

AUTODATA



From the Top
Thomas Owsianski,
da GM



ESPECIAIS

SONIC

Chega com a missão de
levar a GM além dos
10% de mercado



HONDA CG 50 ANOS


Veículo nacional mais produzido na história da indústria
supera Fusca, Gol e Uno somados





Desacelere. Seu bem maior é a vida.



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

 Volkswagen Caminhões e Ônibus

 @vwcaminhoes

 Volkswagen Caminhões e Ônibus

NOVO

METEOR HIGHLINE

O EXTRAPESADO DA VOLKSWAGEN
GIGANTE NA DISPONIBILIDADE.

Afinal, o seu negócio não pode parar nunca.



Caminhões
Ônibus

**ESPECIAL
SONIC 16**

SUV compacto é a aposta da Chevrolet para aumentar sua fatia na pizza do mercado brasileiro



Divulgação/GM

**32 ESTUDO
EMISSIONES**

Inventário Nacional de Emissões mostra avanços, mas pode contribuir mais com a melhoria da poluição

**40 PESQUISA
SINDIPEÇAS**

Mesmo com a competição das peças importadas mercado de reposição pode dobrar de tamanho até 2040

**INVESTIMENTO
STELLANTIS 48**

Novo plano define quatro marcas globais, que receberão 70% do investimento de 60 bilhões de euros

**LANÇAMENTO 1
HYUNDAI I20 66**

Bonito, espaçoso e custa menos de R\$ 100 mil. Conheça o novo Hyundai global feito primeiro no Brasil.

**LANÇAMENTO 2
HAVAL H6 70**

GWM sai na frente e tem o primeiro SUV híbrido plug in com motor flexfuel produzido no Brasil

**PREMIAÇÃO
GM, HPE E TOYOTA 80**

Fabricantes reconheceram seus melhores parceiros em um momento de transformação

**54 ESPECIAL
HONDA CG 50 ANOS**

CG acompanhou as transformações do País e ajudou milhões de brasileiros a conquistar mobilidade



Divulgação/Honda

**74 LANÇAMENTO 3
CHANGAN CS75**

Com motor a combustão 1.5 flex, tem ótimo espaço e acabamento e preço muito menor do que a concorrência

**84 ESPAÇO ABERTO
BORIS FELDMAN**

Deveria ser Eu e a marca de origem chinesa mas tenho receio de ser novamente processado pela BYD

8

FROM THE TOP

Thomas Owsianski, presidente da General Motors, fala sobre nova fase da centenária fabricante na América do Sul

76

OS INVESTIMENTOS

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

86

GENTE & NEGÓCIOS

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

92

FIM DE PAPO

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

O presente e o futuro

Por Leandro Alves, diretor de redação

A transformação que o mercado automotivo nacional está testemunhando nos últimos anos chegou com ainda mais força este mês. Mas não apenas na forma de produtos eletrificados importados. O que ocorre agora é o início de uma esperada contraofensiva.

O lançamento do Chevrolet Sonic, projeto global liderado pela engenharia nacional, retratado em uma série de reportagens especiais, pode ser um dos representantes deste movimento. Suas duas versões, ainda com propulsão exclusiva a combustão, foram desenvolvidas para levar a marca da gravata a recuperar parte da participação perdida para novos entrantes e para preparar o terreno para as próximas atualizações, aí sim, eletrificadas.

Mas não só o Sonic. A Hyundai do Brasil também liderou um projeto global que resultou no lançamento do i20, um compacto que se posiciona como a ponte dos hatches para os SUVs de entrada, segmento de grande potencial. Produzido inicialmente apenas aqui tem preço competitivo, visual moderno, também foi pensado para a próxima fase dos veículos nacionais e será eletrificado.

Pode até ser tratado como uma ironia do destino, mas coube a uma marca de origem chinesa fazer história no Brasil e produzir aqui o primeiro veículo híbrido plug in flex. A GWM tem em seu líder de vendas, o Haval H6, o primeiro representante deste momento, que muito em breve povoará o portfólio de quase todos os fabricantes nacionais.

Aparentemente a velocidade da transformação está aumentando. Outra novata chinesa, em parceria com um grupo genuinamente brasileiro, foi capaz de, em menos de seis meses de presença no Brasil, lançar um modelo que já chega bicombustível: a Changan monta na fábrica da Caoa em Goiás o espaçoso e luxuoso CS75 com motor flex.

Esta edição não trata apenas do futuro e reverencia o passado em uma série mais do que especial que começa na Revista AutoData e pode ganhar outras plataformas muito em breve: a Honda CG completa 50 anos de produção ininterrupta no País. Pioneira e com mais de 15 milhões de unidades produzidas mostramos neste especial que a CG ajudou a desenvolver a mobilidade no País, compreendeu as necessidades do brasileiro e superou a produção de ícones da indústria como o Fusca, o Gol e o Uno. Somados.

Produzindo um conteúdo tão rico e analítico esta AutoData também dá sua contribuição para o presente e para o futuro da indústria automotiva nacional em transformação.

autodata.com.br 

autodataseminarios 

autodataseminarios 

AutoDataEditora 

autodata-editora 

AUTODATA

Diretor de Redação Leandro Alves **Conselho Editorial** Isidore Nahoum, Leandro Alves, Márcio Stéfani, Pedro Stéfani, Vicente Alessi, filho **Redação** Pedro Kutney, Leandro Alves e Vicente Alessi, filho, editores **Colaboraram nesta edição** André Barros, Lucia Camargo Nunes, Natasha Werneck e Soraia Abreu Pedrozo **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR/Divulgação **Capa** Fotos: GM e Honda **Comercial e publicidade** tel. PABX 11 3202 2727: André Martins, Luiz Giadas, Renato Vieira, Rosa Damiano, Valdir Vieira e Vanessa Vianna **Atendimento ao cliente** tel. PABX 11 3202 2727 **Departamento administrativo e financeiro** Isidore Nahoum, conselheiro, Thelma Melkunas, Hidelbrando C de Oliveira. **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

NOVO CHEVROLET SONIC

**NÃO VAI SAIR
DA SUA CABEÇA**

FAÇA O TEST DRIVE



Desacelere. Seu bem maior é a vida.

Consulte regras e condições em chevrolet.com.br/suvs/sonic. Os veículos Chevrolet estão em conformidade com o Proconve – Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores. SAC: 0800 702 4200.



Juntos
na direção™

Experiência em liderança

Com uma carreira consolidada ao longo de mais de três décadas no setor automotivo, o economista Thomas Owsianski assumiu a presidência da General Motors América do Sul há cinco meses. Velho conhecido da indústria no Brasil e na Argentina, sua trajetória é marcada por passagens em quatro continentes, acumulando liderança em mercados altamente competitivos como o europeu e o asiático.

Owsianski iniciou sua jornada profissional em 1992 na Ford, na Alemanha, atuando nas áreas de negócios e marketing. Após 11 anos na companhia, período que incluiu uma passagem pela Hungria, ingressou na Opel — marca que pertencia à General Motors na época —, assumindo posições de

liderança em vendas, marketing e pós-vendas no mercado alemão.

Em 2012, migrou para o Grupo Volkswagen como diretor de marketing da Skoda, na República Tcheca. O desempenho na Europa o credenciou a ser um dos primeiros executivos enviados pelo grupo para a China, em 2014, onde atuou como diretor de vendas e marketing da Skoda na joint venture entre a Volkswagen e a SAIC.

O primeiro contato com o mercado sul-americano ocorreu em 2016, quando se estabeleceu em São Paulo como vice-presidente da Volkswagen. Ele foi um dos principais arquitetos da reestruturação da montadora na região. Em 2017, tornou-se o primeiro vice-presidente executivo da marca para a América do Sul.

Depois disso voltou à China para comandar a Audi e retornou à América do Sul em 2019, baseado na Argentina, acumulando a vice-presidência de Vendas e Marketing. Nessa fase, liderou o projeto Tarek e coordenou a modernização da fábrica de General Pacheco, gerenciando os desafios logísticos durante a pandemia para lançar o SUV Taos, em 2021.

Antes de retornar à GM, Owsianski atingiu o topo da estrutura comercial europeia como vice-presidente sênior de Vendas da Volkswagen na Europa.

Owsianski aborda nesta entrevista sua ampla vivência global, combinada ao conhecimento dos mercados brasileiro e argentino e sua liderança neste novo ciclo da Chevrolet na América do Sul.



Clique aqui para assistir à versão em videocast desta entrevista

Como você se sente ao retornar à América do Sul e ao Brasil para liderar a operação centenária da General Motors? Como foi essa mudança na sua carreira?

É uma excelente experiência pessoal e familiar retornar ao Brasil pela terceira vez — e a quarta na América do Sul. Liderar uma operação com mais de 100 anos de história na região é uma gran-

de oportunidade. Estou entusiasmado para construir, junto com nossa equipe e rede de concessionários, um caminho de crescimento lucrativo para a marca daqui para frente.

Quando você aceitou essa nova posição, que missão lhe foi confiada?

A missão principal é estabelecer um ca-





“A missão principal é estabelecer um caminho de crescimento lucrativo para a Chevrolet na América do Sul, que é um dos mercados globais mais importantes para a General Motors. Nosso objetivo, mesmo em um ambiente desafiador, é garantir resultados sustentáveis para a empresa, parceiros e concessionários”.

minho de crescimento lucrativo para a Chevrolet na América do Sul, que é um dos mercados globais mais importantes para a General Motors. Nosso objetivo, mesmo em um ambiente desafiador, é garantir resultados sustentáveis para a empresa, parceiros e concessionários. Temos bases sólidas para isto: 13 mil funcionários no Brasil e 15 mil na região, uma engenharia forte, capacidade robusta de manufatura, cadeia de suprimentos consolidada e uma rede de distribuição capilarizada, fundamental para atender as experiências do cliente e a disponibilidade de peças.

Diante da concorrência das marcas chinesas, que já representam cerca de 18% das vendas no Brasil com produtos de alta tecnologia, qual é a estratégia da GM para recuperar participação de mercado?

Este é o ambiente mais competitivo que já vi em 33 anos de atuação no setor automotivo, em quatro continentes. Para enfrentar essa dinâmica, apostamos em um pacote completo. Primeiro, continuaremos atualizando nosso portfólio de produtos com tecnologias de pro-

pulsão flexíveis, que incluem motores a combustão interna, híbridos e veículos elétricos. Além disso, nossas maiores vantagens competitivas continuam sendo a força e a confiabilidade da marca Chevrolet, aliadas a uma rede com mil concessionárias e 1 mil e 500 pontos de serviço na América do Sul.

Até que ponto a posição da GM dentre as três principais montadoras do Brasil está ameaçada por esses novos concorrentes?

Em vez de focar exclusivamente em um concorrente ou grupo de concorrentes, priorizamos nossos pontos fortes e diferenciais únicos. Temos produtos locais muito consolidados, desenvolvidos e produzidos na América do Sul. Simultaneamente, aproveitamos a escala global da General Motors e a colaboração com nossas joint ventures na China para complementar o portfólio. Também vamos enriquecer nossa presença no mercado com a introdução da Cadillac no segmento premium. A combinação de engenharia local, manufatura forte, marca e rede nos dá total confiança para manter o protagonismo na região.



Como está avançando a modernização da fábrica de São Caetano do Sul, SP?

Foi uma das primeiras instalações que visitei ao assumir a presidência da GM. Acho que foi no segundo ou terceiro dia de trabalho aqui no Brasil. Apesar de ser a planta mais antiga em operação na América do Sul, com 96 anos, ela se consolidou como uma fábrica extremamente moderna. Investimos pesadamente em digitalização, inteligência artificial e o conceito de smart factory, com o uso intenso de digitalização e Inteligência Artificial. A área de estamperia e prensa, por exemplo, é uma referência global dentro do grupo. São Caetano continuará sendo um pilar absoluto da nossa rede de manufatura, e teremos novidades sobre ela ainda este ano.

Como está o ciclo de investimentos na planta de Gravataí, RS, e qual é o cronograma para o novo modelo lançado?

A fábrica de Gravataí é uma das unidades mais eficientes da rede global da GM e também opera sob o conceito de fábrica inteligente, com uso intensivo de IA e processos digitais avançados. O recente lançamento do Sonic, o novo modelo global marca o início de um ciclo de investimentos, com mais novidades planejadas para o futuro. O veículo tem demonstrado excelente aceitação mercadológica por seu design, tecnologia e competitividade de preço, somando cerca de 14 mil pedidos iniciais. Atualmente, a linha de produção opera no ritmo de 63 veículos por hora. Por tudo isto que acontece em Gravataí diria que mais está por vir no futuro.

Como você avalia a expansão das chinesas nos mercados vizinhos ao Brasil?

Para consolidar uma grande marca na América do Sul, é preciso ter protagonismo em todo o continente, e não apenas no Brasil. A concorrência é forte em todos os países, mas nossa estratégia se baseia em um portfólio modular e flexível. Combinamos veículos fabricados localmente no Brasil e na Argentina com produtos globais importados da nossa joint venture na China, especialmente para os mercados do lado do Oceano Pacífico, como o Chile, e utilitários da América Norte, além de parcerias estratégicas como a que temos com a Isuzu. Essa flexibilidade, somada à solidez da marca Chevrolet e à nossa rede de distribuição na região, garante nossa competitividade, acredito que em todos esses mercados.

Qual é a lógica comercial de contratar um operador independente, a Comexport no Ceará, para montar veículos elétricos vindos da China no Brasil, em vez de nacionalizar a produção nas três fábricas próprias já estabelecidas no País? Os custos e padrões atendem aos critérios globais da GM?

A parceria com a Comexport provou ser uma plataforma ágil e eficiente para iniciarmos a ofensiva de veículos elétricos na América do Sul. Coincidentemente, eu estava justamente no PACE (Planta Automotiva do Ceará) antes dessa entrevista para o início da produção do nosso segundo modelo lá. Começamos com o Spark EV e avançamos com o Captiva EV. Inclusive, o Brasil é o primeiro país fora da China onde a GM adota esse modelo de produção para esses veículos. Essa



“A parceria com a Comexport provou ser uma plataforma ágil e eficiente para iniciarmos a ofensiva de veículos elétricos na América do Sul. Inclusive, o Brasil é o primeiro país fora da China onde a GM adota esse modelo de produção. Essa flexibilidade permitiu uma entrada rápida no mercado, e o sucesso comercial valida a estratégia”.

flexibilidade permitiu uma entrada rápida no mercado, e o sucesso comercial valida a estratégia: já comercializamos mais de 5 mil unidades dessas linhas no País, tornando-as líderes em seus respectivos segmentos. No final do ano, lançaremos um terceiro veículo a partir dessa estrutura. Sobre os critérios técnicos, a operação atende 100% aos padrões globais de qualidade e manufatura da General Motors.

Até 2028, a meta da GM é introduzir pelo menos 10 modelos eletrificados no mercado brasileiro. Como esse cronograma será cumprido?

O plano de expansão é robusto diante do avanço da eletrificação na região. Além dos dois modelos elétricos já disponíveis, introduziremos um terceiro modelo com propulsão alternativa até o fim do ano. Paralelamente, estamos muito próximos de lançar o nosso primeiro veículo híbrido flex desenvolvido e produzido localmente no Brasil. Estamos rigorosamente dentro daquele cronograma que foi estabelecido.

O Sr. Pode dizer quais modelos fabricados pela GM no Brasil receberão a tecnologia híbrida flex?

Ainda não podemos abrir os modelos específicos, pois os anúncios oficiais ocorrerão em um futuro muito próximo. O desenvolvimento de engenharia local e a validação dos sistemas híbridos flex estão na fase de conclusão em nossa organização. Então, fiquem ligados, pois continuaremos com novidades.

Quando você refere-se a um futuro muito próximo, estamos falando de lançamentos ainda este ano ou no próximo?

Vou manter a precisão do alinhamento institucional: os detalhes serão revelados no momento oportuno do planejamento para os próximos lançamentos.

O portfólio local da Chevrolet concentra grande volume de participação nos segmentos de compactos de entrada. Há espaço para expandir a presença em picapes e SUVs de médio porte, que oferecem maior margem de rentabilidade?



HIGH-TECH
INDUSTRIAL FASTENERS



PRODUCTS

Bolts
Nuts
Washers
C-Parts
Wires



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

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



“Além dos dois modelos elétricos já disponíveis, introduziremos um terceiro modelo com propulsão alternativa até o fim do ano. Paralelamente, estamos muito próximos de lançar o nosso primeiro veículo híbrido flex desenvolvido e produzido localmente no Brasil”.

A América do Sul é historicamente um mercado voltado para picapes e utilitários, e a Chevrolet possui uma forte herança global e regional nesses segmentos. Atualmente, contamos com produtos de grande sucesso feitos na região, como as picapes S10 e a Montana, além de modelos importados da América do Norte que atendem mercados específicos. Continuaremos investindo no fortalecimento dessa linha, pois o sucesso na região depende diretamente de uma oferta robusta de picapes. Identificamos grandes oportunidades de crescimento explorando a força da nossa marca nesses segmentos certamente de maior valor agregado.

Como funcionará a estratégia comercial para a chegada da marca Cadillac no Brasil? A operação utilizará a rede de concessionárias Chevrolet existente?

A introdução da Cadillac na América do Sul exige uma abordagem dedicada para garantir uma experiência legítima de alto luxo. Por essa razão, iniciaremos a operação comercial com três parceiros selecionados. A rede será composta por uma combinação de concessionários atuais do grupo que já possuem estrutura qualificada e novos parceiros que

chegam para agregar ampla experiência no segmento automotivo premium. O lançamento oficial ocorrerá lá no quarto trimestre, inicialmente com os modelos elétricos Lyriq e Vistiq, seguidos posteriormente pelo Optic.

A estratégia global da GM focada na visão de “Zero Emissão, Zero Acidente e Zero Congestionamento” previa a transição direta dos motores a combustão para os elétricos e autônomos. Esse plano foi redefinido para incluir híbridos?

A transição energética global e regional mostrou-se um processo complexo que exige flexibilidade. A experiência prática em diferentes continentes evidencia que o consumidor precisa de um leque amplo de escolhas. Como uma marca de grande volume, a Chevrolet deve disponibilizar todo o espectro de tecnologias de propulsão de acordo com a maturidade da infraestrutura local. Isso engloba desde motores a combustão interna altamente eficientes até opções híbridas leves, híbridas flex, híbridas plug-in e veículos 100% elétricos. Essa abordagem flexível garante que a GM possa promover uma transição de forma sustentável nas próximas décadas no Brasil e na América do Sul. ■



130 YEARS OF
TRANSPORTATION

OMNICOM MEDIA



SPRINTER

A decisão que valoriza você.
Conte com tecnologia, robustez e
segurança para facilitar a sua rotina
e impulsionar o seu negócio.



Mercedes-Benz

DESACELERE. SEU BEM MAIOR É A VIDA.





Fotos: Divulgação/Chevrolet

Para além dos 10%

SUV compacto Sonic é a aposta da Chevrolet para aumentar sua fatia na pizza do mercado brasileiro, atualmente flutuando em 10%

Por André Barros

Para uma marca que já ostentou gravatinha dourada na dianteira dos seus carros nos anos em que liderou o mercado brasileiro obter 10,5% das vendas de veículos leves em maio é pouco. Ainda mais olhando para baixo na lista dos mais vendidos e visualizando fabricantes novatas tão próximas. Não é um desempenho que agrade à diretoria da General Motors do Brasil, tampouco a rede Chevrolet formada por cerca de seiscentas concessionárias. O próprio presidente da operação local, Thomas Owsianski, admite:

"Dez por cento não é o suficiente para a marca e para a sua rede de concessionárias. Precisamos crescer. Queremos e podemos crescer de forma sustentável

para nós e para a nossa rede de concessionários. Claramente precisamos de um market share maior".

Trata-se de desafio e tanto para marca com presença centenária no País, que tem seu portfólio estagnado por causa de decisões globais que interromperam um ciclo natural de evolução e investimentos mas, sobretudo, frente a uma concorrência com origem na China que importa e começa a produzir veículos muito mais modernos por aqui.

Completando pouco mais de cem dias no cargo, e retornando à companhia agora como presidente da GM América do Sul, após longa passagem pelo Grupo Volkswagen, Owsianski tem a missão de

colocar a operação nos trilhos e de dar clareza à direção dos negócios nos próximos anos. Mas, para isto, precisa de novidades. Mais do que isto, precisa de produtos que agradem ao público brasileiro e tirem o foco da clientela das atrações eletrificadas das marcas chinesas.

Uma das grandes apostas nesta retomada já pode ser encontrada na rede de concessionários, que esteve nos últimos anos ansiosa por produtos inéditos. O SUV compacto – pela empresa considerado um SUV cupê – Sonic chega para concorrer em um segmento com alto potencial de crescimento e muita concorrência. Com sua proposta de desing alinhado a alguns produtos globais tem todas as credenciais para ajudar a Chevrolet a brigar por uma fatia maior do mercado.

PERDENDO ESPAÇO PARA CHINESES

É inegável que a marca que mais perdeu espaço para as empresas de origem chinesa que chegaram nos últimos anos foi a Chevrolet. Em 2020, último ano em que liderou as vendas no Brasil e teve o Onix como modelo mais vendido, foram registrados 338,5 mil veículos da marca, ou 17,5% do total do mercado.

No ano passado a participação chegou a 10,8%, com 275,9 mil unidades. Em cinco anos as vendas da GM caíram 17,5% e a Chevrolet passou de líder a terceira marca mais vendida, superada por Fiat

e Volkswagen, ameaçada pela quarta, Hyundai, e agora pela chinesa que mais cresce no mercado, a BYD.

Porque enquanto seus concorrentes inundaram o mercado de novidades, do BYD Dolphin Mini ao GWM Haval H6, passando pelos Volkswagen Tera e Fiat Strada – que roubou do Onix a liderança – a Chevrolet pouco avançou em seu portfólio. Lançou o SUV Tracker, é verdade, assim como a picape Montana, mas foi pouco e o resultado não veio em forma de aumento de market share, embora estivessem justamente nos dois segmentos que mais cresceram em vendas no período.

Seus passos rumo à eletrificação também não acompanharam o mercado: trouxe o Bolt, parou de vender o Bolt, lançou o Bolt EUV dias antes de interromper a produção nos Estados Unidos... só voltou a acertar a direção recentemente, com a nova linha de elétricos iniciada com o Blazer e Equinox e agora com a montagem em território nacional do compacto Spark e do Captiva – ambos kits desses veículos importados da China.

Para piorar o campeão de vendas, Onix, precisou ter sua produção interrompida no meio da pandemia por causa da crise dos semicondutores. À época a GM direcionou os chips para seus veículos da América do Norte, preferencialmente – por causa de suas margens de lucro mais generosas –, e a fábrica de Gravataí chegou a ficar meses sem produzir o hatch e o sedã. A difícil decisão fortaleceu seus concorrentes diretos, como Hyundai HB20, Fiat Argo e Volkswagen Polo.

Depois o Onix ainda sofreu com rejeição por causa da polêmica criada por ter a correia do motor banhada a óleo, em uma onda de desinformação que a GM não soube enfrentar deixando as redes sociais criarem um estigma que agora é difícil de combater. Foram poucos os problemas relatados, é verdade, e a maioria por mau uso do cliente – óleo sem a especificação sugerida – e a extensão da garantia, colocada como solução pela companhia, não teve o mesmo alcance dos boatos.

Esta conjunção de fatores derrubou





a participação da GM pouco a pouco até chegar na situação atual, de pouco mais de 10% do mercado. No ano passado, mesmo com a tardia reestilização do Onix e do Onix Plus, caíram 12,4%.

A VIRADA DE PÁGINA

Para retomar o mercado perdido a GM não pretende reinventar a roda, mas investiu forte: R\$ 1 bilhão do ciclo de R\$ 7 bilhões anunciado em 2024 até 2028. Mirou o segmento com alto potencial de crescimento, o de SUVs compactos, e posicionou um modelo com bastante tecnologia e preço atrativo. Foi a mesma coisa que fez com o Onix no passado, modelo que chegou a liderar as vendas e colocar a marca no topo do pódio. Mas o mercado agora já não é o mesmo.

Embora seja generoso o pacote de itens de tecnologia e conforto oferecido nas duas versões, RS e Premier, o Sonic não traz nenhuma inovação ao segmento. Melhorou, é verdade, o que já é encontrado em rivais, como os faróis full led com projetor que traz peças mais leves e mais eficiência, o sistema Adas com maior cobertura graças à câmara com mais definição, e um visual mais moderno inspirados em seus elétricos produzidos na América do Norte. São exemplos que não devem pesar decisivamente em um crescimento robusto, embora ajudem a diferenciar o Sonic da concorrência.



Ele foi posicionado dentro do portfólio em um patamar mais elevado em termos de preços, com as duas versões equipadas com transmissão automática de série. Para este primeiro momento de lançamento a Chevrolet definiu preços promocionais, de R\$ 129 mil 990 na Premier e de R\$ 135 mil 990 para a RS, que serão mantidos ainda por tempo indeterminado. Desta forma o Sonic não brigará na faixa mais competitiva e atraente do segmento, entre R\$ 110 mil a R\$ 120 mil com versões de Tera, Kardian e Pulse, missão deixada na mão do Onix Activ, a versão suavizada do hatch produzido na mesma Gravatai.

O vice-presidente de vendas Rafael Santos diz que o grande chamariz do Sonic é seu design imponente, com a parte dianteira elevada, diversos vincos que criam o que os designers chamam de musculatura. "Ele não sairá da cabeça do consumidor", afirmou, citando o mote da campanha de marketing que é veiculada na mídia desde o começo de junho.

PRIMEIROS RESULTADOS

Em pouco mais de duas semanas de Sonic nas concessionárias a GM diz ter vendido 14 mil unidades. Foi a melhor estreia de um modelo Chevrolet no mercado brasileiro na história, resultado que reforça a aposta da empresa no SUV cupê.

"Desde sua apresentação o Sonic vem despertando forte interesse do público e traduzindo essa conexão em vendas", diz um confiante presidente **Owsianski**. "O resultado alcançado reforça o potencial do produto e a força da marca Chevrolet no mercado brasileiro."

Segundo a Fenabreve foram emplacadas 2,8 mil unidades do Sonic em maio, com menos de trinta dias de vendas. A GM não divulgou projeções de volume, mas admite que a ideia é posicionar o novo carro dentre os mais vendidos do País.

O Brasil foi só o primeiro mercado a vender o modelo, que já começa a chegar à Argentina, Colômbia, Equador, Uruguai e Paraguai. A intenção da GM, aos poucos, é expandir as exportações, inclusive para além da América Latina. ■

A confiança se conquista em milissegundos. E ao longo de anos.

A Toyota reconheceu a Autoliv Brasil com o **Outstanding Performance Award 2025**, concedido a fornecedores que se destacam pela excelência operacional, consistência de desempenho e competitividade sustentada, com disciplina na execução e foco absoluto na qualidade.

Para a Autoliv, esse reconhecimento reflete uma operação baseada em padronização, disciplina e execução consistente, onde tecnologia, engenharia e pessoas garantem robustez e previsibilidade na entrega.

Em sistemas de segurança, milissegundos fazem a diferença. E essa mesma precisão orienta nossos processos produtivos: **execução disciplinada, baixa variabilidade e consistência na entrega.**

Seguimos avançando com foco em excelência operacional e competitividade, fortalecendo nossa capacidade de entrega e a confiança dos nossos clientes.

Acesse
nosso
LinkedIn:



 [autoliv.com](https://www.autoliv.com)



Autoliv

Saving More Lives

A missão do Sonic no mercado brasileiro

Modelo global desenvolvido no Brasil chega para recuperar participação de mercado e a expectativa é de que pode vir a ser o Chevrolet mais vendido

Por André Barros

Ampliar os volumes e ganhar participação de mercado. Embora não revele os números de sua [grande] expectativa a General Motors tem visão clara sobre a missão do SUV cupê compacto Sonic no mercado brasileiro. O vice-presidente de relações institucionais, comunicação e ESG, Fábio Rua, diz que a meta é colocá-lo junto com os carros mais

vendidos do mercado brasileiro. Pode, inclusive, tornar-se o Chevrolet líder de vendas considerando o portfólio nacional.

Para fazer o barulho necessário a GM direcionou o maior orçamento de marketing de sua história para esta missão, segundo o CMO, chefe executivo de marketing, Gustavo Aguiar. O título da música-tema da campanha, Can't Get You Out



Fotos: Divulgação/Chevrolet



Classificado como SUV de entrada o Onix Activ pode ocupar espaço que seria do Sonic

of My Head, da cantora australiana Kylie Minogue, resume a proposta: a Chevrolet não quer tirar o Sonic da nossa cabeça.

"Hoje competimos com diversos ladrões de atenção do consumidor", afirmou o executivo em entrevista a AutoData. "Existe muita coisa acontecendo em muitos meios, as coisas estão bem pulverizadas. Nossa proposta é que você fique com o Sonic na cabeça, venha conhecer, olhar de perto. E trabalhar isto em todas as camadas."

Quando Aguiar cita todas as camadas está se referindo às mais diversas mídias. Desde os tradicionais anúncios em TV e jornais até publicidades novas, como a Netflix. "A ideia é repetir o que fizemos com a Tracker no filme Caramelo", afirma, lembrando da ação que ajudou a divulgar o filme com a criação de um veículo na cor do cachorro, que posteriormente foi doado a instituto que resgata animais.

A Chevrolet também pretende voltar aos grandes eventos, como no passado, quando patrocinou o Big Brother Brasil e o festival Lollapalooza: "Somos os patrocinadores da Fórmula 1 na Globo. E não é só porque temos a Cadillac de volta à competição mas porque eventos culturais relevantes estão no nosso alvo".

POSICIONAMENTO DE MERCADO

Quase um terço das vendas de SUVs, o segmento que já responde por mais de 40% dos emplacamentos de veículos leves no País, são de modelos compactos. Neste universo compacto, de entrada no segmento, avaliando somente as opções com preços abaixo de R\$ 150 mil, chega a 27%. É nessa faixa de mercado, com grande potencial, que o Chevrolet Sonic quer e precisa se destacar.

As opções para o consumidor são diversas: Volkswagen Tera, Renault Kardian e Fiat Pulse são os concorrentes diretos, mas a disputa pega também modelos maiores, como Nissan Kait, Volkswagen Nivus e até a Chevrolet Tracker. E há mais opções chegando no mercado, como o Jeep Avenger – afora todos os chineses eletrificados e de preço competitivo.

Para compreender como a GM quer ocupar o segmento de SUVs nada melhor do que a própria companhia fazer o raciocínio: é que, na sua interpretação, SUVs e crossovers, no portfólio Chevrolet, são nada menos do que dez opções.

A escada começa no Onix Activ, para a GM a versão suavizada do hatch compacto. Ele abre o portfólio, que tem o Sonic no



Pulse, Kardian e Tera, os principais concorrentes do Sonic

segundo degrau. Acima do Sonic vêm, na ordem, Tracker, Spin, Equinox e Trailblazer. Em paralelo aparecem os elétricos: Spark, Captiva, Equinox EV e Blazer.

Nem todos desta lista podem ser considerados SUVs, mas é assim que a empresa quer se posicionar no mercado. E a escada é por tamanho, desde os 4m163 do Onix Activ até os 4m867 da Trailblazer.

O Sonic tem 4m228: é bem maior do que o Tera e Kardian, 4m120, e Pulse,

4m09. Nesta comparação disputa com os 4m260 do Nivus. Ele não tem versões com a opção de transmissão manual por ora, o que ajuda a justificar o preço inicial mais elevado, R\$ 129 mil 990 – os três citados partem de R\$ 100 mil.

Ao menos neste início de jornada a General Motors decidiu manter os preços promocionais anunciados no lançamento. São apenas duas versões: a Premier, pelos já citados R\$ 129 mil 990, e a com apelo mais esportivo por dentro e por fora, a RS, oferecida a R\$ 135 mil 990.

Os excelentes resultados de vendas, com mais de 14 mil unidades encomendadas em apenas duas semanas, deram um sinal para a organização. Foi a melhor estreia de um veículo na história da Chevrolet no mercado brasileiro. Agora os valores estão sendo mantidos: “Cresceremos em volume, market share e em lucratividade com o Sonic em nosso portfólio”, comemorou o VP Fábio Rua.

No entanto a GM não confirmou se estes serão os preços sugeridos de referência daqui em diante ou se fará uma nova alteração na tabela em breve. Mas considerando a maioria dos seus concorrentes, cujos valores podem variar de R\$ 1 mil a R\$ 5 mil para mais ou para menos, pode ser que este seja o posicionamento definitivo para as duas versões.

Mesmo assim, sem que um reajuste ocorra em um futuro não tão distante, a missão do Sonic não é das mais fáceis. Contra sua receita de um visual atraente, um padrão de qualidade e de equipamentos que atendem às necessidades do consumidor desse segmento, e da sua dinâmica elogiada no primeiro contato da reportagem de AutoData, está o número reduzido de versões e, sobretudo, a ausência de uma opção com transmissão manual para disputar a porta de entrada dos modelos compactos.

Por não estar nessa faixa mais próxima dos R\$ 100 mil, que a Chevrolet deixa para o Onix Activ, possivelmente os volumes do Sonic não serão tão elevados e não superará os do Onix. Mas tem condições de brigar no Top 10. ■



**NA MOURA,
A SEXTA ESTRELA
VEM DE FÁBRICA.**

Pela sexta vez, a Moura está entre os fornecedores globais reconhecidos pela General Motors, em uma parceria de 16 anos movida por qualidade, segurança, inovação e tecnologia que antecipa o futuro.

Moura é Moura.





Fotos: Divulgação/Chevrolet

SUV global feito pelo Brasil

A engenharia brasileira da GM cuidou deste projeto e trouxe algumas novidades além do design inédito

Por Leandro Alves, de Brumadinho, MG

Na aparência o Sonic pode ser apenas o SUV compacto do Onix. Mas a julgar pelo desenvolvimento e os diversos processos, tanto de engenharia quanto de métodos de produção, que consumiram R\$ 1 bilhão, este novo modelo Chevrolet é muito mais do que uma simples adaptação da carroceria hatch e sedã fabricados em Gravataí, RS.

Quase metade do valor investido foi utilizada em novas ferramentas de engenharia como design generativo, simu-

lações virtuais e inteligência artificial para criar este projeto global que teve a idealização, liderança, desenvolvimento e as validações feitas no Brasil.

Estiveram envolvidos diretamente no projeto do Sonic 336 engenheiros brasileiros, que trabalharam 792 mil horas neste novo veículo, segundo a General Motors, sendo 55 mil horas de desenvolvimento virtual e 1 mil 27 horas em análises e validações no campo de provas e também no ambiente virtual.

No campo de provas de Indaiatuba, SP, foram mais de 500 mil quilômetros rodados com 27 protótipos e outros 6,8 mil quilômetros de testes em laboratórios de emissões. O resultado é um SUV que trouxe algumas novidades técnicas interessantes, como um melhor ajuste da suspensão, e a melhoria em diversos pontos, como ruídos na carroceria.

MOTORIZAÇÃO

A nova geração do motor 1.0 turbo de injeção direta evoluiu e agora dispõe de vinte módulos e milhares de microchips que trabalham em tempo real coordenando o desempenho, a eficiência e a dirigibilidade, segundo a GM.

O turboflex 1.0 de 115 cv e 18,9 kgfm de torque foi submetido a condições severas por estradas movimentadas, sinuosas e em péssimas condições durante a viagem inaugural do Sonic feita pela reportagem de AutoData de Belo Horizonte até Brumadinho, em Minas Gerais.

E seu desempenho não deixou o motorista frustrado nem em ultrapassagens pela rodovia Fernão Dias nem na sinuosa estrada pela Serra do Rola Moça, cheia de caminhões utilizados na mineração, quando o Sonic foi mais exigido. A aceleração linear e previsível com trocas suaves e progressivas da transmissão de seis

marchas permitem um comportamento que não compromete seu desempenho.

Na leitura do computador de bordo, com duas pessoas no veículo e abastecido com gasolina, o Sonic fez 12,5 km/l nestes pouco mais de 100 quilômetros. Uma das razões para este bom resultado, de acordo com Fábio Morgan, engenheiro chefe do projeto que concebeu o Sonic, é que ele tem, em média 200 kg a menos do que alguns concorrentes do segmento dos compactos, melhorando sua relação peso/potência e, conseqüentemente, o desempenho e o consumo.

CONJUNTO

Este novo SUV tem no seu conjunto um dos pontos que pode atender às expectativas dos consumidores brasileiros. Há muito a GM não trazia novidades para seus produtos e no Sonic, já no contato com o volante, percebe-se uma das melhorias.

A calibração da direção é um dos elementos que definem a ótima condução do Sonic. Sua assistência elétrica progressiva oferece resposta mais natural e confortável. Outro destaque é o diâmetro de giro da direção, de 10m60.

A maior precisão na montagem, com processos automatizados, e o trabalho nos pormenores, como na eliminação dos micro ruídos, deixaram a cabine mais



Fábio Morgan conta sobre a ideia do amortecedor com ajuste múltiplo

confortável. O nível de ruídos é, segundo estudo comparativo da GM, o melhor da categoria dos SUV compactos.

Mas a principal novidade é o novo conjunto de amortecedores pressurizados multiválvulas flexível, que se adapta às diferentes condições de piso.

No primeiro contato durante o percurso até Brumadinho o Sonic mostrou muita pouca vibração por causa da sua suspensão multiválvula. Esta dinâmica é muito diferente das suspensões tradicionais, de acordo com Fábio Morgan, e na prática percebeu-se a carroceria estável e os pneus trabalhando nas estradas com piso bastante irregular.

Outra vantagem destacada pelo engenheiro é a altura livre do solo, de 201 milímetros, que facilita superar obstáculos como lombadas e até trechos alagados. Mas, também, em percurso com muitos buracos e pedregulhos, como o enfrentado na reta final do trajeto até o parque Inhotim, em Brumadinho, as vibrações tiveram absorção surpreendente para um SUV da categoria compacto.

Morgan conta que nesta situação está o melhor exemplo do trabalho de desenvolvimento dos novos amortecedores no qual "o conjunto vai se adaptando conforme a compressão e a exigência".

CONFORTO E CONVENIÊNCIA

O interior do Sonic replica praticamente toda a disposição de instrumentos do Onix. É aqui que ele denuncia que sua produção compartilha a mesma linha de montagem no Rio Grande do Sul.

O Sonic, contudo, inaugura a nova estrutura de serviços OnStar na linha 2027. Todos os veículos equipados com este sistema saem de fábrica com o plano Basics incluído por oito anos, que dá acesso ao aplicativo myChevrolet fazer diagnósticos remotos, monitorar a localização do veículo e os comandos à distância, como travar e destravar portas ou ligar o motor para pré-climatizar a cabine.

Android Auto e Apple Car Play, conexão bluetooth para dois celulares, Wi-Fi nativo e capacidade de receber atualizações re-



motas de software fazem parte do pacote de tecnologia que também está presente na concorrência. Desta forma a utilização é uma atribuição que leva em conta as preferências do usuário.

No campo da segurança ativa o Sonic estreia a nova geração do Chevrolet Intelligent Driving, que usa uma câmara frontal de alta definição com cerca de 40% mais área de cobertura para ler o cenário à frente. Por causa deste item a frenagem automática de emergência passa a atuar em uma faixa mais ampla de velocidades, de 8 a 130 km/h, e habilita um recurso que reconhece diferenças de textura entre o pavimento e as áreas laterais à pista de rolagem para auxiliar a permanência do veículo dentro da faixa.

A partir daí entram em ação sistemas como a própria frenagem automática de emergência, assistente de permanência em faixa com correção ativa, função de manutenção de faixa em situações de perigo e alerta de ponto cego, todos apoiados por controles eletrônicos de estabilidade e tração e ainda com a adoção de seis airbags de série nas duas versões S.

Este pacote coloca o Sonic como uma opção interessante para o concorrido segmento dos compactos. Sua construção, calibração do powertrain e suspensão podem estabelecer um novo parâmetro neste que é o segmento com maior potencial de crescimento dentre os SUVs. ■



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

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

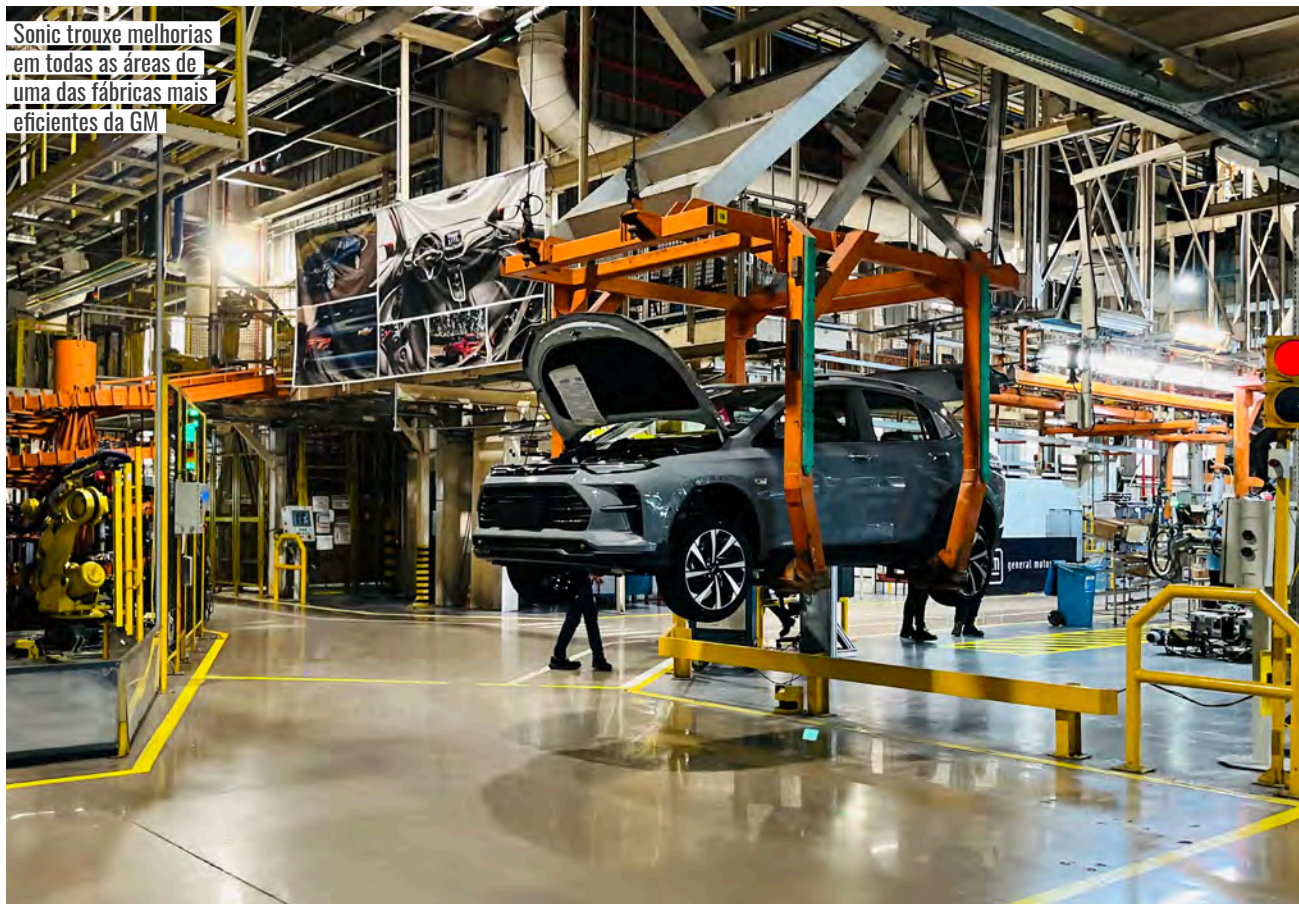


Acesse o
nosso site
e saiba
mais!

metalex

alux

cba



Fotos: Divulgação/Chevrolet

O terceiro modelo de Gravataí

Fábrica recebeu R\$ 1,2 bilhão em investimento para produzir o SUV cupê, que usa a base do Onix e Onix Plus e nasce com mais de 80% de nacionalização

Por André Barros

A fábrica mais eficiente da General Motors na América do Sul, e uma das principais da companhia no mundo, finalmente passou a fabricar um terceiro veículo. Desde que o Chevrolet Celta foi descontinuado, em 2015, apenas o Onix e Onix Plus foram produzidos nas linhas de Gravataí, RS.

“Tivemos a felicidade de receber o Sonic em nossas linhas”, afirma Ricardo Urbano, diretor do complexo da GM em Gravataí, que completou 26 anos. Ele conta que R\$ 1,2 bilhão foi investido na unidade, dentro do ciclo de R\$ 7 bilhões aplicados pela companhia no Brasil de 2024 a 2028. Parte para a produção do SUV cupê.

Todas as áreas, segundo Urbano, tiveram melhorias, que deixaram Gravataí ainda mais eficiente. Ele revela que desde 29 de abril, dias antes do lançamento oficial do Sonic, 63 veículos passaram a ser produzidos por hora na fábrica, que opera em dois turnos.

Linha do tempo

2000

Inauguração com produção do Celta

2006

Ampliação para produção do sedã Prisma

2010 a 2012

Expansão para chegada do Onix

2019

Modernização da linha para dos novos Onix e Onix Plus

2024

R\$ 1,2 bilhão para modernização do complexo para receber o Sonic

"Contratamos cerca de trezentas pessoas nos últimos meses. Como trabalhamos em sistema de condomínio industrial tivemos impacto também de novas contratações nos fornecedores ao redor".

Somadas todas as operações do complexo a produção da GM em Gravataí emprega mais de 7 mil trabalhadores.

NOVIDADES EM TODAS AS ÁREAS

Urbano diz que as áreas de estamparia e armação de carroceria ganharam cerca de cinquenta novos robôs, automatizando ainda mais a produção. A fábrica da GM de Gravataí conta com mais de setecentos robôs e aplicação de inteligência artificial em diversos processos, o que garante maior assertividade na qualidade.

Como o Sonic tem portas diferentes do Onix novas células produtivas foram criadas para atender às novas demandas, contou o diretor: "Gerou uma complexidade adicional, porque em algumas células montamos só o Sonic, em outras só o Onix. Então tivemos investimentos aí também".

Novas cores demandaram também mudanças na linha de pintura, inclusive com novo processo de calafetação. E a montagem final precisou ser adaptada para que três diferentes modelos pudessem passar pela mesma linha.

O diretor da fábrica destaca a instalação de uma tecnologia inédita, o Bin Picking. É um robô que consegue identificar em uma

cesta de peças qual é a que ele precisa para aquele momento, orientado apenas por um sistema de câmaras que funciona como olhos. Desta forma não é preciso ordenar as peças: basta deixar no cesto que o robô faz o trabalho.

NACIONALIZAÇÃO ELEVADA

Por ter como base o Onix o Sonic já nasce com mais de 80% de conteúdo local, segundo Fábio Rua, vice-presidente de relações governamentais, comunicação e ESG da GM América do Sul. São 46 fornecedores de peças e componentes para o Sonic, espalhados em sete Estados brasileiros: "Tivemos novos fornecedores homologados, mas boa parte já está com a GM há algum tempo".

O executivo disse que um dos objetivos é reduzir os cerca de 20% que ainda dependem de importação: "Nosso objetivo é sempre localizar. Tão logo entendermos que existem fornecedores com qualidade e preço competitivo, atendendo a nossas especificações técnicas, passaremos a comprar aqui. Nossa preferência é comprar no Brasil em vez de trazer de fora".

GRAVATAÍ PRODUZIU OUTROS ÍCONES

Inaugurada em 2000, como condomínio industrial, e agregando fornecedores ao seu redor, a fábrica gaúcha da General Motors produziu dois dos principais ícones Chevrolet da história: o Celta e o Onix.

Foi para produzir o Celta que foi construída, com investimento de R\$ 1 bilhão na época. Depois recebeu outros R\$ 240 milhões para expansão e para receber o Prisma, o sedã do Celta, em suas linhas.

De 2010 a 2012 R\$ 1,4 bilhão, para produzir o Onix. A nova geração do Onix e Onix Plus, sobre a plataforma GEM, consumiu mais R\$ 1,9 bilhão em 2019.

Cinco anos depois o ciclo mais recente de investimento, de R\$ 1,2 bilhão, resultou nestas modernizações e na entrada do SUV cupê Sonic nas linhas.

Gravataí recicla 100% de seus resíduos e ostenta a certificação Zero Aterro e tem toda a sua energia consumida proveniente de fontes renováveis. ■



Autoneum recebe prêmio da Toyota



De origem suíça, a Autoneum produz revestimentos termoacústicos fornecidos para diversas montadoras no país. Prêmio concedido pela Toyota, além de atributos relacionados à qualidade e à inovação, deve ser atribuído ao time de colaboradores

Em uma fábrica, os números contam parte da história. Indicadores de qualidade, produtividade, eficiência e entregas são fundamentais para medir resultados. Mas existem conquistas que revelam algo ainda mais importante: a força das pessoas que tornam esses resultados possíveis todos os dias.

Foi exatamente isso que a Autoneum celebrou ao receber da Toyota o prêmio “Desempenho Excepcional”, reconhecimento concedido às unidades de São Paulo e Taubaté após um ano inteiro sem reclamações relacionadas ao fornecimento

e marcado pelos mais elevados padrões de qualidade. Mais do que uma distinção corporativa, a premiação simboliza o compromisso coletivo de centenas de profissionais que compartilham um mesmo propósito: entregar excelência em cada detalhe.

Com raízes que remontam a 1901 e presença em 25 países, a Autoneum é referência global em soluções de gerenciamento acústico e térmico para veículos. Seus componentes estão presentes em diferentes partes dos automóveis, contribuindo para tornar a experiência a bordo mais

silenciosa, confortável, eficiente e sustentável.

Mas, por trás de toda essa tecnologia, existe uma história construída diariamente por pessoas.

O reconhecimento da Toyota evidenciou justamente esse aspecto. Ao longo das comemorações realizadas nas unidades brasileiras, colaboradores de diferentes áreas compartilharam suas experiências e mostraram como a busca pela qualidade vai além dos processos industriais. Ela está presente na atenção dedicada a cada etapa da produção, na responsabilidade assumida por cada profissional e no orgulho de saber que seu trabalho faz parte de algo maior.

Essa cultura de excelência é sustentada pelo APS – Autoneum Production System –, programa que orienta as operações da Autoneum em todo o mundo. A iniciativa promove a troca constante de conhecimento entre unidades, o aperfeiçoamento contínuo dos processos e a busca permanente por inovação e eficiência. O resultado é uma organização preparada para responder aos desafios de uma indústria automotiva em rápida transformação.

Hoje, montadoras de todo o mundo enfrentam demandas cada vez maiores por veículos mais eficientes, sustentáveis e tecnologicamente avançados. Nesse cenário, as soluções da Autoneum desempenham um papel estratégico. Os

revestimentos e componentes multifuncionais desenvolvidos pela companhia ajudam a reduzir ruídos e controlar a temperatura dos veículos, além de contribuir para a diminuição do peso total, favorecendo a eficiência energética e a redução das emissões de CO₂.

O compromisso com a sustentabilidade também está presente nos processos produtivos, com iniciativas voltadas ao uso responsável de matérias-primas, à reciclabilidade dos produtos e ao reaproveitamento de resíduos industriais. É uma visão que combina inovação tecnológica, responsabilidade ambiental e geração de valor para os clientes.

A premiação recebida da Toyota reforça que excelência não é resultado de um único projeto ou de um momento específico. Ela é construída diariamente, por equipes que acreditam no poder da colaboração, da melhoria contínua e da dedicação ao cliente.

Em um setor onde a confiança é conquistada entrega após entrega, a Autoneum demonstra que os melhores resultados surgem quando tecnologia e talento humano caminham juntos. O prêmio reconhece a qualidade dos produtos, mas também celebra algo ainda mais valioso: as pessoas que, todos os dias, transformam compromisso em excelência.



Cerimônia de premiação da Autoneum com executivos da Toyota



Foto: Gemini

Brasil ainda falha na redução de emissões veiculares

Inventário Nacional de Emissões mostra avanços, mas especialistas apontam problemas com a metodologia e tendências ignoradas

Por Lucia Camargo Nunes

Em dezembro de 2025, o Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima e o Ministério dos Transportes publicaram o Inventário Nacional de Emissões Atmosféricas por Veículos Automotores Rodoviários com dados consolidados até 2024. Naquele ano o Brasil tinha mais de 71 milhões de veículos registrados e emissões totais de gases de efeito estufa deste segmento sobre rodas de 204 milhões de toneladas de CO₂ equivalente, CO₂e. Esses dados confirmam avanços concretos na redução de poluentes regulamentados ao longo de 40 anos.

Mas se o documento elaborado pelo IEMA, Instituto de Energia e Meio Ambiente, contabilizando uma série histórica de 45 anos, que vão de 1980 a 2024, merece elogios pela visualização de período longo, de acordo com especialistas da área, por outro lado, apresenta desatualizações metodológicas e ignora tendências que deveriam estar no centro do debate.

Esta é a avaliação de Gabriel Murgel Branco, um dos criadores do Proconve, o Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores, instituído pela Resolução Conama nº 18/1986. Hoje ele atua como consultor independente ao

lado do também especialista Fábio Branco.

Para Gabriel, o documento não está cumprindo a função pelo qual foi criado. "O inventário é um elemento de planejamento do futuro. Você mede a qualidade do ar, organiza um inventário para descobrir quem é o culpado. Faz uma legislação para corrigir, depois vê o resultado e refaz o inventário. Isso tudo deve estar interligado." Segundo ele, o documento publicado pelo lema não cumpre essas etapas. "Ele deveria ser uma ferramenta para realimentar os programas de controle".

OLHANDO PARA O PASSADO

O inventário constitui a base técnica da nova Política Nacional de Qualidade do Ar, estabelecida pela Lei nº 14.850/2024 e tem méritos inegáveis. Documenta, com precisão, a trajetória de redução de poluentes dos veículos locais promovida por décadas de regulação.

Um automóvel a gasolina fabricado antes de 1983 emitia 33 gramas de monóxido de carbono por quilômetro. Um veículo de 2024 emite cerca de 0,16 gramas, o que representa uma redução de 99% no fator de emissão por veículo.

Para os óxidos de nitrogênio, o percurso é semelhante: de 1,4 g/km nos anos anteriores à regulação para menos de



Divulgação/SAE

0,007 g/km nos modelos mais recentes.

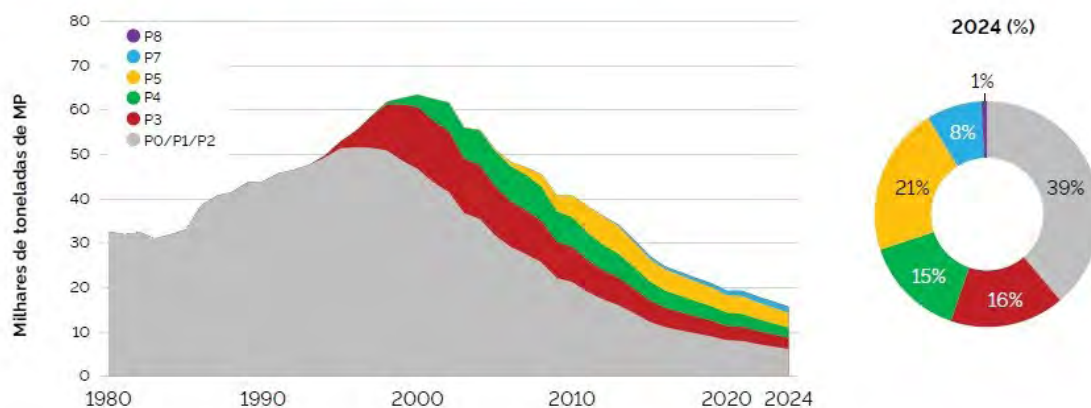
Erwin Franieck, conselheiro da SAE Brasil e responsável pelo Comitê de Fontes Renováveis de Energia, reconhece esses méritos. "O inventário é muito bom para os gases de curta duração, porque mostra o ganho real na redução de emissão do NOx, do monóxido de carbono, dos particulados, de tudo que estava sendo controlado até agora por lei e verificado obrigatoriamente no licenciamento de cada veículo pelas montadoras", observa.

Pela primeira vez, o Brasil monitora sistematicamente os PCVC, Poluentes Climáticos de Vida Curta, como o carbono negro e o metano. Essa mudança é vital. Enquanto o CO2 permanece por séculos na atmosfera, esses poluentes agridem o clima e a saúde de forma imediata. Reduzi-los é o atalho mais rápido para o resfriamento do planeta e para a redução de gastos no SUS com doenças respiratórias.

Gabriel Murgel Branco tem outra posição sobre a abrangência. Ele aponta que o inventário é pautado pelas regulamentações existentes e não pelos dados reais de campo. O documento adota os fatores de deterioração medidos pela Cetesb "como se representassem a média da frota que está circulando", o que, segundo o especialista, constitui um erro de interpretação.

Emissões totais de MP por tipo de emissão

Gráfico 30 - Emissões de MP por combustão por veículos do ciclo Diesel por fase do PROCONVE



Fonte: IEVA

"A Cetesb mede o motor zero-quilômetro, depois a cada 10 mil quilômetros até 80 mil quilômetros num veículo submetido à manutenção do fabricante. Isso não é um retrato da média da frota." O resultado é um documento que, nas palavras de Fábio Branco, "mascara problemas que existem e se torna contraproducente para efeito de legislação e de políticas públicas."

ALERTA PARA O GDI

Dois exemplos concretos que representam falhas metodológicas foram apontados por Gabriel. Na interpretação dele, o primeiro diz respeito às emissões evaporativas – tudo que evapora de combustível no veículo sem ser queimado.

A série histórica do inventário mostra uma queda contínua dessas emissões até 2021, seguida de uma alta abrupta a partir de 2022. A interpretação natural seria que os veículos pioraram. A explicação real, segundo Gabriel, é outra: em 2022, a fase L7 do Proconve introduziu um método de medição mais rigoroso, passando de um ensaio de uma hora para 48 horas.

O método antigo media cerca de 0,02 gramas, enquanto o novo revelou que a emissão real era de 2 gramas ou 100 vezes maior. "Não tem uma notinha para dizer que



Divulgação

mudou o método, portanto esse número não tem nada a ver com os anteriores".

Gilberto Martins, diretor de assuntos regulatórios e tecnologia da informação da Anfavea, confirma a mudança metodológica e avalia positivamente o novo padrão: "Os ensaios de emissões evaporativas tornaram-se mais restritivos, passando de um ensaio de duração de 2 horas para 48 horas, representando um grande avanço no controle das emissões evaporativas."

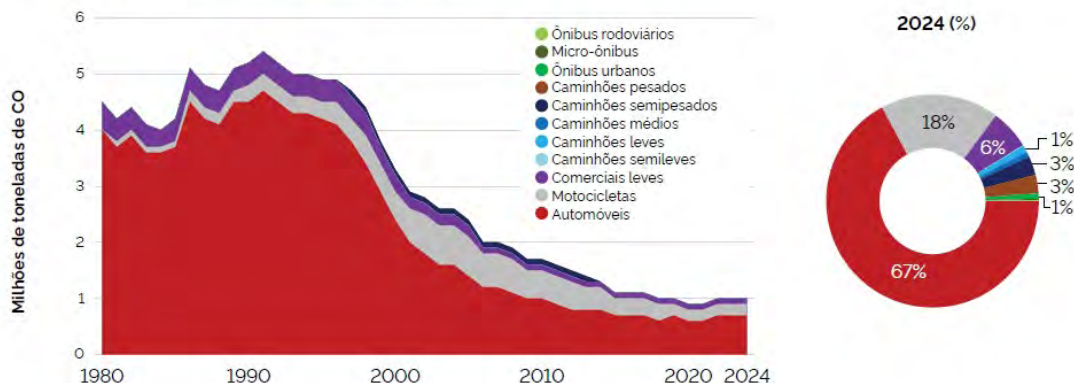
O segundo ponto crítico apontado por Gabriel envolve um fenômeno que o inventário, segundo ele, não percebeu: o aumento das emissões de material particulado pelos motores de injeção direta de gasolina, os chamados GDI, uma tendência que virou padrão na indústria. Só que essa tecnologia produz mais particulado do que os motores sem injeção indireta.

"Nos Estados Unidos, o GDI aumentou o particulado em 10 vezes durante 15 anos", afirma Gabriel. O problema: enquanto os caminhões pesados com tecnologia P7/P8 chegaram a um milésimo de grama por quilômetro de particulado, automóveis equipados com GDI já emitem três milésimos ou três vezes mais do que um ônibus a diesel moderno.

"Um automóvel GDI emitir três vezes

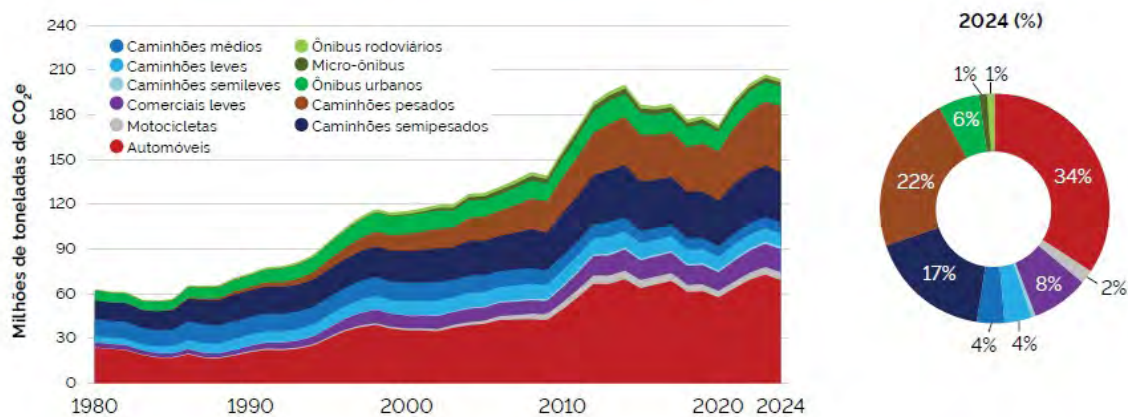
Emissões de CO por categoria de veículo

Gráfico 20 - Emissões de CO por categoria de veículo



Emissões de CO₂ equivalente por categoria de veículo

Gráfico 47 - Emissões de CO₂ equivalente por categoria de veículo



Fonte: IEVA

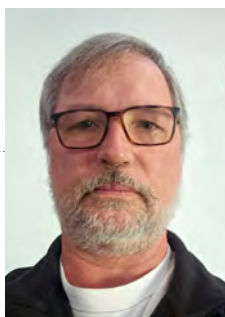
mais que um ônibus a diesel é um absurdo. E se fizer uma conta de emissão por passageiro transportado, divide o ônibus por 40 e o automóvel por um." Fábio Branco complementa: "A média de emissão dos automóveis modernos está aumentando enquanto a média dos ônibus ou dos caminhões vem reduzindo".

Gabriel conta que alertou a Cetesb e o Ibama em 2018. A resposta foi que "o inventário não mostrava nada sobre isso". Dois anos atrás, com dados concretos em mãos, a réplica do órgão foi de que o assunto seria tratado depois de 2032. "Vai esperar criar o problema para depois conviver vinte anos com ele".

ETANOL CRUCIFICADO

Outra crítica de Gabriel é sobre o etanol. O inventário destaca as emissões de aldeídos, compostos orgânicos resultantes da combustão incompleta, dos veículos movidos a etanol como um problema recorrente e relevante.

Ele diz que essa narrativa está três décadas desatualizada. "O aldeído do etanol era muito grande na década de 1990. Nessa ocasião, uma resolução do Conama baixou o aldeído do etanol. Depois de 2000, o aldeído do etanol e o aldeído da



Divulgação

gasolina passaram a ser a mesma coisa".

Ou seja, o aldeído do etanol passou a não ser um problema relevante devido ao baixíssimo nível. "Essa crítica ao aldeído, que não existe mais, prejudica uma descarbonização do transporte".

Além disso, Gabriel aponta que o inventário incluiu, pela primeira vez, o fator de emissão de aldeído para automóveis a diesel (a partir de 2020), mas não fez o mesmo para os caminhões. "O caminhão é movido a diesel também. O inventário deveria incluir uma análise disso".

O CICLO DE VIDA E A FROTA QUE ENVELHECE

Erwin Franieck aponta uma limitação estrutural do documento: a análise se restringe às emissões do tanque à roda, isto é, do momento em que o combustível entra no veículo até ser queimado, sem considerar o ciclo completo do poço à roda ou do berço ao túmulo.

Para ele, essa lacuna distorce especialmente a avaliação dos biocombustíveis. "Para análise de gases de efeito estufa, considerando o biodiesel, por exemplo, ele tem um fator de geração de CO₂ até maior do que o diesel quando analisado do tanque à roda. Mas a pegada de carbono equivalente do biodiesel é quase

zero quando se considera toda a cadeia, inclusive a captação de CO₂ durante o cultivo da matéria-prima."

O mesmo raciocínio se aplica ao etanol: os fatores de emissão de CO₂ do etanol hidratado são de 1,51 kg por litro, enquanto os da gasolina chegam a 2,23 kg/L, diferença que se amplia quando se considera a absorção de carbono pelo cultivo da cana-de-açúcar.

Franiack também critica os dados internacionais de Life Cycle Assessment utilizados como referência. "A maturidade dos dados considera o agronegócio da Europa, que no máximo faz uma colheita por ano e tem absorção solar muito menor que o nosso. É uma base que não serve para avaliarmos o que acontece aqui."

Para ele, o Brasil precisa desenvolver sua própria metodologia, nos moldes do que o Renovabio já iniciou para a cadeia dos biocombustíveis. "Precisa fazer nas nossas condições, que são únicas."

O envelhecimento da frota é outro problema que o inventário não consegue capturar adequadamente. O documento atribui notas D e E à confiabilidade dos dados sobre quilometragem real e taxa de sucateamento dos veículos mais antigos.

Franiack vai além da questão estatísti-



Divulgação

ca. "Não existe no Brasil nenhum sistema de acompanhamento da degradação das emissões dos veículos ao longo do tempo. Quando o catalisador entope, muitos motoristas optam por quebrá-lo internamente em vez de substituí-lo, devido ao custo. O carro volta a circular sem nenhum controle de emissões. Essa frota antiga, eventualmente sem catalisador, é um problema muito sério que o Brasil enfrenta", observa o conselheiro da SAE.

O POTENCIAL NÃO REALIZADO

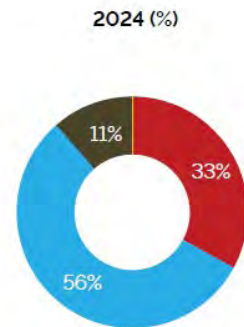
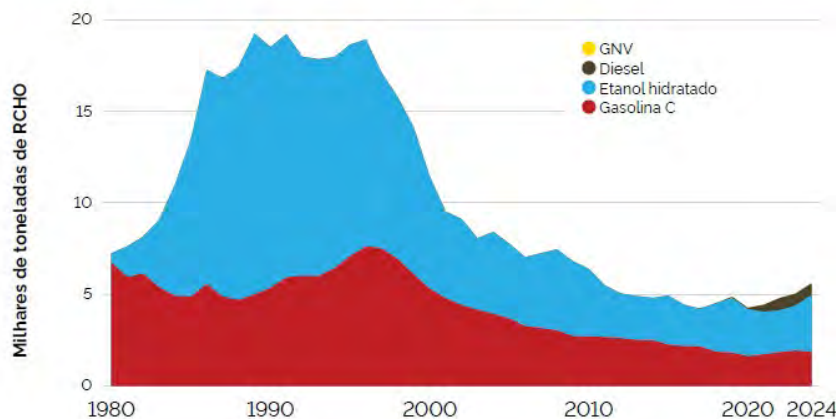
O inventário registra que, dos cerca de 45 milhões de automóveis em circulação em 2024, 75% eram flexfuel. A Anfavea eleva esse número para 76% quando considera a totalidade da frota leve.

Gilberto Martins avalia que essa configuração representa uma oportunidade imediata de descarbonização ainda não aproveitada. "O etanol é um pilar estratégico nesse caminho. Estudos do ciclo de vida do poço à roda apontam redução nas emissões de CO₂ equivalente em comparação à gasolina, considerando a absorção de carbono pelo cultivo da cana-de-açúcar, um diferencial que poucos países do mundo têm condições de replicar."

Mas os dados da EPE citados pela An-

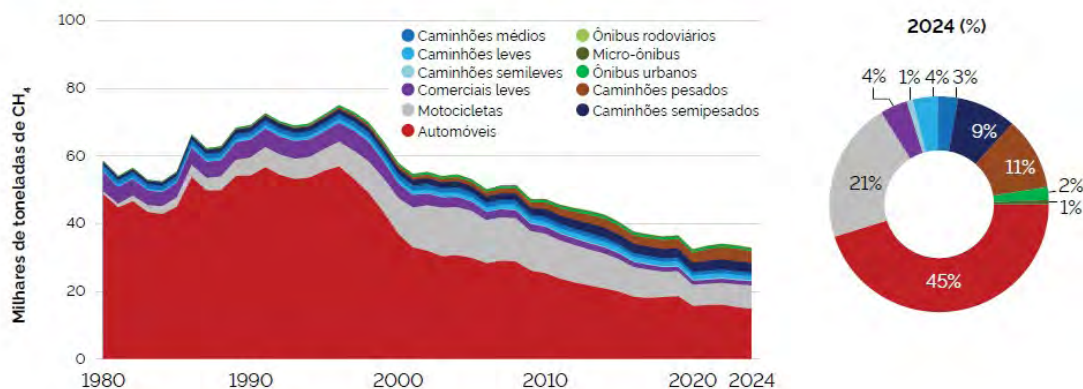
Emissões de RCHO (aldeídos) por tipo de combustível

Gráfico 36 - Emissões de RCHO por tipo de combustível



Emissões de CH₄ por combustível

Gráfico 41 - Emissões de CH₄ por categoria de veículos



Fonte: IEVA

favea são ilustrativos do problema: em fevereiro de 2026, a participação do etanol hidratado nas vendas do ciclo Otto caiu para 28,7%, ante 33,4% no mesmo período de 2025 – reflexo direto da perda de competitividade de preço.

Franiack converge para esse diagnóstico do comportamento do mercado. “O fator preponderante na decisão do usuário é o preço. A gente não tem como, por decreto, fazer que alguém consuma A ou B.”

Para ele, o Renovabio é um mecanismo bem construído: ao valorizar os CBios e obrigar os distribuidores de gasolina a compensar suas emissões comprando esses certificados, o programa cria condições para tornar o etanol mais competitivo. “Esse equilíbrio entre gasolina e etanol vai ser definido pela disponibilidade dos dois e pela política de preços.”

Um dos pontos mais fascinantes ignorados pela narrativa oficial, mas ressaltado por Franiack, é o avanço da tecnologia Euro 6, ou Proconve P8. Segundo ele, um caminhão moderno, ao circular por uma cidade poluída por frotas antigas, pode atuar como uma “máquina de purificação de ar”. O sistema de tratamento é tão eficiente que o ar expelido pelo escapamento chega a ter menos particulados e

NOx do que o ar que o motor admitiu da atmosfera urbana.

Para pesados, Franiack aponta o biodiesel como a solução mais acessível e imediata. O atual blend de 15% já representa um avanço, mas o inventário não reflete esse benefício real, por não incorporar a cadeia de produção. Ele menciona a empresa B8, do Rio Grande do Sul, que desenvolveu um biodiesel bidestilado com qualidade suficiente para uso como B100 em substituição total do diesel fóssil. “Com isso, você teria uma frota de pesados sendo descarbonizada da noite para o dia, sem necessidade de adaptações nos motores, desde que mantida a qualidade adequada do combustível.”

O QUE FALTA AO INVENTÁRIO

O uso sistemático do sensoriamento remoto para medir emissões em condições reais de circulação pode ser uma ferramenta para melhorar o controle e o desempenho da frota.

Em 2019, Gabriel Murgel Branco e uma equipe da Afeevas, Associação dos Fabricantes de Equipamentos de Controle de Emissões de Poluentes da América do Sul, realizaram uma experiência na praça de pesagem da Rodovia dos Tamoios, em

São Paulo, medindo entre dois e três mil caminhões por dia. O resultado foi revelador: apenas 30% da frota P7 atendia ao limite de NOx do Proconve.

Outros 18% estavam emitindo de três a cinco vezes acima do limite, com a lâmpada de falha acesa no painel. As placas dos veículos foram repassadas à Polícia Rodoviária Federal. "A PRF abordou esses caminhões posteriormente e todos estavam sem Arla, o reagente que elimina o NOx. Todos.", argumenta.

O dado importa para o debate sobre o inventário porque ilustra a distância entre o que o documento computa e o que realmente circula pelas ruas. "A média desses valores é o que o inventário deveria usar para calcular o impacto ambiental. Mas ele usou os dados de certificação com 20% de deterioração, como se isso representasse a frota em uso real".

O equipamento de sensoriamento remoto custa cerca de R\$ 8 por medição e já é utilizado em larga escala na Europa, nos Estados Unidos e na China. No Brasil, tanto a Cetesb quanto o Ibama resistem à sua adoção.

O documento do lema acerta ao incluir as emissões evaporativas, mas a Anfavea

e os consultores alertam para uma lacuna na infraestrutura. Embora os carros novos no Brasil atendam aos padrões mais rígidos de controle de vapores, o País falha na cadeia de distribuição. Sem o controle nos postos de combustíveis e nas distribuidoras, o "cheiro de gasolina" que sentimos ao abastecer continua sendo um vazamento massivo de poluentes que o inventário cita, mas não soluciona.

"Ainda existem oportunidades de melhoria no sistema como um todo, especialmente no controle das emissões na cadeia de distribuição, o chamado Stage 1, realizado na distribuidora, e o Stage 2, realizado na bomba de combustível o qual é adotado pela Europa", explica Martins.

Para Gabriel Murgel Branco o inventário do lema não identificou a tendência correta das emissões evaporativas, não detectou o problema crescente do particulado dos motores GDI, não reconheceu os avanços dos veículos a diesel e continuou atribuindo ao etanol um problema de aldeídos que foi resolvido há três décadas.

"Esse inventário não identifica as tendências mais recentes e não recomenda atualizações do Proconve. É um planejamento do passado". ■



CITROËN BASALT DO TAMANHO DA SUA OUSADIA.



QUER DIRIGIR O SEU?
AGENDE UM TEST DRIVE.

WWW.CITROEN.COM.BR



@CITROENBRASIL

@CITROEN

0800 011 8088

(31) 2123-2300



Desacelere. Seu bem maior é a vida.



CITROËN

R\$ 79 bilhões, o que corresponde a um crescimento de 3% a 3,5% ao ano.

O cenário reflete pontos positivos, como a mudança de conteúdo por veículo, que tem se tornado cada vez mais sofisticados, complexos e ainda mais onerosos. Este fato agregará R\$ 27 bilhões ao mercado até 2030. Outro destaque é o crescimento da frota em circulação, o que demandará um volume cada vez maior de partes e peças.

Um terceiro ponto traz, porém, impacto negativo ao mercado de peças. É prevista desaceleração provocada pelo aumento dos veículos elétricos em circulação, uma vez que os BEVs tendem a ter demanda por autopeças 25% menor sem um motor a combustão e seus milhares de componentes, ainda que a mão de obra seja mais cara comparativamente a veículos com esse tipo de motorização.

Ao mesmo tempo o aumento do faturamento do setor global é impulsionado, de acordo com Rosa, pelo significativo incremento do número de novos players e por atividades de recuperação de peças, o que têm ganhado espaço. Para manterem-se competitivas as empresas

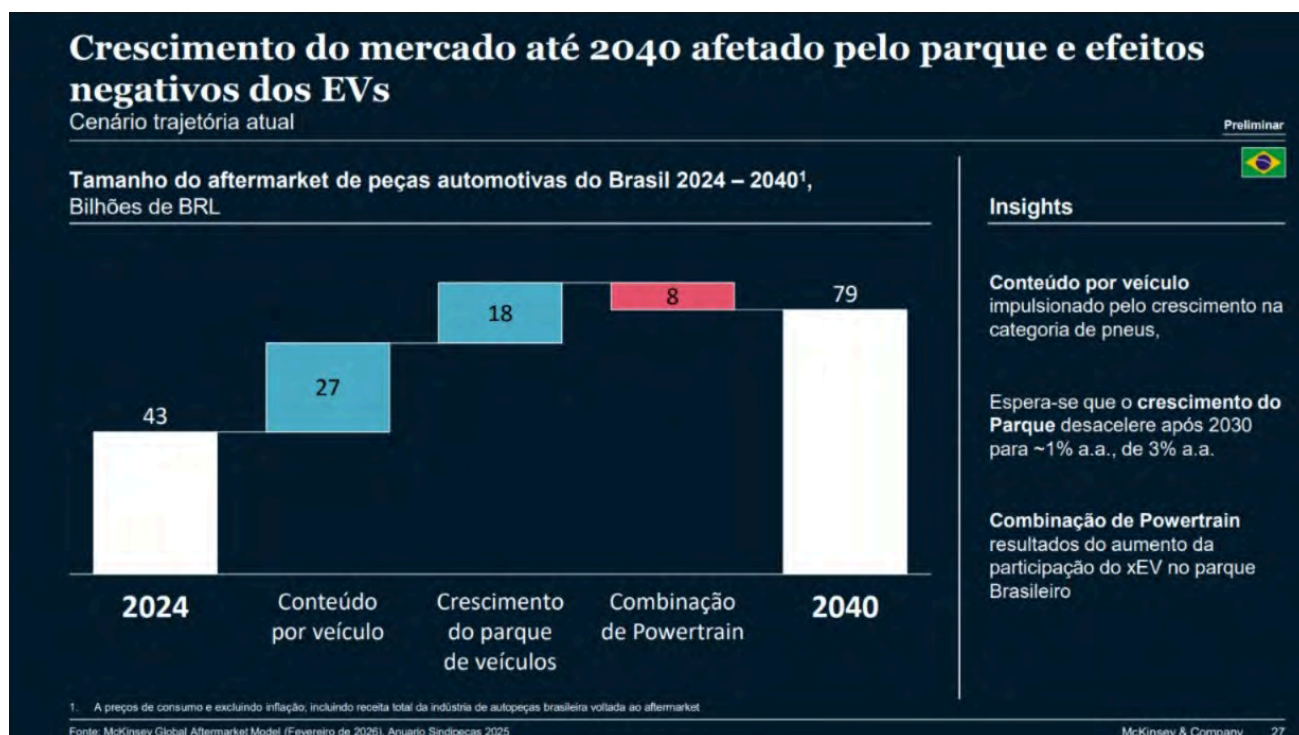
locais necessitam explorar tendências de maior impacto, como os conceitos de economia circular. E é aí que entra a transformação digital, com processos de digitalização e de design por meio da inteligência artificial, tendência que, ao que o estudo indica, veio para ficar.

IMPORTAÇÕES DA CHINA DOMINAM

O mercado brasileiro de autopeças, assim como no caso dos veículos, também tem atraído novas marcas, sujeita a forte penetração estrangeira: 30% dos itens comercializados por aqui são importados e 70% de produção doméstica.

Com relação às origens desses produtos a China aparece em primeiro lugar, com 18,5%, depois os Estados Unidos, com 10,7%, e a Alemanha um pouco menos, com 9%. Destaque também para Japão e México. Juntos todos estes países representam mais de 50% das importações para o mercado brasileiro.

“É interessante chamar a atenção ao fato de que no passado havia a percepção de que da China, por exemplo, eram trazidas somente peças mais básicas, mais estruturais, a exemplo de pára-choques”,



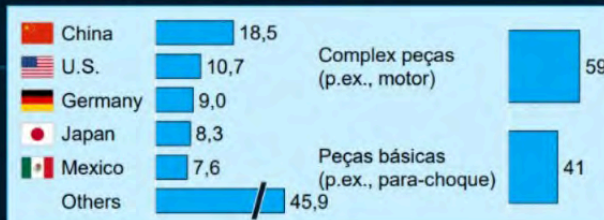
1. Aceleração da entrada de outros players | Mercado brasileiro de autopeças está sujeito a uma maior penetração estrangeira

Peças automotivas

Mercado brasileiro, %



Importações por origem e tipo, % de USD



Principais aprendizados

- A China já representa ~18,5% das importações brasileiras de autopeças
- ~60% das importações envolvem peças complexas (p.ex. motor)

Fonte: Sindipeças, Anfavea

McKinsey & Company 6

disse o sócio sênior da McKinsey. "Mas houve uma mudança no setor nos últimos anos. Teve início movimento de importação de componentes mais complexos, como os relacionados à motorização."

Desta forma, ao analisar o volume total de componentes estrangeiros houve inversão estrutural: 60% são compostos pelo perfil mais complexo e 40% pelo mais básico e estrutural: "Esta é uma mudança de paradigma quando se compara com o cenário passado".

O estudo chamou atenção, ainda, para o avanço da reciclagem de peças e partes de veículos em países mais desenvolvidos, em que a taxa é de 60% a 80%. No Brasil varia de 15% a 35% a depender da segmentação do mercado.

Com a melhoria dos processos de reciclagem, de separação de metais danosos e dos processos clínicos e de manufatura este movimento só cresce: "Vemos que nos mercados desenvolvidos as taxas já são altas e acreditamos que os emergentes deverão seguir os mesmos passos".

A ECONOMIA DA IA

Destaque também para o avanço do

uso de IA no desenho de peças, o que promove redução de até 25% no peso dos itens e de 12% nos custos: "Estas novas tecnologias estão possibilitando baixar os gastos com a produção e customizar cada vez mais itens".

De acordo com o estudo existe outra tendência que terá impacto direto nos negócios. Com a presença cada vez maior de veículos autônomos nas ruas, devendo torná-los rentáveis a partir de 2035, será criada nova demanda que redefinirá o mercado aftermarket.

"Interessante que quando olhamos para veículos autônomos hoje, em razão da escala, ainda muito pequena, e dos investimentos necessários para que isso aconteça, esse veículo seria deficitário nos dias atuais. Mas é claro o movimento de crescimento, ainda mais quando vemos o aumento da adoção em fábricas chinesas e mesmo nas ruas", ressalta o executivo. "Isso tudo passa pela questão do ajuste da escala. Assim que a demanda aumentar o custo de produção será reduzido, o que deverá se consolidar, provavelmente, em um horizonte de tempo de sete a dez anos."

Rosa assinalou que este processo modificará o mix de produção de peças em termos de códigos SKUs, unidades de manutenção de estoque, como câmaras, conectores, radares e equipamentos de suporte, o que trará um desafio para a cadeia de fornecimento diante da redução da necessidade por peças mais estruturais, que caracterizam o portfólio dos veículos atuais, a despeito da maior necessidade de componentes do grupo dos eletroeletrônicos.

"Eventualmente haverá efeito negativo. Embora o mercado dos veículos híbridos se destaque no Brasil a tendência à eletrificação é inegável."

Por isto Rosa destacou que além de aderir à IA para aprimorar processos e a automação é fundamental desenvolver competências sobre eletrificação para veículos a bateria.

"Vemos a eletrificação como inconteste, além do crescimento pela adesão de tecnologias para veículos autônomos e da reciclagem de peças e partes. Então é muito importante estar atento a todos esses movimentos e investir em transformação para a sobrevivência e o

crescimento dos negócios."

FORMAÇÃO DE ASSOCIAÇÕES É BEM-VINDA

Diante da globalização, e com a chegada maciça de material produzido na China, que exercem forte pressão competitiva e por escala, eficiência e inovação, Rosa assinalou ser imprescindível o desenvolvimento da capacidade de estar presente nos mercados digitais e eletrônicos, seja no B2B ou no B2C, e fortalecer a relação com o cliente.

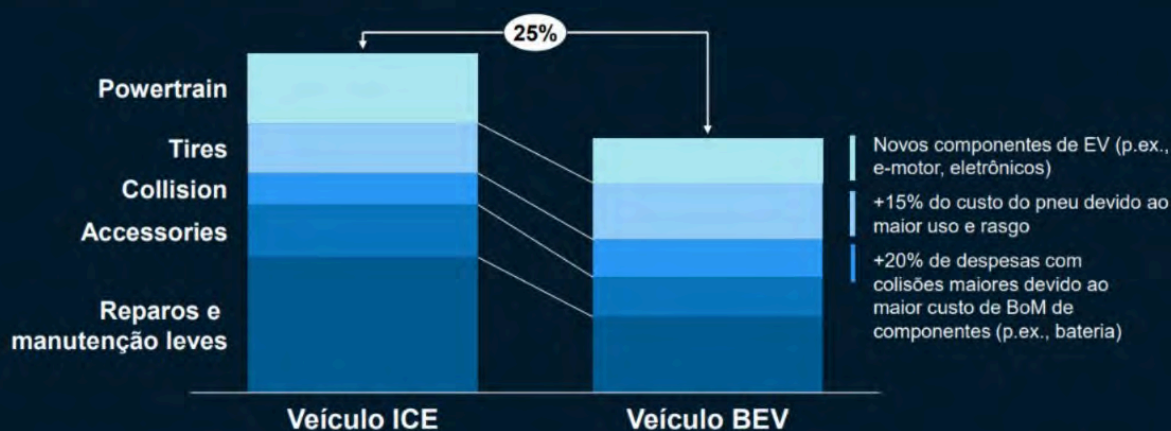
"Uma das grandes vantagens de quem já está no mercado é o relacionamento com o cliente. Será um diferencial com relação a outros players."

Isto tudo, porém, requer capital. O consultor reforçou a necessidade de os empresários estarem abertos a todo o tipo e natureza de parcerias e, eventualmente, a avaliar fontes de financiamento alternativas: "É interessante de alguma forma até pensar em potenciais associações, porque a verdade é que o fortalecimento da base de capital pode ajudar a tocar essas questões em paralelo".

O mercado já está utilizando canais diferentes de atendimento para seus

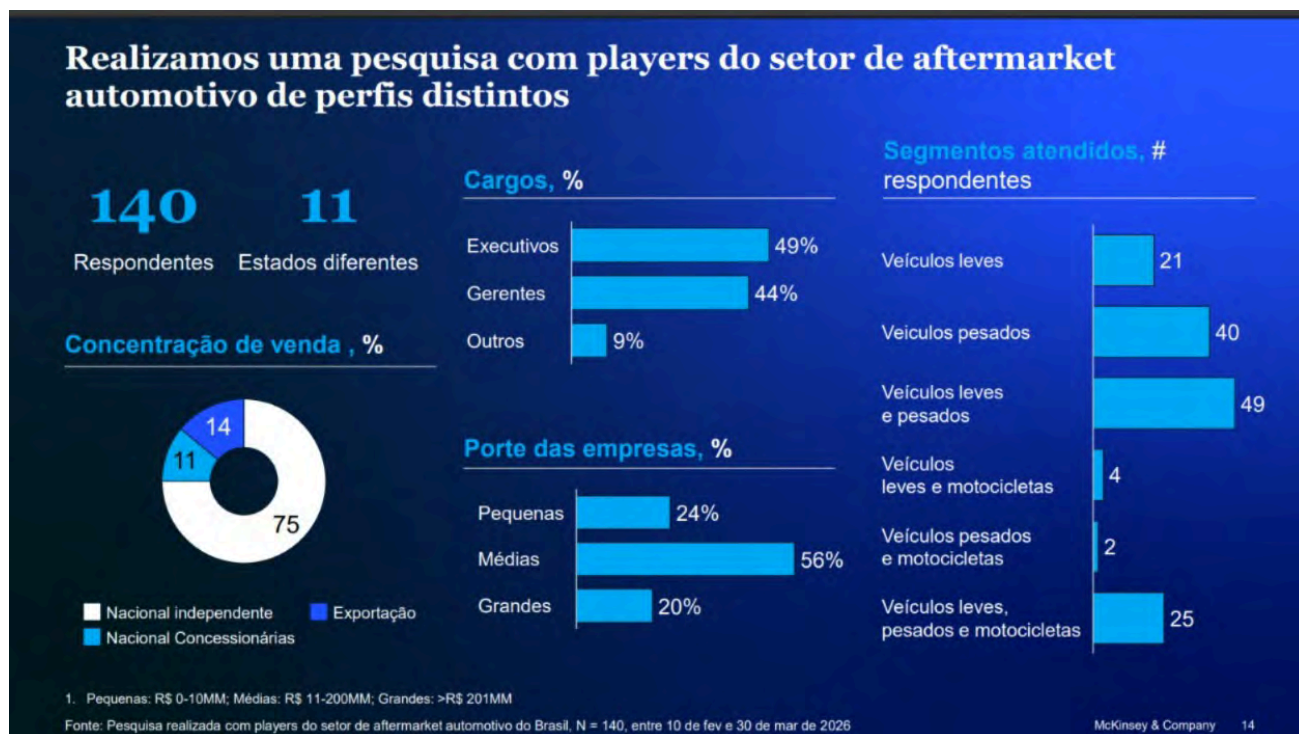
6. Eletrificação | BEVs tendem a ter demanda por autopeças ~25% menor quando comparados aos veículos ICE, apesar de MDO mais cara

Gasto médio anual com peças de reposição, BRL por veículo



Fonte: Statista, Norway, eurocomics, McKinsey Global Affordability Model

McKinsey & Company 11



clientes, seja pelo atendimento digital, como têm feito empresas como Porto Seguro, Baterias Moura ou Localiza, ou pela formação de marketplaces, a exemplo da PneuStore ou da MercadoCar, a fim de fomentar a compra online. Os portais digitais possibilitam financiamento para a aquisição de peças, tanto de montadoras quanto de locadoras, como o da Movida, para a venda dos seminovos.

Com as atualizações over-the-air é possível fazer o download de toda a tecnologia embarcada nos veículos por meio dos softwares embutidos com acesso ao wi-fi: "Fato é que a tecnologia está mudando o jogo. E é muito importante pensar sobre quando ela pode realmente trazer valor econômico e não simplesmente fazer investimento de tecnologia por investimento de tecnologia".

PARA MERCADO É PROMISSOR

Além do estudo a McKinsey realizou pesquisa envolvendo diversos segmentos de autopeças, de diferentes tamanhos, que abastecem o mercado local e exportam, a fim de obter termômetro das mudanças em curso. Ao todo, foram 140

respondentes de onze estados, principalmente de cargos executivos e gerentes, de 10 de fevereiro a 30 de março.

Parceiro associado da McKinsey Daniele Nadalin relatou que quase dois terços dos entrevistados, 68%, acreditam em um aftermarket promissor, embora reconheçam a existência de desafios estruturais de competitividade e de mudanças na estrutura do mercado.

"A primeira mensagem é positiva, embora com alguma preocupação. Já a segunda diz que a maioria também acredita que tecnologia e digitalização são os principais fatores que transformarão essa indústria nos próximos anos."

Um terceiro ponto ressaltado por ele é que não é possível falar da indústria automotiva sem citar a China. Quase a metade das pessoas que responderam à pesquisa, 45%, apontaram que a pressão competitiva, particularmente de peças importadas, é um dos principais desafios.

Por último o envelhecimento da frota, que se por um lado pode gerar problemas em termos de emissões de CO2, por outro, para a reposição, é positivo – e 60% dos respondentes acreditam nisso.

Dentre as principais mudanças estruturais que a indústria está observando no mercado a primeira notada é a expansão do e-commerce, para 82%, seguida pela consolidação dos distribuidores e dos fabricantes de peças, para 75%.

"Sabemos que, em um mercado mais competitivo, consolidar empresas de tamanho menor em um grupo maior pode trazer mais competitividade."

Também aparece o tema da transição tecnológica, que envolve a eletrificação e a conectividade, na avaliação de 68%. Este é um ponto ainda amplamente esperado porém com menor intensidade. Ao mesmo tempo em que a sustentabilidade ainda não é vista como prioridade, para 62%. Ao todo 69% creem na mudança do perfil dos reparadores e 56% na consolidação dos produtores de peças.

IMPORTÂNCIA DOS CONCEITOS

"Como resposta da pesquisa não surgiu o tema dos veículos autônomos, mas sabendo que não é uma preocupação de amanhã, não podemos repetir o erro que aconteceu com a eletrificação. Quando publicamos o nosso primeiro estudo so-

bre o tema dizendo que em 2025 teríamos de 5% a 10% do mercado eletrificado, ninguém acreditava."

Nadalin contou que na Califórnia, Estados Unidos, um quarto do mercado do aplicativo Uber é feito por meio de corridas autônomas. E, na China, vários veículos estão 100% prontos para direção autônoma, alguns já rodam em vias urbanas em testes controlados, mas ainda não foram liberados por questão regulatória sobre segurança da sociedade, embora a tecnologia esteja barateando a cada dia.

"Então é importante olhar também para os conceitos. Quando perguntamos se as empresas querem aumentar os investimentos vimos respostas bastante positivas. Metade disse querer aumentar os aportes nos próximos anos, na própria empresa, 45% afirmaram que manterão o nível e só 7% falaram em queda."

Para 38% dos entrevistados os investimentos serão feitos na expansão comercial e, para o mesmo percentual, em automação e eficiência operacional. Para outros 15% em inovação e P&D, para 6% em digitalização e para 3% em sustentabilidade e ESG. ■

Players do setor veem o aftermarket resiliente e promissor, porém pressionado por importados e transformação tecnológica



Mercado promissor, porém altamente desafiador

68%

veem o setor com perspectiva positiva, embora reconheçam desafios competitivos e estruturais



Transformação tecnológica e digitalização acelerada

75%

destacam que esses são os fatores que mais devem transformar o setor nos próximos anos



Pressão competitiva de importados (ex., China)

45%

apontam a competição de importados como principal fator de pressão da indústria nacional



Crescimento sustentado pelo envelhecimento da frota

60%

associam o crescimento do aftermarket ao envelhecimento da frota e à menor renovação de veículos novos

1. Pergunta: Em uma frase, como você descreveria o futuro do aftermarket automotivo brasileiro?

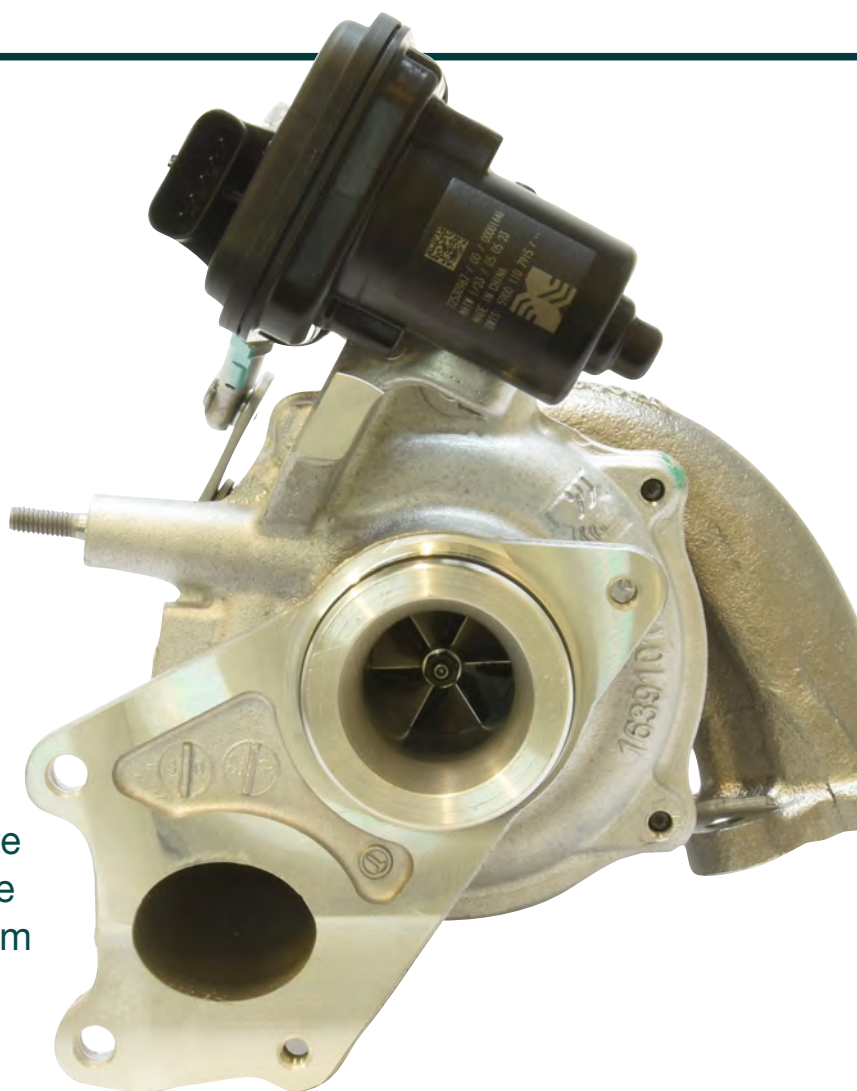
Fonte: Pesquisa realizada com players do setor de aftermarket automotivo do Brasil, N = 140, entre 10 de fev e 30 de mar de 2026

McKinsey & Company 15

BORGWARNER

TEMPO DE TURBO

A modernização de motores a combustão tem passado inevitavelmente pela adoção de turbocompressores, principalmente com vistas às exigências de leis de emissões. E turbos, no Brasil, levam a um nome: BorgWarner



A evolução dos motores a combustão passa, cada vez mais, por soluções capazes de entregar mais desempenho com menor consumo de combustível e redução de emissões. Nesse cenário, os turbocompressores deixaram de ser uma tecnologia restrita a veículos esportivos para se tornarem protagonistas da indústria automotiva global — e a BorgWarner ocupa posição estratégica nessa transformação.

Com mais de 130 anos de atuação e reconhecida mundialmente por seu papel no desenvolvimento de tecnologias para mobilidade, a companhia tem contribuído para a modernização dos motores produzidos no Brasil. Atualmente, cerca de 50% dos turbocompressores utilizados em motores flex fabricados no País saem da unidade da BorgWarner em Itatiba (SP), consolidando a operação brasileira como uma das mais relevantes dentro da estratégia global da empresa.

A adoção crescente da turboalimentação acompanha uma tendência da indústria conhecida como downsizing: motores menores, mais leves e eficientes, capazes de entregar desempenho equivalente ou superior ao de propulsores de maior cilindrada. Segundo Luis Pinto, gerente de Vendas OEM da BorgWarner Turbos and Thermal Technologies no Brasil, “o turbocompressor tornou-se uma ferramenta fundamental para que as montadoras alcancem metas cada vez mais rigorosas de eficiência energética e emissões”, explica.

O princípio de funcionamento é relativamente simples, mas extremamente eficiente. O turbocompressor aproveita a energia dos gases de escape — que normalmente seria desperdiçada — para comprimir o ar admitido pelo motor. Com maior volume de oxigênio disponível para a combustão, o resultado é um ganho significativo de potência e torque, além de melhor aproveitamento do combustível.

Na prática, a tecnologia pode proporcionar incrementos de desempenho de até 50% em comparação a motores aspirados de características equivalentes. Ao mesmo tempo, permite que fabricantes utilizem motores menores sem comprometer a experiência de condução.

Entre os destaques do portfólio da BorgWarner está o turbocompressor B01, desenvolvido para atender às demandas dos modernos motores compactos. Instalado diretamente no cabeçote, o equipamento possui arquitetura otimizada para reduzir espaço, facilitar a integração ao conjunto motriz e suportar elevadas temperaturas de operação.

O produto reúne tecnologias como roda compressora de alumínio, sistema de rolamentos otimizado, válvula de descarga com acionamento eletrônico e soluções avançadas de redução de ruído. O resultado é uma combinação de resposta rápida, eficiência energética e durabilidade compatível com a vida útil do motor.

A relevância dessa tecnologia pode ser observada na ampla presença dos turbocompressores BorgWarner em veículos produzidos e comercializados no Brasil. Modelos como Fiat Pulse, Fast-



back, Toro e Strada, além dos SUVs Jeep Renegade, Compass e Commander, utilizam soluções da companhia. A tecnologia também está presente em veículos da Volkswagen, como Polo, Virtus, Nivus, T-Cross e Tera, além de modelos da Peugeot e Citroën.

O avanço da eletrificação também amplia o espaço para a turboalimentação. Embora os veículos híbridos sejam equipados com motores elétricos, eles continuam utilizando motores a combustão altamente eficientes, frequentemente equipados com turbocompressores. Muitas das soluções desenvolvidas globalmente pela BorgWarner para aplicações híbridas utilizam a mesma base tecnológica que sustenta os produtos fabricados no Brasil.

Mais do que um componente mecânico, o turbocompressor tornou-se um elemento estratégico para a transição da indústria automotiva rumo a uma mobilidade mais eficiente. E, nesse movimento, a BorgWarner segue desempenhando papel central ao combinar inovação, escala produtiva e desenvolvimento tecnológico para atender às demandas das montadoras e dos consumidores de uma nova geração de veículos.



Stellantis acelera a recuperação

Novo plano de investimentos tenta recuperar terreno nos Estados Unidos e define quatro marcas globais, que receberão 70% do investimento de 60 bilhões de euros

Por André Barros e Leandro Alves

Em sua primeira conferência com investidores como CEO da Stellantis, Antonio Filosa apresentou um novo plano estratégico, o FastLane 2030, que soma 60 bilhões de euros em investimentos. Ele reorganizou as prioridades elegendo quatro marcas globais e regionalizando a atuação das outras. Também deu grande atenção à América do Norte, que receberá 60% dos investimentos e uma nova abordagem para reconquistar o consumidor e o market share perdido.

Mesmo com a ambição de retomar um fluxo de caixa positivo até 2028, os investidores inicialmente receberam com ceticismo a abordagem global da Stellantis. As ações caíram 5% um dia após o anúncio do FastLane 2030 e a avaliação do mercado financeiro agora é de cautela, esperando a Stellantis entregar algumas promessas antes de precificar o otimismo.

Acelerar o crescimento e otimizar os custos para gerar mais rentabilidade. Estes objetivos tornaram-se ainda mais aspiracionais com o choque que as companhias chinesas vêm promovendo na indústria automotiva global. E esta é uma das razões da abordagem em parcerias com outras empresas, uma das marcas da gestão de Antonio Filosa, há quase um ano na liderança do grupo.

Em maio foram anunciadas parcerias estratégicas com a Donfeng e a JLR, que



se somam à joint-venture com a Leapmotor. "Podemos avançar melhor e mais rápido com esses parceiros, compartilhando desenvolvimento e investimentos, acessando mercados onde não somos fortes, gerando melhor competitividade em compras e otimizando a utilização de nossas capacidades".

Só na Europa a Stellantis pretende ocupar 800 mil unidades em capacidade compartilhando com seus novos parceiros não apenas algumas linhas de produção, mas fábricas inteiras e estratégicas, que não precisarão ser fechadas, mantendo também os empregos.



Foco total na renovação das marcas nos Estados Unidos

ESTADOS UNIDOS E MARCAS GLOBAIS

O grande foco da Stellantis é o mercado estadunidense, o segundo maior do mundo. Lá as marcas do grupo perderam espaço com uma equivocada guinada à eletrificação, que deixou de lado a preferência dos cidadãos, carros grandes com motores potentes.

Por isto mais da metade do plano de investimentos será direcionado para a América do Norte. Antonio Filosa destacou que "40% será aplicado em novas tecnologias e em plataformas e 60% em produtos e marcas".

A Jeep terá três novidades até 2030: a picape Wrangler Scrambler e os novos Cherokee e Recon, alternativa elétrica do Wrangler. A Ram terá duas conhecidas da América do Sul, a Rampage e a Dakota, a Ramcharger e o utilitário Promaster City.

No total o plano global prevê o lançamento de mais de sessenta modelos, dos quais 29 BEV, 15 PHEV-REEV, 24 HEV e 39 ICE-MHEV – o mesmo modelo pode apresentar diferentes propulsões.

Esta ofensiva faz parte de importante reorganização da Stellantis, com uma nova maneira de enxergar suas marcas: Filosa elegeu a Fiat, a Jeep, a Peugeot e a Ram como as quatro marcas globais. Estas receberão mais atenção em lançamentos e plataformas que poderão ser utilizadas em todos seus mercados. Para

as marcas globais serão direcionados 70% dos investimentos, decisão considerada positiva e inteligente pelos investidores após o anúncio, pois esta alocação de capital evitará gastos duplicados.

As demais marcas, como Alfa Romeo, Chrysler, Citroën, Dodge e Opel, são consideradas agora marcas regionais, e terão seu foco centrado nos mercados onde elas já são competitivas. DS e Lancia ficarão debaixo do guarda-chuva de Citroën e Fiat, respectivamente.

Sobre os rumores de que a Maserati poderia ser vendida, Filosa afastou essa hipótese e anunciou dois novos modelos de luxo, o primeiro a ser apresentado em dezembro em Modena, na Itália.

STLA ONE

Outro ponto abordado como prioridade para os investidores é a redução da complexidade produtiva, gerando mais eficiência nas operações. Por isto até 2030 a Stellantis tem como objetivo concentrar 50% de seu volume de produção sobre três plataformas: STLA Frame, STLA LCV e a inédita STLA One. Prometida para 2027, foi concebida de forma modular e pode gerar veículos dos segmentos B, C e D com ganhos de eficiência de custos de 20%, segundo a companhia, e 70% de aproveitamento de componentes.

A STLA One unifica cinco plataformas

em uma arquitetura escalável e é multi-energia, podendo gerar de modelos ICE a BEV, com as mais novas tecnologias da Stellantis, como STLA Brain, STLA Smart Cockpit e steer-by-wire. Até 2035 deverá suportar mais de trinta modelos e dominar a produção com mais de 2 milhões de unidades por ano.

A STLA One usará a tecnologia cell-to-body, na qual a bateria LFP será totalmente integrada ao veículo, o que otimiza a eficiência energética, além dos custos. A arquitetura de 800 volts deverá garantir prazos de recarga mais curtos.

AMÉRICA DO SUL

Dentro dos negócios globais da Stellantis a América do Sul é, talvez, a região que menos traz dor de cabeça ao CEO Antonio Filosa. Apesar da ameaça gerada pela entrada de diversas montadoras chinesas no mercado brasileiro, o principal da região, a companhia ainda lidera em vendas no Brasil e na Argentina.

Herlander Zola, presidente da Stellantis para a América do Sul, destacou em sua apresentação no Investor Day que possui antidoto à invasão chinesa: alto nível de localização de peças, uma base de fornecedores bem estabelecidas, rede de concessionárias experiente e pulverizada e a confiança do consumidor nas marcas, há décadas presentes na vida

dos brasileiros e argentinos.

Especialmente no segmento de maior volume, que é onde a Stellantis concentra e manterá seu foco nos próximos anos: o de carros de entrada. Nele os chineses ainda não estão concorrendo e, só da Fiat, serão quatro novidades nos próximos anos, a começar pelo novo Argo, agora o nome oficial do compacto que chegará ao mercado nos próximos meses.

Conhecedora do mercado a Stellantis prepara uma ofensiva de picapes e SUVs, nos segmentos em que há mais expectativa de crescimento. Zola citou a renovação das picapes Fiat Strada e Toro, Ram Rampage, o novo Jeep Avenger e a atualização de toda a linha Jeep – Renegade, Compass e Commander.

Assim pretende defender a liderança nos dois principais mercados e avançar nos demais, como Chile e Colômbia. O plano apresentado por Zola projeta aumento de 10% nas vendas locais até 2030, partindo de uma base superior a 1 milhão de unidades alcançada em 2025. E nos mercados não-Brasil e Argentina avanço ainda maior, para ganhar fatia dos chineses, especialmente.

E nestes países as parcerias recentemente anunciadas, como Dongfeng e Tata, garantirão novidades com as marcas Stellantis: da Dongfeng serão dois Peugeot e dois Jeep, um Jeep em parceria com

Marcas globais e regionais terão novidades até 2030



a Tata e mais três modelos Leapmotor.

EXPECTATIVAS

Considerando o espectro global da atuação da Stellantis e os diversos desafios para recuperar terreno ao mesmo tempo em que o avanço dos chineses ameaça a todos, o mercado financeiro aguardava medidas mais radicais, com desinvestimento em algumas marcas do grupo ou o fechamento definitivo para cortar o excesso de capacidade.

Não foi assim que Filosa organizou seu primeiro grande plano para a Stellantis. Ainda que riscos na execução do FastLane 2030, como a promessa de reduzir o ciclo de desenvolvimento de veículos de 40 para 24 meses usando a Inteligência Artificial, percebeu-se um CEO confiante e bastante tranquilo para conduzir esta estratégia durante a sabatina dos investidores e a coletiva de imprensa.

Ele finalizou sua apresentação com a



Renovação das picapes Fiat, da linha Jeep, novos Fiat e a produção da Leapmotor no Brasil

seguinte mensagem: "O FastLane 2030 é o resultado de meses de trabalho disciplinado em toda a empresa e foi concebido para impulsionar o crescimento lucrativo a longo prazo. Com o cliente no centro de tudo o que fazemos, o plano cumprirá o nosso propósito, de emocionar as pessoas com marcas e produtos que elas amam e em que confiam".

DENTRO DO NOVO CHEVROLET SONIC, EXISTE A NOSSA TECNOLOGIA.

A Sulbras produz diversos itens importantes que fazem parte do novo Sonic, contribuindo para o alto desempenho, a qualidade e a inovação que só a GM pode entregar.

Somos parte da **evolução** que move o Brasil.



TECNOLOGIA E INOVAÇÃO



QUALIDADE COMPROVADA



PARCERIA QUE MOVE



SULBRAS E GM:
UMA PARCERIA QUE IMPULSIONA
A INDÚSTRIA E O FUTURO.

Ainda mais robusta

Resultado da fusão da Android Industries com mais duas gigantes, a Voltava atua no Brasil desde 2012 como um dos principais e mais premiados sistemistas da planta da GM, em Gravataí (RS). Perspectivas da nova empresa são ainda melhores e maiores



A indústria automotiva global ganha um novo protagonista com a criação da Voltava LLC, empresa resultante da união entre a Detroit Manufacturing Systems (DMS), a Android Industries e a Avancez. A nova organização nasce com a proposta de ampliar sua capacidade de inovação, fortalecer sua presença internacional e oferecer soluções ainda mais robustas para montadoras e fabricantes de equipamentos originais (OEMs).

Com sede em Auburn Hills, Michigan (EUA), a Voltava reúne competências complementares para atuar como parceira estratégica de fabricantes globais, oferecendo soluções completas que vão muito além da montagem de componentes. Com

expertise em montagem de módulos complexos, sequenciamento, manufatura contratada, automação industrial, logística integrada e desenvolvimento de ferramentas e equipamentos, a Voltava posiciona-se como uma fornecedora de soluções de ponta para um mercado em constante evolução.

Com 21 unidades globais, das quais 19 na América do Norte, uma na Europa e uma no Brasil – em Gravataí (RS), atuando como sistemista na planta da GM desde 2012 –, essa presença plural amplia a capacidade de atendimento aos clientes em diferentes mercados e reforça a posição da empresa como fornecedora estratégica para o setor automotivo.

Com foco em inovação, excelência operacio-

nal e valorização das pessoas, a Voltava surge como uma nova força global preparada para atender às demandas da mobilidade do futuro.

Outro diferencial da companhia está em sua capacidade de fornecer soluções integradas de supply chain, abrangendo desde o planejamento de materiais e comunicação com fornecedores até logística inbound, operações internas, entregas just-in-sequence (JIS) e just-in-time (JIT), garantindo maior eficiência e competitividade aos seus clientes.



No Brasil

A transformação da Android Industries em Voltava marca uma nova etapa na trajetória de uma das principais sistemistas instaladas no complexo industrial da General Motors em Gravataí (RS). Presente no complexo gaúcho desde 2012, a Voltava é responsável pela montagem de módulos essenciais para os veículos produzidos pela GM, incluindo conjuntos completos de suspensão dianteira e traseira, componentes de freio e sistemas internos, como forros de teto e seus respectivos acessórios.

A operação se destaca pela adoção do conceito just in sequence, um estágio ainda mais avançado do just in time, no qual os módulos são produzidos e entregues exatamente na sequência em que serão instalados na linha de montagem.

A proximidade física com a fábrica da GM permite elevado nível de agilidade, redução de estoques e rápida adaptação às mudanças de mix de produção. Atualmente, a empresa fornece 48 módulos para cada veículo produzido em Gravataí, operando com rigorosos controles de qualidade, rastreabilidade total dos processos e mais de 50 mil torques eletronicamente monitorados por dia.

Para o Plant Manager de Gravataí da Voltava, Guilherme Lopes, “o futuro da manufatura automotiva passa pela combinação entre inovação, melhoria contínua, competitividade e valorização das pessoas. Uma estratégia que vem consolidando a empresa como referência em excelência operacional e parceira de longo prazo da General Motors no Brasil e no exterior”, destaca.

A chegada do novo Chevrolet Sonic reforçou a importância dessa parceria. Embora o projeto tenha exigido investimentos e adaptações produtivas, a flexibilidade das linhas permitiu a incorporação do novo modelo sem necessidade de expansão física da fábrica. Tecnologias como sistemas de visão, robôs colaborativos e ferramentas de aperto com controle eletrônico garantem elevados padrões de qualidade e eficiência.



Fotos: Divulgação/Honda

A moto que entendeu o Brasil

A CG nasceu adaptada às condições brasileiras. Ao longo de cinco décadas acompanhou as transformações do País e ajudou milhões de brasileiros a conquistar mobilidade.

Por Arthur Caldeira

Era 4 de novembro de 1976 quando a primeira Honda CG 125 saiu da linha de montagem da recém-inaugurada fábrica em Manaus, AM. Inspirada na CB125S, modelo 100% japonês vendido também em nos Estados Unidos e Europa, a brasileiríssima CG125 precisaria enfrentar um cenário muito diferente daquele para o qual foi concebida originalmente.

A realidade aqui era outra quando comparada ao daqueles mercados. O Brasil da década de 1970 ainda tinha 47% da população vivendo em áreas rurais. As estradas eram precárias e a crise do petróleo batia à porta. Os consumidores precisavam de um veículo que oferecesse resistência, economia e facilidade de manutenção acima de qualquer sofisticação.

O que ninguém previa é que aquela adaptação inicial transformaria a CG em muito mais do que um sucesso comercial. Ao longo das cinco décadas seguintes ela se tornaria o primeiro veículo, o primeiro patrimônio e, muitas vezes, o primeiro

passo rumo à liberdade de ir e vir e à autonomia para milhões de brasileiros.

“O conceito foi criar uma moto realmente utilizável nas estradas brasileiras, baseada no modelo japonês mas preparada para pisos ruins e altas temperaturas. E que não quebrasse, mesmo com uma estrutura limitada de manutenção. Para isto foram feitas mudanças significativas no projeto”, relembra Momiyama San, engenheiro japonês que atuou no Brasil de 2005 a 2009 e que costuma citar a adaptação da CG original como exemplo da filosofia da marca no País.

Em vez de priorizar desempenho a fabricante apostou em robustez. O motor monocilíndrico de 124 cm³ de cilindrada com comando de válvulas no bloco, a construção simples e a fama de consumir pouco combustível faziam sentido onde o automóvel ainda estava distante da realidade da maior parte da população.

TRANSFORMAÇÕES

O sucesso da CG nunca esteve apenas no produto mas na capacidade de acompanhar um País em transformação.

Ao longo das décadas seguintes o Brasil viveria a redemocratização, trocava de moeda, enfrentaria crises econômicas e veria suas cidades crescerem em ritmo acelerado. Surgiriam novas profissões e novas formas de trabalhar e se deslocar.

Quando chegou ao mercado a CG oferecia algo raro para a época: autonomia.

Campanha destacando a economia de combustível e outras qualidades da moto popular brasileira



Em 1982 a motocicleta dava acesso à mobilidade para todas as classes de brasileiros



CG 125

HONDA
Cada vez mais a solução.

Encurtava distâncias, ampliava horizontes e permitia aceitar empregos mais distantes ou simplesmente reduzir a dependência do transporte público.

Mais do que oferecer mobilidade a CG passou a oferecer tempo. E, para quem passa horas em deslocamentos diários, tempo significa oportunidade.

O SONHO POSSÍVEL

A trajetória da CG ajuda a entender algumas particularidades do próprio consumidor brasileiro: “Aqui vende-se muita moto porque as pessoas não têm dinheiro para comprar um carro”, analisa Roberto Iquejiri, ex-diretor de Relações Institucionais e Assuntos Governamentais da Honda e presidente da Abraciclo de 1999 a 2003, em entrevista concedida anos atrás a este repórter.

A afirmação ajuda a entender por que a motocicleta ocupa um espaço tão relevante no mercado brasileiro. Em muitos outros países o automóvel representa o primeiro passo da mobilidade individual. No Brasil, para milhões de pessoas, este papel coube à moto.

A importância da CG talvez seja melhor compreendida observando outros dados

As 10 gerações da Honda CG

1976–1982
1ª geração



CG 125
Motor 125 cc
quatro tempos
Câmbio de 4
marchas
Partida a pedal
Sistema elétrico
6V
Destaque:
Popularizou os
motores quatro
tempos no Brasil.

1983–1988
2ª geração



Sistema elétrico
12V
Melhor iluminação
Surgimento da CG
Cargo
Câmbio passa a
ter 5 marchas
Destaque: Mais
confiabilidade
para o uso diário e
profissional

1989–1994
3ª geração



Ignição eletrônica
CDI
Partidas mais
precisas
Menos
manutenção
Novo painel
destaque: A
eletrônica chega
à moto popular.

1995–1999
4ª geração



Atualizações
visuais
Ajustes na
carburação
Adequações às
leis ambientais
Novas opções de
acabamento
Destaque: A CG
começa a se
adaptar a um
mercado mais
exigente.

2000–2003
5ª geração



Marcador de
combustível
Bateria selada
Tanque maior
Freio a disco
dianteiro
nas versões
superiores
Destaque:
Conforto e
praticidade
entram na
equação.

além dos rankings de vendas. Ela é personagem nas histórias silenciosas que se repetiram de geração em geração.

A CG era o objetivo da pessoa que pagou sua primeira prestação do consórcio, operação efetuada com orgulho. A CG causava uma sensação inédita de inde-

pendência para aquele que recebeu a chave do seu primeiro veículo o KM. Era, e ainda é, a ferramenta que possibilita ampliar um pequeno negócio. Ela representa a possibilidade de estudar à noite depois do trabalho. E representa a liberdade de ir e vir sem precisar ajustar a rotina aos horários de terceiros.

Enquanto muitos veículos foram associados ao desejo e à ostentação a CG tornou-se símbolo de possibilidade: o primeiro patrimônio adquirido com o próprio esforço, o primeiro veículo da família e, em muitos casos, o primeiro passo rumo à autonomia financeira.

PARTE DA FAMÍLIA

A moto que nasceu adaptada às estradas ruins dos anos 1970 acabou se adaptando, sobretudo, às profundas transformações do País. A CG acompanhou o Brasil que cresceu, se urbanizou, reinventou formas de trabalho e ampliou o acesso à mobilidade individual sem abandonar as

Em 2006 comemoração de um recorde: 1 milhão de motos produzidas em Manaus.



As 10 gerações da Honda CG

2004–2009
6ª geração



Motor cresce para 150 cm³
Eixo balanceiro
Comando OHC
Sistema Shutter-Key
Destaque: A maior evolução mecânica da história da CG

2009–2013
7ª geração



Injeção eletrônica PGM-FI
Primeira moto flex produzida em série no mundo
Novo chassi
Painel reformulado
Destaque: O fim do carburador

2014–2015
8ª geração



Design renovado
Atualizações ergonômicas
Três anos de garantia
Novas cores e acabamentos
Destaque: Mais sofisticação sem perder a simplicidade.

2016–2021
9ª geração



Novo motor 160 cm³
Freios CBS
Chegada da versão Start, de entrada
Destaque: Segurança passa a ser prioridade.

2022–2026
10ª geração



Iluminação em LED
Painel mais completo
Tomada USB-C
ABS na Titan destaque:
Tecnologias antes restritas a motos maiores chegam à moto popular.

características que a tornaram popular desde o início: robustez, economia e facilidade de manutenção.

Cinco décadas depois o Brasil já não é o mesmo que viu nascer a primeira CG125 em Manaus. Nem mesmo a CG é a mesma. As cidades mudaram. As relações de trabalho mudaram. A própria ideia de mobilidade mudou.

Mas algumas necessidades permanecem as mesmas: chegar mais longe, ganhar tempo, ampliar oportunidades e conquistar autonomia.

Talvez seja por isto que a história da Honda CG diga tanto sobre o País. Porque, mais do que acompanhar as transformações do Brasil, ela ajudou milhões de brasileiros a atravessá-las.

E talvez nenhuma história resuma isso melhor do que a do mineiro Marcelo Santos, de Santos Dumont. Dono de um bar na Zona da Mata começou a vender consórcios Honda — majoritariamente de CG — e faturou, já no primeiro mês, mais

com a comercialização das cotas do que com as vendas do pequeno comércio.

Trocou o balcão pelo cargo de consultor de vendas da concessionária Independência Motos. A ligação com o modelo foi tão profunda que atravessou os limites do trabalho.

Quando nasceu seu filho decidiu chamá-lo de Cláudio Gabriel. As iniciais formavam a sigla da motocicleta que ajudara trazer o sustento para sua família e a construir sua trajetória.

"Santos Dumont é a terra do pai da aviação e do pai do 'CG'", se diverte Marcelo em um dos episódios da websérie produzida pela Honda para celebrar os 50 anos do modelo.

Pode parecer exagero dar ao filho o nome inspirado em uma motocicleta. Mas talvez seja justamente esta a medida do lugar que a CG ocupa na história do País: ela deixou de ser apenas um meio de transporte para se tornar parte da memória de milhões de brasileiros. ■

O veículo mais vendido e produzido na história da indústria brasileira

Em 50 anos a Honda já produziu mais CG do que Fusca, Gol e Uno somados

Por Arthur Caldeira

A pesar de ser conhecida como o Fusca das motos a Honda CG talvez mereça um reconhecimento maior. O modelo, produzido pela Honda no Brasil desde 1976, detém, afinal, o título de veículo mais produzido e vendido na história da indústria brasileira.

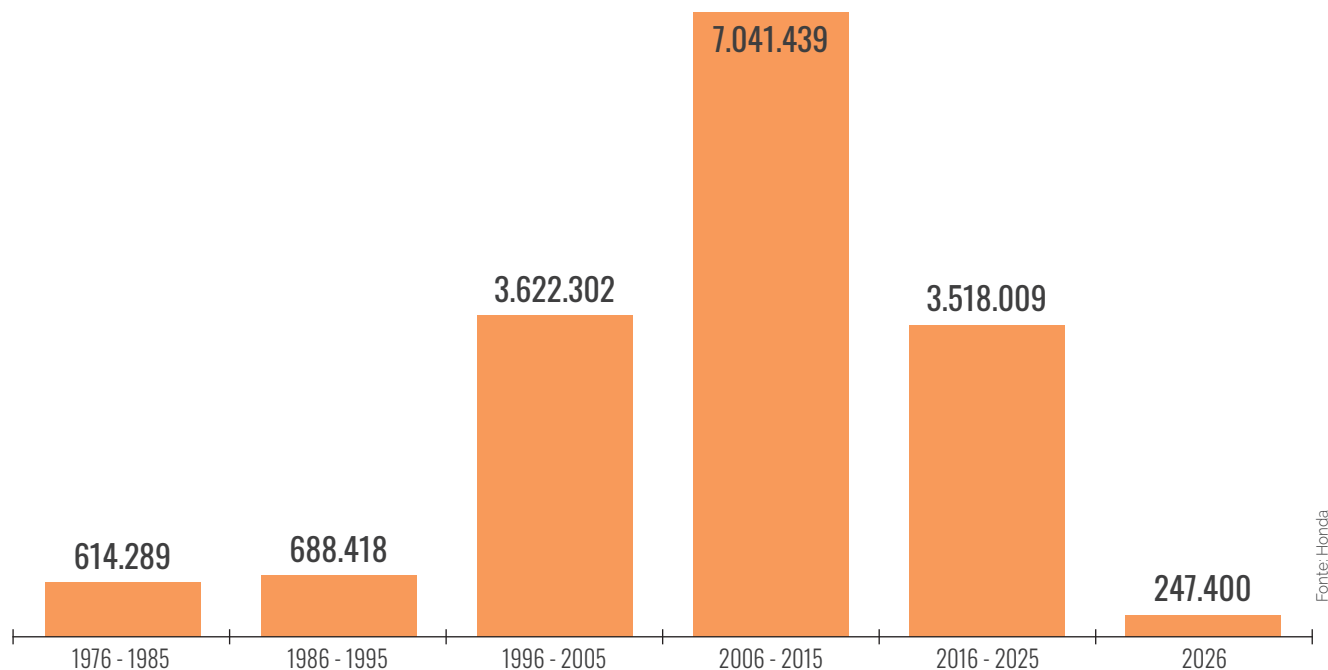
Desde o lançamento da CG a Honda já produziu 15 milhões 731 mil unidades até

18 de junho. Isto porque a cada dia são produzidas mais e mais CGs. Enquanto você lê esta reportagem o volume certamente superou a quantidade total de Gol [8,5 milhões de unidades] e Fusca [cerca de 3 milhões] produzidas pela Volkswagen no País, somado ao número de Uno fabricados pela Fiat [outros 4,3 milhões]. São números impressionantes.



50 anos de produção da Honda CG no Brasil

Unidades fabricadas em Manaus



CG tem mais de 80% de seus componentes nacionalizados

Além de ter inaugurado a planta em Manaus, AM, onde a Honda já produziu cerca de 32 milhões de motocicletas, a CG corresponde a cerca de 47% das motos produzidas pela empresa no Brasil.

E se contra números não há argumentos mais alguns que impressionam: a CG corresponde, atualmente, a cerca de 30%

das motos vendidas pela Honda no Brasil. Mas não só isso: 22%, ou pouco mais de um quinto de todas as motos emplacadas no País são Honda CG.

SUCESO IMEDIATO

Primeira motocicleta produzida pela Honda em Manaus e também a primeira com motor quatro tempos fabricada no Brasil a Honda CG tornou-se um sucesso quase que imediato.

“Desde o início o modelo encontrou rápida aceitação. Sua mecânica confiável e o custo acessível fizeram da CG uma escolha natural para quem precisava de um meio de transporte prático para o dia a dia”, afirma Luiz Gustavo Guerreschi, supervisor de Relações Públicas da Honda Motos.

Das 26 mil 790 unidades da CG 125 fabricadas em 1977 o volume praticamente dobrou em dois anos: em 1979 a Honda produziu 47,1 mil CG.

De acordo com a Honda ainda na década de 1970 a produção e as vendas da CG 125 cresceram 70%. Ainda segundo

comunicação oficial da empresa "a partir deste momento todo o planejamento de produção da CG foi pautado com análise nas necessidades dos clientes e no cenário econômico do País".

FÁBRICA VERTICALIZADA

Impulsionada pelo sucesso da CG e também de outros modelos a fábrica da Honda, inaugurada em 1976, evoluiu para se tornar uma das maiores e mais importantes unidades fabris de motocicletas da marca no mundo.

Considerada um pilar fundamental dos planos industriais e comerciais da marca no Brasil, ainda mais em um momento de forte expansão do mercado de motocicletas, a fábrica de Manaus é hoje a unidade de produção de motocicletas mais verticalizada da Honda no mundo. A planta concentra não apenas a montagem final mas, também, a fabricação interna de componentes estratégicos, como a arquitetura do chassi, rodas, motores e assentos, assegurando controle de qualidade, competitividade e flexibilidade para toda a operação nacional.

A atual CG 160, em suas diversas versões, tem um índice de 80% de nacionalização dos componentes, que são produzidos pela Honda e por fornecedores locais. Muitos deles se instalaram na Capital amazonense acompanhando a Moto Honda – alguns têm a empresa como sócia-investidora.

Devido à importância da planta a Honda

anunciou, em outubro de 2025, investimento de R\$ 1,6 bilhão em suas operações de motocicletas no Brasil até 2029. O aporte será majoritariamente direcionado à ampliação e à modernização da fábrica de Manaus, que terá sua capacidade produtiva elevada para 1,6 milhão de unidades/ano a partir deste ano. O plano prevê a adição de novas linhas de produção, alterações de layout, introdução de equipamentos de alta tecnologia e a otimização de processos industriais.

A expansão da planta também terá impacto direto na geração de empregos, com a criação de 350 novas vagas. Mais de 9 mil trabalhadores operam, hoje, diretamente na unidade, reforçando o papel da Honda como um dos principais empregadores da Zona Franca de Manaus. ■

CG 160 Titan marca a produção de 30 milhões de motocicletas Honda no Brasil, em 2024



CG Made in Brazil

Além do sucesso no Brasil a Honda CG é exportada para diversos mercados já há alguns anos. De acordo com a Moto Honda a CG já foi vendida na Argentina, El Salvador, França, Guatemala, Guiana, Honduras, Jamaica e Reino Unido.

Apesar de usar a mesma mecânica, uma curiosidade: alguns modelos, como a CG 125 1995 exportada para os países europeus, são produzidos já cumprindo as exigências de uso no que diz respeito à segurança, como

farol com lâmpada na cor amarela, suporte de piscas maiores e proteção para a corrente de transmissão. Mais uma prova de como a planta da Moto Honda de Manaus é flexível para produzir modelos e configurações.

COMPROMISSO COM A MOBILIDADE HOJE E SEMPRE

Há 28 anos, a Volare é especialista em aproximar distâncias.

Em 1998, começamos uma trajetória movida pela inovação e pela vontade de transformar a mobilidade no Brasil. Desde então, evoluímos com soluções que unem tecnologia, eficiência e sustentabilidade, sempre com o propósito de garantir segurança em cada percurso.

Mais do que transportar pessoas, aproximamos distâncias, conectamos histórias e seguimos na direção do futuro.



PORTFÓLIO
COMPLETO



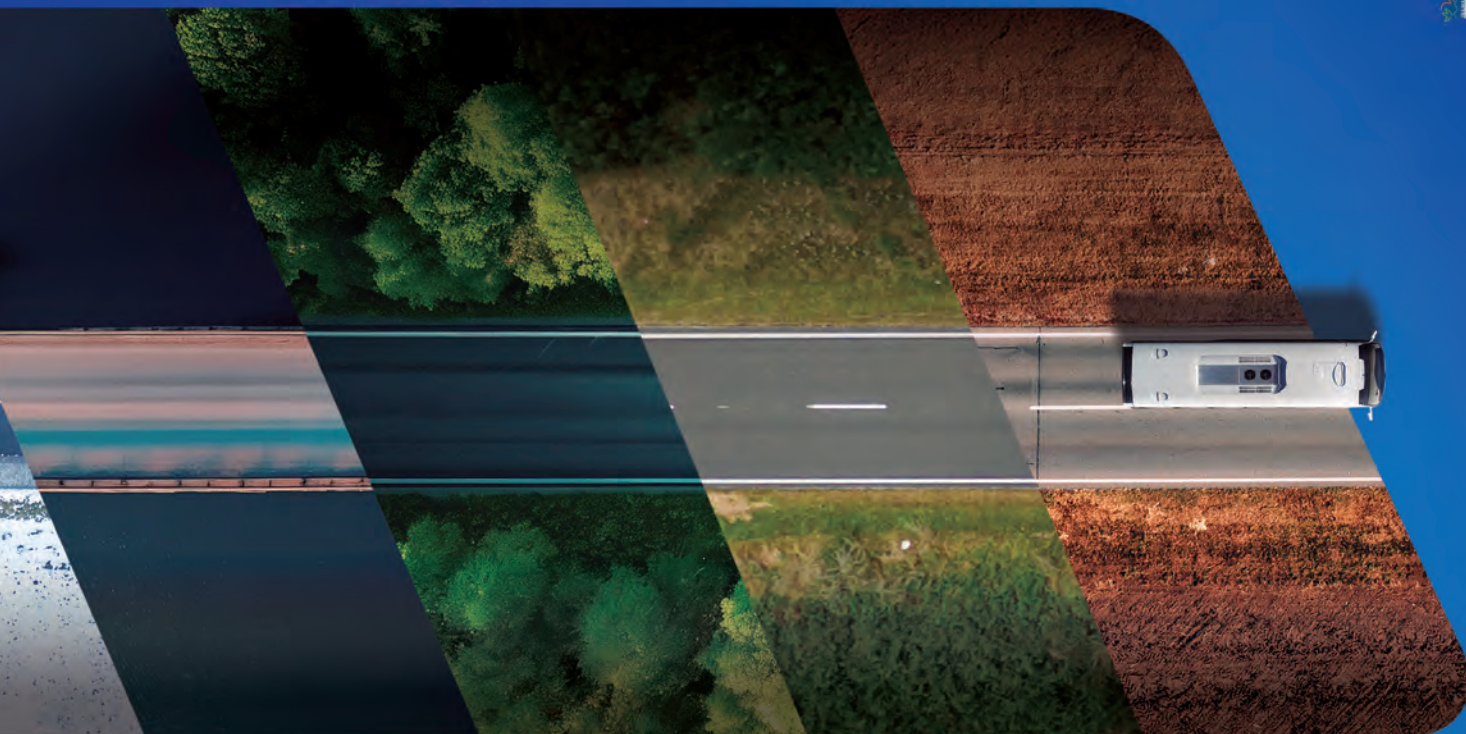
INOVAÇÃO



PRESENÇA
GLOBAL







SUSTENTABILIDADE



NA DIREÇÃO DO FUTURO

www.volare.com.br

    /ONIBUSVOLARE



A moto que definiu o padrão das duas rodas no Brasil



Fotos: Divulgação/Honda

Quando a Honda colocou a CG 125 nas ruas brasileiras, em outubro de 1976, sua proposta não era impressionar pela sofisticação. Com motor quatro tempos monocilíndrico de 125 cm³ de cilindrada, quatro marchas, freios a tambor e partida a pedal a nova motocicleta apostava em atributos muito mais pragmáticos: economia de combustível, robustez e manutenção simples.

Cinco décadas depois a CG chega aos 50 anos equipada com iluminação em LED, painel digital, tomada USB-C e sistema ABS. Continua sendo uma motocicleta

De pequena utilitária à primeira moto popular equipada com ABS a CG transformou a mobilidade e o que milhões de brasileiros passaram a considerar essencial sobre duas rodas

Por Arthur Caldeira

de entrada mas tornou-se, também, uma espécie de termômetro do mercado nacional. Ao longo de dez gerações a moto mais vendida do Brasil ajudou a definir o que o consumidor passou a considerar básico em uma motocicleta.

A CG não apenas acompanhou a evolução das motocicletas brasileiras: em muitos momentos ajudou a definir o rumo da transformação.

A primeira revolução, ainda nos anos de 1970, foi silenciosa. Em uma época dominada pelos motores dois tempos, mais poluentes e barulhentos e menos econômicos, a CG popularizou o motor quatro tempos produzido no Brasil. Simples e resistente tornou-se rapidamente ferramenta de trabalho, alternativa ao automóvel e porta de entrada para milhões de motociclistas.

TECNOLOGIA NA MOTO POPULAR

Nos anos 1980 vieram avanços que hoje parecem banais, mas que transformaram a experiência do motociclista. A substituição do sistema elétrico de 6 volts por um conjunto mais robusto de 12 volts, por exemplo, trouxe uma iluminação mais eficiente, o que se traduziu em maior confiabilidade para rodar em lugares escuros.

Pouco depois a adoção da ignição ele-

trônica CDI tornou as partidas mais precisas, reduziu a necessidade de manutenção e marcou a entrada da eletrônica na rotina do motociclista comum.

A grande transformação mecânica, contudo, ocorreu em 2004. Após quase três décadas utilizando motores 125 a CG ganhou um novo propulsor de 150 cm³ de cilindrada. O aumento de potência veio acompanhado de refinamentos como o eixo balanceiro, responsável por reduzir vibrações, além de soluções que visavam à durabilidade e ao conforto. A motocicleta continuava simples mas já não usava mais o bom, velho e rudimentar comando de válvulas por varetas.

Outra tecnologia que mudou a percepção do brasileiro sobre o que uma moto popular poderia ser foi a injeção eletrônica. Introduzida na CG Titan da linha 2009 a mudança inicialmente gerou desconfiança.

A eletrônica ainda era vista como algo distante da realidade de quem utilizava a motocicleta diariamente, muitas vezes em regiões afastadas dos grandes centros. Havia receio quanto ao custo dos reparos e à dificuldade de encontrar mão de obra especializada.

Mas foi justamente ela que abriu caminho para a inovação seguinte. No final de 2009 a Honda apresentou a CG 150 Titan



Passado e presente da CG depois de 50 anos



Primeira geração teve uma versão 100% movida a álcool

Mix, primeira motocicleta flex produzida em série no mundo. O sistema permitia o uso de gasolina, etanol ou qualquer proporção dos dois combustíveis, dando ao motociclista liberdade de escolha diante das oscilações nos preços das bombas.

UMA NOVA PRIORIDADE SOBRE DUAS RODAS

Mas a história da CG não explica apenas como as motos evoluíram. Ela ajuda a entender como o próprio Brasil mudou.

Se nos anos 1970 a missão era oferecer uma motocicleta robusta, econômica e acessível em meio à crise do petróleo as décadas seguintes trouxeram novos desafios. A preocupação com as emissões de poluentes levou à adoção da injeção eletrônica e às sucessivas atualizações do

Honda CG 125 também foi para as pistas



motor para atender às diferentes fases do Promot, Programa de Controle da Poluição do Ar por Motociclos e Veículos Similares. Mais recentemente a segurança ganhou protagonismo no setor de duas rodas e, claro na pioneira CG..

A partir da década passada as normas das autoridades de trânsito passaram a exigir sistemas de frenagem mais eficientes nas motocicletas. A Honda foi rápida e a CG respondeu primeiro com os freios combinados CBS, que distribuíam parcialmente a força de frenagem pelas rodas.

Agora, aos 50 anos, deu mais um passo ao incorporar o ABS na versão Titan, tecnologia que evita o travamento da roda dianteira em frenagens bruscas e que, até pouco tempo atrás, era uma tecnologia restrita a motos maiores e mais caras.

Em outras palavras a trajetória da CG reflete não apenas os planos da Honda mas, também, a evolução das exigências dos consumidores, da legislação e da própria sociedade brasileira.

O FUTURO APÓS 50 ANOS

A atual CG ganhou iluminação em LED, painel digital mais completo, indicador de marcha engatada, tomada USB-C. As suspensões foram recalibradas, os pneus sem câmara tornaram-se padrão e até a versão de entrada passou a contar com freio a disco dianteiro.

Ainda assim algumas características resistiram ao tempo. A facilidade de pilotagem, a robustez mecânica e a versatilidade permanecem como marcas registradas do modelo desde 1976.

Entre a "bolinha" de partida a pedal e a atual Titan equipada com ABS existem dez gerações e milhões de histórias individuais. Mas existe também uma história coletiva: a de como uma motocicleta concebida para ser simples ajudou a elevar o padrão tecnológico das motos brasileiras.

No fim das contas este talvez seja o maior legado da CG: mais do que acompanhar a evolução das motocicletas ela ajudou a definir o que os brasileiros passaram a considerar essencial para o crescente segmento de duas rodas. ■

SEG AUTOMOTIVE É RECONHECIDA PELA TOYOTA DO BRASIL COMO MELHOR FORNECEDOR TOYOTA 2025.

A SEG Automotive foi reconhecida pela Toyota do Brasil com o prêmio Melhor Fornecedor Toyota 2025, o reconhecimento mais importante concedido pela montadora aos seus parceiros estratégicos no País.

A conquista reforça a parceria, a confiança e o compromisso compartilhado com os mais elevados padrões da indústria automotiva.

A premiação foi concedida após a SEG Automotive ser a única empresa, entre mais de 160 fornecedores, a alcançar 100 pontos em 100 possíveis, destacando-se em critérios como qualidade, segurança, confiabilidade, competitividade, sustentabilidade, logística, gestão e excelência operacional.

Esse resultado reflete o desempenho consistente da empresa, evidenciado por indicadores como zero acidentes, evolução contínua em ESG, zero defeito em qualidade e 100% de entregas no prazo, além da aplicação rigorosa dos princípios do Sistema Toyota de Produção.

O reconhecimento também reforça a solidez da parceria entre SEG Automotive e Toyota do Brasil, construída sobre confiança, colaboração e resultados consistentes.



Com mais de 100 anos de tradição, a SEG Automotive leva ao mercado de reposição a mesma engenharia, tecnologia e rigor produtivo aplicados no fornecimento às montadoras. Alternadores, motores de partida e componentes comercializados no aftermarket seguem os mesmos processos produtivos e critérios de validação adotados no fornecimento OEM.

Esse é o padrão reconhecido por uma das montadoras mais respeitadas do mundo. Esse mesmo padrão também está disponível para distribuidores, reparadores e consumidores, garantindo desempenho consistente, durabilidade e confiabilidade em campo.

Da linha de montagem para a reposição.
SEG Automotive. Nós somos o motor de hoje e de amanhã!



Divulgação/Hyundai

Hyundai i20 é bonito, espaçoso e custa menos de R\$ 100 mil

Preço de lançamento da versão de entrada, com transmissão manual e motor 1.0 aspirado, é de R\$ 99.990. Conheça o novo Hyundai global feito primeiro no Brasil

Por Leandro Alves

A Hyundai começou a vender em junho seu terceiro e talvez mais ambicioso veículo feito no Brasil. O i20, um hatch compacto, está sendo fabricado primeiramente aqui, será exportado para a região logo mais e muito provavelmente ganhará as ruas de outros países em breve. Projeto global conduzido pela engenharia do Brasil, o i20 coloca, segundo Airton Cousseau, presidente da Hyundai para a América do Sul, "nosso País na liderança de produtos importantes neste momento em que a Hyundai quer crescer globalmente".

GLOBAL E NACIONAL

Produzido na fábrica de Piracicaba, SP, a partir da terceira geração da plataforma K3, o i20 possui uma nova arquitetura modular que permitiu tanto melhorar a segurança, deixando o centro de gravidade mais baixo, quanto preparar os futuros lançamentos para utilizar powertrain eletrificados.

Mas sem dúvida seu design é o que vai chamar mais a atenção neste primeiro momento. O i20 estreia no Brasil um novo conceito global de design chamado de art of steel, que tem como característica cortes retos bem definidos. O conceito passa a ideia de que a chapa de aço foi trabalhada com muita precisão.

Por isto partes frontal, lateral e dianteira do i20 foram projetadas de forma a reforçar a sensação de robustez e aerodinâmica, ao mesmo tempo em que transmitem uma imagem elegante.

Outro elemento marcante é seu conjunto ótico, desenhado a partir do conceito H-Architecture, na qual a letra H serve como referência da iluminação externa do veículo. Esta linha de criação foi concebida como uma reinterpretação moderna do clássico logotipo da Hyundai, que pode ser identificado pela conexão por um feixe de luz dos faróis, e estará presente em todos os novos veículos da marca.

De acordo com Alberto Barzaghi Hackerott, chefe de produto da Hyundai do Brasil, o i20 é um hatch com foco na "típica

família classe média jovem, com um ou dois filhos". Ele classifica o veículo como um "compacto por fora, mas moderno, espaçoso e confortável por dentro".

Esta percepção se dá pelos 2m 580 da distância entre os eixos, e a largura de 1m 780 os maiores dentre os principais concorrentes como os VW Tera e Polo, os Chevrolet Onix e Sonic e o Fiat Pulse.

No interior além do bom espaço para quatro ocupantes há coisas interessantes para o segmento de entrada como duas telas integradas de 12,3 polegadas cada uma, oferecendo todas as informações, conexões e entretenimento.

Uma nova proposta de posicionamento horizontal dos botões sensíveis ao toque para o ajuste do ar-condicionado também chama a atenção. Aliás, a intensidade desse aparelho foi redimensionada para as exigências de um país tropical e também oferece saída de ar para os passageiros que ocupam o banco traseiro.

Ainda é cedo para dizer como anda o i20. Durante sua apresentação foi oferecida a possibilidade de dirigir em um circuito controlado por apenas alguns metros.

Por isto as duas opções de motorização da família Kappa, a 1.0 aspirada de 80 cv e a 1.0 turbo com injeção direta de 115 cv precisam ser avaliadas por mais tempo.

Para este primeiro momento de lançamento a Hyundai colocou para sua versão de entrada preço abaixo de R\$ 100 mil. São seis versões ao total e a topo da linha chega a quase R\$ 140 mil.

Mesmo assim, esses valores e os pacotes de equipamentos de série de cada uma dessas versões, coloca o novo Hyundai compacto como um forte competidor no segmento de entrada do mercado nacional, sendo uma opção dentre os hatches, mas também colocando uma pulga atrás da orelha daqueles que ainda consideram um SUV como seu primeiro okm.

Airton Cousseau acredita que o terceiro modelo projetado para brasileiros e feito aqui para o resto do mundo tem credenciais para ser um dos mais desejados pelo cliente: "estamos preparados para produzir muitos e muitos i20 em Piracicaba". ■

Novo Hyundai i20

MOTOR	VERSÃO	PREÇO (R\$)
1.0 MPI	Confort	R\$ 99.990
	Limited	R\$ 104.990
1.0 TGDI	Limited	R\$ 125.990
	X Line	R\$ 128.990
	Platinum	R\$ 134.990
	Ultimate	R\$ 139.990



Fixando confiança



A Braspar Parafusos consolida-se como um parceiro vital para as montadoras, produzindo parafusos, porcas, pinos e demais componentes fixadores. Nos 50 anos da Honda CG, por exemplo, a Braspar faz parte do rol de fornecedores desde o início

Na indústria automobilística, segurança, desempenho e confiabilidade são inegociáveis. Cada componente exerce um papel fundamental no resultado final, mas os sistemas de fixação ocupam uma posição estratégica. Afinal, são parafusos, porcas, pinos e peças especiais que garantem a integridade estrutural dos veículos, unindo itens críticos como motores, suspensões e sistemas de freio.

É nesse cenário que a Indústria Mecânica Braspar construiu uma trajetória de mais de cinco décadas. Fundada em 1969 por Amadeu Arambul e Wilson Veiga Arambul, a empresa tornou-se refe-

rência nacional na fabricação de fixadores para as cadeias automotiva, de autopeças e de maquinários. Sediada em Guarulhos (SP), próxima aos principais polos industriais do País, a companhia alia tradição e engenharia aplicada para atender montadoras e sistemistas que buscam parcerias de longo prazo.

Ao longo de seus 57 anos, a Braspar acompanhou de perto a evolução do setor no Brasil, investindo continuamente em tecnologia e qualificação profissional. Hoje, conta com mais de 600 colaboradores e uma estrutura preparada para desenvolver desde itens padronizados até projetos complexos sob especificação.

Coengenharia e verticalização

Mais do que fornecer peças, a empresa atua na coengenharia desde as fases iniciais dos projetos, contribuindo para a definição técnica dos componentes. Seu portfólio abrange soluções destinadas a chassis, transmissões, acabamentos e carrocerias.

O grande diferencial da Braspar está na verticalização de seus processos. Tratamentos térmicos e superficiais — como zincagem, fosfatização e zinco-níquel — são realizados internamente. Isso assegura controle total de qualidade, rastreabilidade e agilidade na entrega, resultando em produtos com alta resistência mecânica e proteção contra a corrosão. Além disso, a flexibilidade produtiva permite atender tanto a demandas emergenciais de pequenos lotes quanto a programas de fornecimento em larga escala.

“Nossa trajetória foi construída ao lado de clientes, fornecedores e colaboradores que ajudaram a consolidar a marca como parceira estratégica da mobilidade brasileira”, afirma Wilson Arambul, Diretor Presidente.



Parceria de meio século

Entre as relações históricas da companhia, destaca-se o vínculo com a Moto Honda da Amazônia. Coincidindo com o cinquentenário da icônica Honda CG, a Braspar celebra exatos 50 anos como fornecedora do modelo. Essa colaboração de cinco décadas impulsionou a empresa a aprimorar constantemente seus padrões para atender às exigências de uma das maiores fabricantes de motocicletas do mundo.

Com certificações ISO 9001, IATF 16949, ISO 14001 e atendendo rigorosamente às normas DIN, JIS, ISO, ANSI, ABNT e ASTM, a Braspar reafirma diariamente seu compromisso com a excelência técnica e a sustentabilidade. Em um setor onde cada detalhe importa, a marca prova que cada parafuso carrega uma responsabilidade maior: fixar, com segurança, o futuro da mobilidade.



Primeira linha híbrido flex nacional



Divulgação/Haval

Todas as cinco versões do Haval H6 montadas no Brasil passam a utilizar motor bicombustível para seus híbridos fechados e híbridos plug in

Por Leandro Alves, de Brasília, DF

A flexibilização da matriz energética fez bem ao Haval H6. O modelo passa a ser o primeiro veículo com tecnologia híbrida plug-in flex produzido no Brasil, em Itacemápolis, SP. A atualização permite o uso de gasolina e etanol em qualquer proporção em todas as suas configurações.

Além de se tornar o pioneiro dos veículos nacionais a adotar um powertrain híbrido recarregável bicombustível, todas as versões do SUV melhoraram seu de-

sempenho e, o que é melhor, passam a ter a possibilidade de reduzir drasticamente as emissões em qualquer situação de uso: obviamente no modo elétrico ou com o motor a combustão consumindo etanol, combustível praticamente livre de CO₂.

O conjunto mecânico foi revisado para a adoção do etanol e, de acordo com a GWM, com tudo desenvolvido no Brasil em mais de 400 mil quilômetros rodados em doze meses de testes. O motor 1.5 turbo recebeu novas bombas de combus-

Todas as versões do Haval H6 2026/2027



HEV ONE ESTÁ DE VOLTA

As versões de entrada são híbridas convencionais autocarregáveis e marcam o retorno da configuração HEV One. Ambas passam a utilizar nova bateria de 1,53 kWh, mais leve e em nova posição embaixo do carro. Com esta atualização a potência combinada cresceu para 248 cv, ganho de 5 cv. O torque foi mantido em 54,5 kgfm do modelo 26. O desempenho melhorou. A aceleração de 0 a 100 km/h caiu de 7,9 para 7,6 segundos. A eficiência energética foi aprimorada, registrando consumo urbano na gasolina de 15,8 km/L, contra os antigos 14,7 km/L. Estas versões disputam espaço com Toyota Corolla Cross Hybrid, Jeep Compass e Volkswagen Taos. A configuração HEV One sai por R\$ 199 mil 900, reajuste de R\$ 900 sobre o ano-modelo 26, e a HEV2 é comercializada por R\$ 225 mil — antes o preço sugerido era R\$ 224 mil.

PHEV19: MAIS AUTONOMIA.

A configuração intermediária PHEV19 é um híbrido plug-in que pode armazenar energia por meio de carregamento externo, equipado com bateria de 19 kWh. O modelo tem potência combinada de 326 cv e o mesmo torque de 54,5 kgfm das versões de entrada. Seu tempo de aceleração de 0 a 100 km/h também foi reduzido, mas passou de 7,6 para 7,4 segundos com a adoção da nova calibração flex. A autonomia elétrica pelo padrão do Inmetro também avançou, crescendo de 73 para 77 quilômetros, assim como o consumo urbano na gasolina, que melhorou o desempenho de 35 para 37,7 km/L. Posicionada para concorrer diretamente com o BYD Song Plus, o Jeep Commander MHEV e o Jaecoo 7 o GWM H6 na versão PHEV19 tem preço sugerido de R\$ 250 mil, acréscimo de R\$ 1 mil sobre a linha ano-modelo 2026.

PHEV35: NOVA TRANSMISSÃO.

A versão PHEV35 traz um conjunto mecânico ainda mais robusto, com tração integral e dois motores elétricos alimentados por bateria de 35 kWh. O grande diferencial desta configuração do SUV da GWM é a adoção da nova transmissão DHT de quatro marchas. O conjunto híbrido plug in gera 393 cv de potência e torque de 65,5 kgfm, permitindo que o SUV acelere de 0 a 100 km/h em 4,8 segundos, marca ainda mais ágil que os 4,9 segundos do ano-modelo anterior. A autonomia elétrica foi ampliada e agora pode rodar até 126 quilômetros no ciclo do Inmetro, enquanto anteriormente ia a 119 quilômetros de distância. O consumo urbano na gasolina também melhorou de 29,3 para 30,7 km/L. O modelo, que enfrenta BYD Song Plus, Toyota RAV4 e Volkswagen Tiguan, todos menos potentes, custa R\$ 290 mil, novamente um reajuste de R\$ 1 mil.

GT: SEM ALTERAÇÃO DE PREÇO.

Mantendo a característica da carroceria cupê a versão topo de linha do Haval H6, a GT tem desing diferente do resto da linha para manter seu conceito de esportividade, apreciado pelo consumidor brasileiro. A GT, no entanto, compartilha o mesmo conjunto mecânico e a nova transmissão de quatro marchas que a GWM definiu para o H6 PHEV35. Com os mesmos 393 cv de potência e 65,5 kgfm de torque a versão GT se destaca pelo desempenho dinâmico, cumprindo a aceleração de 0 a 100 km/h em 4,7 segundos. Esse desempenho é melhor do que os 4,8 segundos da linha anterior. A autonomia elétrica de 126 quilômetros acompanha a atualização do restante da gama. O preço da versão topo de linha GT foi o único mantido sem alterações com relação ao modelo anterior: R\$ 326 mil.

tível, bicos injetores redesenhados, velas específicas para o Ciclo Miller e novos materiais de vedação.

Um sensor de etanol foi integrado ao módulo de gerenciamento para ajustar a calibração do motor em tempo real. Além disso as transmissões DHT foram atualizadas, passando a contar com duas marchas

Interior mantém o conceito de luxo minimalista e seu motor ganhou atualizações para consumir até 100% de etanol



nas versões de entrada e quatro marchas nas opções de topo de linha.

DESEMPENHO

Rodando pelas largas avenidas da Capital do País com o H6 PEHV19, híbrido plug in que tem bateria de 19 kWh, o efeito foi mais psicológico ao saber que não haveria emissões neste percurso em torno de 30 quilômetros. Ele estava abastecido com E100, ou seja, apenas etanol no tanque.

Na prática esta evolução é quase imperceptível, mas o motorista consegue ver na tela digital de 10,25 polegadas à sua frente que o consumo melhorou.

Dentre todas as versões do H6 o PHEV19 ano-modelo 2027 foi o que obteve a maior evolução. Segundo a GWM o consumo utilizando gasolina passa a 37,7 km/l enquanto no mesmo SUV ano-modelo 2026, lançado em novembro do ano passado, era 35,0 km/l.

Durante essa primeira impressão com o PHEV19 não foi possível nem esgotar a bateria, que agora tem 77 quilômetros de autonomia no padrão PBEV, do Inmetro – antes sua capacidade máxima de energia permitia rodar 73 quilômetros.

Acelerando forte o motorista nem percebe que há apenas uma troca de marchas. O torque instantâneo de 53,5 kgfm aparece por causa do acionamento do motor elétrico dianteiro. Depois deste momento de pura força ouve-se o motor 1.5 turbo flex entrar em ação. A potência combinada é de 326 cv, muita coisa para um SUV de porte médio.

Da receita do Haval H6 flex ainda consta um interior de muito bom gosto, minimalista e ao mesmo tempo confortável e intuitivo. De fato, trata-se de um SUV com muitos atributos que foram pensados para o consumidor brasileiro.

O pioneirismo de ser o primeiro híbrido plug in fabricado no Brasil é apenas mais uma qualidade do Haval H6, que agora tem toda a tecnologia de propulsão mais avançada para este presente que se preocupa não apenas com consumo e desempenho. Mas que tem a missão de descarbonizar a mobilidade. ■



Algumas motos fazem história. Poucas fazem história por 50 anos.



Keisuke Tsuruzono, Presidente Moto Honda da Amazônia e
Mateus Aquino, Presidente Axalta Brasil.

Meio século de evolução, confiança e liderança. A Honda CG não é apenas uma motocicleta, é um dos maiores símbolos da mobilidade brasileira. E nós, da Axalta, temos orgulho de estar ao lado da Honda há 50 anos, celebrando uma trajetória construída com excelência em cada detalhe.

Parabéns pelos 50 anos da Honda CG.



Acesse nossos canais
e redes sociais.





Divulgação/Changan

Changan CS75 é o maior e mais luxuoso SUV premium nacional

Montado em Anápolis, GO, com motor a combustão 1.5 flex, tem ótimo espaço e acabamento e preço muito menor do que a concorrência

Por Leandro Alves, de São Roque, SP

A Caoa Changan começa a vender seu segundo SUV montado no Brasil, o CS75 que se destaca pelo amplo espaço e preço agressivo. Com mais de 4,7m comprimento superior a todos os concorrentes do mercado nacional é oferecido a R\$ 199 mil 990.

“Este é o preço de lançamento do primeiro lote, que começou a ser montado

em Anápolis, GO, há mais de um mês”, ressaltou Ricardo Fulchignoni, engenheiro chefe da Caoa Changan, que não descartou um realinhamento de preços em breve. “Estudamos todas as possibilidades, mas realinhar os preços entre R\$ 10 mil, R\$ 20 mil, não é uma prioridade no futuro. Queremos manter esse valor que anunciamos hoje por muito mais tempo”.

O MAIOR SUV DO SEGMENTO

O CS75 tem exatos 4m 770 de comprimento e 2,8m de entre-eixos, dimensões que superam até o Jeep Commander, um dos maiores SUVs do mercado nacional. Isso significa ótimo espaço interno para todos os cinco ocupantes, e ainda um generoso porta-malas com 725 litros, expansível a 1 mil 620 litros com os bancos da segunda fileira rebatidos.

Para ser montado no Brasil no regime peça-a-peça, o Changan CS75 passou por um processo de localização conduzido pelas equipes de engenharia, pesquisa e desenvolvimento da Caoa. Além da calibração para o motor 1,5 turbo com injeção direta se tornar bicombustível a suspensão também foi trabalhada para as condições locais. A fabricante diz que acumulou mais de dois milhões de quilômetros rodados em testes em todas as regiões do País.

Seu motor 1,5 flex tem 180 cavalos de potência e 29,2 kgfm de torque, mas o grande destaque do conjunto é a transmissão automática de oito velocidades fornecida pela Aisin, referência global e utilizada por marcas tradicionais como Lexus, Volvo e BMW.

Na prática, durante trajeto de São Roque à capital o CS75 não tem um desempenho que empolga pela sua velocidade ou força para ultrapassagens, mas também não compromete. Com a proposta

de um SUV para a família, seu comportamento com trocas de marchas suaves e precisas, sem elevar sobremaneira a rotação do motor, que trabalha sempre sem ruídos, deve atender às expectativas de seu exigente público-alvo.

CONFORTO EXTREMO

Enquanto o motorista aproveita o comportamento previsível todos os ocupantes são muito bem servidos no CS75. As duas posições da segunda fileira, motorista e passageiro da frente têm aquecimento e ventilação. Trata-se de opções de conforto à bordo praticamente inexistente não apenas no segmento, mas dentre os modelos produzidos no mercado nacional. Além ainda é possível ajustar a posição do encosto, e o motorista ainda pode receber uma massagem nas costas.

E o passageiro da dianteira pode disfrutar ainda do exclusivo conceito Zero Gravity, oferecendo 14 ajustes elétricos do banco, apoio para pernas e oito modos de massagem, uma exclusividade de luxo oferecida pela Changan.

O CS75 também apresenta a maior superfície digital integrada do mercado brasileiro. São 37,2 polegadas de telas integradas, resultado da combinação do painel digital de 10,3", da central multimídia de 14,6" e da exclusiva tela dedicada ao passageiro dianteiro de 12,3".

Em sua quarta geração global, o Changan CS75 tem um visual que combina modernidade, especialmente na dianteira, com uma silhueta mais comportada na lateral e na traseira. Toda a iluminação utiliza tecnologia Full LED.

Sua bela grade frontal tem uma função importante ao controlar automaticamente a abertura e fechamento das entradas de ar, melhorando a gestão térmica do motor e contribuindo para reduzir o consumo com menor arrasto nessas situações.

Com sua estratégia de garantia de sete anos ou 150 mil quilômetros o CS75 já está sendo exibido e disponível para pronta entrega nos mais de trinta showrooms da rede Caoa Changan, que deve se ampliar a 80 pontos até o fim do ano. ■



Para onde vão os investimentos

Ao todo 13 fabricantes de veículos leves anunciaram aportes de R\$ 112,8 bilhões de 2022 a 2032. Empresas já começaram a dar destino aos recursos.

BMW



R\$ **1,1** bilhão
2025-2028

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

BYD



R\$ **5,5** bilhões
2024-2030

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

CAOA



R\$ **5** bilhões
2026-2028

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

GM + COMEXPORT



R\$ **7,4** bilhões
2024-2028

Desenvolvimento de novos veículos; R\$ 1,2 bilhão na fábrica de Gravataí, RS, para modernização das instalações, renovação da linha Onix hatch e sedã e produção do inédito SUV compacto Sonic; R\$ 5,5 bilhões para as fábricas paulistas de São Caetano do Sul e São José dos Campos, com produção de dois modelos híbridos flex leves; R\$ 300 milhões para a fábrica de motores de Joinville, SC, com produção de novo motor. Comexport investiu R\$ 400 milhões para instalar linha de montagem dos elétricos Chevrolet Spark e Captiva em Horizonte, CE, que vêm importados semimontados da GM-SAIC, da China.

GWM



R\$ **10** bilhões
2022-2032

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

HONDA



R\$ **4,2** bilhões
2024-2030

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

HPE/MITSUBISHI



RS **4** bilhões
2024-2032

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

HYUNDAI



RS **5,5** bilhões
2024-2032

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

NISSAN



RS **2,8** bilhões
2023-2025

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

RENAULT GEELY



RS **3,8** bilhões
2026-2028

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

STELLANTIS



RS **32** bilhões
2025-2030

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

TOYOTA



RS **11,5** bilhões
2025-2030

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

VOLKSWAGEN



RS **20** bilhões
2022-2028

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

Investimentos pesados

DAF



RS **950** milhões
2026-2029

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

IVECO



Criando novos caminhões

RS **1,7** bilhão
2025-2028

Novo plano de R\$ 1 bilhão de 2026 a 2028 sucede o aplicado de 2022 a 2025, também de R\$ 1 bilhão. Desta vez os recursos, financiados pela Invest Minas, serão utilizados na melhoria de processos industriais em Sete Lagoas, MG, aumento da nacionalização e desenvolvimento de novos caminhões e ônibus. Em projetos incentivados pelo Programa Mover mais R\$ 637 milhões foram anunciados para o período 2025-2028, R\$ 127 milhões da FPT para desenvolvimento de motores movidos a biocombustíveis e R\$ 510 milhões da Iveco em veículos com propulsão alternativa ao diesel.

MERCEDES-BENZ



Mercedes-Benz

RS **???** bilhão
2023-2026

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

SCANIA



SCANIA

RS **2** bilhões
2025-2028

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

VOLVO

VOLVO

RS **2,5** bilhão
2026-2028

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

VWCO



Caminhões
Ônibus

RS **2** bilhões
2021-2025

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

**SE TEM VIPAL,
TEM TECNOLOGIA
EXCLUSIVA E ALTO
DESEMPENHO.**



**PNEUS
ORIGINAIS
DE FÁBRICA.**



80/100-18 dianteiro
100/80-18 traseiro
(sem câmara)

Acesse vipal.com
e conheça o portfólio completo.

 [@vipalpneusdemoto](https://www.instagram.com/vipalpneusdemoto)

Conheça a linha **ST600**.

- Linha premium da Vipal para motos de baixa cilindrada.
- Resistência, durabilidade e segurança nas pistas.
- Tecnologia exclusiva de profundidade variável.
- Excelente rendimento quilométrico.

 **VIPAL**

Prêmio global da GM reconhece 102 fornecedores

Na 34ª edição do Supplier of The Year cinco empresas brasileiras aparecem na lista

Por Redação AutoData

A 34ª edição do Supplier of The Year da General Motors reconheceu 102 fornecedores ao redor do mundo em cerimônia realizada em maio no Texas, Estados Unidos. Na lista constam cinco empresas brasileiras: Aethra Sistemas, Baterias Moura, Comexport, Iconic Lubrificantes e Usiminas.

As empresas da cadeia reconhecidas ao longo do ano passado são de catorze países e representam seleta lista em universo de cerca de 20 mil empresas de suprimentos de 120 países que trabalham globalmente com a GM no suprimento das quatro marcas da companhia: Chevrolet, Buick, GMC e Cadillac.

"Só fazemos isso com o 0,1% dos nossos melhores fornecedores", afirmou o vice-presidente sênior e diretor de compras e cadeia de suprimentos, Shilpan Amin. "É algo que motiva nossos fornecedores à melhoria contínua e reconhece suas equipes e todo o trabalho árduo que realizam, resultando em um produto melhor para nossos clientes.»

Na ocasião foi entregue também o Prêmio Overdrive, a mais alta distinção concedida a fornecedores. "Seja em inovação, seja em nos ajudar a gerenciar uma crise que afete nossas prioridades – esses são



Divulgação/GM

os melhores dos melhores, nossos fornecedores de elite reconhecidos", disse Amin.

A Dolby Laboratories recebeu o prêmio Overdrive de Inovação por seu trabalho ao levar o Dolby Atmos aos veículos elétricos da Cadillac, ajudando a criar experiência de áudio mais imersiva dentro do veículo por meio de estreita colaboração com as equipes de engenharia, design e marketing da GM.

"Quase 70% do valor de um carro é, na verdade, gerado fora da GM", assinalou Amin, durante a entrega dos 103 prêmios às 102 companhias. ■

Confira abaixo a lista dos 102 ganhadores, em ordem alfabética

A	G	N
Accelerated Services	Gallagher Kaiser	Nippon Seiki North America
Adient	Gentex	O
Advanced Composites	Gentherm	OPmobility
Aethra Sistemas	GlobalFoundries	P
Aspen Aerogels	GNS North America	Packard Korea
Attentive Industries	Grand Traverse Plastics	Penske Logistics
Auria Solutions	Ground Effects	Proterial
Avnet	H	Q
Axalta Coating Systems	Harman Automotive	Quanta Computer
B	Hendrick Technical Solutions	R
Basf Coatings	Hetn	Ridgeview Industries
Baterias Moura	HL Mando	Roush Industries
Bourns	Hirotec Mexico	S
Bridgestone	Hyundai Glovis	SAP
Brose	I	Schaeffler
Buehler Motor	Iconic Lubrificantes	Shannon Precision Fastener
C	Ideal Contracting	SHB
Chinyang Automotive	Ideal Setech	Shively Bros
Chunil Cargo Transportation	Iljin	SM Namsun Aluminum
Chunil Engineering	Internacional Industrial	SNT Motiv
Cleveland Cliffs	Contracting Corporation	Summit Polymers
Cisco Systems	Inteva Products	Syfan Logistics
Coavis	J	T
Comexport	JPC Automotive	The Chemico Group
Commonwealth Rolled	K	Thermoflex
Cooper Standard	Kirchhoff Automotive	TLE Automotive
D	KM&L	U
Daimay Automotive Interior	Korea Electric Terminal	United Road
Denso	Kostal Elektrik	Usiminas
DHL	Kwang Jin	V
DN Automotive	L	Valeo
Dolby Laboratories	Labelmaster	Vibracoustic SE
Dy Auto	Lear	W
Dynamic Manufacturing	Linamar	Washington Penn
E	Llink Technologies	Wooshin Systems
Eldor	M	Worthington Steel
ExxonMobil	Maersk	Y
F	Magna International	Yapp Automotive Systems
Fedex	Martinrea International	Yinlun
Forvia Helia	Maxxis Tires	Z
F-Tech	Mitsubishi Turbocharger and Engine	ZF Lifetec
	Mobis	
	Moon Star Express	

Toyota premia no Brasil e na Argentina

Reconhecimento nos dois países reforça a importância dos fornecedores em um momento de transformação

Por Redação AutoData

Na Toyota, mais de trezentos fornecedores participaram da edição 2026 do Supply Partners Convention, realizada na fábrica de Sorocaba, SP. Durante o encontro, a montadora compartilhou perspectivas para o mercado e premiou empresas que obtiveram os melhores resultados em áreas consideradas fundamentais para suas operações, como segurança, qualidade, sustentabilidade, entregas, gestão de custos, operações e aplicação do STP, o tradicional Sistema Toyota de Produção.

Ao todo, 33 empresas foram reconhecidas pela operação brasileira e outras dez pela unidade argentina em Zárate. A SEG Automotive recebeu o prêmio de Melhor Fornecedor do Brasil, enquanto a Kautex foi homenageada por sua contribuição regional. Os reconhecimentos em ESG ficaram com Toyota Boshoku, Aisin e Yazaki. ■

Supply Partners Convention 2026

Toyota Brasil

Melhor Fornecedor
SEG Automotive

Contribuição Regional
Kautex

ESG
Toyota Boshoku | Aisin | Yazaki

Fornecedores Destaque

Adient	GDBR	Purem
Aisin	GKN Brasil	Sanko
Allevard Sogefi	G-KTB	Sanoh
Autoliv	Inylbra	Schaeffler
Autoneum	Jtekt	Stanley
Benteler	Metagal	Toyota Boshoku
Bosch	Mubea	TRBR
Denso	Mueller	Vuteq
Dunlop	Nitto Denko	Yazaki
Elring Klinger	OP Mobility	ZF
	Pilkington	

Toyota Argentina

Melhor Fornecedor
Yazaki

Contribuição Regional
Industrias Maro

ESG
Toyota Boshoku Argentina
Grupo Mirgor
Esteban Cordero

Fornecedores Destaque

Autoneum
Esteban Cordero
Industrias Guidi
Mirgor Ontec
TBAR
Testori

HPE destaca parceiros estratégicos

Fornecedores diretos e indiretos para a fábrica em Goiás tiveram seu desempenho reconhecido

Por Redação AutoData

Na HPE, representante das marcas Mitsubishi Motors e Suzuki no Brasil, a terceira edição do prêmio de fornecedores reuniu empresas das áreas de compras indiretas, serviços, materiais auxiliares e fornecimento direto para a produção de veículos das duas marcas na fábrica de Catalão, GO.

Atualmente a HPE trabalha com mais de 150 fornecedores de materiais produtivos e pós-venda. Na categoria Compras Diretas, a Maxion Wheels recebeu os prêmios de Excelência em Custos e Melhor Fornecedor do Ano. A Pirelli foi reconhecida pela excelência em qualidade, a Vexilom Emblemas e Gráficos pela excelência em logística e a Clarios pela excelência em pós-vendas.

Já dentre os fornecedores de serviços, a Transzero Transporte de Veículos conquistou os prêmios de excelência em qualidade e Melhor Fornecedor do Ano. A RGLog Santos Transportes foi reconhecida em atendimento e a Pronutri Premium Essential Kitchen em custos. Na categoria de materiais auxiliares, a 3M recebeu os prêmios de excelência em atendimento e Melhor Fornecedor do Ano.

Excelência Fornecimento HPE 2026

- Compras indiretas de material auxiliar

Excelência em custos

Luvas Seiki

Excelência em atendimento

3M

Excelência em qualidade

Izein Uniformes

- Melhor fornecedor do ano

3M

- Compras Indiretas – Serviços

Excelência em custos

Pronutri Premium essential kitchen

Excelência em atendimento

RGLog Santos Transportes

Excelência em qualidade

Transzero Transporte de veículos

- Melhor fornecedor do ano

Transzero Transporte de veículos

- Categoria Compras Diretas

Excelência em Custos

Maxion Wheels

Excelência em qualidade

Pirelli

Excelência em logística

Vexilom Emblemas e Gráficos

Excelência em pós-vendas

Clarios

- Melhor fornecedor do ano

Maxion Wheels



Divulgação/BYD

Eu e a, digamos, brasileira

O título deveria ser Eu e a chinesa mas tenho receio de ser novamente processado pela BYD

Por Boris Feldman*



Em minha carreira profissional – completo sessenta anos de jornalismo especializado em 2026 – colecionei polêmicas e fui diversas vezes intimado e processado por estar ao lado do consumidor: quantas foram as poderosas fabricantes multinacionais que denunciarei? E fábricas de “economizadores de combustível”? E a quadrilha que tomou de

assalto e desviou bilhões na seguradora que monopolizava o DPVAT?

Tentativas de censurar meu trabalho jornalístico foram várias: tive meu nome cortado da press-list de empresas fabricantes de veículos que não percebiam, a meu ver, como se relacionar com os jornalistas que as criticam ou a seu produto. Sempre existiram algumas que, diante

de crítica mais relevante, me chamaram para discutir o assunto com sua área de engenharia. E até alteração de projeto em função de observação minha já houve.

Hoje continuo banido da listas da Toyota pois ousei criticar o lançamento de seu Corolla Cross há cinco anos. Isto prejudica minha atividade profissional, sem convite para lançamentos nem carros para testes. Aliás, este é um grave problema do relacionamento empresa-imprensa: ela detém o conteúdo e manipula sua divulgação.

Por mais competente que seja o jornalista ele dificilmente terá acesso às informações sem o beneplácito, digamos, da empresa. Já cheguei, num passado mais distante, a alugar carros em locadoras para testá-los. Vale lembrar que este comportamento é habitual na Toyota: sofri a mesma represália ao publicar reportagem no jornal Estado de Minas – Toyota não faz recall de Corolla no Brasil – que impediu a venda do modelo pelo Ministério da Justiça.

No começo deste ano aconteceu algo inédito: a BYD e seu vice-presidente, Alexandre Baldy, entraram com uma ação na Justiça contra o Auto Papo por uma reportagem publicada em 3 de dezembro de 2025: VP brasileiro da BYD renega origem chinesa da marca.

O pedido foi de remoção do conteúdo. O portal apenas criticou sua própria, e descabida, afirmação de que a BYD não era como outras chinesas, pois já estava há muito mais tempo no Brasil. (Então a Volkswagen não é alemã nem a General Motors é estadunidense...)

Quem acompanha o noticiário do setor automotivo já sabe que usar a Justiça para tentar controlar o trabalho jornalístico é uma prática adotada pela BYD na China. O próprio diretor de comunicação da montadora no Brasil, Pablo Toledo, compartilhou

em seu perfil no LinkedIn uma postagem na qual celebra a prática com entusiasmo e deixa claro estarem dispostos a utilizar os tribunais aqui para regular o que é conveniente estar nos meios de comunicação.

Ainda assim os ataques não cessaram e se tornaram ainda mais pessoais. No último dia 1º de abril **Baldy**, a figura mais importante da montadora com origem na China no Brasil, publicou um vídeo em suas redes sociais colocando a minha imagem e a de mais duas pessoas com a seguinte mensagem: Dia 1º de abril é, sim, Dia da Mentira, mas alguns não respeitam o dia de hoje e mentem todos os dias.

Tal atitude não foi um ato isolado de um executivo rebelde. Fui vítima também de uma postagem ofensiva – apelando para o etarismo – no perfil pessoal de um dos chefes do departamento de relações públicas da montadora chinesa, apagado diante da repercussão negativa.

Neste junho entro com processo judicial contra o senhor Alexandre Baldy.

Não só jornalistas estão na mira do departamento de RP da BYD: as próprias concorrentes e seus executivos são alvos de ataques por meio de redes sociais, repercutidos por influencers patrocinados por ela e por meios de comunicação que querem apenas audiência caça-clique. Minha preocupação, hoje, é perceber que outros jornalistas e veículos de comunicação podem vir a se sentir intimidados diante da pressão de empresas tão poderosas.

Perdi o entusiasmo para comemorar meus sessenta anos de carreira... ■



* É jornalista e engenheiro, editor de veículos de diversos jornais e revistas. Mantém programa em cerca de quarenta emissoras de rádio. Publisher do portal Auto Papo, palestrante e colunista.

Renault confirma o nome de sua picape: Niágara.

Sem surpresas: a Renault decidiu manter o nome de sua picape conceito, apresentada ao mercado em 2023, no modelo que terá produção comercial a partir do segundo semestre em Córdoba, Argentina. A Renault Niágara será apresentada oficialmente em

10 de setembro. A picape é um dos catorze modelos prometidos no plano futuREady, da ofensiva de veículos Renault fora da Europa. No Brasil já chegaram, com produção em São José dos Pinhais, PR, os SUVs Kardian e Boreal.

Primeiras imagens da Volkswagen Tukan surgem na convocação da seleção



Divulgação/VW

A Volkswagen divulgou as primeiras imagens da picape Tukan, modelo que marcará sua entrada em um segmento em que ainda não concorre e que, hoje, tem como principais rivais a Fiat Toro e a Chevrolet Montana. Além de revelar parte do visual do modelo a Volkswagen confirmou algumas especificações técnicas da picape, a primeira construída sobre a plataforma MQB. Para o projeto a empresa fez evoluções específicas na plataforma, incluindo a adoção de suspensão traseira com eixo rígido e feixe de molas. Um outro pormenor visual: a Tukan será o primeiro modelo da Volkswagen no Brasil a trazer o próprio nome estampado diretamente na tampa traseira do veículo, recurso que busca reforçar a identidade visual da picape.

Nova geração do Audi Q3 paranaense chega às concessionárias



Divulgação/Audi

A terceira geração do Audi Q3 chega ao mercado com visual renovado, mais potência, nova transmissão, uma ampla atualização tecnológica e produção em São José dos Pinhais, PR. Segundo a Audi a planta recebeu investimentos de cerca de R\$ 50 milhões para iniciar o novo ciclo produtivo. No design o novo Q3 adota a linguagem visual mais recente da marca. Na parte mecânica o SUV passa a utilizar o motor 2.0 TFSI EA888 Evo4, de quatro cilindros, de 258 cv e 370 Nm de torque. O ganho é de 27 cv e 30 Nm com relação à geração anterior. O SUV premium passa a ser oferecido nas carrocerias SUV e Sportback em versão única Launch Edition, com preços a partir de R\$ 389 mil 990 e R\$ 399 mil 990, respectivamente.

Metrô e Prologis dividem a ex-fábrica da Ford no ABC

O terreno que abrigou a antiga fábrica da Ford em São Bernardo do Campo, SP, cuja produção foi encerrada em 2019, será dividido: ocuparão o espaço o futuro pátio da Linha 20-Rosa do Metrô de São Paulo e um condomínio logístico da Prologis. Após meses de impasse sobre a ocupação da área o go-

verno paulista afirmou ter chegado a uma solução de engenharia que permitirá a convivência dos dois projetos no terreno de 1 milhão de m², localizado no bairro do Taboão. Da total da área o Metrô utilizará 227,6 mil m², o equivalente a cerca de 24% do terreno, segundo o Estado.

A JotaeMe Fitafer parabeniza a Moto Honda, pelos 50 anos de uma trajetória inspiradora no Brasil!

Há cinco décadas, a Moto Honda vem transformando a mobilidade no Brasil, construindo uma trajetória marcada por inovação, qualidade e confiança. Ao longo desses 50 anos de história no país, a empresa consolidou sua posição como referência no setor de duas rodas, contribuindo para o desenvolvimento da indústria nacional e impactando positivamente a vida de milhões de brasileiros.

A JotaeMe Fitafer referência em estamparia fineblanking e convencional, conjuntos soldados e itens usinados, tem a honra de fazer parte dessa jornada há 47 anos, construindo uma parceria sólida baseada em compromisso, respeito mútuo e busca constante pela excelência e qualidade. Ao longo desse período, acompanhamos o crescimento da Moto Honda, compartilhando desafios, conquistas e a evolução contínua dos processos que tornaram essa história um exemplo para toda a indústria automotiva brasileira.



Nossa trajetória foi novamente reconhecida durante o Best Suppliers Award 2026, premiação promovida pela Moto Honda para destacar fornecedores que se sobressaem pelos resultados alcançados em critérios como qualidade, desempenho operacional, atendimento e confiabilidade. Para a JotaeMe Fitafer, esse reconhecimento representa não apenas uma conquista, mas também a confirmação de que o trabalho desenvolvido ao longo de quase cinco décadas continua alinhado aos mais elevados padrões de excelência exigidos pela Moto Honda e indústria automotiva.



Renault Geely antecipa produção do Geely EX2 no Paraná

Mais um modelo eletrificado será montado na fábrica da Renault Geely em São José dos Pinhais, PR: a montadora acelerou os planos e decidiu nacionalizar o elétrico Geely EX2 até o fim do ano. A produção inicial será feita no formato CKD, sistema em que os veículos são montados localmente a partir de kits importados, na CVU, Curitiba Veículos Utilitários, unidade que hoje monta os Renault Master e Oroch. De acordo com o presidente Ariel Montenegro a empresa já trabalha em um processo gradual de integração de componentes nacionais.



Divulgação/Renault Geely

Linha 2027 do Chevrolet Onix tem versão a etanol, cargo e aventureira

O Chevrolet Onix traz em sua linha 2027 opções que ampliam seu portfólio para um leque maior de consumidores. O objetivo da General Motors é, com criatividade, retomar o mercado perdido nos últimos anos. Duas versões novas chamam a atenção: a Eco, com motor 100% a etanol, e a Log, na qual a GM simplesmente arrancou os bancos traseiros da carroceria hatch para transformar o Onix em utilitário. A outra inédita, antecipada pela própria GM, é a Activ, que dá ao Onix um quê de SUV, sendo, de acordo com a Chevrolet, a porta de entrada para o segmento.



Divulgação/Chevrolet

Compacto Aion UT é a novidade da GAC para o segmento de entrada



Divulgação/GAC

As 55 revendas GAC espalhadas pelo País já oferecem o compacto Aion UT em duas versões, Premium, por R\$ 139 mil 990, e Elite, R\$ 159 mil 990. Como promoção de lançamento a Premium tem bônus de R\$ 4 mil, além de seguro grátis. A diferença de uma versão para a outra é, basicamente, o teto solar, recursos ADAS e autonomia maior na topo de linha: na Elite chega a 310 quilômetros e na Premium 253, pelo ciclo do Inmetro. O diretor de marketing Luiz Fernando Guidorzi garantiu que a GAC está preparada para atender a demanda pelo modelo, que entra na base do portfólio, junto com o GS3 a combustão.

Nissan expande exportações do Kait para sete países



Divulgação/Nissan

Sete mercados da América Latina, incluindo o México, passaram a receber o Nissan Kait exportado a partir da fábrica de Resende, RJ. Segundo a Nissan os desembarques começaram na Argentina, na Guatemala, no México e no Panamá depois de uma primeira etapa na Colômbia, Costa Rica e Paraguai. A previsão é a de que vinte mercados da região recebam o modelo brasileiro. É a primeira vez que a Nissan do Brasil exporta um veículo feito aqui para o México que, na América Latina, é o seu principal e maior mercado, liderando há vários anos as vendas locais.

50 ANOS

ACELERANDO O BRASIL.

A Sumidense da Amazônia parabeniza a Moto Honda da Amazônia pelos 50 anos da CG, um modelo que marcou gerações e se tornou símbolo de mobilidade, trabalho e liberdade para milhões de brasileiros.



CONFIANÇA



QUALIDADE



TECNOLOGIA

PARABÉNS PELOS
50 anos da Moto Honda da Amazônia
ORGULHO DE FAZER PARTE DESSA HISTÓRIA



Sumidense da Amazônia

SUMITOMO ELECTRIC GROUP



Divulgação/Ford

FORD: ANDREA PINTO

Andrea Pinto é a primeira mulher brasileira a ocupar o cargo de CFO na Ford América do Sul. Com 25 anos de experiência no setor automotivo e em tesouraria, em grande parte na Ford, a executiva, que desde 2021 trabalhava como diretora de tesouraria, contabilidade, controles internos, planejamento e análise financeira na região, sucede a Raul Limongi, que foi nomeado diretor de vendas e serviços no lugar de Antonio Baltar Júnior, que foi transferido para os Estados Unidos.



Divulgação/Stellantis

**STELLANTIS: JOÃO VELOSO E FABRÍCIO BIONDO**

João Veloso deixou o Grupo BMW, onde foi diretor de comunicação para a América Latina, e retornou à Stellantis para a vice-presidência de comunicação corporativa para a América do Sul. Ele ocupa a posição de Fabrício Biondo, que se tornará vice-presidente de desenvolvimento de negócios e estratégia corporativa na região. Veloso trabalhou na FCA, uma das empresas que originou a Stellantis, de 2007 a 2013. Tem

passagens também por Nissan e Delphi. Biondo desempenhava as funções desde a criação da Stellantis, vindo da PSA.



Divulgação/Stellantis

**STELLANTIS: ERICA SCHWAMBACH E RICARDO GOUVEIA**

Com a mudança na área de comunicação outras movimentações ocorreram dentro da Stellantis: Erica Schwanbach, que estava no desenvolvimento de negócios e gestão corporativa, passou a vice-presidente de transformação por IA, uma área recém criada na operação da América do Sul. Outra divisão nova, de excelência na jornada do cliente, será dirigida por Ricardo Gouveia, na condição de vice-presidente – ele liderava a área de operações comerciais da Jeep no Brasil.



Divulgação/Hyundai

HYUNDAI: ROGÉRIO SASAKI

Com a ida de Rodolfo Stopa para a Hyundai Austrália, Rogério Sasaki foi anunciado o novo diretor de produto para a América Central e do Sul. O engenheiro mecânico formado pela Unesp de Bauru se reporta a Gerardo Carmos, vice-presidente de vendas, produto e marketing. Sasaki tem mais de vinte anos de experiência na indústria automotiva e passou por General Motors e Toyota.



Divulgação/DAF

DAF: CARLOS FRAGA

Carlos Fraga trocou de casa: deixou a diretoria de vendas no varejo da Iveco América Latina para ser o diretor de vendas da DAF Brasil, onde se reportará diretamente ao diretor comercial Luís Gambim. Há quase 20 anos no mercado, Fraga passou por diversas áreas de empresas do setor, como a Iveco e a Mercedes-Benz, onde teve experiência também na Alemanha.



Divulgação/BMW

BMW: GONZALO SANJUÁN

A operação brasileira do Grupo BMW terá novo CEO a partir de setembro: Gonzalo Sanjuán foi nomeado o sucessor de Maru Escobedo, que assumiu o comando da América Latina. O espanhol construiu sua carreira na companhia, por onde passou por diversas funções nos últimos 20 anos, em marketing, vendas e produtos, na Espanha e em Portugal. Antes trabalhou na consultoria Urban Science, atendendo Peugeot, Toyota e Ford em projetos ligados à rede de concessionárias, rentabilidade e desenvolvimento de franquias.



Divulgação/BMW

GRUPO BMW: BERTINO BLAZQUEZ

Bertino Blazquez será o CFO do Grupo BMW América Latina, sediado na Cidade do México, México. Ele sucede a Michael Rainer, que assumirá novas funções em Munique, Alemanha. Blazquez está na companhia desde 2000 e desempenhou cargos de liderança em diversos países, como Alemanha, Itália, Malásia e Tailândia, além da América Latina.



Divulgação/Volvo

VOLVO FINANCIAL SERVICES: RUY MEIRELLES

Para suceder a Sílvia Gerber, que assume a presidência do Grupo Volvo para a América Latina em agosto, a Volvo Financial Services nomeou Ruy Meirelles para ser o seu presidente na América Latina, e do Banco Volvo no Brasil. Ele está há 17 anos no braço financeiro do Grupo Volvo e já foi presidente da operação brasileira de 2015 a 2020, e CEO do grupo na América Latina. Ocupava a vice-presidência de finanças da VFS na Europa, com base em Gotemburgo, Suécia.



Divulgação/Clarios



CLARIOS: ADRIANO MARSON E CARLOS SANTA IZABEL

O diretor de negócios das baterias Heliar desde 2019, Adriano Marson, ampliou suas responsabilidades dentro da Clarios, que é a dona da marca. Está sob sua responsabilidade também toda a área de vendas no Brasil, incluindo baterias para automóveis, motocicletas e aplicações estacionárias. Também na Clarios, Carlos Santa Izabel assumiu a gerência de marketing.



Divulgação/Jadlog

JADLOG: ISABELLA FERRENTINI

Isabella Ferrentini é a nova diretora de marketing e ESG da Jadlog. Sua chegada vem em momento importante, com a inauguração de um novo hub logístico no bairro de Perus, na Capital paulista, que dobrou a capacidade de processamento de cargas. Ferrentini exerceu cargos de liderança em companhias como Gulf Combustíveis, LG, ADP e Telefônica.

15.731.857

É a quantidade de Honda CG produzida em Manaus desde seu lançamento, em 1976, superando a produção do Fusca, do Gol e do Uno somados

25.429

É o número de eletropostos no Brasil. Nos últimos três meses cresceu 20,7% segundo a ABVE, Associação Brasileira do Veículo Elétrico

19,9

É a relação da frota de veículos elétricos plug-in rodando no País pela quantidade de eletroposto em operação, segundo a ABVE

“Por meio do Plano Mais Produção, que é o braço de financiamentos do Nova Indústria Brasil, saltamos de R\$ 300 bilhões para R\$ 643 bilhões de recursos para investimentos em pesquisa e inovação. Desse montante, 93% já foram contratados e direcionados a mais de 406 mil projetos industriais por todo o País”.

Márcio Elias Rosa, Ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, sobre os números históricos de investimentos em inovação no País, durante o lançamento do Haval H6

“Olhando para os últimos dois anos, comprovamos que a tecnologia de remoção de carbono realmente funciona. Agora, a questão é: quão barato ela pode ficar e a demanda acompanhará esse ritmo?”

Hannah Bebbington Valori, diretora da Frontier, coalisão das gigantes de tecnologia estadunidense Alphabet, Anthropic e Stripe para o desenvolvimento de projetos de remoção de CO2 da atmosfera

“Sete em cada dez fornecedores esperam lucros abaixo de 5%, o limite mínimo necessário para sustentar os investimentos em tecnologia, capacitação e capacidade produtiva. Um terço prevê pouco ou nenhum lucro, o que ameaça empregos, atividades de pesquisa e desenvolvimento e o crescimento futuro”.

Segundo o Clepa Pulse Check, levantamento semestral da Associação Europeia de Fornecedores Automotivos sobre o sentimento empresarial no continente.

“Metade dos fornecedores planeja reduzir a capacidade de produção na Europa Ocidental nos próximos cinco anos, enquanto apenas 10% esperam expandir. Em contrapartida, 49% preveem crescimento na América do Norte, 42% na Ásia e 35% na China”.

Clepa Pulse Check, apontando evidências de que o investimento está migrando para regiões mais competitivas com mercados mais previsíveis.

A maior Fenatran de todos os tempos. Já há mais de 700 marcas confirmadas para ocupar um espaço ampliando que supera os 100 mil metros quadrados do São Paulo Expo, de 9 a 13 de novembro, na capital paulista, segundo a organização do evento.

CELEBRANDO 50 ANOS

MOTO HONDA BRASIL

Há 50 anos, a Moto Honda iniciou no Brasil uma trajetória marcada por inovação, confiança e paixão por duas rodas.

Uma jornada que conecta pessoas, impulsiona negócios e ajuda a construir a mobilidade de milhões de brasileiros.

A **TTB** tem orgulho de fazer parte desta história!



TTB

Inovando e unindo tecnologias



Quando a tecnologia nasce aqui, a confiança vai mais longe.

Com 29 anos de mercado, a Resfri Ar é especialista em soluções de climatização e refrigeração automotiva.

A fabricação nacional garante mais controle e proximidade com clientes e parceiros. Por isso, os produtos fabricados no Brasil contam com 2 anos de garantia e o suporte de uma ampla rede de assistência técnica em todo o país. Mais do que produtos, entregamos confiança para quem vive a estrada todos os dias.



Uma marca brasileira parceira de quem movimenta o país.



Escaneie aqui e descubra todos os diferenciais.

www.resfriar.com.br