM sustenta a visão de liderar a eletrificação mundial".

Neste cenário a companhia precisou recuar um passo pois sua ideia inicial era de produzir somente carros elétricos já a partir de 2035, pulando a etapa dos híbridos. Especialmente no Brasil, que tem a alternativa do etanol como combustível de baixa emissão, a rota 100% elétrica encontra barreiras de custos para prosperar. Assim, no último pacote de investimento, a GM anunciou a produção de dois modelos híbridos flex no País: "Ainda acreditamos que a solução 100% elétrica é a melhor, mas mudamos a forma de enxergar um pouco o negócio para ficar realinhados com as demandas de mercado".

Para Kremer a GM está totalmente pronta para a transição, inclusive no Brasil: "Temos condições de apostar em todas as tecnologias, mas vamos torcer para que a eletrificação deslanche rapidamente. Já estamos preparados". ■

Desenvolvimento do SUV Tracker em uma das pistas de testes do Campo da Cruz Alta



SEMPRE NA DIREÇÃO DO FUTURO.

Mais uma **marca histórica** acaba de ser alcançada pela Chevrolet: **100 anos de Brasil**. Mais do que tradição e inovação, lançamos carros que marcaram gerações e se tornaram **verdadeiras paixões dos brasileiros**. Para os próximos 100 anos, vamos continuar inovando, conectando e criando experiências inesquecíveis pelas ruas e estradas. Nesta edição, você relembra um pouco da nossa história, e o convidamos a **seguir conosco para criar o futuro**.

1 9 2 5 >> 2 0 2 5 >>



Desacelere. Seu bem maior é a vida.

Os veículos Chevrolet estão em conformidade com o Proconve - Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores. SAC: 0800 702 4200.

Dança conforme a demanda

Como as vendas dos modelos e as mudanças no cenário automotivo brasileiro influenciaram nas decisões da General Motors

Por Mário Sérgio Venditti e Pedro Kutney



As fabricantes de veículos mantêm planos de longo prazo para desenvolver novos modelos e inseri-los em seu portfólio de produtos. Mas há um grande balizador capaz de redefinir planos, mudar o direcionamento inicial e interferir nas decisões: o mercado e sua demanda. Esse personagem, às vezes tão abstrato, tem o poder de antecipar planejamentos ou o encerramento da produção de automóveis que não caem no gosto do consumidor. Nos seus 100 anos no Brasil a General Motors lidou com essas forças, na maior parte das vezes, de forma eficiente para moldar seus produtos de acordo com as peculiaridades do consumidor. Por isto pode hoje contar uma história bem-sucedida.



Dos anos 1930 ao mercado atual: rede de concessionárias foi fundamental para manter o bom desempenho de vendas da Chevrolet em 100 anos no Brasil.

Sujeita ao efeito gangorra do mercado, a GM fez mais apostas certas do que erradas, com modelos que foram pensados, desde o início, para ter grande demanda no Brasil, em sua grande maioria projetada e produzida aqui mesmo, com poucas importações apenas para complementar a linha de produtos disponíveis. Tanto que, dos cerca de 17,6 milhões de veículos vendidos no País em um século,

Fotos: Divulgação/GM

TODA A GENTE DIZ:
— “É TÃO FÁCIL GUIAR UM AUTOMÓVEL.”

Sim, desde que seja um Chevrolet.
Tome o volante de um Chevrolet e veja com que facilidade ficará senhor do carro. Pelas poucas entradas ou pelas mais suaves, o mecanismo da direção semi-reversível permite a maior segurança sem esforço algum. Ser, então, um prático guiar o Chevrolet horas sem cansa, com sossego e conforto.
Peça uma demonstração ao Agente Chevrolet mais próximo.

PREÇOS:

| | |
|----------|-----------|
| TURISMO | 5.950.000 |
| BARATA | 5.950.000 |
| CUPÊ | 8.000.000 |
| SEDAN | 8.000.000 |
| CAMINHÃO | 5.850.000 |

CHEVROLET

AGENTES AUTORIZADOS NA CAPITAL

Rosa, Mesquita & Cia. Tobias dos Barros & Cia.
Largo de Azeite 11-A-C Rua Ipiranga, 64

Otto Pentado & Cia. Abdulkader, Pereira & Cia.
Rua D. José de Barros, 15 Av. Rangel Pestana, 145 e Av. Luis Antonio, 96

200 agentes autorizados em todo o Brasil.
Consulte o agente Chevrolet mais próximo.

Estabelecimento Gráfico EDANEE - Rua Barão de Iguaçu, 21 - N. DUQUE

CHEVROLET

1º em vendas!

Em novas estradas há mais Chevrolets em trânsito do que qualquer outra marca!

CHEVROLET É O CAMINHÃO MAIS PROCURADO NO BRASIL!

As estatísticas mostram que, entre os mais vendidos em 1940, Chevrolets são os caminhões mais vendidos no Brasil, assim como nos Estados Unidos e em todo o mundo, não obstante os muitos obstáculos de produção com que as fábricas Chevrolet se defrontaram na primeira metade deste ano. As estatísticas mostram, também, que no Brasil sempre houve preferência pelos caminhões Chevrolet.

CHEVROLET
Produto da General Motors

O CAMINHÃO MAIS POPULAR NO BRASIL E EM TODO O MUNDO!

Para vendas e serviço procure os concessionários autorizados da
GENERAL MOTORS DO BRASIL S.A.

CHEVROLET

Velocidade!

NA sua classe, o novo Chevrolet tem fama de ser — na prática — realmente um carro veloz! O seu novo motor, de 50 HP e 6 cilindros, desenvolve velocidade mais do que suficiente, mesmo nas mais difíceis subidas. Além disso é confortável, porque é tão perfeito e livre de vibrações como só podem ser os carros de 6 cilindros. Passeie num dos novos modelos Chevrolet e verifique a diferença!

Produto da General Motors

Recém-chegada ao Brasil, em 1926, a Chevrolet já anunciava duzentos agentes autorizados de vendas no País

só pouco mais de 1 milhão, menos de 10%, foram importados. Justamente por isto a primeira decisão da empresa ao decidir instalar sua subsidiária brasileira foi a de ter uma linha de produção própria, para adaptar produtos à demanda local, dentre outras vantagens trazidas pela industrialização própria.

PRIMEIRAS DÉCADAS NA FRENTE

Quando a GM chegou a indústria automotiva ainda engatinhava no Brasil e não existia o ranking de vendas. Isso não impedia, porém, que a fabricante medisse a aceitação dos Chevrolet que circulavam no País. Esse feeling come-

çou logo nos primeiros anos da companhia por aqui, quando a companhia focou na produção e oferta de veículos comerciais, uma necessidade premente do mercado àquela época.

Assim a estratégia inicial foi lançar produtos que podiam ser carros ou caminhões, como a linha International, de 1929, que marcou a estreia do inovador motor de seis cilindros com a propaganda seis-pelo-preço-de-quatro, em alusão à maioria dos concorrentes que usavam motores quatro cilindros. Com mais

potência era possível instalar uma carroceria de carga no modelo sem problemas e se oferecia o apelo mais emocional do desempenho aos clientes de automóveis, tudo sem perder eficiência produtiva.

Em 1932 aconteceu mais uma das muitas adaptações às diversas crises de consumo: o Chevrolet Confederate herdou elementos do Cadillac Sixteen para ficar mais atraente e estimular as vendas afetada pela crise econômica mundial detonada três anos antes pela quebra da

1º em Vendas no Brasil Inteiro!

CHEVROLET 1940

Toda a gente acorda o Chevrolet 1940! Por toda a parte é o sucesso dos sucessos. E com razão! O novo Chevrolet para 1940 não é somente o mais bonito do ano, ele é também mais comprido e confortável do que todos os carros da sua classe, sem exceção! Ele não é somente o carro mais econômico dentre os da sua classe, ele é o melhor de todos em rendimento.

Além disso o Chevrolet é o único carro com câmbio a vácuo que poupa 80% da energia empregada pelo automobilista, com freios hidráulicos especificados, e muitos outros características exclusivas. Comprando-o, além-se a satisfação de possuir o carro mais completo da sua classe e que mais uma vez é em todo o primeiro!

É UM PRODUTO DA GENERAL MOTORS

CHINDLER & ADLER
Rua do Ouvidor, 273
Rua da Cariacica, 25

AGENTES CHEVROLET NO RIO DE JANEIRO:
NEBELA S.A. - Rua do Ouvidor, 141-142
Av. Brasil, 233-235 - Fone: 2400 e 2401
Rua da Cariacica, 25 - Fone: 2400 e 2401
Rua da Cariacica, 25 - Fone: 2400 e 2401

CES S.A.
Rua do Ouvidor, 141-142
Av. Brasil, 233-235 - Fone: 2400 e 2401
Rua da Cariacica, 25 - Fone: 2400 e 2401

Programação publicitária desde os primeiros anos: em 1929 GM faz propaganda da potência de seu novo motor 6-cilindros, em 1940 comemora ser a marca líder de vendas, em 1947 exalta a liderança de seus caminhões.



Campanha de lançamento do Opala, em 1968, e a versão cupê em 1972: divisor de águas para aumentar as vendas da Chevrolet no País.



Bolsa de Nova York. Já naquele ano a GM oferecia dezessete modelos Chevrolet aos brasileiros, tanto importados como montados aqui, em versões conversíveis com teto dobrável, abertos sem vidros laterais e fechados com teto fixo.

Com estas ofertas a GM e sua Chevrolet rapidamente dominaram o mercado brasileiro: a marca liderou as vendas de veículos, inclusive de automóveis, nas décadas de 1930 e 1940, motivando seguidas ampliações de suas instalações industriais em São Caetano do Sul, SP.

NOVOS TEMPOS COM OPALA

A partir de 1957, ano em que a indústria automotiva nacional iniciou o seu salto desenvolvimentista com as políticas de incentivo do governo adotadas anos antes, já havia um potencial carro campeão de vendas no mercado. A primazia coube ao Jeep Universal, da Willys, que repetiu a dose no ano seguinte. O sucesso do Jeep antecedeu um período de ampla hegemonia do VW Fusca, que liderou o pódio de 1959 a 1982.

Naquele período de 23 anos nenhum Chevrolet ocupou a liderança de vendas mas isso não significava rejeição do mercado. Ao contrário. O fato era que a GM ainda focava suas escolhas para produzir veículos comerciais, leves e pesados, segmento no qual foi líder por muitos anos desde que se instalou no Brasil, mas ti-

nha demanda tão mais estável e lucrativa quanto restrita a menos compradores. Tanto que o primeiro projeto de nacionalização da GM no País, aprovado pelo GEIA, Grupo Executivo da Indústria Automobilística, foi da sua linha de caminhões e picapes, com produção nacional do motor seis cilindros na nova fábrica de São José dos Campos, SP.

A entrada no segmento de automóveis nacionalizados só aconteceu em 1968, com o Opala, que se revelou um dos tiros mais certos da empresa. Desenvolvido a partir do alemão Opel Rekord 1967 era um sedã médio de quatro portas, com motores de quatro ou seis cilindros derivados de modelos Chevrolet, como o Impala – daí o nome Opala. Assim foi mantida a motorização desenvolvida pela matriz nos Estados Unidos e utilizada nos caminhões nacionais da marca, adaptada para uma carroceria de tamanho médio originada da Europa.

Com esta fórmula híbrida a GM lançou um carro de luxo – para os padrões da época – mais acessível do que os concorrentes Ford e Chrysler, que optaram por lançar no Brasil carros grandes e de alto consumo, que nem de longe tiveram o mesmo sucesso de vendas e longevidade do Opala.

Com linhas elegantes e desempenho invejável o Opala foi a primeira peça de marketing altamente bem-sucedida da GM no Brasil, com dois anos de ações publicitárias antes do lançamento no 7º Salão do Automóvel de São Paulo, em novembro de 1968.



Parabéns GM, pelos 100 anos de trajetória no Brasil.

A Maxon tem orgulho
em fazer parte dessa história,
fornecendo **componentes
estruturais e rodas de aço
e alumínio** com **qualidade,
inovação e excelência.**

Juntos, seguimos movendo
o mundo **rumo ao futuro!**

Roda VersaStyle®
para Chevrolet Tracker

Chassis I700
para Chevrolet
S10 e Trailblazer



Somos Maxon.
O que fazemos mantém
o mundo em movimento.


STRUCTURAL COMPONENTS
a division of IOCHPE-MAXION


WHEELS
a division of IOCHPE-MAXION



O Opala se tornou o carro médio mais vendido e logo na sua estreia no mercado fez a produção da GM saltar da média de 15 mil para 25 mil veículos por ano, e a participação da empresa nas vendas totais mais que dobrou de 7% para 16,8%, ao fim de 1970. Em 1972 o modelo foi o segundo mais vendido do País, só atrás do VW Fusca. No total quase 1 milhão de unidades do Opala foram fabricadas em diversas versões por 24 anos, até 1992.

PRIMEIRO COMPACTO E EXPANSÃO

Terminado o reinado do Fusca, a Chevrolet viveu seu momento de glória no já acirrado mercado brasileiro. Lançado em 1973, o Chevette, seu primeiro carro compacto aqui, alcançou a ponta da tabela dez anos depois do lançamento. A chegada do modelo, baseado no europeu Opel Kadett, elevou a produção nacional da fabricante a um novo patamar, chegando a 182 mil unidades em 1974.

O sucesso do Chevette está ligado à lacuna que ele preencheu no cenário brasileiro: a de compactos modernos e acessíveis. Alguns itens chamavam atenção, como câmbio de quatro marchas sincronizadas com alavanca no piso, sistema de freios com duplo circuito e estrutura deformável, que aumentava a segurança dos passageiros em caso de colisão.

O ótimo desempenho do Chevette pavimentou o caminho para outro representante da Chevrolet se consagrar como o modelo mais vendido do País: o Monza, primeiro carro mundial da GM produzido



Lançamento do Chevette, em 1973: primeiro Chevrolet compacto veio competir com o VW Fusca de olho no público mais jovem.

Chevrolet Monza chegou em 1982: primeiro carro mundial da GM produzido no Brasil e outros países com nove marcas diferentes do grupo.

no Brasil. O lançamento, em 1982, consagrou mais uma estratégia positiva da companhia. Mesmo em um cenário econômico desfavorável o Monza preencheu o espaço que havia do Chevette para o Opala e assim permitiu que a Chevrolet marcasse presença em todas as faixas do mercado. Além disto o automóvel era moderno e requintado para os padrões da época e não demorou para seduzir o consumidor brasileiro a ponto de conquistar o tricampeonato de vendas de 1984 a 1986, compensando em parte os maus resultados da chamada década perdida.

REDE CRESCE JUNTO

Os bons ventos que sopravam a favor da General Motors do Brasil tinham um importante aliado. A rede de concessionárias Chevrolet encontrava-se em expansão e a meta da empresa era penetrar em todos os cantos do País, principalmente onde a concorrência avançava de forma ameaçadora. Em 1977 foi fundada a Abrac, Associação Brasileira de Concessionárias Chevrolet, que hoje conta com cerca de seiscentas lojas na rede de vendas e serviços, subdivididas em catorze regiões com cobertura nacional.

Nos últimos anos a rede tem o desafio de fazer frente aos novos tempos. A digitalização dos processos e a qualifi-



Tecfil®

O FILTRO
ORIGINAL
DO
BRASILEIRO

100 anos

GENERAL MOTORS BRASIL

GENERAL MOTORS OF BRAZIL, S.A.
ESCRITORIO E FABRICA

UMA HISTÓRIA DE PARCERIA E INOVAÇÃO

Há um século, a GM deu partida em uma trajetória que transformou a indústria automotiva brasileira. E a Tecfil tem orgulho de fazer parte dessa jornada, garantindo inovação e desempenho para os veículos que movimentam o país. Celebramos esse marco histórico com admiração e reconhecimento pelo legado de inovação, compromisso e excelência da General Motors. **Que os próximos 100 anos sejam tão grandiosos quanto os primeiros!**

SAIBA MAIS



 Filtros Tecfil
 /filtrostecfil

 @tecfil
 tecfil.com.br

 @tecfilfiltros
 /@tecfil.filtros

 Indústria
Brasileira

Lançado em 1994 o Corsa logo formou filas de espera nas concessionárias: em 1995 o modelo já exibia quatro versões de carroceria do compacto.



cação da mão-de-obra das oficinas das concessionárias – especialmente com a disseminação dos veículos eletrificados – impõem investimentos em treinamento, qualificação e na aquisição de novos equipamentos.

A Abrac seguiu fazendo a sua parte, criando padrões de atendimento e contribuindo para a Chevrolet manter o seu alto nível de vendas em décadas. Mesmo assim não evitou que os hatchs compactos VW Gol, de 1987 a 2013, e Fiat Palio, em 2014, subissem ao degrau mais alto do pódio. Neste período a GM exibia uma gama sem fôlego, com automóveis que, apesar de permanecer muito tempo no mercado, não fizeram a cabeça do consumidor.

TEMPOS MODERNOS E GLOBAIS

O Omega, apresentado em 1992 para substituir o Opala, apesar do luxo e da sofisticação sem precedentes nas linhas de produção nacionais, causava insatisfação por causa de problemas recorrentes de acabamento. Ainda assim ficou vinte anos no mercado sem jamais conseguir deslanchar em vendas. Competidores, como o VW Santana, apresentavam mais desempenho e menos consumo de combustível.

Mas mais uma vez a GM agiu rápido e partiu para o ataque para o segmento de maior volume, o de carros compactos 1.0, lançando modelos que tiveram muita repercussão. Em 1994 a chegada do Corsa, modelo mais moderno de sua categoria, provocou filas de espera de até um ano nas concessionárias, gerando a cobrança de ágio. Em 2000 foi a vez do Celta causar alvoroço no mercado. O subcompacto projetado no Brasil e produzido na nova fábrica de Gravataí, RS, inaugurou as vendas da Chevrolet pela internet.

Os dois, Corsa e Celta, foram preponderantes para a GM galgar um efêmero primeiro lugar de vendas, por apenas um ano, em 2004. O Corsa vendeu cerca de 125 mil unidades em quase vinte anos de mercado, e o Celta 122,7 mil em quinze anos.

Um modelo que não deixou saudade foi o Agile, produzido na Argentina e lançado em 2009, em meio à crise da matriz nos Estados Unidos que quase levou a companhia à falência. O modelo tinha conjunto mecânico pouco confiável e foi sacrificado cinco anos depois.

ANOS DE LIDERANÇA

A grande redenção da GM no mercado brasileiro foi o Onix. Lançado em 2012, manteve o título de automóvel mais vendido do Brasil de 2015 a 2020, e junto com sua versão sedã Prisma foi diretamente responsável por dar a liderança de vendas à fabricante de 2016 a 2020. A fabricante soube ler com antecedência uma demanda dos consumidores cada vez mais conectados e digitalizados. Como principal atributo o Onix foi o primeiro compacto de entrada a oferecer a conexão e



Três gerações de um campeão de vendas: o Onix lançado em 2012 foi o carro mais vendido do País de 2015 a 2020.

o espelhamento de smartphones na tela da central multimídia no painel do carro.

O Onix e a GM perderam a liderança do mercado brasileiro em 2021 não exatamente porque o carro deixou de vender bem, mas devido à falta de componentes eletrônicos no período pós-pandemia de covid, que obrigou a GM a paralisar por

mais de cinco meses a linha de produção de Gravataí, onde o modelo é fabricado. Com isto cedeu a liderança para a picape Fiat Strada, que aparece imbatível no posto de modelo mais vendido desde 2021.

Após a normalização da produção, a partir de 2022, o Onix voltou a ganhar tração mas já não foi mais o mesmo, pois muitos de seus consumidores migraram para SUVs e picapes. Ainda assim em 2024 o hatch foi o terceiro veículo mais vendido do Brasil, com 97,5 mil unidades emplacadas, o que representou queda de 4,4% sobre 2023 – não por acaso quase o mesmo percentual de queda das vendas da GM no ano passado.

NOVOS RUMOS

O centenário da GM no Brasil – não dá para ser diferente – motivou a pensar em séries especiais de modelos como Onix, Tracker e S10 para comemorar a data. Eles podem ajudar a reverter o quadro de queda de 4% registrado no ano passado em comparação a 2023. Hoje a GM ocupa a terceira posição no ranking, atrás de Fiat e Volkswagen.

O momento atual também está forçando a empresa a rever conceitos. Até dois anos atrás a empresa batia o pé ao garantir que não tinha planos de vender carros híbridos globalmente, pularia essa etapa diretamente para os 100% elétricos. Mas, mais uma vez, a GM conseguiu adaptar seus planos de forma autônoma no mercado brasileiro para não perder a relevância conquistada ao longo de um século.

As vendas crescentes de híbridos em combinação com a solução brasileira do etanol, aliada à pressão exercida pela rede de concessionários, convenceram a GM a mudar de rota – ao menos no Brasil – ao anunciar, no início de 2024, que pretende, sim, produzir e ofertar ao consumidor brasileiro modelos híbridos flex, além dos elétricos que, por enquanto, chegam importados dos Estados Unidos e, em breve, também da China. Mais uma vez a GM mostrou que aprendeu a lidar com o mercado brasileiro e pretende continuar nele com um de seus maiores protagonistas. ■

MOURA OEM, 45

J á reconhecida como uma marca de qualidade no aftermarket automotivo naquele final da década de 70, a Moura firmou seu primeiro contrato de fornecimento para uma montadora em 1979. Hoje a empresa atua como fornecedor de baterias para as maiores montadoras que atuam no Brasil.

Líder do segmento na América do Sul, a Baterias Moura está presente hoje em 60% dos veículos produzidos no Brasil e na Argentina, evidenciando um histórico de eficiência dos produtos que foi possível graças à cultura organizacional da empresa, aos robustos investimentos em Pesquisa & Desenvolvimento e, como consequência, à evolução tecnológica desenvolvida de modo compartilhado com as montadoras ao longo das últimas décadas na condição de OEM.

O segredo da Moura sempre foi a “inquietação” tecnológica, traduzida na busca por novas e eficientes soluções para os clientes da empresa. “Isso é algo que data de 1979, quando iniciamos o fornecimento às montadoras, mas pode ser visto também agora, recentemente, com os nossos desenvolvimentos de soluções em eletrificação veicular, com foco em veículos leves, pesados e em pesquisas para produção de baterias de baixa tensão com 12 e 48 Volts”, explica Antonio Junior, Diretor Geral da Acumuladores Moura.

Essa característica elevou a Moura à condição de parceiro de desenvolvimento das montadoras, visto que a empresa estabeleceu vínculos fortes o suficiente para, por exemplo, participar desde o início de desenvolvimento do projeto de um novo veículo, definindo qual a melhor tecnologia de bateria irá atender à demanda do cliente.

Fornecedor das principais montadoras do Brasil há 45 anos, Baterias Moura celebra a liderança incontestável de seu segmento com 60% de market share em veículos produzidos no Brasil e Argentina



A percepção do cliente que adquire as Baterias Moura destaca resistência, tecnologia, qualidade, performance, sustentabilidade e economia, que podem ser ratificadas pelas certificações globais, auditorias independentes e prêmios de excelência para validar a qualidade dos produtos.

Celebrando seu centenário, a General Motors do Brasil é um dos grandes parceiros da Moura. Fornecedor desde 2008, a empresa esteve presente em alguns dos principais modelos produzidos pela marca ao longo dos últimos 17 anos, equipando automóveis importantes, como Celta, Onix, Montana, Tracker e o Vectra. A empresa recebeu diversos prêmios de qualidade da GM, em 2009 (duas distinções), 2010 (também duas), 2016, 2020 e 2021.

100 ANOS DE UMA HISTÓRIA CHEIA DE ENERGIA.

Com uma história inspiradora marcada pela inovação, por carros icônicos e momentos inesquecíveis, a **General Motors celebra 100 anos de Brasil**. A Moura se orgulha em fazer parte dessa jornada, impulsionando conquistas, com energia para seguir sempre em frente.

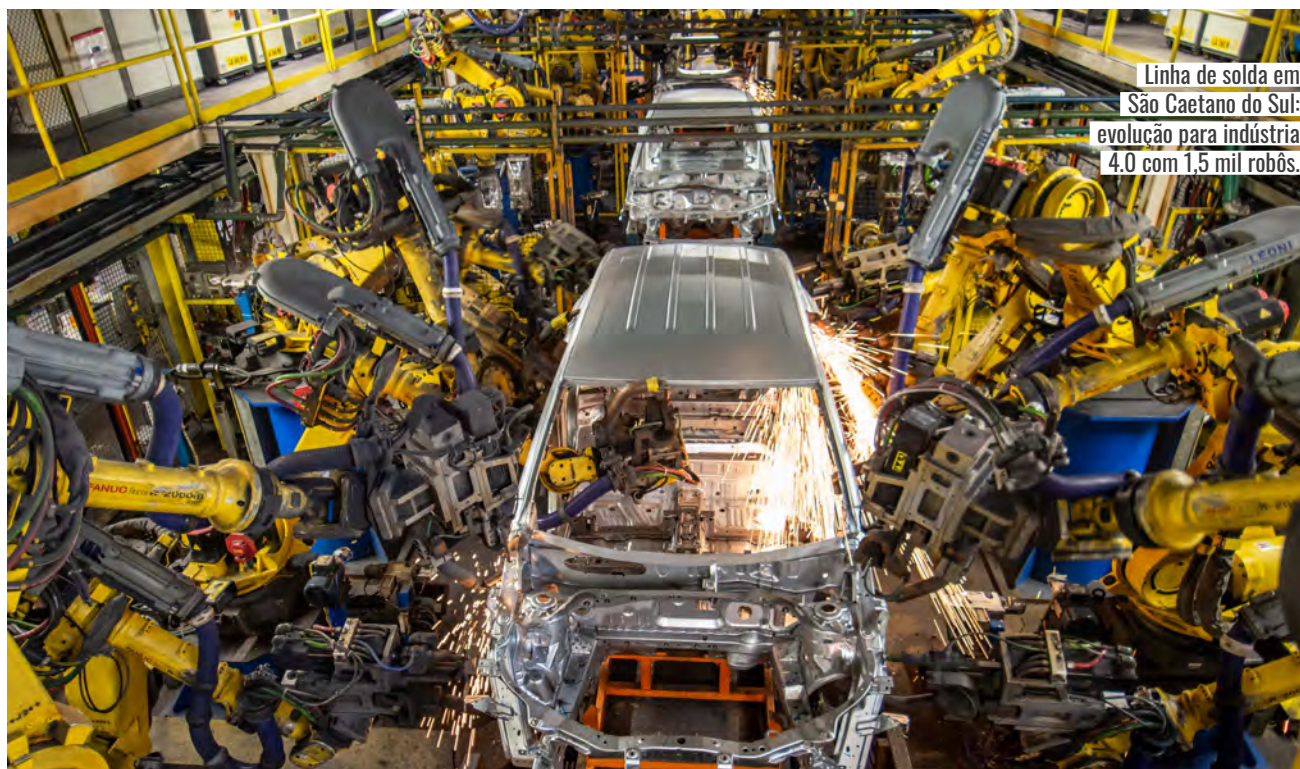
Que estes 100 anos sejam apenas o começo de uma história ainda maior!

Moura é Moura.



moura.com

Um século na vanguarda da produção automotiva



Linha de solda em São Caetano do Sul: evolução para indústria 4.0 com 1,5 mil robôs.

Fotos: Divulgação/GM

Fábricas da General Motors no Brasil contam histórias de ciclos de investimentos altos, modernização e inovação no desenvolvimento de novos produtos e processos

Por Mário Sérgio Venditti e Pedro Kutney

O que começou em um acanhado galpão arrendado, em setembro de 1925, no bairro paulistano do Ipiranga, para fazer automóveis com quase todas as partes importadas dos Estados Unidos, tornou-se um colosso industrial de cinco fábricas ao longo de cem anos, que já produziram quase 20 milhões de veículos.

Hoje a General Motors do Brasil mantém três plantas de montagem de veículos, duas em São Paulo, em São Caetano do Sul e em São José dos Campos, e em Gravataí, no Rio Grande do Sul. A unidade de Joinville, em Santa Catarina, fabrica toda a nova linha de motores, ao passo que em Mogi das Cruzes, SP, foi localizada a produção de componentes estampados e

de conjuntos soldados, que inicialmente abasteceram as fábricas no País e hoje enviam partes para reposição.

As instalações da GM no País se estendem por outros dois endereços estratégicos, todos em São Paulo: o Campo de Provas da Cruz Alta, em Indaiatuba, primeiro do gênero no Brasil, inaugurado há cinquenta anos, fundamental para o desenvolvimento de produtos para o mercado nacional e também de outros países, com dezessete pistas de testes que somam extensão de 44 quilômetros e permitem simular sob diversas condições, em seis meses, o uso de um automóvel por dez anos ou 160 mil quilômetros. Também estão instalados no complexo sete laboratórios, para ensaios, medições e validações de emissões, elétrica, térmica, vibrações, segurança com crash test e estrutural. Já o Centro Logístico de Sorocaba abastece a rede de concessionárias e oficinas autorizadas com peças de reposição.

Segundo [Luís Mesa](#), vice-presidente de manufatura e relações trabalhistas da General Motors América do Sul, todas as operações industriais da companhia no Brasil estão modernizadas e em linha com as melhores práticas mundiais de manufatura automotiva, tanto em tecnologia quanto em conectividade: "Hoje nossas fábricas estão conectadas, elas se falam on-line. Todas são proativas e estão 100% alinhadas com a evolução tecnológica de manufatura da Indústria 4.0, em que o ambiente virtual é reproduzido no real. Também aplicamos ferramentas de inteligência artificial para aumentar a eficiência e na predição de eventuais falhas dos equipamentos".

EVOLUÇÃO RÁPIDA

O desenvolvimento das fábricas da GM está diretamente relacionado aos muitos diversos ciclos de investimentos aplicados no Brasil, já a partir dos primeiros passos da sua trajetória aqui, que apenas dois anos após iniciar sua operação brasileira começou a construir, em 1927, sua primeira fábrica própria. Inaugurada em agosto de 1930 – cerca



de trinta anos antes de o governo brasileiro lançar qualquer programa de incentivo à indústria automotiva – a planta de São Caetano do Sul é a mais antiga da empresa e do setor no País ainda em atividade. Nos primórdios tinha capacidade de fabricar duzentos veículos por dia, incluindo automóveis e caminhões Chevrolet e de outras marcas do grupo.

Na sua inauguração a unidade de São Caetano – então um distrito de São Bernardo do Campo emancipado em 1948 – já contava com linhas de montagem para chassis e carrocerias, setores de pintura, estofamento e carpintaria, linha para construção de carrocerias de madeira para caminhões, sistema de prevenção de incêndios e até uma pista de testes. Nasceu ali também a preocupação com a qualidade dos produtos, tanto que uma grande equipe de auditores foi contratada para avaliar o resultado final de cada carro montado.

Houve períodos de turbulência, provocados por incertezas econômicas e crises globais, como a eclosão da Segunda Guerra Mundial, que desacelerou o ritmo de crescimento e restringiu o fornecimento de peças importadas mas puxou o processo de nacionalização de peças, dando início ao parque local de fornecedores. Já em 1940 75% dos furgões e caminhões vendidos pela GM tinham carrocerias fabricadas localmente, montados sobre chassis e motores importados dos Estados Unidos. Com isto a empresa firmou posição como fabricante, atingindo, em 1942, a marca de 150 mil veículos montados.

Durante o período da guerra a GM atendeu a demandas do governo dos Estados Unidos para montar, em São Caetano, veículos militares cedidos às Forças Armadas brasileiras. Mais de 1 mil caminhões, ambulâncias e semirreboques militares foram produzidos para atuar na área do conflito. Também foram produzidos 2 mil kits de gasogênio, que equiparam carros para rodar com gás extraído do carvão devido ao racionamento de gasolina na época.



Fábrica de São Caetano em 1936 (acima), produção do Opala, em 1969, e a montagem da nova Montana, em 2024: evolução da linha de montagem mais antiga do País.



EXPANSÃO CONTÍNUA

Depois da guerra a GM voltou a montar caminhões e automóveis e, em 1949, concluiu a primeira ampliação da fábrica de São Caetano, que recebeu prensas e duas linhas de montagem, uma para automóveis, utilitários e caminhões Chevrolet e outra para veículos Pontiac, Buick, Oldsmobile e até Cadillac. A planta já trabalhava ao ritmo de quinze unidades montadas por hora.

Este foi apenas o primeiro de dezenas de aportes para ampliar e modernizar a produção no Brasil, inicialmente concentrada em caminhões, ônibus e comerciais leves. Só em 1968 São Caetano ganhou sua primeira linha para fabricar um automóvel, o icônico Opala, que permaneceu em produção na mesma fábrica por 25 anos, até 1992.

Ao longo das décadas as fábricas da GM passaram por reestruturações de processos e equipamentos, na esteira da produção de novos veículos. Mesa justifica: "A modernização da manufatura sempre acompanha o desenvolvimento de produtos e dos processos industriais, além de novos compromissos com o meio ambiente".

Foi o que aconteceu em 2019 e 2020, quando a GM desembolsou R\$ 1,2 bilhão para executar uma das maiores transformações industriais pelas quais já passou São Caetano, para produzir o SUV Tracker, que hoje divide as linhas de montagem com Spin e Montana. Na ocasião a empresa renovou processos e equipamentos em áreas como chaparia e funilaria, pintura, montagem final e estoque.

Antes de chegar ao mercado, em 2023, a nova picape Montana também foi alvo de grandes aportes da GM que trouxeram novas e profundas melhorias nas linhas de São Caetano, que em 95 anos de atividade nunca deixou de se modernizar e segue produtiva, com ritmo de 53 carros produzidos por hora.

Como parte do plano de investimento de R\$ 10 bilhões que a companhia destinou a suas plantas paulistas até 2024 foi instalada em São Caetano uma nova



Parabéns à General Motors pelos 100 anos no Brasil.

Por mais de um século, a GM moldou o futuro da mobilidade e inspirou gerações com sua visão e comprometimento.

A Adient tem o privilégio de ser parceira nessa jornada de sucesso, contribuindo para criar experiências de bancos automotivos únicos e confortáveis para milhões de pessoas.

Juntos, compartilhamos desafios, celebramos conquistas e encontramos Novos Caminhos.

Continuamos unidos na Direção, à frente, aprimorando a Experiência de um Mundo em Movimento.

adient.com



prensa, a mais rápida da fabricante nas Américas, com capacidade para estampar até 30 mil peças por dia – o dobro da geração anterior e com consumo de metade da energia elétrica –, além 274 novos robôs, um scanner que monitora os processos da carroceria e carrinhos autônomos para transportar peças.

A SEGUNDA FÁBRICA

Com presença industrial já consolidada no Brasil, no início dos anos 1950, no embalo dos primeiros incentivos governamentais para estimular a instalação da indústria automotiva no Brasil, a GM foi a primeira empresa estrangeira a apresentar um projeto de nacionalização de caminhões e utilitários com motor de seis cilindros a gasolina. O plano foi apresentado em 1953 mas aprovado somente no fim de 1956 pelo Geia, Grupo Executivo da Indústria Automobilística, criado no governo de Juscelino Kubitschek.

A proposta era construir uma nova unidade no País com estamparia, fundição e produção de motores, e a projeção de produzir 50 mil veículos já em 1959 com 81,5% de nacionalização em valor e 90% em peso. Assim a GM começou a construir sua segunda fábrica brasileira, em São José dos Campos, inaugurada em março de 1959 com a presença do próprio presidente Kubitschek.

Localizada estrategicamente às margens da Rodovia Presidente Dutra, no Vale do Paraíba, importante polo industrial e de consumo do País e corredor fundamental que liga os estados de São Paulo e Rio de Janeiro, a rigor a planta começou suas operações no ano anterior, com a fabricação dos primeiros motores e caminhões nacionais.

A prioridade era fabricar caminhões de médio porte Chevrolet HD-6.503 e o leve 3.104. Em seguida foi a vez do lançamento da picape 3.100, que recebeu o curioso apelido de Marta Rocha, em alusão à composição de saia e blusa em branco e azul, a cor dos olhos da Miss Brasil de 1954, mesmas cores da pintura do veículo.

Fábricas da GM Brasil



SÃO CAETANO DO SUL, SP

Inauguração: 1930

Produtos: Spin, Montana, Tracker

Capacidade anual: 250 mil veículos

Área: 432 mil m²



SÃO JOSÉ DOS CAMPOS, SP

Inauguração: 1959

Produtos: S10, Trailblazer, motores, transmissões

Capacidade anual: 60 mil veículos

Área: 2,7 milhões m² | 500 mil m² construídos



MOGI DAS CRUZES, SP

Inauguração: 1999

Produtos: peças estampadas e conjuntos soldados

Capacidade anual: 11 milhões de peças estampadas

Área: 426 mil m²



GRAVATAÍ, RS

Inauguração: 2000

Produtos: Onix e Onix Plus

Capacidade anual: 330 mil veículos

Área: 1,3 milhão m² | 290 mil m² construídos



JOINVILLE, SC

Inauguração: 2013

Produtos: motores 1.0 e 1.2 aspirados e turbinados

Capacidade anual: 410 mil motores

Área: 200 mil m² construídos

Por muitos anos a fábrica de São José concentrou a produção de motores, caminhões e picapes da GM no Brasil, isto até 1973, ano em que começou a ser fabricado ali o Chevette, após a ampliação em 50% da área construída e instalação de estamparia e linha de montagem totalmente novas. O sucesso de vendas da nova picape C-10, lançada em 1985, trouxe a expansão de 70% da capacidade instalada da unidade de veículos comerciais e, em 1988, a área de solda de cabines foi a primeira da companhia no País a usar robôs. Depois, a partir de 1989, foi produzido ali por quase dez anos o Kadett, e o Corsa chegou em 1994.

Com o fim da produção de caminhões, em 1995, e do Corsa, em 2013, a fábrica permaneceu fazendo motores, transmissões e veículos montados sobre chassis, caso da picape média S10, que é produzida ali há várias gerações desde 1995, e de seu derivado SUV Trailblazer.

A unidade de São José dos Campos é hoje composta por seis linhas de produção e chama a atenção o nível de 85% de automação do complexo industrial, com vistas a atingir a meta de 95% em 2026.

Recentemente a planta passou por revitalização que atualizou células da funilaria – que substituíram processos manuais por robôs – e ampliou a capacidade de produzir componentes de aço estampado.

A GM considera a produção da nova geração da S10, no ano passado, como divisor de águas de uma nova fase da unidade, lembra Mesa: “Um dos pilares do nosso trabalho é sempre perguntar o que podemos fazer para melhorar nossos processos. E São José vem conhecendo de perto esse aprimoramento”.

FÁBRICA DO SÉCULO 21

Com capacidades de produção esgotadas no Brasil e embalada por uma nova onda de estímulos governamentais para expandir a indústria automotiva no País, após a instalação dos incentivos do Regime Automotivo, de 1995, a GM traçou um novo plano de expansão, adotado a partir de 1996 com investimento programado de US\$ 1,2 bilhão para a construção de quatro novas unidades industriais no País, como a planta de partes estampadas e soldadas de Mogi das Cruzes, que começou a operar em 1999 e uma linha no Nordeste



O presidente Juscelino Kubitschek observa o bloco de motor produzido em São José dos Campos, na inauguração da fábrica, em 1959: primeiro projeto de industrialização da GM apresentado ao GEIA.



Linha de produção do Onix e Onix Plus em Gravataí: fábrica mais produtiva da GM no Brasil.

para montar carros da Suzuki – fabricante na qual a GM tinha participação acionária de 40% –, um projeto que foi abandonado. E, também, fábrica de transmissões em Joinville, SC, que foi postergada e só foi inaugurada em 2013 para fazer motores, e o primeiro complexo de fabricação de automóveis da companhia fora de São Paulo, que inauguraria um inovador e até então inédito sistema de produção, para lançar um novo produto.

Atraída por generosos incentivos do governo do Rio Grande do Sul, incluindo isenção de ICMS por quinze anos, compensação de 100% do montante investido, empréstimo de US\$ 253 milhões amortizáveis em quinze anos e suprimento de toda a infraestrutura do distrito industrial a GM decidiu instalar sua mais moderna fábrica no Brasil em Gravataí, com a formação de um condomínio de dezessete empresas sistêmicas instalado no mesmo terreno, que até hoje fornece conjuntos pré-fabricados diretamente à linha de produção. Isto sem contar a mão-de-obra mais barata, com salários 50% inferiores aos pagos pela empresa nas plantas paulistas à época da inauguração.

Em julho de 2000 foi inaugurada a nova fábrica, anunciada pela GM como “a mais produtiva do grupo no mundo”, concebida com a missão de produzir os Chevrolet mais vendidos do Brasil e servir de laboratório para a introdução de novos

conceitos. A planta já nasceu com alto índice de automação: 110 robôs, número alto para os padrões brasileiros da época, mas apenas uma pequena fração dos cerca de 1,8 mil que operam na unidade atualmente.

Mesa destaca que “todos os processos de Gravataí são integrados e conectados e a sincronia do fluxo de peças é algo inacreditável. As intervenções técnicas feitas em Gravataí têm muito a ver com os estágios de inovação. Isso se aplica também nas demais fábricas da GM”.

Gravataí estreou com a fabricação do subcompacto Celta, que era tratado como mini-Corsa e foi um dos carros mais baratos à venda no País, junto com seu derivado sedã Prisma, que entrou em produção a partir do fim de 2006. Em 2012 entrou em linha o hatch Onix e, no ano seguinte, seu derivado sedã também de nome Prisma, que na terceira geração do modelo, lançada em 2019, passou a ser denominado Onix Plus.

A alta produtividade de Gravataí, com baixos custos de produção, renderam à GM substancial aumento de vendas, de 2016 a 2020 o Onix foi o carro mais vendido do País e no mesmo período puxou a fabricante para a liderança do mercado brasileiro.

Em seus quase 25 anos de operação a fábrica gaúcha já passou por duas grandes ampliações, a última delas em 2017, com

Nova S10 moderniza linha de produção da GM em São José dos Campos





Produção de motores em Joinville: linha com alto índice de automação.

investimento de R\$ 1,4 bilhão que elevou a capacidade anual para 330 mil veículos. Agora Gravataí passa por um novo ciclo: do pacote de R\$ 7 bilhões anunciado pela GM no Brasil para o período 2024-228 receberá R\$ 1,2 bilhão para modernização de equipamentos, renovação da linha Onix e a produção de um novo SUV compacto.

PLANOS PARA TODAS AS FÁBRICAS

Mesa afirma que todas as fábricas da GM recebem investimentos constantes: "Temos uma estratégia de curto, médio e longo prazos chamada Plan for Every Site, que é pensar o tempo todo qual é o próximo passo de Gravataí, São Caetano do Sul e São José dos Campos. O que pode ser aplicado para evoluir ainda mais nossas plantas".

Graças aos investimentos constantes até as fábricas mais antigas no País seguem operando com altos índices de produtividade, como São Caetano e São José, que respectivamente aos 95 anos e 65 anos vão receber R\$ 5,5 bilhões do programa de investimentos da GM no Brasil, que inclui o desenvolvimento e produção de veículos eletrificados híbridos flex.

A unidade industrial mais nova da companhia no País, a fábrica de motores de Joinville, inaugurada em 2013, que em 2019 teve sua área quadruplicada e capacidade dobrada para 410 mil unidades/ano, com a produção dos modernos propulsores 1.0 e 1.2 turbodiesel, também recebe novo aporte, de R\$ 300 milhões, para produzir motores para modelos híbridos.

Em 100 anos operando no Brasil a General Motors tornou-se uma portentosa indústria de 14 mil empregados, "a maioria deles trabalhando na manufatura", destaca Mesa. Extremamente automatizada a companhia tem, hoje, cerca de 5 mil robôs operando em suas cinco operações industriais, 1,8 mil só em Gravataí e 1,5 mil em São Caetano do Sul. Todas as fábricas de automóveis estão equipadas com processos completos de produção 100% monitorados digitalmente, incluindo estamparia, funilaria, pintura e montagem final.

As unidades industriais da GM representam a vanguarda da tecnologia da indústria automotiva brasileira e estão se preparando para mais um longo período de inovações, que darão vida a novos veículos. ■

Parabéns, GM e Chevrolet,



1925 1935 1945 1955 1965 19



1947 - 1964

CHEVROLET 3100 BRASIL

A 3100 foi o primeiro carro da GM fabricado no país. Inicialmente importada e montada localmente (CKD), ela começou a ser fabricada em solo nacional em 1958. A picape recebeu, em 1955, o apelido de Martha Rocha, Miss Brasil do ano anterior. O modelo se tornou essencial para o transporte de mercadorias nas décadas de 50 e 60.



1964 - 1994

CHEVROLET VERANEIO

O Veraneio foi produzido entre 1964 e 1994. O modelo foi lançado originalmente como C1416, mas passou a ser conhecido por Veraneio em 1994 com a proposta de ser uma station wagon grande e espaçosa, com nove lugares e motor 4.3 de 142 CV.



1968 - 1992

CHEVROLET OPALA

O Chevrolet Opala foi o primeiro veículo de passeio fabricado pela GM do Brasil entre 1968 e 1992. Representou um marco na indústria automotiva nacional, se posicionando como um símbolo de status e um dos modelos mais desejados da época.



1973 - 1993

CHEVROLET CHEVETTE

O Chevette foi fabricado no Brasil entre 1973 e 1993. Um carro marcante e também um dos mais vendidos. Teve versões muito desejadas, como a GP e a S/R, e deu muitas crises: as variantes hatch, station-wagon Marajó e a picape Chevy 500.



1982 - 1996

CHEVROLET MONZA

O Chevrolet Monza foi fabricado no Brasil entre 1982 e 1996. A GM produziu o modelo que foi um divisor de águas no segmento de sedãs médios. Rapidamente conquistou o público, sendo o carro mais vendido do Brasil em 1994, 1995 e 1996.



1992 -
CHEVROLET

O imponente Omega foi fabricado no Brasil para substituir o Chevrolet como um dos poucos nacionais. Com linhas aerodinâmicas e muita tecnologia, o carro nacional à laer CD itens então raros, como



Parabéns, GM e Chevrolet, pelos 100 anos no Brasil!

Esse centenário é um marco na história da indústria automotiva do nosso país e a ITAESBRA tem muito orgulho em fazer parte dessa história. Já são mais de três décadas de parceria e seguiremos juntos, sempre olhando para o futuro, inovando e transformando a história do próximo centenário.

pelos seus 100 anos no Brasil!



1975 1985 1995 2005 2015 2025



1998

OMEGA
no Brasil entre 1992 e 1998. Opala no Brasil e manteve-se de luxo nos anos 1990, tecnologia, foi o primeiro "Player", além de oferecer computador de bordo.

1994 - 2012
CHEVROLET CORSA

O Chevrolet Corsa foi fabricado no Brasil entre 1994 e 2012. Foi um daqueles carros que quebrou paradigmas na categoria de compactos. Lançado no Brasil na versão básica Corsa Wind, ganhou versões como o sedã Classic até o fim dos anos 2000, o Corsa Wagon e a Pícapa Corsa.

2012 - 2025
CHEVROLET ONIX

O Chevrolet Onix foi lançado no Brasil em 2012 e sua segunda geração foi apresentada em 2019. O carro começou a ser projetado no Brasil com a dura missão de substituir o Celta e o Corsa da segunda geração. O modelo revolucionou o mercado ao se tornar o carro mais vendido do Brasil por vários anos consecutivos.

2001 - 2025
CHEVROLET TRACKER

O Chevrolet Tracker já está em sua terceira geração. Seu primeiro lançamento no Brasil foi em 2001. Em 2013, apresentou sua segunda versão com a plataforma baseada no Cruze. A terceira geração, super moderna, foi iniciada em 2020 e segue como um veículo muito desejado até os dias atuais.

1995 - 2025
CHEVROLET S10

A S10 é produzida no Brasil desde 1995. Se destaca pelo marco atual de seus 30 anos em linha de produção no país. Foi a primeira picape que inaugurou o segmento das médias e foi marcada por sua versatilidade, sendo amplamente utilizada tanto no trabalho quanto no lazer.

2003 - 2025
CHEVROLET MONTANA

A Chevrolet Montana já passou por três gerações: A primeira geração, de grande sucesso, foi produzida no ano de 2003. Sua segunda versão foi produzida entre 2010 e 2021. Já a terceira geração chegou em 2023 com conceito mais moderno e tecnológico, design arrojado que segue conquistando o público das picapes compactas até os dias atuais.

Para nós, é uma grande honra fazer parte desta história.



ITAESBRA
Parte do seu futuro

Evolução em sintonia com a cadeia de suprimentos

GM ajudou a construir parque de fornecedores no País e criou laços decisivos para seu crescimento

Por Mário Sérgio Venditti e Pedro Kutney



Fotos: Divulgação/GM



Evolução dos tempos: linha de montagem da GM em São Caetano nos anos 1930, com peças importadas espalhadas pela fábrica, e o moderno centro de materiais produtivos inaugurado em 2015, com centenas de fornecedores nacionais.

Os dirigentes da General Motors são unânimes em afirmar que a trajetória de 100 anos companhia no Brasil não teria sido possível sem a participação próxima dos fornecedores que, ao longo de tantos anos, tornaram-se parceiros na execução de projetos, garantindo a prosperidade nos negócios em ambos os lados da relação, que evoluiu no mesmo ritmo do seu crescimento.

Em um País eminentemente rural que ainda engatinhava sem grandes pretensões na sua industrialização – em 1925 a GM foi a segunda montadora de veículos a chegar, quatro anos depois da rival Ford, que iniciou sua linha de montagem no mesmo bairro do Ipiranga, em São Paulo, em 1921 –, as operações começaram necessariamente com a importação de todos os componentes de automóveis,

caminhões e comerciais leves que eram montados aqui. E nem havia escala para a formação de uma cadeia de suprimentos regular, já que o ritmo inicial de produção da GM era de 25 chassis por dia, que eram entregues para construção das cabines por encarroçadores locais.

Tento em vista condições tão limitadas até que a nacionalização de componentes andou rápido, principalmente porque a linha de montagem da GM no Ipiranga ultrapassou em muito a escala inicial de produção, já em 1928 alcançando 50 mil unidades montadas – número significativo para os padrões da época, pois era exatamente este o volume de veículos em circulação no País três anos antes, quando a GM iniciou a operação local.

Mesmo após a inauguração da fábrica de São Caetano do Sul, SP, em 1930, a cadeia local de fornecedores era pequena e o que não era importado tinha de ser feito dentro de casa. Até que, na primeira metade dos anos 1940, a Segunda Guerra Mundial impôs restrições às importações e, ao mesmo tempo, promoveu a nacionalização de alguns componentes, dando início à formação de uma ainda incipiente indústria brasileira de autopeças, que já fornecia itens como molas e baterias.

Em 1943 75% dos furgões e caminhões vendidos tinham carrocerias localmente fabricadas pela própria GM. Em 1949 a empresa apresentou sua primeira carroceria metálica de ônibus com matérias-primas 100% nacionais. Àquela altura já era possível comprar no País vidros planos, borrachas, estofados, material elétrico e de iluminação e, principalmente, chapas de aço produzidas em Volta Redonda, RJ, pela estatal CSN, a Companhia Siderúrgica Nacional.

Dois anos depois a GM lançou o Coach Brasileiro, ônibus feito sobre chassi importado, mas com 71% de seu valor composto por matérias-primas e componentes nacionais comprados de 975 fornecedores, como as chapas de aço da CSN e material elétrico, vidros, borrachas, revestimentos, molas, baterias, câmaras de ar e pneus – a Goodyear, aliás, é a mais antiga forne-



cedora ativa da GM Brasil, pois instalou escritório no País em 1919, seis anos antes da chegada de sua cliente e começou a fabricar seus pneus aqui a partir de 1939.

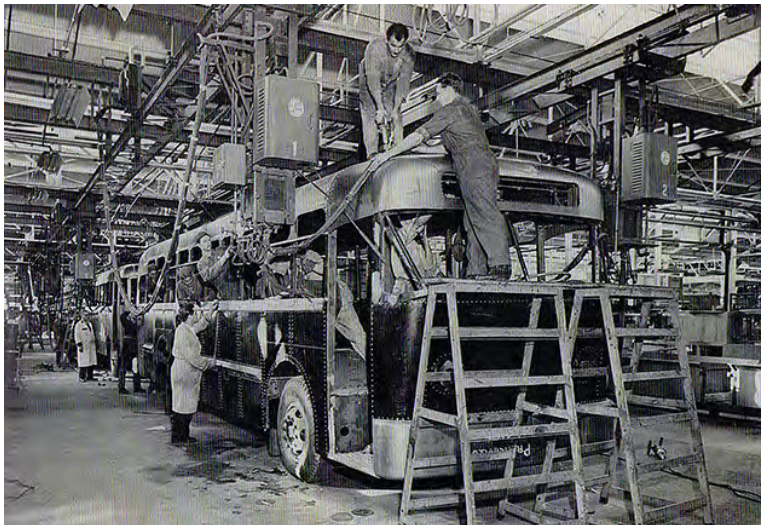
Carlos Bibi, diretor executivo de compras e cadeia de suprimentos da GM América do Sul, observa que a companhia sempre procurou manter relação estreita com fornecedores no Brasil, desde o início de suas operações: "A Goodyear, por exemplo, opera ao lado da GM desde a nossa chegada ao País".

O PASSO DA NACIONALIZAÇÃO

No início da década de 1950 a GM deu um passo decisivo para subir a barra do seu grau de industrialização no Brasil, evoluindo de montadora para fabricante completa de veículos, puxando junto sua cadeia de suprimentos nacional. A empresa foi a primeira corporação estrangeira a apresentar um projeto para expandir suas atividades industriais, atendendo a convite da CEIMA, Comissão Executiva da Indústria de Material Automobilístico – órgão criado no governo Getúlio Vargas, em 1952, com o objetivo de expandir a presença da indústria automotiva no País, precursor do GEIA, Grupo Executivo da Indústria Automobilística, que levou tal plano adiante já na gestão de Juscelino Kubitschek, de 1956 a 1961.

A proposta da GM ao governo previa a construção de fundição, estamparia e fábrica de motores em São José dos Campos, SP, com a projeção de produzir 50 mil veículos em 1959, com 81,5% de nacionalização em valor e 90% em peso.

Devido à conturbação política do País à época o projeto só foi aprovado pelo GEIA em dezembro de 1956, com limites mais rígidos de índices de nacionalização. No mesmo mês foi iniciada a construção da nova fábrica no Vale do Paraíba, inaugurada dois anos depois para inicialmente produzir o motor de seis cilindros a gasolina, projetado ainda na década de 1930, que nos anos seguintes passou por diversas evoluções e equipou milhares de caminhões, ônibus, picapes e até os primeiros carros nacionais da companhia.



Produção do Coach brasileiro nos anos 1950: ônibus com 71% de matérias-primas e componentes comprados de 975 fornecedores no País, incluindo chapas de aço da CSN.

Já em 1957 os caminhões Chevrolet contavam com cerca de 40% de componentes nacionais em peso graças aos motores produzidos em São José já com bom volume de matéria-prima nacional. Este foi o ponto de não-retorno para a formação definitiva de uma longa cadeia de suprimentos da GM no Brasil, que aumentou ou diminuiu sua participação nos Chevrolet produzidos no País de acordo com fatores econômicos, como a variação cambial e o ritmo de crescimento ou queda da produção, bem como a influência de políticas governamentais.

DE FORA PARA DENTRO DA FÁBRICA

Bibi pontua que ter os fornecedores como vizinhos do parque industrial sempre trouxe vantagens para os dois lados: "Todas as fábricas foram erguidas com a visão de fortalecer a cadeia de fornecedores locais, que acompanharam a expansão da GM. É uma história de construção em conjunto e cada veículo ajudou a desenvolver a indústria local e nossa rede de suprimentos".

Ao longo de sua história a GM formou uma consistente rede de fornecedores no País, que hoje chega a 1 mil parceiros, segundo Bibi. A empresa também contou com o suporte de algumas subsidiárias do grupo, como Delco e Delphi, que forneceram componentes elétricos e eletrônicos. Ambas foram desvinculadas nos

anos 1990, quando a companhia passou a adotar a estratégia de não ter mais empresas próprias de suprimentos.

Os anos 1990 também foram marcados pela falta de capacidade dos produtores brasileiros de autopeças de fornecer todos os componentes necessários à produção de carros mais modernos que começavam a ser lançados, levando ao aumento de importações e consequente queda dos índices de nacionalização. Para compensar este desequilíbrio muitas empresas de autopeças locais foram compradas por corporações que até hoje atuam no País.

Na GM o reflexo inicial prático deste movimento resultou no lançamento do Vectra, em 1993, com apenas 60% de conteúdo nacional, índice que subiu para 70% três anos depois. Na mesma linha o Corsa foi lançado no ano seguinte com 30% de componentes importados, incluindo a transmissão vinda do Japão. Estava assim inaugurada a era do fornecimento globalizado, em que fabricantes de veículos e seus fornecedores buscavam componentes onde os custos fossem menores.

Este novo cenário da parceria com os fornecedores também levou à criação dos sistemistas, responsáveis pela produção e pré-montagem de subconjuntos e módulos, que passaram a ser entregues diretamente às linhas de montagem com substancial redução de estoques, processos e custos para as montadoras, que aumentaram seus níveis de nacionalização com a transferência de parte das impor-

Anúncio da GM em 1958: primeiro caminhão com 44% de componentes nacionais, em projeto de nacionalização aprovado pelo GEIA.

Superado o 2º Etapa de Nacionalização...

CHEVROLET BRASILEIRO

ECONOMIA — RENTABILIDADE — CAPACIDADE
— em 2ª etapa de 100% —

O caminhão Chevrolet Brasileiro, com 44% de componentes nacionais, é o primeiro de uma série de caminhões que a GM do Brasil está produzindo. Este caminhão, com 44% de componentes nacionais, é o primeiro de uma série de caminhões que a GM do Brasil está produzindo. Este caminhão, com 44% de componentes nacionais, é o primeiro de uma série de caminhões que a GM do Brasil está produzindo.

já possui 44% de componentes nacionais!

Um Chevrolet do Brasil para o Brasil!
GENERAL MOTORS DO BRASIL S.A.
São Paulo - São Paulo



Parabéns, General Motors do Brasil!

Celebramos um século de história da GMB, nossa grande parceira e expoente na indústria automotiva, que construiu com excelência e tecnologia um legado para muitas gerações.

A Transauto orgulha-se de participar dessa jornada, transportando com cuidado e dedicação os veículos que carregam o DNA de uma marca tão icônica.

Aqui estamos, prontos para seguirmos juntos pelos próximos 100 anos.

transauto.com.br



Inteligência em logística
e transporte de veículos.



Linha de funilaria em São José dos Campos: conteúdo local crescente.

tações aos grandes fornecedores, cada vez mais incorporados aos processos de produção dos veículos dentro das fábricas.

A tendência chegou ao seu ponto alto na GM quando foi inaugurada a fábrica de Gravataí, RS, em 2000, colocando para dentro do condomínio industrial dezessete fornecedores que até hoje executam submontagem de módulos e conjuntos que são entregues diretamente à linha de montagem. Assim o Celta, primeiro carro produzido ali, nasceu com cerca de 95% de componentes nacionais e apenas catorze itens importados.

A volatilidade cambial e a alta alíquota de importação esfriaram a iniciativa de trazer automóveis prontos, ao mesmo tempo em que a produção de veículos acelerou, garantindo escala para que os índices de nacionalização voltassem a crescer. Mas esta é uma gangorra que não parou de se movimentar nos anos seguintes.

RELACIONAMENTO DE MÃO DUPLA

O relacionamento com os fornecedores, justifica Carlos Bibi, é uma via de mão dupla: "Obviamente eles têm uma longa experiência e know-how para nos ajudar a

produzir os carros. Mas no fim das contas nossos produtos devem custar aquilo que o cliente está disposto a pagar".

O diretor não revela qual é, hoje, o nível de nacionalização dos veículos Chevrolet, ao ponderar que varia muito de veículos para veículo. Mas garante: "A média está acima de 50%". Também não é revelado o orçamento anual de compras, mas calcula-se que deve ultrapassar os R\$ 15 bilhões por ano atualmente.

A nacionalização enfrentou os efeitos de montanha-russa, um constante sobe-e-desce ao sabor das muitas valorizações e desvalorizações do real, de políticas governamentais, de volumes de produção ou da falta de capacidade da indústria em produzir certos componentes, principalmente os eletrônicos.

Um exemplo mais recente desta volatilidade foi o lançamento do Vectra GT, em 2007, uma fusão do Vectra nacional com a versão hatch do Astra alemão. A dianteira até a coluna A – incluindo para-brisa, painel, subchassi dianteiro e mecânica – eram do Vectra nacional, e as partes dali para trás, como teto, portas e traseira, vinham da Opel da Bélgica.

Bibi afirma que a GM não tem um plano específico para aumentar o índice de nacionalização: "É uma equação difícil de resolver. Quando o dólar passa dos R\$ 6 muito acreditam que precisamos ampliar a nacionalização. Se a moeda americana cai para R\$ 4, pronto, fala-se em trazer tudo de fora. Vivemos nessa gangorra mas devemos entender que nossos ciclos são longos e não tomamos decisões oportunistas de curto prazo. Até porque a cadeia de fornecedores também precisa se preparar com antecedência para o desenvolvimento de produtos mais competitivos".

A LIÇÃO DOS SEMICONDUTORES

Nestes cenários de sobe e desce a GM conheceu as profundezas no período de pandemia causada pela covid-19. Em 2021 a empresa foi forçada a paralisar a linha de montagem da família Onix, seu carro mais vendido, por causa da falta de semicondutores, e assim perdeu a liderança do mercado brasileiro.

Para o diretor de compras, no entanto, administrar problemas na cadeia de suprimentos sempre será uma tarefa sobre a mesa: "Enfrentamos essa crise e enfren-

taremos outras, porque a cada 15 minutos aparece uma crise para resolver, seja por causa de pandemia, guerras ou chuva, como a que castigou o Rio Grande do Sul no ano passado. O tema semicondutores não nos causa mais tanta dor de cabeça, mas não significa, necessariamente, que estamos navegando em mares totalmente calmos".

Bibi avalia que o episódio da falta de semicondutores mostrou a importância de contar com uma cadeia de suprimentos resiliente e a GM passou a investir mais nesse perfil de fornecedor: "Temos uma equipe que investe muito tempo para escolher o parceiro certo, que apresente a mesma mentalidade que a nossa".

Para 2025 a GM anuncia o lançamento de cinco carros, incluindo modelos eletrificados. Para produzi-los a empresa desembolsa parte do ciclo de investimentos de R\$ 7 bilhões, de 2024 a 2028, na aquisição de ferramental e modernização na manufatura. E, é claro, os fornecedores também se adequam para a chegada dos novos veículos híbridos e elétricos: "Precisamos estar na mesma sintonia para satisfazer o cliente. Se isso não acontece corremos o risco de perdê-lo para outra marca". ■

Condomínio industrial de Gravataí: à direita ficam dezessete fornecedores que enviam módulos e conjuntos pré-montados à linha de produção, bem ao lado.



Economia e qualidade



Fabricante de sistemas de ventilação industrial, a Envetherm celebra a parceria iniciada em 1993 para o fornecimento de equipamentos para as linhas de montagem da GM do Brasil



A climatização de grandes galpões industriais sempre despontou como um dos grandes desafios para os engenheiros responsáveis pelo projeto, principalmente em linhas de montagem do universo automotivo. Se por um lado a instalação de aparelhos de ar-condicionado mostra-se inviável pelo custo, manutenção e consumo de energia, a colocação de ventiladores tradicionais não costuma suprir a necessidade de renovação do ar e a própria redução da temperatura ambiente.



Ambientes industriais frequentemente enfrentam desafios de calor excessivo, poeira e odores, que podem impactar diretamente a saúde e o desempenho dos colaboradores. Investir em sistemas de ventilação industrial adequados melhora significativamente a qualidade do ar e reduz os índices de absenteísmo, além de garantir maior conforto térmico.

No Brasil, essa dificuldade foi encerrada em 1993, quando o empresário Flavio Luiz Sant'Ana fundou a Envetherm, empresa 100% nacional, e revolucionou o mercado de ventilação industrial ao introduzir uma tecnologia norte-americana no mercado brasileiro. "O segredo dos nossos equipamentos reside na angulação das pás, que podemos considerar como asas", explica Márcia de Oliveira Sant'Ana, que é diretora comercial.

As pás proporcionam maior velocidade e alcance do fluxo de ar produzido, o que requer me-

nor trabalho dos motores. Essa característica aerodinâmica permite a instalação de unidades motrizes com baixa potência, que contribuem com o menor consumo de energia elétrica e baixo nível de ruído. Os alicerces dessa tecnologia trazida por Sant'Ana permanecem até hoje, atendendo a diversos segmentos industriais.

"Iniciamos nossa parceria com a General Motors do Brasil logo em 1993, quando nossa empresa foi fundada. Dos 100 anos da montadora no país, nós já fazemos parte dessa história nos últimos 32 anos", orgulha-se a diretora. Os ventiladores fornecidos à montadora estão presentes em todas as instalações da GM. "Acredito que já ultrapassamos 3 mil unidades instaladas e em operação.

Na linha de montagem em São Caetano do Sul, SP, por exemplo, utilizamos um sistema de ventilação com dutos flexíveis, desenvolvido pela Envetherm, que ainda serve como exemplo para diversos clientes", garante.



História construída com bilhões tem novo capítulo

General Motors soma investimentos bilionários no Brasil em 100 anos de operações e prepara mais aportes para sustentar seu futuro

Por Pedro Kutney

É de conhecimento que tudo começou com US\$ 270 mil – equivalentes hoje a quase US\$ 5 milhões corrigidos pela inflação dos últimos cem anos nos Estados Unidos. É o valor que a General Motors informa ter gasto, em 1925, para abrir a empresa no Brasil e estabelecer sua primeira linha de montagem no bairro do Ipiranga, em São Paulo. A partir daí, ainda que não sejam conhecidos todos os valores nos setenta anos iniciais da companhia no País, é possível estimar que os investimentos somados devem girar próximos de R\$ 50 bilhões, em valor atual, tendo em vista que os oito ciclos divulgados com regularidade pela empresa nos últimos trinta anos já somam algo perto de R\$ 37 bilhões.

Foi assim, com projetos multibilionários, que a GM construiu sua história centenária e intensiva em capital em solo brasileiro, com a instalação de um amplo complexo industrial, hoje com cinco fábricas em operação, o maior campo de provas do Hemisfério Sul e o desenvolvimento de produtos próprios,



Ciclos de investimentos no Brasil – Aportes divulgados pela GM

1995-1998

US\$ **2** bilhões

2007-2008

US\$ **500** milhões

2012-2016

R\$ **5** bilhões

2020-2024

R\$ **10** bilhões

2004-2006

US\$ **740** milhões

2009-2012

US\$ **2** bilhões

2014-2019

R\$ **13** bilhões

2024-2028

R\$ **7** bilhões



palatáveis aos consumidores locais, que garantem grandes volumes de produção e a longa existência da companhia. E segue sendo assim, com mais recursos que serão aportados para garantir o futuro da subsidiária brasileira nos próximos anos.

Nas primeiras sete décadas a GM não divulgou quais foram os valores investidos no País, mas foram alguns milhões de dólares aportados desde os primeiros anos, a começar pela decisão, tomada apenas dois anos após a constituição da empresa no Brasil, de construir uma fábrica própria, inaugurada em 1930, em São Caetano do Sul, SP, justamente porque a operação se mostrou lucrativa desde o princípio, mas para que assim fosse era necessário investir na produção local, não só para reduzir custos mas, também, para moldar os produtos às necessidades e aos gostos dos consumidores.

Após contínuas ampliações em São Caetano a GM investiu no desenvolvimento e na produção de dezenas de modelos,

incluindo o mais icônico dos Chevrolet já vendidos no País, o Opala.

No início dos anos 1950, aproveitando os primeiros incentivos do governo para instalar a indústria automotiva no País, foi elaborado o plano de investir em mais uma fábrica no Estado, inaugurada em 1959 em São José dos Campos, SP, que nos anos seguintes também passou por inúmeras ampliações e investimentos, com a instalação de linhas de motores, transmissões, caminhões e picapes, além de alguns dos carros mais vendidos do mercado brasileiro, como o Chevette e seus derivados, a partir de 1973, e da família Corsa, em 1994. A picape S10 e o SUV Blazer, depois Trailblazer, até hoje produzidos na planta, também puxaram investimentos multimilionários.

A ERA DOS BILHÕES

A partir de 1995, com a intuição do Regime Automotivo, começou a era dos anúncios oficiais de investimentos multibi-

Primeiro grande investimento: a construção da fábrica de São Caetano, em 1929, e o anúncio de uma das maiores ampliações da planta, em 2018, com aporte de R\$ 1,2 bilhão.



Em 1953 a placa anunciava mais um grande investimento da GM no Brasil: a fábrica de São José dos Campos, inaugurada em 1959, que hoje produz a quarta geração da S10.

lionários, começando com US\$ 2 bilhões, em plano que envolveu a construção da terceira fábrica de automóveis da GM no Brasil, aliado ao desenvolvimento do subcompacto Celta a ser produzido lá.

Depois disto, desde 2004, a GM anunciou mais sete ciclos consecutivos de investimentos, sempre dedicados à engenharia para desenvolver novos produtos, além de ampliar e modernizar fábricas. Somando tudo nos últimos trinta anos foram anunciados aportes de R\$ 37 bilhões – incluindo os programas em dólares, considerando a conversão para reais de acordo com a cotação média da época em que os planos foram anunciados.

Com estes fundos, segundo informações da GM, a engenharia brasileira ganhou recursos para desenvolver e as fábricas para produzir duas gerações do

Corsa e seus derivados no País, duas gerações do Celta e do Prisma, quatro gerações da S10 e do Blazer/Trailblazer, a Meriva, três gerações da Montana e da Spin, duas do Cobalt, o novo Tracker e três gerações do Onix, dentre outros produtos que carregaram as vendas no País nas últimas décadas.

Neste mesmo período foi inaugurada a nova fábrica de motores em Joinville, SC, que já passou por expansão, e as unidades de São Caetano e Gravataí passaram por ao menos três grandes ampliações e modernizações, enquanto São José dos Campos perdeu linhas de produção e a planta foi reestruturada para produzir veículos sobre chassi, a S10 e o Trailblazer.

A matriz nos Estados Unidos ajudou com injeção de recursos, mas principalmente de 2009 para cá, quando a corporação quase foi à falência, a subsidiária brasileira seguiu investindo com caixa próprio e financiamentos no País. Foi assim em 2019, quando após ser cobrada pela matriz por prejuízos que poderiam tornar o negócio inviável no Brasil, sob ameaça de fechamento de fábricas, a empresa conseguiu adotar um plano de reestruturação e reverteu a crise na promessa de investimentos de R\$ 10 bilhões nas duas plantas paulistas, que resultaram em nova ampliação de São Caetano para produzir a nova Montana e modernização de São José para fabricação da nova geração de S10 e Trailblazer.

Santiago Chamorro, que de 2013 a 2016 foi presidente da GM do Brasil e, desde 2021, voltou como presidente América do Sul, justifica a força da operação brasileira: “Temos um negócio muito bom aqui, autossustentável, que gera os seus próprios recursos para investir no futuro, hoje passando por uma transformação importante”.

MAIS BILHÕES VÊM AÍ

Depois de um período de dúvidas sobre a sustentabilidade da operação brasileira, bastante afetada pela pandemia de covid que paralisou linhas de produção e fez a Chevrolet perder a liderança de vendas no País que já durava cinco anos



QUANDO NOSSO MINÉRIO AQUECE SABE O QUE ACONTECE?

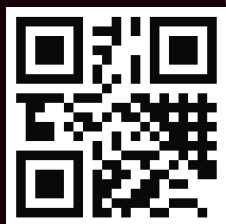
História

A CSN sempre acreditou que o futuro se constrói a cada dia.

A primeira siderúrgica de grande porte do País tornou-se um dos mais competitivos complexos siderúrgicos do mundo. Com qualidade e tradição comprovadas em seus produtos, a CSN tem contribuído de forma contínua para o desenvolvimento do Brasil.

Nesta trajetória, celebramos com orgulho os 100 anos da GM no Brasil, uma parceira que, assim como a CSN, construiu sua história com inovação, qualidade e compromisso.

A história continua! Porque a CSN tem muita tradição e qualidade, mas nunca para de inovar.

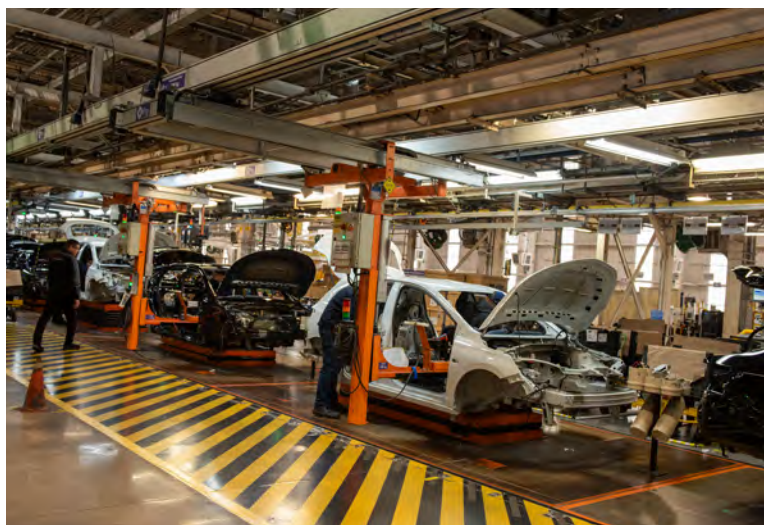


aponte seu celular e conheça
nossas soluções preparadas
para você e sua empresa



Fazer **bem**,
Fazer **mais**,
Fazer para **sempre**.





Nos anos 1990 a GM anuncia megainvestimento de US\$ 2 bilhões que incluía a moderna fábrica de Gravataí: produção de grandes volumes com o campeão de vendas Onix.

seguidos, no início de 2024, exatamente um ano antes de completar seu centenário no Brasil, foi anunciado um novo pacote de desenvolvimento, como relata Chamorro: "No ano passado anunciamos R\$ 7 bilhões que estão sendo hoje executados por um exército de pessoas para trazer-mos renovação nas fábricas, renovação do portfólio de produtos, novos veículos inéditos, assim como investimentos na área tecnológica e da conectividade com a nossa marca OnStar".

Ainda em 2024 a GM informou como se dará a repartição dos R\$ 7 bilhões: R\$ 1,2 bilhão está sendo destinado à fábrica de Gravataí, para nova modernização da unidade e renovação da família Onix hatch e sedã, que deverá ser aumentada com a chegada de um SUV compacto de entrada. As plantas paulistas de São Caetano e

São José receberão R\$ 5,5 bilhões, com a inclusão de dois modelos híbridos leves flex na linha de produtos em fabricação. Outros R\$ 300 milhões restantes do pacote vão para Joinville, onde será fabricado o motor destes híbridos.

Também estão contemplados nos investimentos outras unidades paulistas: a fábrica de componentes estampados de Mogi das Cruzes, o armazém de peças de reposição em Sorocaba, bem como melhorias nas capacidades de engenharia e desenvolvimento da empresa, incluindo o Centro Tecnológico de São Caetano do Sul e o Campo de Provas da Cruz Alta em Indaiatuba.

Esta é só a primeira fase do plano, que já tem uma segunda em andamento, de acordo com Chamorro: "Anunciamos, também na nossa comemoração de 100 anos, que, ainda neste 2025, anunciaremos a segunda fase de investimentos para os próximos anos, não só em produtos mas, também, em modernização fabril, novas tecnologias e novos negócios".

O executivo acrescenta ainda que a GM segue estudando outras inovações, como o híbrido plug-in flex, que pode ser abastecido com etanol ou gasolina e recarregado na rede elétrica, com autonomia para trafegar em modo 100% elétrico em percursos urbanos: "Temos planos de ampliar também a linha importada de veículos elétricos. Nosso objetivo é atender às mais diferentes necessidades dos clientes".

Os primeiros desta lista, em 2024, foram Blazer e Equinox elétricos, este ano chega da China o SUV compacto Spark EUV.

"O importante na sustentabilidade de nosso negócio é pensar no longo prazo e colocar o consumidor no centro das decisões, dando a ele e a ela as tecnologias que quiserem usar, sejam veículos a combustão, híbridos e elétricos. Todos farão parte do nosso portfólio no Brasil", resume Chamorro. "Nos nossos 100 anos quem será presenteado é o Brasil e a indústria brasileira, é o mercado, que com esses novos investimentos terá uma oferta nova de veículos nos próximos anos." ■

100

Parabéns!
Anos



A Sulbras parabeniza a General Motors pelo seu centenário! Um século de progresso, conquistas e inovação que moldaram a indústria automotiva. Celebramos esta história e a contribuição inestimável da General Motors para o desenvolvimento e a mobilidade ao redor do mundo. Que este marco inspire novas realizações nos próximos anos, sempre na direção do futuro!



sulbras[®]
MOLDES E PLÁSTICOS



Anos de ouro: projetos e cumplicidade.

Como uma empresa torna-se inesquecível pelo seu brilho num período de seis anos

Por Vicente Alessi, filho | Em homenagem a Beer, a Wagoner, a Hogan

O primeiro carro de meu pai foi um Chevrolet Fleetline 1948 de duas portas. Com chave e botão de arranque no pé, três marchas avante a vácuo. Azul clarinho. O segundo foi outro Chevrolet, um De Luxe 1951, de quatro portas, rabo de peixe, com chave e botão de arranque no painel, três marchas, verde cintilante. O último foi um Chevrolet Omega 2008, isso após uma infinidade de Opala. O Vicente Alessi pai dizia ter com seus carros relação tão íntima quanto com a sua escova de dentes, e que aprendera a respeitar o que considerava "uma cumplicidade" com os Chevrolet que dirigia: nunca o deixaram na mão. Para ele era o suficiente.

Quando comecei a ter contato com o mundo General Motors, já como jornalista, ali pelos meados dos 1970, papai me disse que eu encontraria naquela empresa seriedade e competência, ainda que eu esperasse por uma multinacional ávida exploradora, a maior corporação do mundo na época.

Os ventos de melhor sorte me ajudaram e quem me recebeu foi o diretor geral da companhia, um certo André Beer, que viria a ser sua face humana mais pública da história da GM no País, e com quem eu me encontraria centenas de vezes mais adiante.



Fotos: Divulgação/GM

Pois o mundo dos veículos, no Brasil, teria, historicamente, dois grandes personagens: o próprio Beer e o também inesquecível Wolfgang Sauer, este pelo lado da Volkswagen.

Pois este certo André Beer trabalhou na GM brasileira por 48 anos e durante os seus últimos trinta anos na empresa, de 1970 a 1999, foi o executivo que tocou a vida da companhia por aqui, cheio da confiança dos patrões da matriz e dos presidentes da ocasião. O primeiro que conheci foi JJ Sánchez – que carregava no bolso chaveiro com o emblema do SC Corinthians Paulista, mais um louco por carros.



Pois, naqueles anos, na indústria de veículos, você não encontrava gente indiferente a veículos: para 98% dos profissionais trabalhar naquele ramo fora uma escolha específica e particular – só perdia diante da indústria aeronáutica, ainda incipiente por aqui. Era, então, a automobilística, a indústria que gerava liberdade individual de se movimentar e de viajar e de conhecer os lugares e de... E de fazer as máquinas se mexerem.

Era uma mão na roda para jornalistas que cobriam produto, o pessoal de Quatro Rodas, Autoesporte, MotorShow, Oficina Mecânica, mas, algumas vezes, uma baita encrenca para quem cobria economia e negócios. Foi preciso ensinar aos executivos que economia e negócios também faziam parte – e grande parte – do seu cardápio profissional.

Sánchez foi para a Saturn e chegou Clifford Vaughn, com quem estive algumas poucas vezes. Depois veio Bob Stone, este sim ponto fora da curva: gostava mais de golfe do que de carros ou da indústria de veículos. É antológico bate-boca seu com Alcides Bracher Sheiba Ribas, diretor de qualidade da companhia. Durou pouco e abriu as portas para Rick Wagoner e na sequência para Mark Hogan, os promotores de verdadeiro período de ouro das relações públicas da

General Motors, particularmente com a imprensa e com os concessionários.

ACORDO PELO CRESCIMENTO

Rick chegou no meio de 1991 como presidente depois de passagem por aqui de cinco anos como diretor tesoureiro e diretor financeiro. Rapidamente tornou-se amigo da diretoria da Abrac, Assis Augusto Pires e Mauri Missaglia à frente. Mais do que isto: tornaram-se cúmplices.

Rick expôs aos amigos um grande plano de expansão dos negócios por aqui, plano para quatro, cinco anos. O plano foi descrito numa toalha de linho de mesa de hotel onde General Motors e diretoria da Abrac e concessionários Chevrolet comemoravam o fim do ano. Aconteceu no fim da festa, pouca gente presente.

Segundo Missaglia, Rick disse algo assim: "Não há tanto dinheiro para fazer tudo. Mas se os concessionários entrarem como partners e como entusiastas e conseguirmos convencer os fornecedores de que uma nova época, e boa, pode estar aí bem na nossa frente, talvez tenhamos a possibilidade de entrar no mundo globalizado. Abrimos, todos, mão de algum dinheiro e aplicamos na ideia do crescimento".



A globalização, naqueles dias, já começava a comer pelas bordas e alguns já sabiam disto. A ideia era reformular o portfólio e lançar carros mundiais, como Vectra e o campeoníssimo Corsa, por exemplo, e construir novas linhas de montagem, adotar robôs de maneira massiva e modernizar as unidades produtivas. E construir novas. Não era pouca porcaria.

Não me lembro de período mais feliz lá dos lados da Avenida Goiás, em São Caetano do Sul, SP. Rick e muitos amigos botaram as ideias no papel e nos mapas dos projetos e dos programas. Conseguiram o apoio de concessionários e fornecedores – e aí todo o espetáculo estava quase pronto para a chegada de Mark Hogan, em dezembro de 1992 – que nos anos seguintes teve até tempo para aprender a tocar tamborim e desfilar no carnaval do Rio de Janeiro na bateria da Portela.

Rick dedicou o seu ano e meio na presidência da companhia, aqui, a estabelecer o plano de ação de que Mark seria o gestor. Coincidentemente os dois eram amigos velhos, da escola de economia, em Chicago.

De volta aos Estados Unidos Rick le-

vou consigo Volker Barth para cuidar das compras mundiais em Detroit, mas Hogan manteve equipe altamente dedicada ao projeto de fazer crescer a subsidiária no Brasil. Obteve o comprometimento também dos profissionais mais antigos e tornou-se amigo de André Beer, já vice-presidente executivo da companhia. Abriu espaços para José Carlos da Silveira Pinheiro Neto, para Marcos Munhoz, para Pedro Luis Dias.

Foi aquele, até a volta de Mark Hogan para Detroit, em junho de 1997, o período mais fora do padrão vivido pela companhia fundada por William Crapo Billy Durant, em 1908, e por Louis Chevrolet, a partir de 1911, e enriquecida por Alfred Sloan de 1923 em diante – inclusive com a ideia de internacionalização da General Motors que fundou a sua segunda subsidiária no Brasil, em 1925, tempos depois do Canadá.

Após aquele período dos anos 1990 todos percebiam que a GM do Brasil era quase que uma nova companhia, mais livre das restrições dos black books e mais atenta, e aberta, às novidades. Mais disposta a arriscar de vez em quando.

Aqueles seis anos valeram por duas vidas. ■



Arquivo Pessoal



CELEBRAMOS
UM SÉCULO DE GM NO BRASIL!



21 MILHÕES
DE PEÇAS PRODUZIDAS
EM MAIS DE DUAS DÉCADAS
DE PARCERIA. 

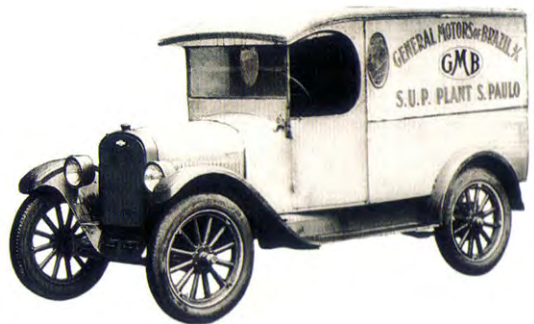


Fatos da centenária General Motors do Brasil

1925

Com capital inicial registrado de US\$ 270 mil em 26 de janeiro é fundada a Companhia Geral de Motores S. A., que pouco tempo depois muda o nome para General Motors of Brazil S. A. No mês seguinte é instalada na avenida Presidente Wilson, bairro do Ipiranga, em São Paulo, a primeira linha de montagem da empresa no País.

Em setembro é montado o primeiro veículo da linha Superior, um furgão de entregas urbanas.



Fotos: Divulgação/GM

1927

Com sucesso da subsidiária brasileira e a montagem de 25 mil veículos em apenas dois anos a GM inicia a construção da fábrica de São Caetano do Sul, ainda um distrito de São Bernardo do Campo, vizinho à Capital paulista, inaugurando o que viria a ser o polo automotivo do ABC.

1928



Em 1º de outubro a operação começa a ser transferida para a fábrica de São Caetano, ainda em construção.

1934



GM lança seu primeiro ônibus com carroceria de madeira produzida em São Caetano e montada sobre o mesmo chassi importado dos caminhões Chevrolet.

1928



Marca de 50 mil veículos montados no Brasil, com todas as partes trazidas desmontadas dos Estados Unidos.

1930

Em 12 de agosto é inaugurada a planta de São Caetano do Sul, hoje a mais antiga fábrica de veículos do Brasil ainda em atividade.

1936



Milésimo carro produzido em São Caetano.

1940

GM chega a 10 mil veículos produzidos em São Caetano.

1948

Em novembro a GM produz no Brasil o primeiro ônibus com carroceria de aço 100% local, comprado da CSN, a Companhia Siderúrgica Nacional, em Volta Redonda, RJ.



Já em 1951 a fabricante produz o milésimo ônibus de aço em São Caetano.

1953

Em outubro é adquirido o terreno em São José dos Campos, SP, com 1,6 milhão de m², para futura construção de fábrica de motores.

1958

Em junho é fabricado o primeiro caminhão Chevrolet nacional, com 44% de componentes nacionais e motor 6-cilindros a gasolina já produzido em São José dos Campos, SP, conforme plano de nacionalização aprovado um ano antes pelo GEIA, Grupo Executivo da Indústria Automobilística, no fim de 1956.

1959

Em 10 de março é inaugurada oficialmente a segunda fábrica da General Motors do Brasil, em São José dos Campos, com a presença do presidente Juscelino Kubitschek.



É lançada a primeira picape nacional, Chevrolet 3.100, mais tarde chamadas de C14 e C15.

1961

GM lança derivados da picape 3.104: o furgão Corisco, a cabine dupla Alvorada e a cabinada Amazona para até sete passageiros, dando origem aos veículos que décadas depois seriam chamados SUV.

1964

GM lança nova linha de caminhões e picapes. Em

outubro estreia a caminhonete C-1416, rebatizada Veraneio a partir de 1969.

1968

Em 19 de novembro, no 6º Salão do Automóvel de São Paulo, GM lança seu primeiro automóvel produzido no Brasil, o sedã Chevrolet Opala, baseado no Opel Rekord com mecânica de Chevrolet Impala.

1971

Lançadas novas versões do Opala com nova grade dianteira, incluindo o cupê de duas portas com traseira fastback e opção esportiva SS.

1973

É lançado o Chevette, primeiro carro pequeno da marca, baseado no Opel Kadett europeu, produzido na primeira linha de produção de automóveis de São José dos Campos.

1974

Em 15 de julho entra em operação o Campo de Provas da Cruz Alta, em Indaiatuba, SP, na antiga fazenda de 11,3 milhões de m2 comprada pela GM em 1972.

1975

Reformulação da linha Opala com lançamento da versão station wagon Caravan.

1978

Chevette ganha sua primeira reestilização e Opala recebe novo desenho dianteiro e traseiro.

**1979**

GM começa a vender picapes A10, seu primeiro veículo a álcool, que em 1980 ganha a companhia de Opala e Chevette movidos pelo biocombustível.

1980

GM soma 2 milhões de veículos produzidos no Brasil.

1982

Em 13 de maio a GM lança o Chevrolet Monza, primeiro carro global produzido no Brasil, vendido sob nove nomes e marcas do grupo. O carro foi produzido em diversas versões até 1996.

1988

Em 2 de fevereiro é inaugurado o Centro Tecnológico em São Caetano do Sul, que nos anos 2000 se transformaria em um dos centros mundiais de desenvolvimento da companhia.

1989

Em abril é lançado o Kadett brasileiro. Em outubro é a vez da station wagon média derivada Ipanema.

1991

Em abril a GM deixa de produzir o seu mais icônico carro brasileiro, o Opala, que sai de linha após 23 anos e quase 1 milhão de unidades vendidas.



A última reestilização do modelo ocorreu em 1990.



Em setembro chega o Omega para ocupar o lugar de Chevrolet mais moderno e sofisticado da País.

1992

A GM ingressa no segmento dos carros populares 1.0 com o Chevette Júnior.

1993

O Vectra é lançado em 2 de outubro com 60% de nacionalização.

Em novembro sai de linha o Chevette, após 1,6 milhão unidades produzidas em vinte anos. A GMB chega a 5 milhões de veículos fabricados no País.

1994

Em fevereiro é lançado o Chevrolet Corsa. A linha de montagem do Kadett e da Ipanema é transferida de São José dos Campos para São Caetano do Sul, para aumentar a produção do Corsa na unidade do Vale do Paraíba.

1995

Começa a era dos investimentos bilionários no País: é anunciado programa de US\$ 2 bilhões de 1995 a 1998, que incluiu a nova fábrica de Gravataí, RS.



Em março a GMB lança a Chevrolet S10, sua primeira picape média produzida no Brasil. Em outubro a empresa apresenta dois derivados, a cabine estendida e o SUV Blazer.

Aumenta a família Corsa: a versão picape chega em maio, com design traseiro

desenvolvido no Brasil, para substituir a Chevy 500, derivada do Chevette, descontinuada em 1993. Em 11 de novembro é apresentado o Corsa Sedan, anos depois rebatizado Classic. GMB lança marca de caminhões GMC e tira de linha os três últimos modelos Chevrolet.

1996

Em 21 de fevereiro é apresentada a segunda geração do Vectra, que trouxe ao Brasil novidades

tecnológicas como ABS, airbags frontais e controle do som no volante, com estreia do uso de módulos pré-montados por sistemistas e adição de mais oitenta robôs às linhas de produção de São Caetano.

GMB soma exportação de 500 mil em vinte anos.

No dia 5 de março é inaugurado o novo CDP, Centro de Distribuição de Peças, em Sorocaba, SP.

Em agosto chega ao fim a produção de Monza, Kadett GSi e Suprema, versão station wagon do Omega.

**A TE CONNECTIVITY PARABENIZA
OS 100 ANOS DA GM NO BRASIL
E EXPRESSA SEU AGRADECIMENTO
PELA PARCERIA DE MAIS DE 50 ANOS.**



te.com
EVERY CONNECTION COUNTS



1997

Anunciada a escolha de Gravataí para sediar a terceira fábrica de montagem de veículos da GM no Brasil.



Em março é apresentada a picape de grande porte Silverado, com duas versões diesel e uma a gasolina, que foi montada inicialmente em Córdoba, Argentina, e a partir de 2000 em São José dos Campos.

1998

Lançado o Corsa Super Sedan, o primeiro sedã quatro portas com motor 1.0.

Encerra-se a produção do Omega e do Kadett em São Caetano do Sul. GM começa a importar o novo Omega CD da Holden, da Austrália.

Em 27 de setembro é lançado o novo Astra hatchback três portas fabricado no Brasil em substituição ao Astra importado da Bélgica desde 1995. Cinco meses depois, em fevereiro de 1999, é lançado o Astra sedã.

**1999**

Em 5 de novembro é inaugurada a fábrica de estampados e soldados de Mogi das Cruzes, SP.

2000

Inaugurada a fábrica de Gravataí e seu sistema de condomínio industrial com dezessete fornecedores ao lado da linha de produção. Em 2 de setembro é lançado o primeiro carro da unidade, o subcompacto Celta.

2001

A GMB encerra a fabricação de caminhões GMC e da picape Silverado em São José dos Campos, abandonando o segmento de veículos comerciais pesados no qual iniciou sua operação no País e o liderou por décadas. Marca de 1 milhão de unidades exportadas desde 1974. Lançada a primeira geração do Tracker, então um Suzuki Grand Vitara estilizado como Chevrolet produzido em Rosário, Argentina.



Começa a produção nacional do Zafira em São José dos Campos, único monovolume em sua categoria com sete lugares.

2002

Corsa Sedan é relançado no país como Corsa Classic. Lançada a segunda geração do Corsa produzida em São José dos Campos, nas configurações hatch cinco portas e sedã quatro portas.



Lançado em agosto o monovolume compacto Meriva, sob plataforma Opel e trabalho da engenharia brasileira da GM.

2004

Mais investimentos: a GM aporta mais US\$ 240 milhões para ampliar Gravataí e US\$ 500 milhões para lançar uma nova geração do Vectra. Pela primeira vez a Chevrolet é a marca líder de vendas no País, ultrapassando Fiat e Volkswagen. Voltou ao segundo lugar em 2005.



Lançada picape compacta Montana 1.8 Flexpower, derivada do novo Corsa e desenvolvida no Brasil, primeiro Chevrolet a usar motor bicomcombustível gasolina-etanol.

2005

GMB é escolhida para sediar um dos cinco centros de desenvolvimento da companhia no mundo, especializado em picapes médias e modelos mais baratos para países emergentes. Motorização Flexpower é estendida ao Celta 1.0 e Zafira 2.0, e ao Classic no ano seguinte. Assim toda a linha Chevrolet no Brasil passa usar motores flex.



Lançada terceira geração do Vectra produzido no País.

2006



A fábrica de Gravataí começa a produzir nova geração do Celta e o Prisma, sedã desenvolvido pela GM no Brasil.

2007

GMB é uma das dez maiores empresas instaladas no Brasil, com mais de 10 milhões de veículos produzidos desde a primeira picape nacional, em 1958. Fabricante também é o segundo maior exportador de veículos, com faturamento de US\$ 1,6 bilhão em produtos

exportados para mais de quarenta países. Anunciado investimento de US\$ 500 milhões no Brasil e na Argentina para o projeto Viva, que deu origem ao Agile, além da duplicação do Centro Tecnológico de São Caetano e estabelecimento de novas pistas e laboratórios no Campo de Provas da Cruz Alta, em Indaiatuba.

É lançado o Vectra GT, versão hatch do modelo, com partes traseiras importadas da Europa.

2008

Fábrica de Gravataí alcança o primeiro milhão de veículos produzidos. É lançado o SUV compacto Captiva, importado do México.



Gestamp



Líder global no desenvolvimento de **soluções tecnológicas** de engenharia de alto desempenho para componentes metálicos automotivos.

TECNOLOGIA
DE PONTA

VEÍCULOS
LEVES E
SEGUROS

COMPROMISSO
COM O MEIO
AMBIENTE

Há mais de 20 anos transformando a mobilidade do futuro, em parceria com a **General Motors**.

2009

Em meio à recuperação judicial da matriz, nos Estados Unidos, a GMB anuncia mais um programa de investimento: US\$ 2 bilhões para o desenvolvimento e lançamento de dois novos veículos a serem produzidos até 2012 em Gravataí, o Projeto Onix.



Em 6 de outubro é lançado o Agile, carro do Projeto Viva, produzido em Rosário, Argentina.

2010

GM importa dos Estados Unidos o sedã Malibu e o esportivo Camaro.



Em setembro é lançada a nova picape Montana, desta vez derivada do Agile.

2011

Anunciado investimento de R\$ 5 bilhões para nova fábrica de motores em Joinville, SC, e desenvolvimento de novos veículos da plataforma GEM, Global Emerging Markets. Encerrada produção de Vectra e Astra.

Em setembro a GM do Brasil lança o sedã Chevrolet Cruze, veículo global desenvolvido na Coreia do Sul.



Em novembro é lançado o sedã Cobalt, totalmente desenvolvido no Brasil.

**2012**

Lançada a nova geração da picape S10, projetada e desenvolvida pela engenharia da GM no Brasil, assim como o utilitário esportivo derivado Trailblazer, ambos produzidos em São José dos Campos. Chega ao mercado o Cruze Sport6, versão hatch do modelo fabricado em São Caetano, que também começa a produzir o monovolume Spin.



Gravataí alcança a marca de 2 milhões de veículos produzidos e começa a fabricar o hatch Onix, substituto do Corsa, que inaugura sistema MyLink de conexão com o smartphone para espelhamento na tela do carro.

2013

Inaugurada a fábrica de motores de Joinville. Fim da produção da linha Corsa e de automóveis em São José dos Campos.



Após o fim da produção do modelo baseado no Celta, em 2012, é lançado o novo Prisma, sedã agora derivado do Onix, fechando o ciclo de renovação completa de todo o portfólio de produtos da GM no País.

2014

GMB chega a 6 milhões veículos produzidos aqui e anuncia o maior plano de investimento de sua história no País, de R\$ 6,5 bilhões no quinquênio 2014-2018. No ano seguinte a companhia dobrou o valor para R\$ 13 bilhões no período.

2015

Onix torna-se o carro mais vendido do País, ultrapassando o Fiat Palio. GM lança o sistema de conectividade OnStar para seus carros no Brasil.

2016

Com bom desempenho de Onix e Prisma GM lidera o mercado brasileiro de veículos, posição que assegura por cinco anos, até 2020. Primeira reestilização do Onix produzido em Gravataí. Modelo antigo, rebatizado Joy, segue em produção em São Caetano como opção de entrada.

2016

Cobalt ganha novo design. Nova geração do Cruze passa a ser produzida em Rosário, Argentina.

2017

GM começa a importar do México o SUV médio Equinox.

2018

GM soma 15 milhões de veículos vendidos no Brasil e anuncia vinte lançamentos no Mercosul até 2022.



Spin é relançada com novo design.

2019

Com perdas de US\$ 900 milhões no Mercosul GM ameaça fechar fábricas no Brasil. Com programa de descontos do ICMS do governo de São Paulo a empresa anuncia investimento de R\$ 10 bilhões em suas fábricas paulistas até 2024. Fábrica de São Caetano entra em obras para produzir novo SUV compacto Tracker. Começa a importação do elétrico Bolt.

2019

Lançada terceira geração do Onix, totalmente reformulada e com novos motores turbo produzidos em Joinville.

2020

Fábricas são paralisadas por causa a pandemia de covid-19 e investimentos são cancelados. Cobalt sai de linha após nove anos.



É lançado o Tracker produzido em São Caetano.

2021

Em março fábrica de Gravataí para pelos cinco meses seguintes afetada pela falta de semicondutores. Com a produção paralisada dos seus campeões de vendas Onix e Onix Plus empresa perde a liderança de vendas no País.

2022

Investimentos são retomados. São Caetano finaliza obras de para produzir, em 2023, a nova geração da picape Montana.

2023

O Campo de Provas da Cruz Alta é validado para testar e homologar carros elétricos. GM anuncia que vai importar os elétricos Bolt EUV, Blazer e Equinox.

2024

GM anuncia novo programa de investimento no Brasil, de R\$ 7 bilhões no período 2025-2028, para produzir novos veículos em todas as fábricas brasileiras, incluindo dois modelos híbridos flex a partir de 2026.



Spin remodelado é lançado sem mudanças mecânicas.



Lançada a quarta geração da picape S10 e do SUV Trailblazer, projetados no Brasil com novo motor 2.8 turbodiesel de 207 cv.

Lançada nova geração do SUV Equinox, com versões elétrica e a gasolina.

2025

GM comemora 100 anos de operação no Brasil com a produção de quase 20 milhões de veículos, promete aporte adicional de investimentos, anuncia cinco lançamentos no ano do centenário e dez modelos eletrificados até 2028.

UM SÉCULO DA GM NO BRASIL É INSPIRADOR PARA TODA INDÚSTRIA AUTOMOTIVA

Uma das maiores fabricantes brasileiras de autopeças, a WHB Automotive, saúda a primeira montadora a atuar no Brasil

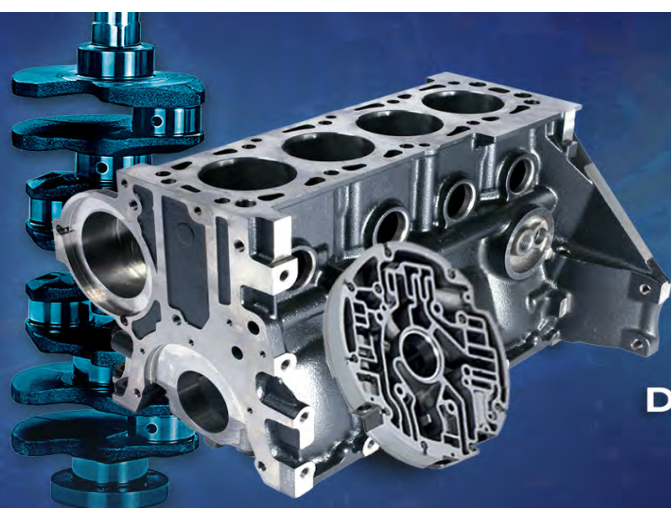


Magaly Hübner Busato,
CEO da WHB

A WHB Automotive se une ao mercado nacional e internacional para parabenizar a General Motors do Brasil pelo seu centenário de atuação no País, completado em 2025. “Um século de história não apenas consolida a GM como uma das maiores referências do setor automotivo, mas também reforça seu papel como agente transformador e inspirador da indústria, da economia e da mobilidade brasileira”, comenta Magaly Hubner Busato, CEO da empresa que tem sede em Curitiba, PR.

De acordo com Luiz Friedrich, diretor comercial da WHB Automotive, “desde sua chegada ao Brasil em 1925, a GM construiu uma trajetória marcada por inovação e resiliência. Foi a primeira montadora a estabelecer uma fábrica no País, em São Paulo, e desde então liderou grandes inovações tecnológicas, como a introdução de veículos flex fuel e o compromisso com a eletromobilidade. Modelos icônicos, como o Chevrolet Opala, Celta e Onix, tornaram-se símbolos de qualidade e conexão com o público brasileiro”.

Para Friedrich, “é uma honra fazer parte dessa extraordinária jornada da GM no País. Há décadas, unimos esforços com a GM do Brasil para desen-



WHB

AUTOMOTIVE

**CELEBRA OS 100 ANOS
DA GENERAL MOTORS NO BRASIL.**

volvermos e fornecermos componentes de alta precisão à fabricante”. O executivo comenta que essa colaboração transcende o aspecto comercial: “é uma relação baseada em valores compartilhados,



como inovação, responsabilidade com qualidade e prazos além de inabalável compromisso com o futuro”.

Segundo Magaly Hubner Busato, “muito mais que um cliente de grande porte, a GM é uma inspiração para toda cadeia automotiva nacional pois seus 100 anos demonstram que é possível aliar tradição e visão de futuro. Valores que perseguimos rigorosamente aqui na WHB”.

A profícua parceria entre GM e WHB com sinergia colaborativa entre as áreas de engenharia das duas empresas sempre resultou em soluções confiáveis e eficientes para os veículos que a marca desenvolve e produz no Brasil. “Estamos orgulhosos de contribuir com nossa expertise para projetos que moldam a mobilidade”, destaca Friedrich.

Com mais de 30 anos de atuação no Brasil, a WHB reforça seu compromisso com essa parceria estratégica e parabeniza toda a equipe GM por esse importante marco na história da indústria automotiva nacional. “Que os próximos 100 anos sejam tão inovadores e revolucionários quanto os primeiros, com estradas abertas para novas e grandes conquistas” complementa Magaly, CEO da empresa.

Mais perdedores do que vencedores

Com Strada à frente Fiat lidera vendas pelo quarto ano consecutivo



Divulgação/Fiat

Normalização do mercado provoca mudanças na lista de marcas e veículos mais vendidos, com crescimento concentrado em vendas diretas, produtos mais baratos e modelos importados chineses

Por Pedro Kutney

Em 2024 foi consolidada a recuperação do mercado brasileiro de veículos leves, após dois anos de oferta reduzida, em 2021 e 2022, por falta de componentes eletrônicos que paralisou linhas de produção, e de 2023 com queda de demanda que foi parcialmente compensada pelo programa de descontos patrocinado pelo governo federal. Já no ano passado oferta e demanda flutuaram em níveis mais normais. Com pleno emprego, aumento de renda e crédito disponível as vendas surpreenderam e cresceram 14%, bastante acima das projeções iniciais, fechando doze meses com quase 2,5 milhões de automóveis e comerciais leves emplacados.

Mas desta vez boa parte do crescimento ficou concentrado nos modelos nacionais mais baratos, nas vendas diretas e nos carros híbridos e elétricos importados da China por BYD e GWM, provocando muitas subidas e descidas nas listas de marcas e de veículos mais vendidos, que tiveram mais perdedores do que vencedores.

Das dez marcas mais vendidas de veículos leves, que representaram 87% das vendas no Brasil em 2024, duas, GM/Chevrolet e Jeep, foram as únicas duas que anotaram quedas de volumes com relação a 2023. Outras quatro, Fiat, Hyundai, Toyota e Renault, tiveram crescimentos abaixo da média de expansão do mercado, de 14%. Apenas quatro fabricantes registra-

ram percentuais acima deste: Volkswagen, Honda, Nissan e BYD. Destas dez seis perderam participação de mercado e quatro ganharam.

Com estas variações as três maiores fabricantes do País – pela ordem Fiat, Volkswagen e General Motors – reduziram seu domínio do mercado brasileiro de 52,7% em 2023 para 49,8% em 2024, mas conseguiram se sustentar no pódio do ranking de vendas.

Daí para baixo tudo mudou. A Hyundai subiu à quarta colocação, ultrapassando a Toyota, que desceu à quinta. A Renault escalou um degrau, foi para o sexto, trocando de lugar com a Jeep, que baixou para o sétimo. Também trocaram posições Honda e Nissan, agora respectivamente em oitavo e nono no ranking.

E o décimo posto tem uma nova integrante, a BYD, que galgou cinco posições de um ano para outro, vendendo somente carros eletrificados importados da China, e empurrou para fora da lista das dez mais vendidas marcas com produção nacional como Caoa Chery, Ram, Peugeot, Citroën e Mitsubishi.

SÓ SUVs E PICAPES AVANÇAM

Dentre os vinte veículos mais vendidos de 2024 cinco registraram quedas de volumes com relação a 2023, oito ob-

servaram crescimento abaixo da média de 14% e apenas sete avançaram mais do que isto – dentre estes estão duas picapes e quatro SUVs, representando os dois segmentos que mais cresceram em 2024.

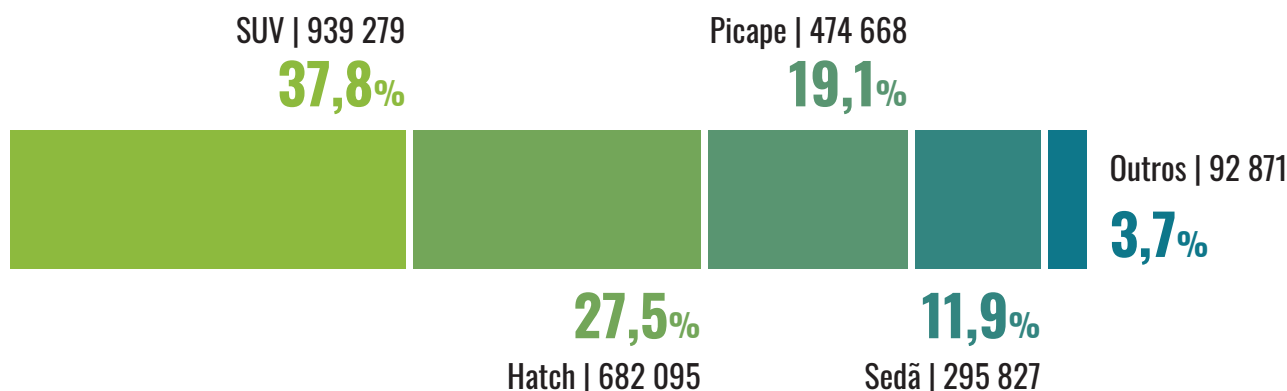
Dos quatro maiores segmentos de veículos leves do mercado brasileiro, em 2024, SUVs e picapes cresceram acima da média e seguiram ganhando participação de mercado, enquanto hatches e sedãs continuaram a encolher suas fatias com avanços abaixo da média geral.

A maior porção segue sendo dominada pelos SUVs, com 939,3 mil emplacamentos em 2024 e crescimento de 20%, 6 pontos acima da média, o que garantiu aumento de 1,9 ponto percentual na participação de mercado, para 37,8%, com liderança do VW T-Cross, seguido por Chevrolet Tracker e Hyundai Creta.

O segmento de hatches, embora tenha perdido quase 1 ponto de participação, que baixou para 27,5% em 2024, ainda ocupa segunda maior porção do mercado, com crescimento de 10,1% no ano passado, somando 682,1 mil vendas, embaladas por modelos como VW Polo, Chevrolet Onix, Hyundai HB20 e Fiat Argo, que ocuparam as quatro primeiras posições no segmento de carros de passeio mais vendidos do ano passado.

SUVs aumentam domínio em 2024

Participação e unidades vendidas por segmento



Com bons desempenhos de modelos leves de volume como Fiat Strada e VW Saveiro as picapes continuaram a ganhar terreno em 2024, com 474,7 mil unidades, crescimento de 17,7% e expansão da participação de mercado em 0,6 ponto, para 19,1%.

O desempenho dos sedãs é o pior: 295,8 vendas, quase o mesmo número de 2023, com avanço insignificante de 0,7% e perda de 1,6 ponto de participação, que declinou para 11,9%.

FIAT SEGUE LÍDER

No topo do ranking a Fiat, marca do Grupo Stellantis, segue soberana pelo quarto ano consecutivo, com 521,3 mil vendas em seu maior mercado do mundo. Única que vendeu mais de 500 mil veículos manteve folgada margem de 121 mil unidades à frente da Volkswagen, segunda colocada. No entanto as vendas da marca cresceram 9,6%, abaixo da média do mercado, o que custou perda de 0,8 ponto percentual de participação, baixando para 21%.

Sem muitos lançamentos relevantes no ano a Fiat conseguiu sustentar sua liderança graças às vendas diretas para frotistas, locadoras, pequenos empresários e pessoas com deficiência, assim como o seu programa de assinaturas da Flua!, que oferece locações de um a três anos dos modelos Strada, Argo, Fastback e Pulse. Estes canais somados absorveram 62% dos Fiat faturados em 2024, com destaque para a líder Strada, com 65% de vendas diretas, e os hatches Argo, com 69%, e Mobi, com 82% – este último muito vendido para frotistas e locadoras.

Com isto a marca colocou cinco produtos na lista dos vinte mais vendidos do ano: Strada em primeiro, Argo em quinto, Mobi em nono, Toro em décimo-sexto e Fastback em vigésimo. A picape Strada, líder de vendas do País também pelo quarto ano consecutivo, registrou crescimento anual acima da média de quase 20% com 144,7 mil unidades, aumentando sua participação no mercado total para 5,8%.

Outro bom desempenho foi registrado pelo Argo, segundo Fiat mais vendido do

As 10 marcas mais vendidas de 2024

● Estabilidade | ● Queda | ● Crescimento

| Posição | | Marca | Emplacamentos | Variação % 2023/2024 | *Participação % 2024* | Diferença sobre 2023** |
|---------|------|--------------|---------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------|
| 2024 | 2023 | | | | | |
| 1 | 1 | Fiat | 521 282 | 9,6 | 21,0 | -0,8 |
| 2 | 2 | Volkswagen | 400 414 | 16,1 | 16,1 | 0,3 |
| 3 | 3 | GM/Chevrolet | 314 956 | -4,0 | 12,7 | -2,4 |
| 4 | 5 | Hyundai | 206 029 | 10,6 | 8,3 | -0,3 |
| 5 | 4 | Toyota | 203 793 | 6,0 | 8,2 | -0,6 |
| 6 | 7 | Renault | 139 288 | 10,3 | 5,6 | -0,2 |
| 7 | 6 | Jeep | 121 287 | -4,5 | 4,9 | -0,9 |
| 8 | 9 | Honda | 91 450 | 26,9 | 3,7 | 0,4 |
| 9 | 8 | Nissan | 87 434 | 20,5 | 3,5 | 0,2 |
| 10 | 15 | BYD | 76 811 | 328,2 | 3,1 | 2,3 |

Fonte: Fenabrave / * Participação sobre total de vendas de veículos leves novos em 2024 / ** Diferença em pontos percentuais sobre 2023



Polo, segundo veículo mais vendido de 2024, garante segunda posição à Volkswagen

País, que teve o maior crescimento de vendas, de 36,6%, dentre os vinte veículos mais vendidos do ano.

VW CRESCE, GM CAI

As outras duas integrantes do pódio do mercado brasileiro de veículos leves tiveram desempenhos opostos: a Volkswagen manteve sua segunda colocação, capturada da GM em 2023, com o maior crescimento de vendas das três grandes, enquanto a concorrente, com a marca Chevrolet, foi das poucas a registrar queda, mas se sustentou na terceira colocação.

As vendas da Volkswagen avançaram 16% sobre 2023, sendo a única a emplacar pouco mais de 400 mil carros, o segundo maior volume da fabricante nos últimos dez anos, só abaixo dos 411 mil de 2019. O resultado rendeu pequeno ganho de 0,3 ponto em sua participação de mercado, que fechou 2024 em 16,1%. Com este desempenho, pelo segundo ano consecutivo, o Brasil continuou sendo o terceiro maior mercado da marca no mundo, atrás de China e Alemanha.

As vendas diretas também tiveram papel fundamental no resultado da Volkswagen em 2024, com participação de 61,7% nas vendas. O Polo – principalmente a versão de entrada Track – foi o hatch mais vendido e o segundo veículo mais vendido no País, reduzindo a distância da Fiat Stra-

da para apenas 4,5 mil unidades, e assim puxou o desempenho da empresa com 140,2 mil vendas, crescimento expressivo de 26% sobre 2023 graças ao aumento das suas vendas diretas, que lideraram esta modalidade em 2024 com 68% de suas vendas por este canal.

Também fez bem à Volkswagen a renovação do T-Cross, o primeiro dos dezesseis lançamentos prometidos pela fabricante até 2038, dentro do pacote de investimento de R\$ 16 bilhões. O T-Cross foi o SUV mais vendido do País, terminando 2024 na sexta colocação geral, com crescimento das vendas de 15,5%.

Além destes dois modelos a Volkswagen colocou outros dois na lista dos vinte mais vendidos de 2024, com destaque para o desempenho da picape Saveiro, que subiu seis posições no ranking e terminou o ano na décima-terceira posição, com crescimento nas vendas de 22,3%, o terceiro maior percentual da lista. Já o SUV-cupê Nivus caiu um andar, para o décimo-quarto, com crescimento menor de 7,3%, devido principalmente à renovação do modelo ocorrida só no último trimestre. As perspectivas são boas: com o lançamento de mais um SUV de entrada em 2025, o compacto Tera, a fabricante pode ter um ano ainda melhor.

Já a GM, sem lançamentos relevantes por ora, evitou vendas de baixa rentabi-

lidade a locadoras e foi das poucas que registraram queda de vendas em 2024, ainda que pequena, de pouco menos de 4% sobre 2023. Ainda assim manteve a terceira posição do mercado – para onde desceu em 2023 após perder a vice-liderança para a Volkswagen –, com quase 315 mil vendas, mas foi a que mais perdeu participação, 2,4 pontos, baixando sua cota para 12,7%.

O desempenho mais fraco da GM pode ser explicado pela menor participação nas

vendas diretas, que representaram 48,7% de seus emplacamentos em 2024, em linha com a média do mercado e bastante abaixo dos principais concorrentes.

No ano passado três modelos Chevrolet integraram a lista dos vinte veículos mais vendidos do País: o Onix se manteve na terceira posição, com queda de 4,5% nas vendas, seguido pelo SUV Tracker, que teve o menor crescimento da tabela, de 4,2%, mas o suficiente para subir

Os 20 veículos mais vendidos de 2024

● Estabilidade | ● Queda | ● Crescimento

| Posição | | Modelo | Emplacamentos | Variação % 2023/2024 | *Participação % 2024* | Diferença sobre 2023** |
|---------|------|---------------------|---------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------|
| 2024 | 2023 | | | | | |
| 1 | 1 | Fiat Strada | 144 684 | 20,0 | 5,8 | 0,3 |
| 2 | 2 | VW Polo | 140 177 | 26,0 | 5,6 | 0,5 |
| 3 | 3 | Chevrolet Onix | 97 503 | -4,4 | 3,9 | -0,8 |
| 4 | 4 | Hyundai HB20 | 97 079 | 9,2 | 3,9 | -0,2 |
| 5 | 8 | Fiat Argo | 91 139 | 36,6 | 3,7 | 0,6 |
| 6 | 7 | VW T-Cross | 83 990 | 15,5 | 3,4 | 0,0 |
| 7 | 9 | Chevrolet Tracker | 69 431 | 4,2 | 2,8 | -0,3 |
| 8 | 10 | Hyundai Creta | 69 116 | 5,0 | 2,8 | -0,2 |
| 9 | 6 | Fiat Mobi | 67 382 | -8,2 | 2,7 | -0,7 |
| 10 | 15 | Nissan Kicks | 60 455 | 19,1 | 2,4 | 0,1 |
| 11 | 5 | Chevrolet Onix Plus | 59 960 | -19,9 | 2,4 | -0,1 |
| 12 | 11 | Renault Kwid | 57 241 | -9,6 | 2,3 | -0,6 |
| 13 | 19 | VW Saveiro | 56 984 | 22,3 | 2,3 | 0,2 |
| 14 | 13 | VW Nivus | 55 924 | 7,3 | 2,3 | -0,1 |
| 15 | 18 | Jeep Renegade | 53 896 | 13,7 | 2,2 | 0,0 |
| 16 | 14 | Fiat Toro | 53 856 | 5,0 | 2,2 | -0,2 |
| 17 | 17 | Honda HR-V | 50 375 | 4,8 | 2,0 | -0,2 |
| 18 | 12 | Jeep Compass | 50 055 | -15,3 | 2,0 | -0,7 |
| 19 | 20 | Toyota Hilux | 50 010 | 8,2 | 2,0 | -0,1 |
| 20 | 24 | Fiat Fastback | 48 246 | 19,4 | 1,9 | 0,1 |

Fonte: Fenabreve / * Participação sobre total de vendas de veículos leves novos em 2024 / ** Diferença em pontos percentuais sobre 2023

do nono para o sétimo lugar e tornar-se o segundo SUV mais vendido, e o sedã Onix Plux registrou a maior retração de vendas do ranking, de 20%, e caiu para o décimo-terceiro posto, após ocupar a quinta colocação em 2023.

A PORÇÃO DE BAIXO

No mercado em que dez marcas dominaram 87% das vendas de veículos em 2024 as sete de baixo dividiram 37,3% das vendas, com a Hyundai à frente do bloco após tomar da Toyota a quarta posição, com 206 mil unidades mas em crescimento abaixo da média do ano, de 10,6%, perdendo 0,25 ponto de participação, que caiu para 8,3%.

A Hyundai também evitou vendas de baixo rendimento a locadoras. Dois de seus três carros produzidos em Piracicaba, SP, estão na lista dos vinte mais emplacados de 2024. O hatch HB20 manteve a quarta posição de 2023 com 97 mil vendas, crescimento de 9,2% e 55% das vendas feitas pela via do faturamento direto. Já o SUV Creta teve o design renovado, foi apresentado em outubro, e somado à antiga geração foi o oitavo veículo mais vendido do País, mas o primeiro em vendas de varejo nas concessionárias, que responderam por 81% dos negócios.

Com menos vendas diretas do que a Hyundai, sem lançamentos relevantes e vítima da redução significativa do segmento de sedãs médios no qual o Corolla ainda domina, a Toyota desceu ao quinto lugar do ranking mas perdeu o posto para a concorrente por apenas 2,3 mil unidades, vendendo 203,8 mil veículos em 2024, com pequeno crescimento de 6% sobre 2023 – o menor percentual da lista das dez principais marcas –, fechando o ano com participação de 8,2%.

A Toyota colocou apenas um modelo na tabela dos vinte mais emplacados, a picape Toyota Hilux, em décimo-nono lugar, enquanto o SUV Corolla Cross, apesar da renovação de design, ficou em vigésimo-primeiro, ainda à frente do sedã Corolla, em vigésimo-quarto, após mais de uma década figurando entre os dez automóveis mais vendidos do Brasil.



Divulgação/VW

Renovação fez bem ao VW T-Cross, que foi o SUV mais vendido de 2024

O relevante lançamento do SUV compacto Kardan, ainda no primeiro trimestre de 2024, não foi suficiente para impulsionar muito o desempenho da Renault – o modelo foi o trigésimo-quarto mais emplacado do ano passado. A greve que paralisou por quase um mês a fábrica de São José dos Pinhais, PR, logo após o início das vendas do SUV, impactou negativamente o resultado do ano. Mas ainda assim a fabricante passou a Jeep e subiu ao sexto lugar no ranking, com 139,3 mil emplacamentos, 58% deles por venda direta. O modelo melhor colocado da marca foi o popular Kwid, décimo-segundo mais vendido do País, mas o sétimo nas vendas ao consumidor por concessionárias.

A Jeep perdeu parte da força que vinha demonstrando nos últimos anos e perdeu uma posição no ranking, descendo à sétima. Na lista das dez mais vendidas foi uma das duas únicas marcas, ao lado da Chevrolet, que registraram queda de vendas em 2024. A Jeep vendeu 121,3 mil veículos no ano passado, retração de 4,5% sobre 2023, com perda de quase 1 ponto percentual de market share, que declinou para 4,9%. O velho Renegade, seu produto mais barato, ganhou sobrevida por ser o modelo mais vendido, subiu três degraus, para a décima-quinta colocação, enquanto o SUV médio Compass desceu cinco andares para o décimo-oitavo, anotando a segunda maior perda do ano, de 15,3% ante 2023.

Honda e Nissan, que negociam uma fusão global, já estão bem próximas no mercado brasileiro. As duas trocaram de lugar no ranking em 2024, mas ambas tiveram bom desempenho, acima da média do mercado.

A Honda ganhou força com seus produtos e subiu de nono para o oitavo lugar, especialmente por causa dos modelos fabricados em Itirapina, SP – a linha City, hatch e sedã, e o HR-V –, que passaram por renovações e foram responsáveis por 98% das suas 91,4 mil vendas em 2024, em crescimento de expressivos 26,9% sobre 2023. O HR-V, décimo-sétimo veículo mais vendido do País, sozinho, foi responsável por 55% do volume. O novo WR-V, com produção nacional programada para o segundo semestre, promete impulsionar mais as vendas da Honda em 2025.

Já a Nissan, com apenas um produto fabricado em Resende, RJ, o Kicks, e em fase de lançamento da sua nova geração, desceu para a nona posição do ranking mas registrou crescimento das vendas de 20,5%, acima da média do ano. O Kicks representou 69% das 87,4 mil vendas da marca em 2024.

O FENÔMENO BYD

Com política comercial agressiva e mais de uma dúzia de veículos importados da China à venda no Brasil, todos plug-in elétricos e híbridos, a BYD foi o grande fator de disrupção do mercado em 2024. Aproveitando-se da redução de imposto de importação para modelos eletrificados lançou carros com preços mais acessíveis e em apenas dois anos decolou como foguete.

No ano passado, com 76,8 mil emplacamentos – 10 mil só em dezembro –, a BYD bateu recorde de crescimento: 328% em comparação com 2023. Assim entrou para a lista das dez marcas de veículos mais vendidas do País, na décima posição, com participação de 3%, ganho de 2,3 pontos sobre o ano anterior.

A BYD é a grande responsável pela expansão das vendas de carros chineses no Brasil, em 2024 foi responsável por 64%



O novo Hyundai Creta: carro mais vendido no varejo em 2024.

das 120,3 mil unidades da China vendidas no País. E igualmente a marca é a maior vendedora de modelos eletrificados plug-in no mercado brasileiro, dominando 63% das vendas: um a cada quatro híbridos plug-in e sete a cada dez elétricos vendidos são da BYD.

O ritmo forte deve continuar pelos próximos meses, pois a empresa investiu R\$ 10 bilhões para formar estoques antes do aumento do imposto de importação, em julho de 2024, e vem oferecendo descontos de mais de R\$ 20 mil em alguns modelos para pronta-entrega. Hoje ainda deve ter mais de 40 mil unidades estacionadas prontas para encontrar um dono no Brasil.

E para 2025, ainda no primeiro trimestre, está previsto o início da montagem nacional, em Camaçari, BA, de kits importados dos carros mais vendidos da BYD no País, o elétrico Dolphin Mini e o híbrido plug-in Song Pro.

DESTAQUES FORA DA TABELA

Também chamam a atenção, para o bem e para o mal, alguns desempenhos de marcas que ficaram de fora da tabela das dez mais vendidas de 2024, dividindo apenas 13% do mercado brasileiro. Olhando para os maiores crescimentos do ano nesta faixa outras duas marcas chinesas, Chery e GWM, tiveram os desempenhos mais notáveis.

A Caoa Chery, com seus carros montados pelo Grupo Caoa em Anápolis, GO,

cresceu 93,5%, com 60,9 mil unidades e ganho de 1 ponto porcentual de market share, que subiu para 2,4%, garantindo o décimo-primeiro lugar no ranking, com impulso das vendas de versões mais baratas dos SUVs Tiggo 5X e 7.

Já a GWM subiu três degraus no ranking de 2023 para 2024, terminando o ano na décima-quinta posição dentre as mais vendidas, mas com vistoso crescimento de 154,5% sobre o ano anterior. Aproveitando-se da redução do imposto de importação sobre modelos eletrificados vende atualmente apenas dois modelos importados da China, o elétrico Ora 03 e o híbrido mais vendido do País, o Haval H6 – que deverá ter sua montagem iniciada em Iracemápolis, SP, no segundo semestre. O SUV foi responsável por 78,4% das 29,2 mil vendas da GWM, que assim garantiu seu lugar ao sol no mercado brasileiro, com participação de 1,2%.

Depois de fechar suas fábricas no País, em 2021, a Ford embalou ritmo de crescimento com modelos importados e fechou 2024 com vistosa expansão de 68,3% nas vendas, que somaram 48,3 mil unidades, 66% só da Ranger produzida na Argentina, que foi a quinta picape mais vendida no Brasil no ano passado e ajudou a marca a subir um degrau no ranking, para o décimo-segundo, com participação de 1,9%.

Pelo lado dos desempenhos negativos

chamam a atenção os resultados das marcas francesas do Grupo Stellantis, Peugeot e Citroën, que após a fusão da PSA com a FCA, em 2021, ensaiaram recuperação no mercado mas perderam força em 2024. A Citroën, mesmo após lançar três novos carros com os preços competitivos em seus segmentos, desceu duas posições para o décimo-terceiro lugar, com 33,9 mil vendas e pequeno crescimento de quase 5% sobre 2023, inferior à média do mercado.

Já a Peugeot, com produtos mais caros, mesmo após lançar a nova geração do SUV 2008 caiu do décimo para o décimo-sexto lugar no ranking e foi a marca que apresentou o desempenho mais sofrível, com 28 mil vendas, queda de quase 20% em comparação com o ano anterior.

Outra marca da Stellantis, a Ram foi bem melhor e confirmou seu rápido crescimento após o lançamento, no fim de 2023, de sua primeira picape projetada e produzida no Brasil, em Goiana, PE, a Rampage, que respondeu por 80% das 29,5 mil vendas, um robusto incremento de 74% ante 2023.

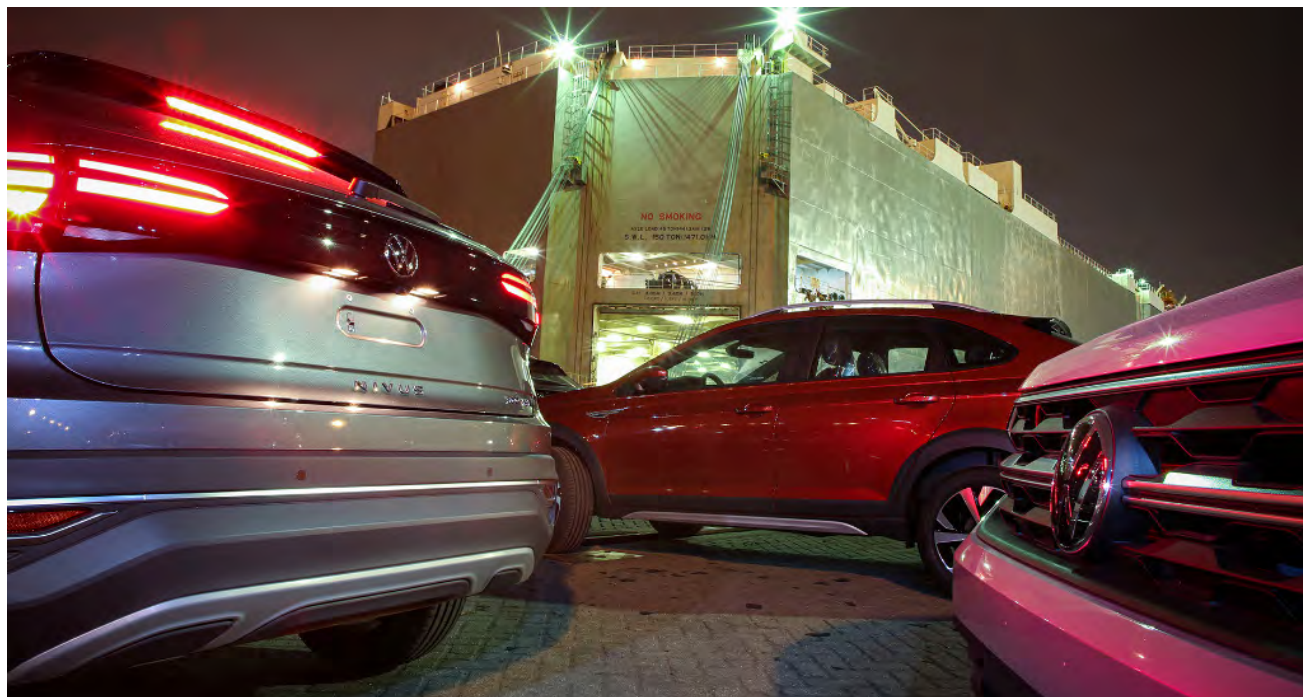
Embora tenha crescido acima da média do mercado em 2024, 18,8%, com 22,2 mil veículos vendidos, a maioria produzida pela HPE em Catalão, GO, a Mitsubishi seguiu perdendo posições no ranking, desceu mais três degraus no ano passado, figurando na décima-sétima posição. ■



Dolphin Mini, o BYD mais barato, ajudou a chinesa a multiplicar vendas de carros elétricos no Brasil

Divulgação/BYD

Argentina salva exportações, China afunda balança comercial



Em 2024 volume de veículos importados, puxados pelos chineses, superou o de exportados pela primeira vez em dez anos, o que aumenta ainda mais o déficit da conta externa do setor automotivo nacional

Por Pedro Kutney

O ano para as exportações brasileiras de veículos não foi tão ruim quanto se esperava: os embarques de 398,5 mil unidades representaram insignificante queda de 1,3% sobre 2023 e ficaram bem acima da projeção inicial dos fabricantes reunidos na Anfavea, que no meio de 2024 estimavam um tombo

bem maior, de 21%. O resultado melhor do que o esperado foi garantido por uma inesperada recuperação do mercado argentino no segundo semestre, mas foi insuficiente para compensar o aumento de 32,5% nas importações, para 466,5 mil unidades, embaladas pelo exponencial incremento de 186,4% nas vendas de car-

Maiores mercados dos veículos brasileiros

| Volumes exportados em milhares de unidades | | | | | |
|--|--------------|-----------|--------------|--------|--------------------|
| 2023 | | País | 2024 | | |
| Volume | Participação | | Participação | Volume | Variação 2023/2024 |
| 108,4 | 27% | Argentina | 40% | 160,2 | 47,8% |
| 127,8 | 32% | México | 24% | 95,5 | -25,3% |
| 31,6 | 8% | Uruguai | 10% | 38,7 | 22,5% |
| 34,4 | 9% | Colômbia | 8% | 33,8 | -1,7% |
| 27,1 | 7% | Chile | 4% | 19,3 | -28,8% |
| 11,9 | 3% | Paraguai | 3% | 11,7 | -1,7% |
| 62,7 | 16% | Outros | 10% | 39,1 | -37,8% |
| 403,9 | 100% | Total | 100% | 398,5 | -1,3% |

Fonte: Anfavea

ros chineses importados, todos híbridos e elétricos, ainda beneficiados por tarifas reduzidas. Com isto a balança comercial do setor foi para o buraco.

Pela primeira vez em dez anos o volume de veículos exportados pelo Brasil foi menor do que o de importados, 68 mil unidades a mais do que foi vendido ao Exterior pelo Brasil. A diferença acende

alerta na indústria e no governo brasileiro, pois aprofundou ainda mais o déficit da balança comercial do setor.

Segundo dados da Secex, Secretaria de Comércio Exterior, do MDIC, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, somente os veículos de passageiros foram responsáveis pelo sexto maior gasto do País com importações no ano passado,

As importações brasileiras de veículos

| Volumes importados em milhares de unidades | | | | | |
|--|--------------|-----------|--------------|--------|--------------------|
| 2023 | | País | 2024 | | |
| Volume | Participação | | Participação | Volume | Variação 2023/2024 |
| 219,9 | 62% | Argentina | 48% | 224,7 | 2,2% |
| 42,0 | 12% | China | 26% | 120,3 | 186,4% |
| 31,0 | 9% | México | 10% | 44,5 | 43,5% |
| 22,2 | 6% | Alemanha | 5% | 25,4 | 14,4% |
| 11,9 | 3% | Uruguai | 4% | 17,8 | 49,5% |
| 2,5 | 1% | Tailândia | 2% | 7,5 | 200% |
| 22,3 | 6% | Outros | 6% | 26,2 | 17,5% |
| 352,0 | 100% | Total | 100% | 466,5 | 32,5% |

Fonte: Anfavea



US\$ 8,3 bilhões, o item com o maior crescimento porcentual do ano, 43,2%, em valor que é o dobro das exportações brasileiras do mesmo produto, que somaram US\$ 4,3 bilhões, a décima maior receita com vendas externas do País, mas apenas 2,9% acima da registrada em 2023.

Para Márcio de Lima Leite, presidente da Anfavea, este foi um destaque perigoso de 2024 para a indústria: "Tivemos uma tempestade perfeita no comércio exterior, com excesso de importações, quase 500 mil veículos, e redução das exportações, o que causou um déficit para o setor pela primeira vez em dez anos. Isto ameaça os investimentos das empresas instaladas aqui, reduz a geração de empregos, prejudica nossa competitividade e a realização de pesquisa e desenvolvimento no País".

INVASÃO CHINESA

Somente os fabricantes da China, que têm no Brasil o seu segundo maior mercado do mundo, foram responsáveis pelo emplacamento de 120,3 mil veículos, ou 26% do total importado em 2024 – e 68% das importações de países fora do Mercosul e do México, que têm acordo comercial e são isentos de tarifa aduaneira. As vendas de modelos estrangeiros que vêm de fora do bloco regional, por causa dos chineses, deram longos saltos nos últimos anos: passaram de 17% do total de importados em 2022 para 25% em 2023 e chegaram a 38% no ano passado.

As importadoras chinesas foram lideradas por larga margem pela BYD, que sozinha emplacou 76,8 mil unidades, ou 64% dos veículos chineses emplacados no País, e em segundo e distante lugar pela GWM, que vendeu 29,2 mil unidades, ficando com outros 24,3% da fatia de modelos chineses vendidos aqui no ano passado. Ambas já confirmaram o início da montagem nacional de alguns de seus modelos ainda este ano, mas ao que tudo indica antes disso adotaram a estratégia de aproveitar até a última gota do imposto menor para lucrar com importações.

Por causa principalmente da expressiva ampliação da participação de veículos da China no mercado brasileiro o porcentual de importações de carros por empresas que não têm fábricas no Brasil, que era de 6% em 2022, dobrou nos dois anos seguintes, para 14% em 2023 e saltou para 28% em 2024.

Segundo calcula a Anfavea o volume de importações de veículos chineses é bem maior do que mostram os emplacamentos, isto porque as empresas adiantaram embarques para o Brasil antes da segunda etapa de aumento do imposto sobre elétricos e híbridos, em julho, e com isto entraram no País mais de 70 mil carros para formação de estoque e venda com preços menores. Somente a BYD confirmou que investiu R\$ 10 bilhões para formar estoques antes do aumento da alíquota e assim promoveu descontos de mais de R\$ 20 mil no fim de 2024 de modelos a pronta-entrega.

A Anfavea estimava, em janeiro, que ainda havia 54,6 mil veículos chineses estocados à espera de compradores brasileiros, o que aumenta o total de importações em 2024 para 521 mil unidades e o déficit comercial do ano, em unidades, para 122,5 mil.

PEDIDO DE PROTEÇÃO

Para Lima Leite o mercado brasileiro virou um campo de desova de carros da China porque o próprio país não consegue mais dar conta de seu excesso de produ-

ção – tem capacidade de produzir mais de 30 milhões de veículos/ano, consome algo como dois terços deste volume e exportou mais de 6 milhões em 2024. Europa e Estados Unidos já adotaram pesadas sobretaxações sobre os produtos chineses e o dirigente já propôs que o governo brasileiro faça o mesmo.

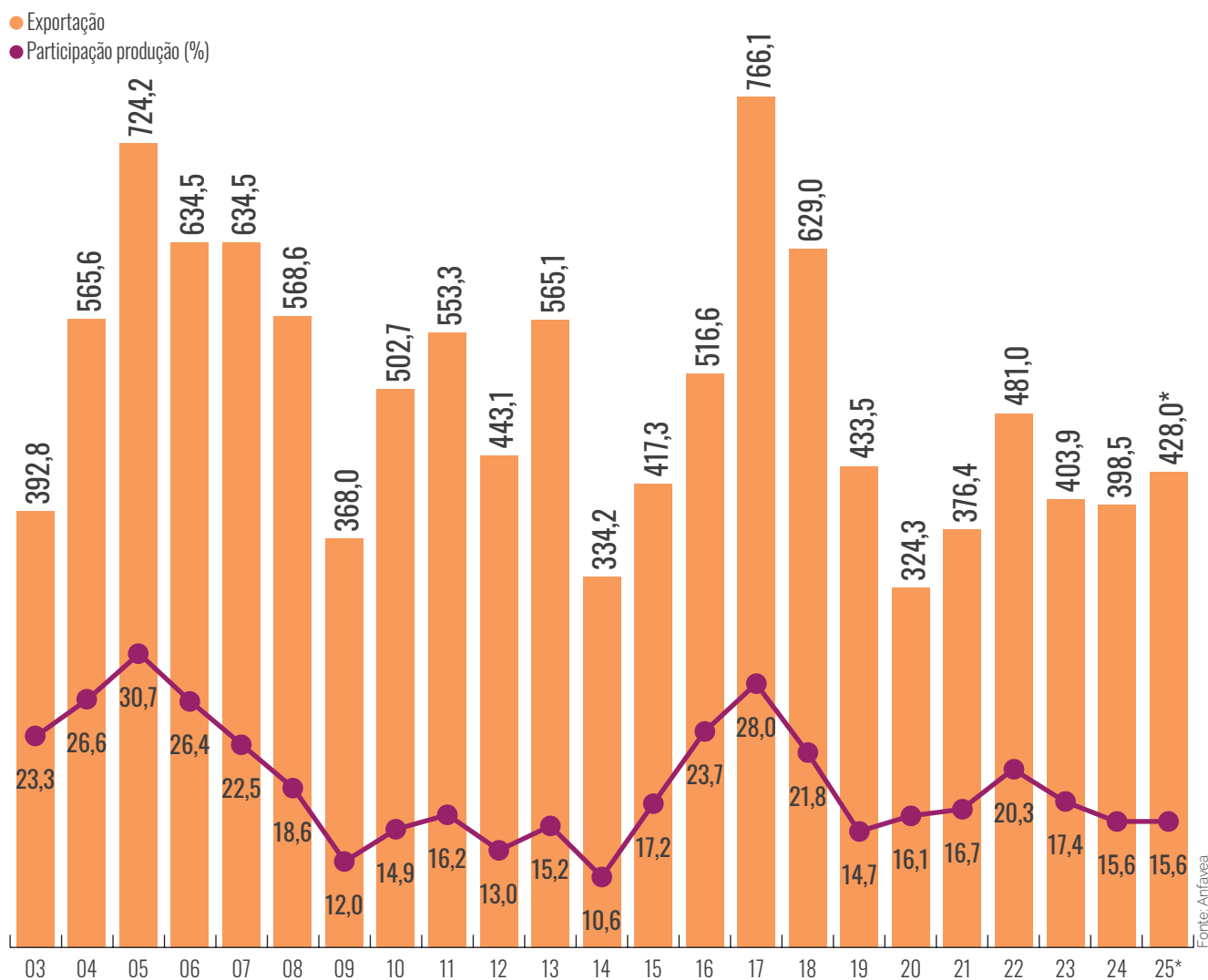
“Vemos velocidade muito grande de importações porque o Brasil não adota proteção, ao contrário do que estão fazendo outros países. As alíquotas [sobre elétricos e híbridos] estão muito baixas e causam desequilíbrio, por isto todo o

excesso de produção está vindo para cá”, afirma Lima Leite. “Não podemos aceitar esses volumes de importados que prejudicam nossa competitividade e ampliam o déficit fiscal do País, pois já geram uma renúncia fiscal de R\$ 6 bilhões, valor que poderia ser utilizado para gerar mais empregos e desenvolvimento.”

O presidente da Anfavea, no entanto, não esclarece como foi feita esta conta, que é difícil de fechar, tendo em vista que o volume vendido será menor se o imposto de importação for aumentado e os preços subirem, o que reduz a arrecadação.

Exportações seguem paradas

Em milhares de veículos | *Projeção Anfavea



Seja como for Lima Leite voltou a afirmar que, com esses dados na mão, a Anfavea já solicitou ao governo a retomada imediata da alíquota de 35% sobre elétricos e híbridos, que está programada para voltar a este nível somente em julho de 2026.

Pelos mesmos motivos, antevendo que as fábricas da BYD e da GWM começarão a produzir com quase todos os componentes importados, sem nenhuma obrigação de nacionalização, a Anfavea também pede ao governo a retomada integral do imposto de 35% para carros montados no País em regime de CKD, com partes totalmente desmontadas importadas, ou SKD, que chegam do Exterior semimontados.

Em 2022 o governo reduziu as alíquotas para os regimes de CKD e SKD a 16% e 18%, respectivamente. Lima Leite justifica: "Nós queremos priorizar o desenvolvimento de novas tecnologias no País, produzir aqui baterias e outros itens que hoje são importados, não podemos ficar dependentes de importações".

EXPORTAÇÕES ANDAM DE LADO

Enquanto pressiona o governo a taxar modelos elétricos e híbridos plug-in que nenhuma de suas associadas produz no Brasil a Anfavea vê as exportações andarem de lado, com os mesmos problemas de sempre: produtos de menor valor agregado e dependentes de pequenos mercados vizinhos que, quando não estão em crise, também começam a dar preferência a produtos chineses mais baratos.

Apesar do resultado melhor do que era esperado o desempenho externo dos fabricantes de veículos no Brasil segue sendo decepcionante, as 398,5 mil unidades exportadas representaram somente 15,6% da produção de 2,5 milhões, muito distante do passado recente quando este índice superava os 20% e chegou ao pico de 30%, em 2005.

Em 2024 pode-se dizer que as exportações foram salvas do nocaute pelo gongo, com a inesperada ajuda da Argentina, que teve uma surpreendente recuperação das compras no segundo semestre.

Na Argentina os veículos brasileiros levam vantagem porque os chineses ainda não conseguiram dominar o terreno, pois o país não tem capital para trazer carros de fora do Mercosul, o que acaba restringindo as trocas ao próprio bloco econômico com isenção de imposto de importação e empresas que mantêm operações industriais em ambos os lados da fronteira.

Com o aumento das exportações da China para o Brasil a Argentina reduziu de 62%, em 2023, para 48%, em 2024, sua participação nas importações brasileiras de veículos, mas na mão contrária a participação do país vizinho nas exportações do Brasil subiu de 27% para 40% e os embarques de 160,2 mil unidades para lá asseguraram crescimento de 47,8% sobre o ano anterior.

Outra expansão vistosa, de 22,5%, veio do Uruguai, que em 2024 ultrapassou a Colômbia e se tornou o terceiro maior comprador de veículos brasileiros, mas os volumes são pequenos, somaram 38,7 mil unidades, uma fatia de apenas 10% das vendas externas do setor.

E os resultados positivos pararam por aí, como afirma Lima Leite: "Nossas exportações só cresceram na Argentina e no Uruguai, tivemos quedas nos demais países e não foi porque esses mercados caíram, mas porque perdemos participação para outros exportadores, principalmente da China".

MUITAS QUEDAS

De fato as exportações brasileiras de veículos registraram quedas em mercados importantes: o México segue sendo o segundo maior destino, comprou 95,5 mil unidades em 2024, mas o volume representou expressiva queda de 25,3% sobre 2023, com participação nas compras reduzida de 32% para 24% de um ano para o outro.

Com a expansão da presença chinesa no México, inclusive com a introdução de fábricas locais, a Anfavea teme perder terreno em um de seus principais mercados externos – que até então direciona a maior parte da produção para os Estados Unidos, deixando espaço aberto a modelos

importados do Brasil. Existe agora o risco de os mexicanos se tornarem grandes consumidores e exportadores de carros da China montados no México, que serão barrados na fronteira Norte pelo protecionismo do vizinho rico, mas que poderão ser comprados localmente por preços competitivos e ainda serem enviados ao Brasil isentos de imposto.

Os negócios com o Chile também continuaram a decair, com a maior retração do ano, de 28,8%, e redução de participação para apenas 4% das exportações brasileiras de veículos, com o embarque para lá de apenas 19,3 mil unidades. Com a revisão da regra de origem dos produtos, prevista para acontecer neste primeiro semestre, a Anfavea espera por aumento das exportações para os chilenos.

O contrário é esperado para a Colômbia, que em setembro prevê pôr fim às cotas de importações de veículos leves, o que poderá favorecer os chineses e desfavorecer o Brasil com reduções de exportações. Em 2024 o mercado colombiano de veículos cresceu 8%, mas as vendas de carros brasileiros caiu 1,7% e o país baixou sua participação nas compras de 9% para

8%, caindo da terceira para quarta colocação na lista de maiores compradores de veículos made in Brazil.

PROJEÇÃO MODESTA

Em janeiro a Anfavea divulgou suas projeções para 2025 e espera por resultado levemente mais otimista para as exportações, que na visão da entidade deverão crescer 7,4%, alcançando 428 mil unidades, o que representará 15,6% da produção esperada para o ano, de 2 milhões 749 mil veículos. O principal lastro para sustentar o crescimento é, de novo, a Argentina, que tem expectativa de avançar 25% em 2025.

Se crescerão em volume este ano, apenas 29,5 mil a mais, as vendas externas permanecerão exatamente com a mesma participação porcentual da produção de 2024.

"O Brasil precisa exportar mais para reequilibrar sua balança comercial e ocupar sua capacidade de produção", resume Lima Leite, sem no entanto dizer como isto pode ser possível diante da competitividade e do apetite das fabricantes chinesas, que só pode ser parada por pesadas sobretaxações. ■



Divulgação/ Renault



Divulgação/Ford

Laboratório da Ford no Centro de Desenvolvimento de Camaçari: engenharia preservada no Brasil para desenvolver veículos que são produzidos em outros países.

Sem fábricas e com mais engenharia

Após fechar linhas de produção no Brasil a Ford investe na expansão de seu Centro de Desenvolvimento de Camaçari

Por André Barros, de Camaçari, BA

Quando a notícia de que a Ford deixaria de desenvolver carros compactos e sedãs para focar em SUVs e picapes chegou ao Centro de Desenvolvimento de Camaçari, BA, onde a fabricante ainda produzia Ka e EcoSport, o diretor Alexandre Machado ficou preocupado: ele sabia da capacidade dos novecentos engenheiros empregados no

Brasil de colaborar e liderar projetos globais, mas como a expertise local estava centrada justamente nos segmentos dos quais a companhia estava se retirando a estrutura corria risco.

E era uma estrutura que não se limitava aos portões da fábrica de Camaçari. A Ford liderou uma revolução automobilística e industrial na Bahia, formando alianças

com órgãos como o Senai e ajudando a levantar projetos como o Cimatec, um grande polo de conhecimento e formação de inteligência industrial.

"Quando cheguei aqui, no começo dos anos 2000, não havia cultura industrial", relatou Machado, que trabalhou na Ford durante o projeto de construção da fábrica, morou no México, Estados Unidos e Reino Unido e retornou a Salvador, BA, onde reside atualmente e lidera a área de desenvolvimento de produto da Ford América do Sul. "Muita gente trabalhava no setor de petróleo e gás, mas não tinha muita indústria. A Ford foi uma das precursoras."

Todo este histórico e a competência da engenharia local foram apresentados à matriz para que fosse mantida a área no Brasil. Pouco depois veio a notícia de que as fábricas locais seriam fechadas, mas a engenharia persistiu.

Hoje trabalham no centro 1,5 mil engenheiros, que tem faturamento de R\$ 500 milhões a R\$ 600 milhões por ano, trabalhando no desenvolvimento de veículos fabricados em outras localidades. Lá a expertise do grupo se concentra no



desenvolvimento de softwares e liderança de projetos de motores globais, como o 3.0 V6 diesel que equipa a Ranger, a família de 2,3 litros e 3 litros a gasolina e o motor 1,5 litro a gasolina.

"Já não cabemos na nossa estrutura atual", relata Machado em um dos prédios ocupados pela Ford no Cimatec Park, em Camaçari – a companhia e seu centro de desenvolvimento deixou o terreno onde era a fábrica, atualmente na posse da BYD. O diretor, que projetou crescimento de 20% ao ano para a área, aponta para o lado: "Estamos construindo outro prédio a cerca de 2 quilômetros daqui. A matriz confia na Bahia".

CIMATEC PARK

Antes de falar da estrutura desta nova etapa da Ford no Brasil é preciso explicar o que é o Cimatec Park. Uma das sedes do Senai Cimatec, instituição que se tornou referência em formação, pesquisa e desenvolvimento industrial no País e que faz parte do Sistema Fieb, Federação das Indústrias do Estado da Bahia, é um grande complexo tecnológico que atende a diversos segmentos da indústria, incluín-



Prédio da Ford no Cimatec Park: em expansão.



Engenheiros da Ford em Camaçari utilizam ferramentas virtuais: especialidade em desenvolver softwares e motores.

do áreas de conhecimento nos setores automotivo, aeroespacial, energia eólica, mecânico e farmacêutico.

O Cimatec Park está instalado em uma área de 4 milhões de metros quadrados, dos quais em torno de 10% estão ocupados por prédios, em um terreno localizado no Polo Industrial de Camaçari. Completa a estrutura já conhecida do Senai Cimatec sua instalação na Capital baiana, Salvador, equipada com dinamômetros e outros laboratórios, que até são usados por outras montadoras.

Apenas uma pequena fração do que está projetado para o complexo já foi construída. Em meio aos prédios já de pé avista-se o canteiro de obras da expansão que ficará pronta até o início do ano que vem. O novo prédio da Ford faz parte do projeto.

ESTRUTURA DA FORD NO CIMATEC

O Centro de Desenvolvimento e Tecnologia da Ford opera no Cimatec Park desde 2002 e é um dos nove mantidos pela companhia no mundo. Ali, especialmente, são desenvolvidos softwares e soluções para motores a combustão. Os 1,5 mil profissionais no Brasil dedicam 85% do tempo a projetos globais.

"A atual estrutura ficou pequena para a Ford e, então, parte dos engenheiros trabalha boa parte do tempo remoto, eles levam o laboratório para casa", conta

Machado, destacando que muitas das soluções que permitem o trabalho remoto foram desenvolvidas pelos próprios funcionários do Centro: "É conveniente para eles trabalharem em casa e para nós também, porque hoje falta espaço".

Mas a ideia é juntar todo mundo no espaço: no início de 2026 a Ford espera inaugurar o novo prédio com espaço para 1 mil pessoas, incluindo escritórios, laboratórios de desenvolvimento, área de treinamento e auditório.

A reportagem de AutoData visitou as instalações de Camaçari, onde além do desenvolvimento de softwares e power-trains está instalado um curioso espaço de desmontagem de veículos: as peças são retiradas, uma a uma, de modelos Ford e da concorrência, catalogadas e analisadas. O desafio passa a ser encontrar soluções para redução de peso e materiais alternativos para substituir os componentes em novas fases dos projetos.

Machado espera que, com o Mover, Programa Mobilidade Verde e Inovação, para o qual a Ford já se habilitou a receber incentivos, mais projetos globais possam chegar ao Brasil, que poderá oferecer custos melhores para o desenvolvimento com os benefícios previstos na política industrial: "Nossa intenção é gerar mais empregos aqui. Com o abatimento de imposto previsto no Mover conseguimos ser mais competitivos, ganhar projetos e crescer". ■

Com mais de 1,5 mil profissionais dedicados a projetos globais da Ford, centro de desenvolvimento na Bahia já ficou pequeno



NOVO CITROËN BASALT

ESPAÇO E ESTILO
COMO VOCÊ NUNCA VIU



PAZ NO TRÂNSITO COMEÇA POR VOCÊ.



CITROËN

Para onde vão os investimentos

Ao todo 13 fabricantes de veículos leves anunciaram aportes de R\$ 106,4 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



RS **4** bilhões
2024-2032

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

HYUNDAI



RS **5,5** bilhões
2024-2032

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

NISSAN



RS **2,8** bilhões
2023-2025

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

RENAULT



RS **4,3** bilhões
2022-2025

RS 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; RS 2 bilhões para o desenvolvimento e produção de um SUV médio; RS 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



RS **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 RS 13 bilhões na fábrica de Goiana, PE, para modernização de linhas e produção de novos modelos; RS 14 bilhões para Betim, MG, para desenvolvimento de novos produtos e tecnologias e modernização da fábrica; RS 3 bilhões para Porto Real, RJ, onde será produzido mais um carro inédito; RS 2 bilhões para Córdoba, Argentina, para produção de um novo modelo e um novo motor.

TOYOTA



RS **11** bilhões
2024-2030

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

VOLKSWAGEN



RS **16** bilhões
2022-2028

Lançamento de 16 veículos, quatro inéditos desenvolvidos no Brasil; fábrica de São José dos Pinhais, PR, receberá RS 3 bilhões para produzir uma nova picape média-compacta e o sedã Virtus; as três fábricas paulistas vão receber RS 13 bilhões: Anchieta fabricará dois novos modelos, Taubaté produzirá um inédito SUV compacto e São Carlos fará motor a combustão para aplicação na plataforma MQB Hybrid, com sistema híbrido flex desenvolvido no País.

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.

FÓRUM AUTODATA
PERSPECTIVAS

CAMINHÕES

EVENTO ON-LINE, 18 DE MARÇO

- Informação estratégica
- Debates qualificados
- Acesso gratuito

Garanta já sua participação!

O setor de caminhões e implementos rodoviários em foco! Executivos das principais montadoras e fabricantes de implementos se reunirão neste evento para debater tendências, desafios e oportunidades que vão moldar o futuro do segmento de transportes no Brasil.

AUTODATA
• SEMINÁRIOS •

Informações/inscrições:

WhatsApp (11) 93372 1801

seminarios@autodata.com.br

www.autodata.com.br

PATROCINADORES



Adeus ao mestre gentil

Luiz Carlos Secco, o Seccão, deixa saudade e legado de competência, respeito e admiração no jornalismo automotivo

Por Pedro Kutney

No dia 30 de janeiro encerrou-se uma vida dedicada ao jornalismo e aos jornalistas que cobrem o setor automotivo nacional, colegas conquistados pela admiração à gentileza peculiar, conversa afável, generosidade e comportamento sempre solidário.

Assim foi Luiz Carlos Secco, o Seccão, que após 90 anos bem vividos permanecerá nas boas lembranças de alguns momentos daqueles que o acompanharam nos mais de sessenta anos na profissão que escolheu. Primeiro, em 1961, como repórter de esportes do Estadão, no qual logo passou para a cobertura de automobilismo e, em poucos anos, atravessou para o outro lado do corredor, no Jornal da Tarde, para integrar uma das primeiras equipes do Jornal do Carro.

De tanto incomodar os fabricantes de veículos com seus furos, como o do Dodge 1800/Polara e da VW Brasília, só para citar dois de uma dezena de casos, em 1974 foi convidado a mudar de lado do balcão, contratado pela Ford para sua área de comunicação no Brasil – era o início de uma longa carreira como assessor de imprensa.

Mas Secco nunca atravessou totalmente essa linha: antes de ser assessor de imprensa era muito mais assessor da imprensa. Nunca comunicou só o que mandavam as empresas que atendeu mas acrescentava informações aos colegas, algumas até off the record. Se precisasse escolher um lado, ficava com o do jornalista, mesmo que fosse contra o interesse da corporação que representava, e sem se



Divulgação/Autoinforme

importar qual era veículo em que o colega estava – para Seccão todos eram importantes e mereciam o mesmo atendimento cordial e atencioso.

Assim desenvolveu muitos laços de amizade que extrapolavam a relação profissional, com direito a abraços apertados e beijos, ligações nos aniversários ou só mesmo para elogiar – nunca para criticar – algum texto do amigo.

Nós, de **AutoData**, tivemos o privilégio de receber muitas destas demonstrações de carinho ao longo dos últimos trinta e tantos anos.

Foi assim com esse tratamento atencioso e gentil que, certa feita, no começo dos anos 1990, em uma visita à sede da Autolatina de S Stéfani e de Fred Carvalho, ambos então na Gazeta Mercantil, Seccão sacou do armário uma revista Ward's Automotive para mostrá-la como exemplo do que poderia ser a publicação sobre economia e negócios do setor automotivo que os seus visitantes planejavam fazer. O precioso conselho foi seguido para fundar esta **AutoData**, lançada como newsletter em outubro de 1992.

Depois de se aposentar, em 1997, Seccão seguiu prestando serviços à Ford com

sua Secco Consultoria, até hoje administrada por seu filho, José Carlos Secco, o Sequinho. Também trabalharam com ele a filha Raquel e o filho Luiz Fernando, o Kiko.

Ao longo dos anos a agência conquistou contas de assessoria de imprensa de grandes empresas do setor automotivo, como Marcopolo, Dana, ZF e Honeywell/Garrett, para citar alguns exemplos.

Seccão trabalhou – ou se divertiu trabalhando – até os seus últimos dias. Mudaram os clientes mas nunca o comportamento sempre gentil e atencioso com as centenas de jornalistas que ele já atendeu, todos hoje sentindo a falta de uma pessoa rara, que deixa um legado admirável e inesquecível, que por muitos anos servirá de exemplo aos bons como ele, com carinho e saudade. ■



Divulgação

GWM começa a contratar funcionários e fornecedores

A GWM deu início em fevereiro à contratação de oitocentos trabalhadores para a fábrica de Itapeva, SP, onde começará a montar o Haval H6 neste primeiro semestre. Até o início do mês cem profissionais já foram contratados. A inauguração da produção na planta, comprada da Mercedes-Benz no fim de 2021, ainda não tem data confirmada. A empresa informou que mais de cem fornecedores estão cadastrados, com acordo de confidencialidade assinado, para fornecer componentes e serviços. Dentre elas estão Bosch, lochpe-Maxion, Petronas, Total, Basf, PPG, Dupont, WEG e Total.



Divulgação/GWM

GAC inaugura armazém de peças em SP

A chinesa GAC Motor inaugurou, em fevereiro, o seu primeiro centro de distribuição de peças no Brasil, em Cajamar, SP, com 2 mil m² de área construída. O centro foi aberto antes de a empresa iniciar suas vendas de carros elétricos e híbridos no País – o primeiro lançamento está previsto para este primeiro semestre. A intenção é estar com a estrutura de pós-vendas pronta quando iniciar a venda de seus veículos no País.



Divulgação/GAC

Geely fecha parceria com a Renault no Brasil e será sócia na fábrica do Paraná

Em 17 de fevereiro os grupos Renault e Geely oficializaram a expansão da sua parceria global com impacto no Brasil, onde a empresa chinesa se tornará acionista minoritária. A Renault fará a distribuição de veículos Geely no mercado brasileiro e poderá produzi-los na fábrica de São José dos Pinhais, PR, com emblema Geely ou Renault, a depender do plano. O acordo abrange apenas modelos híbridos e elétricos. O negócio ainda está sujeito à assinatura de acordos e aprovações das autoridades regulatórias. Geely e Renault já são sócias na Horse, divisão de produção de motores a combustão, sistemas híbridos e transmissões.

Neta busca parcerias para montar veículos



Divulgação/Neta

A chinesa Neta, que em 2024 começou a importar seus veículos elétricos no Brasil, tem planos de produzir localmente. Segundo nota divulgada pela empresa este projeto está em fase estudos, avaliando qual modelo de produção seria adotado e considerando uma parceria com alguma montadora que já tem fábrica no País. A montagem local provavelmente começará a operar com partes importadas desmontadas em CKD. Empresas como Caoa, que tem unidade em Anápolis, GO, e a Comexport, que assumiu a unidade da Troller em Horizonte, CE, são algumas que levantaram interesse da Neta. A Neta tem cinco lojas em shoppings e inaugurou a sua primeira concessionária oficial no Rio de Janeiro, RJ, que comercializará dois modelos elétricos.

Volvo Buses tem maior mercado no Brasil e será base de exportação de elétricos

Pela primeira vez, em 2024, o mercado brasileiro foi o maior da Volvo Buses no mundo, com 709 chassis comercializados. A fábrica de Curitiba, PR, produziu 1 mil 429 chassis de ônibus, dos quais metade foi destinada a exportações, com destaque para Chile e Peru. Em 2025 a operação brasileira recebe mais uma missão: com o início da produção do BZRT, versão articulada ou biarticulada do chassi elétrico BZR, a fábrica no Paraná será base global de produção e exportação do maior ônibus elétrico do mundo, que pode receber carrocerias de até 28 metros e transportar 250 passageiros. Além dele a unidade também já produz o BZR, plataforma mundial de chassi elétrico da Volvo que pode ser aplicado em operações urbanas, fretamento e até rodoviárias de curta distância.



Divulgação/Volvo Buses

Kia pode montar Sportage no Brasil ou Uruguai

A Kia estuda montar no Brasil ou Uruguai a atual geração do Sportage híbrido, seu carro-chefe no Brasil, que já sofre para ter preço competitivo por causa dos 25% de imposto de importação. Ainda em 2025 a alíquota crescerá para 30% e, em 2026, um novo aumento para 35%. Segundo José Luiz Gandini, responsável pela operação da Kia no Brasil, uma das opções é a instalação de linha de montagem em parceria com alguma montadora no Brasil. Outra saída seria montar o Sportage na fábrica da Nordex, no Uruguai, que teria espaço para receber uma nova linha e já monta o minicaminhão Kia Bongo, o que permitiria importar o SUV para o Brasil sem pagar o imposto de importação, dentro do acordo do Mercosul.

BYD entrega 60 ônibus elétricos para São Paulo

Em janeiro a BYD entregou sessenta ônibus elétricos para a frota de transporte urbano da cidade de São Paulo. Com este reforço a Capital já soma 152 ônibus a bateria da marca. Em todo o Brasil a fabricante entregou 313 unidades. Os chassis dos veículos são montados em Campinas, SP, e as baterias de ferro-fosfato-lítio em Manaus, AM. Encarroçados pela Caio Induscar, os ônibus BYD D9W têm 12m98 de comprimento e capacidade para oitenta passageiros sentados. A autonomia é de 250 quilômetros e o recarregamento é feito em duas a três horas.



Divulgação/BYD

Hyundai Kona híbrido chega em abril

A Hyundai confirmou o lançamento do Kona híbrido no Brasil, SUV que chegará em abril em duas versões: Ultimate e Signature. Ambas serão importadas para o Brasil com motor a combustão 1.6 que trabalha junto com um elétrico alimentado por bateria de 1,3 kWh, acoplados a câmbio automático de seis marchas. Com a novidade a fabricante irá ampliar o seu portfólio de veículos eletrificados no País, que atualmente conta apenas com o elétrico Ioniq 5.



Divulgação/Hyundai

Nissan Kicks antigo ganha sobrenome Play



Divulgação/Nissan

Para preparar terreno para a chegada da nova geração do SUV Kicks, que começa a ser produzida em Resende, RJ, ainda este ano, a Nissan promoveu mudanças no modelo antigo, que seguirá sendo produzido na mesma fábrica como Kicks Play, oferecido em três versões, todas com motor 1.6 de 113 cv e câmbio CVT: Active Plus, por R\$ 118 mil, Sense por R\$ 126,9 mil e Advance Plus por R\$ 146,8 mil. Os dois Kicks conviverão no mercado brasileiro, assim como já ocorre no México, onde a nova geração já está à venda.

Fiat Toro soma 500 mil vendas no Brasil

Lançada em 2016, a picape Fiat Toro chegou à marca de 500 mil unidades vendidas no Brasil. Ela foi o segundo produto da fábrica de Goiana, PE. Na linha 2025 a Toro também ganhou a opção turbodiesel do novo motor 2.2 de 200 cv, em substituição ao anterior 2.0 de 170 cv, e manteve também as versões com motorização 1.3 turboflex, que teve potência reduzida de 185 cv para 176 cv para atender às novas normas de emissões do Proconve L8.



Divulgação/Fiat

Ram Rampage incorpora novos sistemas de assistência



Divulgação/Ram

A picape Ram Rampage produzida em Goiana, PE, nas versões Rebel e Laramie 2025, agora sai equipada de fábrica com sistemas avançados de assistência à direção com nível 2, incluindo assistente ativo de direção combinado com ACC, piloto automático adaptativo, o que dá à Rampage capacidade de contornar curvas de forma autônoma em vias sinalizadas, mantendo velocidade pré-definida, com desaceleração automática para manter distância do veículo à frente.

Jeep Commander tem novo motor diesel de 200 cv

O Jeep Commander Overland ganhou novo motor 2.2 turbodiesel de 200 cv – o mesmo já usado na picape Ram Rampage, igualmente produzida na fábrica de Goiana, PE. A nova motorização substitui a antiga diesel de 170 cv que já foi utilizada em toda gama Jeep e Fiat Toro no Brasil. Segundo a Stellantis o propulsor foi preparado especialmente para a América do Sul, tem cabeçote de alumínio com duplo comando de válvulas, coletor de admissão variável e injeção de alta pressão. Com a nova potência o Commander Overland com será vendido por R\$ 310 mil.



Divulgação/Jeep

Volvo vai exportar ao México caminhões feitos no Paraná



Divulgação/Volvo

As concessionárias Volvo no México receberão, a partir de abril, caminhões produzidos na fábrica de Curitiba, PR. O país entrou na rota de exportação de modelos com cabine avançada, após recente mudança na regulamentação mexicana. Até agora o mercado mexicano era abastecido principalmente por modelos bicudos produzidos pela Volvo nos Estados Unidos, que seguirá enviando caminhões com esta configuração. As exportações do Brasil, beneficiadas com tarifa zero pelo acordo comercial bilateral, serão uma oferta complementar, por isto não são esperados grandes volumes neste primeiro ano de operação, quando a prioridade será organizar e preparar a rede e a equipe local. Do volume produzido em Curitiba no ano passado, em torno de 27 mil unidades, 86%, ficou no mercado brasileiro e os 14% restantes foram exportados. Argentina, Chile e Peru foram os principais destinos.

VWCO exporta Constellation para o Chile

A Volkswagen Caminhões e Ônibus segue expandindo sua presença internacional. Este ano iniciou exportações do modelo extrapesado Constellation para mais um mercado: o Chile. A Porsche, sua importadora oficial no país, está comercializando a versão 25.460, para operações rodoviárias, e o fora-de-estrada 33.460. Com este lançamento o portfólio de extrapesados da fabricante desembarca em seu quinto mercado externo, ao lado de Argentina, Costa Rica, Paraguai e Uruguai. Para esta expansão a VWCO investe na capacitação de seus concessionários, com treinamentos a cada lançamento.



Divulgação/VWCO

Frasle Mobility conclui compra da Kuo Refacciones no México...

A Frasle Mobility concluiu a compra da Kuo Refacciones, divisão de peças de reposição do Grupo Kuo, do México. Com valor em torno de R\$ 2,2 bilhões, a transação é a maior já realizada pela multinacional brasileira que pertence ao grupo Randoncorp. De acordo com a companhia a aquisição abrange as operações de peças para motores das marcas locais Moresa e TF Víctor, que lideram a oferta de pistões e juntas para motores, com duas unidades no Estado de Guanajuato, e a produção de materiais de fricção para freios Fritec, líder na oferta de pastilhas e sapatas, com fábricas na Cidade do México.

...e Randoncorp compra AXN nos Estados Unidos

A Randoncorp adquiriu o controle, por meio de sua subsidiária Randon Auto Parts North America, da AXN Heavy Duty, sediada em Louisville, no Kentucky, Estados Unidos, de onde há dezesseis anos fornece eixos, suspensões e componentes para carretas. A transação, que envolve a compra de ativos da empresa estadunidense, integra o plano de internacionalização de negócios da Randoncorp a fim de ampliar o portfólio de autopeças e a participação em economias desenvolvidas. O valor da compra não foi divulgado.

Produção brasileira de etanol bate recorde em 2024

A produção brasileira de etanol chegou a 36,8 bilhões de litros em 2024, alta de 4,4% sobre 2023 e o maior volume já produzido no País, de acordo com a Unica, União da Indústria de Cana-de-Açúcar e Bioenergia, que divulgou dados do setor no fim de janeiro. Os números mantêm o Brasil como segundo maior produtor de etanol no mundo depois dos Estados Unidos. Do total destilado no ano passado 7,7 bilhões de litros foram produzidos a partir do milho, volume 32,8% superior ao de 2023. Segundo a Unica a paridade de preço do etanol com relação à gasolina comum foi de 65,3% em 2024, a melhor competitividade desde 2010.



Freepik

Scania usa só biometano na fábrica de São Bernardo do Campo

Conforme anunciado em 2022, a Scania adotou o biometano, em substituição ao gás natural, para todas as suas operações na fábrica de São Bernardo do Campo, SP. Com a troca, segundo a fabricante, deixarão de ser emitidos 250 toneladas de CO2 por mês, totalizando 2 mil 750 toneladas em 2025 e 3 mil toneladas a partir de 2026. O biometano já é usado em várias áreas, como estufas de pintura das cabines e os equipamentos dos refeitórios. Os veículos industriais usados internamente, como empilhadeiras, também são abastecidos com o biocombustível, assim como os veículos a gás produzidos pela própria Scania, que terão o primeiro abastecimento realizado com o gás verde.

Centro Tecnológico Randon usa biodiesel avançado em testes

O CTR, Centro Tecnológico Randon, fechou parceria com a Be8 para usar o novo biodiesel BeVant no lugar do diesel durante os testes realizados nas pistas do campo de provas em Farroupilha, RS, caso o cliente deseje. Com adoção de aditivos em sua composição, o BeVant pode substituir em 100% o combustível fóssil sem necessidade de adaptações do motor diesel, segundo a Be8. Por isto é uma solução rápida e mais barata que o HVO para reduzir emissões de gases poluentes e CO2. O BeVant é produzido em Passo Fundo, RS, e já foi avaliado em máquinas agrícolas e de construção, caminhões e geradores estacionários.

Vibra usa HVO em caminhões no aeroporto de Guarulhos

Os caminhões da BR Aviation, unidade de abastecimento de aeronaves da distribuidora Vibra que operam no Aeroporto Internacional de Guarulhos, SP, começaram a rodar no fim de 2023 com mistura de 10% de diesel renovável HVO, óleo vegetal hidrogenado que substitui o combustível fóssil com as mesmas qualidades. Há dois anos a frota da BR Aviation no Aeroporto Internacional do Galeão, no Rio de Janeiro, RJ, já utiliza esta mistura. A adição de HVO se soma aos 14% de biodiesel obrigatórios pela legislação brasileira, aumentando para 24% a proporção de biocombustíveis no diesel mineral. Os planos da Vibra são, no futuro, ampliar o percentual do diesel verde e ampliar as operações para potencializar a redução das emissões de CO2, que pode chegar a 90% com o uso do HVO.



Divulgação/Vibra

Automec terá 1,5 mil marcas

Segundo a empresa organizadora RX a décima-sexta edição da Automec, maior feira do mercado de reparação e reposição automotiva da América Latina, contará com 1,5 mil marcas em exposição no São Paulo Expo, de 22 a 26 de abril. E setecentas delas são estrangeiras, da China, Coreia, Japão, Índia, Turquia, Argentina, Estados Unidos, Alemanha, Holanda e Polônia. Além dos estandes com os lançamentos das empresas os visitantes terão acesso à Arena de Conteúdo, espaço dedicado a palestras e painéis de debate.

Frasle Mobility inaugura laboratório em Sorocaba

A Frasle Mobility inaugurou nova estrutura de engenharia avançada e desenvolvimento de materiais de fricção para freios em Sorocaba, SP. Trata-se de um braço paulista do Movetech, centro de pesquisa e desenvolvimento da empresa sediado em Caxias do Sul, RS. O objetivo com a extensão do centro de engenharia Movetech, que trabalha integrado ao CTR, Centro Tecnológico Randon, é otimizar a logística de desenvolvimento de tecnologias e soluções para materiais de fricção, pois a nova localização fica próxima de clientes e fornecedores. O novo espaço tem equipamentos para controle de matérias-primas, acompanhamento e validação de produtos, processo de aprovação de peças de produção junto a clientes e fornecedores e análise de produtos em desenvolvimento pelas marcas da empresa.



Divulgação/Frasle Mobility

Sindipeças projeta alta de 4% no faturamento do setor em 2025

O Sindipeças, entidade que reúne fornecedores da cadeia automotiva nacional, projeta alta de 4% no faturamento das empresas de autopeças em 2025, para R\$ 272 bilhões, contra R\$ 261,5 bilhões em 2024. Os investimentos totais aguardados para este ano somam R\$ 6,6 bilhões, aumento de 3,1%. A balança comercial deverá, por mais um ano, encerrar no vermelho, como vem ocorrendo desde 2019: o Sindipeças espera déficit de US\$ 11,5 bilhões, com importações de US\$ 19,5 bilhões e exportações de US\$ 8 bilhões. Em 2024 o saldo negativo foi de US\$ 13 bilhões.

ArcelorMittal produz peças de suspensão com aço reciclado e energia renovável

A ArcelorMittal em sua usina de Barra Mansa, RJ, desenvolveu a fabricação de barras utilizadas em feixes de mola para suspensão de veículos pesados com aço reciclado e energia 100% renovável, o que reduz em pelo menos 60% as emissões de CO2 no processo, segundo a siderúrgica. O componente foi desenvolvido em parceria com a AESA, fabricante da suspensão, que também busca reduzir as suas emissões e já fornece sucata de componentes usados para a produção de novos. A iniciativa é parte do programa global XCarb da ArcelorMittal, que visa reunir esforços para reduzir e neutralizar os lançamentos de gases de efeito estufa na cadeia do aço. A fonte de calor utilizada é a queima de biometano, produzido a partir da vinhaça, subproduto de usinas de etanol e açúcar.



Divulgação/ArcelorMittal



Divulgação/Eaton

EATON: GUSTAVO SCHMIDT

Gustavo Schmidt é o novo presidente da Eaton no Brasil e será responsável pela divisão Mobility Group e corporativo na América do Sul. Ele sucede a Antonio Galvão, que em dezembro foi indicado para a presidência global da Mobility e, desde janeiro, está baseado nos Estados Unidos. Schmidt soma mais de vinte anos de experiência em cargos de liderança no setor de energia: ingressou na Eaton em 2022 como vice-presidente do segmento elétrico na América Latina e presidente corporativo no México. Antes, trabalhou por 24 anos na Siemens Energy, como CEO da unidade de produtos de alta tensão no Brasil e vice-presidente da divisão de transmissão de energia para México, América Central e Caribe. Formado em engenharia mecânica pela Universidade São Francisco, Schmidt tem MBA e certificação pelo programa de CEO da Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo.



Divulgação/Iveco

IVECO: CLÁUDIO PASSERINI

Em janeiro o Grupo Iveco nomeou Cláudio Passerini presidente da unidade de negócios de ônibus, sucedendo a Domenico Nucera, que assumirá o cargo de diretor de qualidade e operações da empresa. Passerini era o responsável por vendas e marketing da unidade de powertrain e acumula mais de vinte anos de experiência, com passagens em mercados como Brasil, Alemanha, Itália e Rússia.



Divulgação/Cummins

CUMMINS: MARCOS NIGRO SCHIESARI

A Cummins contratou Marcos Nigro Schiesari para ser seu novo gerente executivo de suporte ao cliente para a divisão Off-Highway na América Latina. O cargo foi criado para fortalecer o relacionamento da fabricante de motores e eixos com clientes do segmento de máquinas. Schiesari é formado em engenharia mecânica e tem MBA em gestão de negócios, com experiência de mais de vinte anos em desenvolvimento, pós-vendas e suporte ao cliente.



Divulgação/ACEA

**ACEA: CHRISTIAN LEVIN + TILL OBERWÖRDER**

Após a eleição, em dezembro, de Ola Källenius, presidente do conselho do Grupo Mercedes-Benz, para presidir a ACEA, em janeiro a associação que reúne os fabricantes de veículos na Europa escolheu também os seus líderes representativos dos setores de caminhões e ônibus. CEO da Scania, Christian Levin (foto à esquerda) foi eleito para a presidência do Conselho de Veículos Comerciais da ACEA, sucedendo a Harald Seidel, presidente da DAF. Levin foi escolhido pelos representantes do colegiado que reúne também os CEOs de DAF, Daimler Truck, Ford, Iveco, VW Truck & Bus, Scania e Volvo. E Till Oberwörder, CEO da Daimler Buses, é o novo presidente da divisão de ônibus da ACEA, composta por representantes de Daimler Truck, Iveco, Grupo MAN, Scania e Grupo Volvo. Ambos os dirigentes assumem seus postos no momento de transição energética na Europa em que as frotas de veículos pesados movidos a diesel estão sendo substituídos gradualmente por modelos elétricos a bateria e ou hidrogênio.



Divulgação/Stellantis

STELLANTIS: ANTONIO FILOSA + OUTROS

A Stellantis anunciou novas alterações em sua organização executiva e acrescentou uma nova função a Antonio Filosa, que assume a liderança global de qualidade do grupo em paralelo ao seu posto de chefe de operações para as Américas, assumida no fim do ano passado, após a saída do CEO Carlos Tavares, cujo substituto continua ainda não foi anunciado.

Filosa também acumulava o comando global da marca Jeep, baseado nos Estados Unidos, para onde foi escalado em 2024 após deixar a presidência da Stellantis América do Sul. Agora a Stellantis escolheu Bob Broderdorf para ser o novo CEO global da Jeep. Além dele, na direção global das marcas Alain Favey assumiu a Peugeot, Xavier Peugeot a DS Automobiles e Anne Abboud a unidade de veículos comerciais Pro One. Outras mudanças organizacionais foram anunciadas: as atividades de desenvolvimento de software foram integradas à área de desenvolvimento de produtos e tecnologia liderada por Ned Curic, Clara Ingen-Housz assumiu a direção de assuntos corporativos e comunicações e Olivier François agora é o chefe do novo escritório de marketing criado para reagrupar profissionais, a fim de dar melhor suporte às marcas do grupo por meio de publicidade, eventos globais e patrocínios.



Divulgação/Stellantis



STELLANTIS: FREDERICO BATAGLIA + ALEXANDRE AQUINO + ALESSANDRA SOUZA

Também no Brasil a Stellantis anunciou mudanças organizacionais em janeiro. Frederico Battaglia assumiu a vice-presidência responsável pela marca Fiat e Abarth na América do Sul, sucedendo a Alexandre Aquino, que foi transferido

à direção da área de economia circular na companhia, respondendo a Paulo Solti, vice-presidente de peças e serviços da Stellantis na região. Engenheiro mecânico formado pela Escola Politécnica da USP, com mestrado em gestão de marketing pela Università degli Studi di Torino, na Itália, Battaglia acumula mais de vinte anos de experiência na indústria, com passagens pelo marketing da Fiat em Portugal, em 2007, e mais recentemente liderou a divisão comercial da Peugeot no Brasil, na qual também foi diretor de marketing de 2011 a 2016. No lugar de Battaglia na vice-presidência de marketing e comunicação da Stellantis assumiu Alessandra Souza, que também acumula mais de vinte anos de experiência no setor: ela ingressou na Peugeot em 2000 e recentemente ocupava a diretoria global de digital & experiência de marca Fiat na Itália. Alessandra agora regressa ao Brasil.



Divulgação/Renault

RENAULT: ARNAUD MOUREBRUN

Desde o início de 2025 Arnaud Mourebrun é o novo diretor de vendas e de rede da Renault no Brasil. O executivo está na companhia há mais de 25 anos, já passou por diversas áreas e o seu último cargo, que ocupou de 2020 a 2024, foi diretor de pós-vendas no mercado brasileiro. Aos 45 anos o executivo se reportará ao presidente da Renault no Brasil, Ricardo Gondo. Mourebrun é francês e tem formação em comunicação social pela Universidade Positivo, com pós-graduação em gestão estratégica pela PUC-PR e MBA em gestão de negócios pela ISAE-FGV.



Divulgação/Hyundai

HYUNDAI: OSCAR CASTRO

A Hyundai Motor Brasil anunciou Oscar Castro como o novo diretor executivo responsável por toda a sua área comercial no País, sucedendo a Angel Martínez, que deixou a companhia para se dedicar a projetos pessoais. Castro já atuava na mesma área da Hyundai, era diretor de planejamento e vendas ao varejo. Com a promoção cuidará de toda a estrutura, incluindo vendas diretas, desenvolvimento de rede, administração e logística de transporte de veículos. Com mais de vinte anos de experiência no setor automotivo Castro tem passagens por Ford, PSA Peugeot Citroën, FCA e Yamaha. Ele se reportará diretamente a Airton Cousseau, CEO da Hyundai América do Sul e Central.



Divulgação/HPE Automotores

HPE: FERNANDO JULIANELLI

Fernando Julianelli retornou à HPE Automotores, no início de janeiro, para o recém-criado cargo de vice-presidente de branding e inovação. Ele também será responsável pelos serviços de locação da empresa que representa no Brasil e produz em Catalão, GO, veículos das marcas Mitsubishi e a Suzuki. O executivo, que atuou por nove anos na HPE e saiu em 2020 para ser CEO da Stock Car, deverá se reportar diretamente ao CEO Mauro Correia. Julianelli soma mais de 25 anos de experiência em marketing e já trabalhou em agências como Loducca, Neogama BBH e África.



Divulgação/Mirow&Co

MIRROW&CO: PHILIPP SCHIEMER

A consultoria Mirow&Co contratou Philipp Schiemer, ex-CEO da Mercedes-Benz do Brasil e América Latina no período 2013-2020, que atuará como C-Level Senior Advisor. Na função o foco do trabalho de Schiemer será melhorar o desempenho das empresas que são clientes da Mirow. O executivo entrou no Grupo Daimler em 1987 e trabalhou em diversos cargos no Brasil, América Latina e Alemanha.



Divulgação/Phinia

PHINIA: RONALDO LIPARI

A Phinia anunciou, em janeiro, Ronaldo Lipari como seu novo diretor geral de vendas para o mercado de reposição na América do Sul. Antes o executivo trabalhava era o gerente de vendas da Delco Remy para aftermarket e OEM no Brasil. Com as novas atribuições Lipari será responsável por executar os projetos comerciais e fortalecer a presença das marcas Delphi e Delco no mercado sul-americano. Formado em engenharia mecânica pela Unip e com MBA em vendas e marketing pela FGV, Lipari acumula mais de três décadas de experiência no setor.



Divulgação/4Truck

4TRUCK: FABIÓLA GÓES

A 4Truck, fabricante de carrocerias de carga para chassis de caminhões, contratou Fabíola Góes para ser sua nova COO e dirigir as operações da empresa, com suporte ao CEO Osmar Oliveira. Com experiência em gestão e desenvolvimento de negócios Fabíola Góes passou por empresas como WallJobs, Cia de Talentos, CIEE, Bettha, Hub de Carreiras Eniac e Espro. Graduada em TI, ela tem MBA em gestão estratégica pela FGV, extensão em gestão da diversidade pela PUC SP e em gestão de projetos pela ESPM.



Divulgação/Nissan

NISSAN: CHRISTIAN MEUNIER

Christian Meunier, que foi presidente da Nissan Brasil de 2010 a 2012, foi nomeado novo chairman da Nissan Americas, que abrange a operação dos países da América do Norte e América Latina. Ele assumiu em 1º de janeiro passado, sucedendo a Jérémie Papin, que foi indicado para CFO global da companhia japonesa. Meunier soma mais de trinta anos de experiência no setor automotivo no qual, além de uma passagem pela Nissan de mais de vinte anos, esteve na Ford, Land Rover e Mercedes-Benz. Seu último cargo foi CEO da Jeep, de onde saiu em outubro passado após passagem de cerca de quatro anos pela Stellantis – e foi sucedido por Antonio Filosa. O executivo tem dupla cidadania, francesa e estadunidense, e ficará baseado na sede da Nissan Americas em Franklin, Tennessee, Estados Unidos.



Divulgação/VWCO



VWCO: FRANK GUNDLACH + RAFAEL MAGALHÃES

No início de 2025 a Volkswagen Caminhões e Ônibus nomeou Frank Gundlach seu novo diretor de mercados internacionais, sucedendo a Leonardo Soloaga, que se aposentou. O executivo, até então diretor geral da VWCO México, agora tem a missão de liderar a área de exportações e operações internacionais da empresa, passando a integrar a equipe comercial, reportando-se a Ricardo Alouche, vice-presidente responsável por vendas,

marketing e pós-vendas. Em seu novo cargo caberá a Gundlach expandir a presença internacional da VWCO.

Para substituir o executivo como o novo diretor de operações da VWCO no México foi escolhido Rafael Magalhães, que já atuava como CFO da montadora no país e seguirá também neste cargo, reportando-se a Frank Gundlach. Ele soma mais de trinta anos de experiência em controladoria, finanças e administração, com foco na indústria automotiva, com passagens por outras empresas como a Mann+ Hummel e Siemens.



Divulgação/Scania

SCANIA: OSCAR JAERN

A Scania Serviços Financeiros Brasil anunciou Oscar Jaern como seu novo presidente, sucedendo a Martin Sörensson, que assumiu o cargo de diretor geral da Scania Ibérica. O último cargo do executivo foi CEO da Scania Argentina, onde esteve de 2022 até o fim de 2024. Com as mudanças Sebastián Figueroa foi nomeado o novo presidente da empresa na Argentina. Jaern já trabalhou no Brasil de 2014 a 2019, quando foi responsável pelas casas Scania Cavese, SC, e Suvesa, RS. Depois foi diretor geral da Scania Peru de 2019 a 2022.



Divulgação/Addiante

ADDIANTE: SILVIO CAMPOS

Silvio Campos é o novo diretor executivo comercial da Addiante, joint-venture de Gerdau e Randoncorp para a locação de caminhões, implementos e máquinas. Com mais de 25 anos de experiência no mercado Campos desempenhou a mesma função na Librelato nos últimos três anos e meio. Antes trabalhara como diretor de marketing no Grupo CNH Industrial. Engenheiro mecânico formado pela Universidade Federal de Santa Catarina, Campos tem Master of Science em economia industrial pela Universidade de Nancy, França, e MBA em marketing pela Universidade Federal do Paraná.

“A guerra comercial mais estúpida da história.”

Editorial do Wall Street Journal em 2 de fevereiro, criticando as medidas tarifárias do recém-empossado presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, que impôs sobretaxação a produtos importados de diversos países. O jornal argumenta que as tarifas não apenas prejudicam setores cruciais da economia dos EUA, como automóveis e agricultura, mas também corroem a credibilidade internacional do país.

“O presidente Trump falou muito sobre tornar nossa indústria automotiva mais forte, trazendo mais produção para cá, mais inovação para os Estados Unidos. Se esta administração de fato conseguir isto, seria, eu acho, uma das realizações mais marcantes. Mas até agora o que estamos vendo é muito custo e muito caos.”

Jim Farley, CEO mundial da Ford, em uma conferência da indústria de tecnologia, no início de fevereiro, ao comentar as medidas de sobretaxação a produtos do México e do Canadá que a administração Trump ameaça adotar.

“Eu não me importo. Na verdade esses países não podem realmente nos retaliar.”

Donald Trump em resposta a jornalistas sobre as possíveis retaliações a produtos dos Estados Unidos após a adoção de tarifas de 25% sobre importações de aço e alumínio.

“A lua-de-mel foi curta e já acabou, não há dinheiro.”

Relato ao consultor Michael Dunne de um concessionário da BYD em São Paulo, no início de 2025, sobre a política comercial da fabricante chinesa de nomear muitas concessionárias em uma mesma região, reduzindo o lucro da rede.

“A transição energética [da indústria de veículos] foi muitíssimo mal preparada pela União Europeia, colocou o setor num beco sem saída. Foi [uma reação] emocional, pouco madura e não estratégica à fraude que aconteceu em 2015 com as emissões dos veículos diesel do Grupo Volkswagen.”

Carlos Tavares, que deixou o posto de CEO da Stellantis em dezembro, em entrevista concedida à CNN de Portugal, no fim de janeiro, criticando a decisão da União Europeia de forçar a eletrificação dos veículos com o banimento de modelos a combustão, a partir de 2035.

3,8%

IBC-BR de 17 de fevereiro, prévia do crescimento do PIB brasileiro em 2024 projetado pelo Banco Central, ou 1 ponto percentual acima do índice apresentado um ano antes, de 2,7%. O PIB oficial, calculado pelo IBGE, será divulgado em 7 de março.

26%

Com 10,4 mil unidades e alta de 30,7% sobre janeiro de 2024, esta foi a participação da China no total das vendas de veículos importados no Brasil no primeiro mês de 2025. Da Argentina vieram 19,3 mil carros, ou 49% das importações.

9,7 milhões

Veículos importados pelos Estados Unidos em 2024, ou 60% do mercado de 16 milhões. México é o maior exportador, com 2,3 milhões de unidades, seguido da Coreia, com 1,3 milhão, Japão, 1 milhão, União Europeia, 821 mil, e Canadá, 717 mil.

US\$ 55,9 bi

Faturamento da Bosch em 2024, que sustenta o grupo na posição de maior fornecedor mundial de sistemas e componentes para fabricantes de veículos, significativamente à frente do segundo colocado, a ZF, que faturou US\$ 44 bilhões.

PRODUTORA MULTIMÍDIA

PRODUÇÃO DE VÍDEOS

Animação 2D, EaD
e Institucional alldigitalfilmes.com.br

TRANSMISSÃO AO VIVO

Eventos, Online
e Presencial



ESTÚDIO DE VÍDEO

PODCAST

AUTO DATA

OS PATROCINADORES DESTA EDIÇÃO

