



From the Top
Evandro Maggio,
Toyota

FIAT

Ousadia, pioneirismo,
inovação e rapidez definem
a trajetória de produção da
marca italiana no Brasil



ANOS



Desacelere. Seu bem maior é a vida.



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



Volkswagen Caminhões e Ônibus



@vwcaminhoe



Volkswagen Caminhões e Ônibus

NOVO

METEOR HIGHLINE

NA FORÇA: EXTRAPESADO.
NA DISPONIBILIDADE: GIGANTE.

Muito mais robusto, eficiente e econômico,
para o seu negócio não parar de lucrar.



Caminhões
Ônibus

ESPECIAL

FIAT
50
ANOS

18

O INÍCIO PIONEIRO EM MG

28

A CONSOLIDAÇÃO NO PAÍS

36

O PROTAGONISMO

44

LIDERANÇA DISRUPTIVA

54

RUMO AO FUTURO

62

CINCO DÉCADAS DE FIAT



Divulgação/Fiat

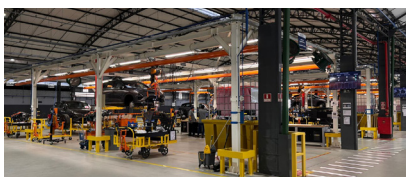
78

LANÇAMENTO
GWM ORA 5

Divulgação/GWM

SUV elétrico importado da China amplia o mercado da marca e deverá ser produzido no Brasil

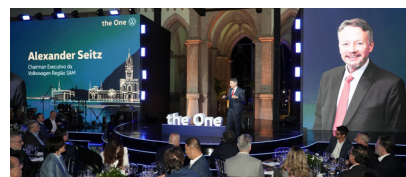
82

INVESTIMENTO
MAIS PRODUTOS NA PACE

Divulgação/PACE

Planta Automotiva do Ceará começa a montar Chevrolet Captiva e se prepara para a MG

86

PREMIAÇÃO
FORNECEDORES

Divulgação/VW

Volkswagen, Moto Honda e Honda Automóveis premiam os melhores parceiros

WORKSTUDIO AUTOData

26

WHB

34

MOTHERSON

52

AUTONEUM

76

RIOSULENSE

8

FROM THE TOP

Evandro Maggio, presidente da Toyota do Brasil, conta como a fabricante superou dificuldades e conduz seu ciclo de investimento

92

OS INVESTIMENTOS

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

96

GENTE & NEGÓCIOS

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

102

FIM DE PAPO

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

Não à desindustrialização

Por Leandro Alves, diretor de redação

2026 é um ano repleto de comemorações na indústria automotiva nacional. Tivemos os 70 anos da Anfavea e destacamos nesta edição os 50 anos da Fiat no Brasil. E as efemérides não param por aqui.

Mais do que registrar a trajetória que forjou toda a cadeia industrial, não só a automotiva, é preciso reconhecer que o desenvolvimento de um país ocorre historicamente a partir dessas atividades.

As três revoluções industriais que aconteceram a partir do século XVIII com a máquina a vapor, posteriormente com a utilização do petróleo e do aço no século XIX e finalmente a revolução eletrônica das décadas de 1950 e 1970 trouxeram grandes avanços para a sociedade global.

Desde então foram pouquíssimos os casos de desindustrialização. Ao contrário a industrialização passou a ser a medida de referência para a evolução dos países.

Assim, tratar políticas pontuais de incentivo como um ponto de inflexão para uma suposta desindustrialização é não reconhecer a história do próprio setor automotivo que, em outros momentos, também utilizou a mesma ferramenta até consolidar suas operações em solo nacional.

Não se trata, como se faz lamentavelmente a discussão sobre política neste País, de escolher um lado, mas de utilizar

as regras do jogo para garantir investimentos para o País e formular leis que coloquem o setor automotivo na vanguarda global. Ao que parece estes pilares estão bem definidos e deverão ser adotados integralmente, assim como as supostas vantagens alfandegárias colocadas para os próximos seis meses estão disponíveis para todos com operações no Brasil.

A bela história dos 50 anos da Fiat, retratada em especial de 45 páginas nesta **AutoData**, nos recorda que o DNA automotivo no Brasil é de inovação, adaptação às dificuldades das mais diversas mas, principalmente, de força e resistência.

A indústria que está aqui não vai embora e nem vai acabar. Ela se adaptará e continuará evoluindo. Um bom exemplo desta afirmação você encontra na entrevista From the Top com Evandro Maggio. Nem mesmo uma catástrofe ambiental extrema que destruiu sua operação de produção de motores foi capaz de fazer a Toyota recuar dos seus ambiciosos planos no Brasil.

É disto que se trata: testemunhamos uma transformação sem precedentes que não destruirá aquilo que os fundadores desta indústria deixaram como legado.

Da nossa parte continuaremos nossa missão de transformar informação do setor em conhecimento.

autodata.com.br



autodataseminarios



autodataseminarios



AutoDataEditora



autodata-editora



AUTODATA

Diretor de Redação Leandro Alves **Conselho Editorial** Isidore Nahoum, Leandro Alves, Márcio Stéfani, Pedro Stéfani, Vicente Alessi, filho **Redação** Pedro Kutney, editor **Colaboraram nesta edição** André Barros, Lucia Camargo Nunes **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR/Divulgação **Capa** Fotomontagem com IA Gemini **Comercial e publicidade** tel. PABX 11 3202 2727: André Martins, Luiz Gíadas, 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

GAC. 1 ano de Brasil.

A mudança já começou.



No trânsito, enxergar o outro salva vidas.

As condições comerciais estão disponíveis no seguinte endereço eletrônico: <https://www.gacgroup.com/pt-br>

✓ **Top 3** entre
as fabricantes
de elétricos*

✓ **Centro de
Distribuição
de Peças**

✓ **Centro de
Engenharia,
Pesquisa e
Desenvolvimento**

✓ **Produção
nacional
confirmada
em 2027**

✓ **Modelos
híbrido,
combustão
e elétricos**

*E isso tudo é
apenas o início.*



GAC

GO AND CHANGE

Construção de legado

Em duas décadas de trabalho na Toyota, incluindo passagem pela matriz no Japão, Evandro Maggio tem dois privilégios a acrescentar em seu currículo: há dois anos ele tornou-se o primeiro brasileiro a assumir a presidência da empresa no Brasil e sentou-se nesta cadeira a bordo do maior plano de investimento da história de quase setenta anos da empresa no País.

Com R\$ 11,5 bilhões para investir em novos produtos e tecnologias, além de uma fábrica inteiramente nova que dobra a capacidade de produção do complexo de Sorocaba, SP, Maggio

tem a oportunidade de liderar a construção de um legado de prosperidade até agora sem precedentes da Toyota no Brasil.

Mal sabia ele, no entanto, que o desafio seria ainda maior – e também sem precedentes históricos. Em vez de uma é necessário construir duas fábricas. Uma, a de Sorocaba, está quase pronta e deve ser inaugurada em novembro, para abrigar inicialmente a produção do Corolla sedã – transferida da unidade de Indaiatuba, SP, que foi fechada por não ter mais como ser ampliada – e outros novos produtos que serão lançados ainda nesta década.

A segunda grande empreitada é a reconstrução da fábrica de motores de Porto Feliz, que em setembro foi totalmente destruída por uma tempestade. A crise inicial provocada pela catástrofe climática – cada vez menos rara – abriu a oportunidade de construir uma nova linha de produção, mais moderna, eficiente e competitiva.

Assim o rígido planejamento japonês se misturou com o acaso de uma catástrofe climática para que, como relata Maggio na entrevista a seguir, o desenvolvimento humano cunhado pela cultura de qualidade e resiliência seja o maior legado que a Toyota tenha a mostrar.



Clique aqui para assistir à versão em videocast desta entrevista

Naquela tarde de 22 de setembro de 2025, quando recebeu as primeiras informações sobre a tempestade que destruiu a fábrica de motores em Porto Feliz, o que foi feito?

Fomos surpreendidos. Naquele momento nossa única preocupação era com as pessoas. Somente depois de termos a certeza de que todos estavam bem passamos à segunda grande preocupação: como preservar estas pessoas na Toyota. Máquinas e tecnologia podem ser recuperadas mas o conhecimento

e a experiência dos colaboradores são patrimônios fundamentais da empresa. Por isto nossa prioridade passou a ser a preservação integral dos empregos.

A produção da Toyota foi interrompida por falta de motores. Como foi construído plano que permitiu retomar a produção em menos de dois meses?

Assim que o evento ocorreu entramos em contato com a matriz. Depois de equacionada a questão do bem-estar das pessoas iniciamos o processo téc-



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✨





“Estamos aproveitando a reconstrução da fábrica de motores como oportunidade para construir uma linha de padrão mundial altamente competitiva, que será um polo de exportação para toda a América Latina e outros mercados globais. Estamos revendo as tecnologias, os métodos de trabalho, os fluxos logísticos e o leiaute para torná-la mais compacta, eficiente e produtiva do que a planta anterior.”

nico de recuperação da planta. Nossa primeira ação foi a preservação do maquinário de alta precisão: precisamos retirar todos dos escombros com segurança para evitar danos adicionais. Alugamos uma área industrial próxima para onde estes equipamentos foram transferidos e recuperados. Ao mesmo tempo montamos uma cadeia logística complexa, que incluiu a exportação de componentes produzidos por fornecedores brasileiros para o Japão. Lá eram montados os motores que retornavam ao Brasil. Hoje realizamos com componentes locais e importados a montagem dos motores flex no galpão alugado em Porto Feliz, enquanto os a gasolina continuam vindo do Japão [para o Corolla Cross] e da Indonésia [para o Yaris Cross]. Ainda operamos com esta solução híbrida. Sem o apoio da matriz dificilmente teríamos estruturado uma resposta tão rápida. O acidente foi em 22 de setembro e, no início de novembro, já havíamos retomado a produção dos veículos híbridos e no fim de fevereiro toda a operação estava normalizada.

Em que estágio está o trabalho de reconstrução e quando a produção deverá ser retomada integralmente?

O cronograma prevê a conclusão do trabalho até o fim de 2028. Neste momento estamos concluindo as obras da área de fundição, que até o fim deste ano deverá estar com suas atividades restabelecidas. Na sequência iniciaremos a recuperação da área de usinagem e, por fim, virá a fase de montagem final dos motores.

Quando a nova fábrica de motores estiver concluída, no fim de 2028, o que ela terá de diferente com relação à unidade que existia antes?

Estamos aproveitando esta reconstrução como oportunidade para construir uma fábrica de padrão mundial, altamente competitiva, que será um polo de exportação para toda a América Latina e outros mercados globais. Para alcançar este patamar estamos revendo as tecnologias aplicadas, os métodos de trabalho, os fluxos logísticos e o leiaute físico da fábrica, tudo para torná-la con-



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✨



sideravelmente mais compacta, eficiente e produtiva do que a anterior.

Estamos conversando justamente no momento em que se encerra a operação da fábrica de Indaiatuba, depois de quase três décadas produzindo o Corolla. Por que a Toyota decidiu fechar uma unidade tão importante para a história da empresa no Brasil?

A transferência da produção de Indaiatuba para Sorocaba já fazia parte do planejamento de longo prazo, porque vivemos um novo ciclo de expansão. A capacidade máxima de Indaiatuba estava engessada em 70 mil veículos por ano, enquanto os novos projetos exigem uma nova planta com capacidade próxima de 100 mil unidades anuais. Então optamos estrategicamente por concentrar toda a produção de veículos na unidade de Sorocaba [com a construção

de uma nova linha de produção completa ao lado da que opera no mesmo complexo desde 2012]. A localização de Sorocaba também favorece a logística com o parque de fornecedores.

O fechamento de Indaiatuba e a paralisação da produção em Porto Feliz provocaram impactos importantes na operação. Como a empresa trabalhou para preservar sua cadeia de fornecedores?

A preservação dos nossos parceiros comerciais sempre esteve no topo das prioridades. No caso de Porto Feliz os componentes produzidos no Brasil continuaram sendo exportados para o Japão para abastecer a produção dos motores montados emergencialmente lá fora. Desenhamos este fluxo logístico para manter os fornecedores ativos durante o período de transição. Sabemos que eles realizaram investimentos pesados e possuíam compromissos financeiros. Era fundamental preservar esta base produtiva nacional até porque nossa real intenção sempre foi retomar a fabricação em Porto Feliz. No caso da transferência de Indaiatuba para Sorocaba a abordagem foi semelhante: todo o processo foi planejado com antecedência e discutido de forma transparente com os fornecedores, que continuarão nos atendendo na nova fábrica. Ambos os movimentos foram meticulosamente conduzidos para garantir o menor impacto econômico sobre a nossa cadeia.

Com a nova fábrica, a ser inaugurada em novembro, Sorocaba passa a concentrar toda a produção de veículos da Toyota no Brasil. Qual será o papel deste complexo na operação global da companhia?

“A transferência da produção de Indaiatuba para Sorocaba já fazia parte do planejamento de longo prazo. A capacidade máxima de Indaiatuba estava engessada em 70 mil veículos por ano, enquanto os novos projetos exigem uma nova planta com capacidade próxima de 100 mil unidades anuais.”



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✦

“A abertura comercial é importante porque permite a entrada rápida de novas tecnologias globais. No entanto chega um momento em que essas mesmas tecnologias precisam começar a ser produzidas localmente para gerar valor no País. É vital encontrar um ponto de equilíbrio de importações com a produção nacional.”

O complexo industrial de Sorocaba assumirá dois papéis de extrema importância estratégica global. O primeiro será consolidar-se como principal polo exportador e produtor de veículos de passeio da Toyota para toda a América Latina: hoje já exportamos para 23 países da região. O segundo papel é o desenvolvimento local de um veículo inédito, pensado especificamente para as demandas do mercado latino-americano, contando com a participação da engenharia brasileira. Queremos que Sorocaba seja reconhecida não só como um centro de manufatura mas, também, como polo gerador de desenvolvimento de produtos. Além disto anunciamos lá a criação do nosso laboratório global dedicado a biocombustíveis. O Brasil reúne condições únicas neste campo e a experiência brasileira com combustíveis renováveis, notadamente o etanol,

poderá contribuir de forma decisiva para a estratégia global da Toyota na jornada de transição energética.

Do ciclo de investimento de R\$ 11,5 bilhões anunciado pela Toyota para o Brasil o que já foi executado? E o que ainda podemos esperar até 2030? Vem mesmo uma nova picape por aí?

Existe, sim, um novo projeto, mas falaremos dele no momento oportuno. Com relação ao valor dos investimentos anunciados uma parcela significativa já foi efetivamente realizada e está visível no mercado. Estamos concluindo as obras da segunda fábrica no complexo de Sorocaba, lançamos o Yaris Cross, ampliamos a capacidade produtiva da unidade de Porto Feliz pouco antes do acidente e também promovemos a renovação do Corolla Cross. Obviamente existem outros produtos e plataformas em pleno estágio de desenvolvimento que serão anunciados à medida que nos aproximarmos do momento de lançamento.

Na sua avaliação quais serão as tecnologias mais promissoras para o mercado brasileiro ao longo desta década?

A filosofia global da Toyota é defender múltiplas rotas tecnológicas. Acreditamos que a escolha da tecnologia precisa considerar as características da matriz energética de cada país. No caso do Brasil entendemos que o modelo híbrido flex reúne duas vantagens competitivas imbatíveis: combina a alta eficiência da eletrificação com o enorme potencial de redução de emissões dos biocombustíveis que o País já possui. Esta tecnologia continua sendo nossa principal aposta



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✨



HIGH-TECH INDUSTRIAL FASTENERS



PRODUCTS

Bolts
Nuts
Washers
C-Parts
Wires



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

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



“O Brasil possui cadeia de fornecedores sólida, engenharia qualificada, um mercado relevante e vantagem competitiva na área de biocombustíveis. Precisamos preservar estas competências para que o País siga contribuindo para a mobilidade sustentável.”

para o mercado brasileiro. Mas isto não significa que deixaremos de investir em outras soluções de mobilidade pois continuaremos pesquisando e desenvolvendo diferentes tecnologias.

Desde o lançamento do Yaris Cross as versões híbridas respondem por 60% a 65% das vendas do modelo, acima das expectativas da própria Toyota. Este desempenho mudou a visão da empresa sobre o ritmo da eletrificação no Brasil?

Foi uma surpresa comercial muito positiva. Nossa expectativa inicial era de que os modelos híbridos respondessem por cerca de 50% do mix de vendas do Yaris Cross. Ver que hoje esse índice já oscila de 60% a 65% mostra que a oferta crescente de veículos eletrificados despertou um interesse real no consumidor brasileiro. Percebemos com clareza que o processo de eletrificação ganhou muita velocidade no País e se consolidou como uma tendência de mercado. Por isto já estamos readequando nossos planos internos de produção industrial para ampliar a oferta de versões híbridas.

A Toyota do Brasil ampliou significativamente suas exportações nos últimos anos, principalmente com o Corolla

Cross. O Yaris Cross também deverá seguir este caminho?

Sem dúvida. A competitividade industrial depende de escala produtiva e a exportação é uma ferramenta fundamental para alcançarmos estes volumes. O Corolla Cross desempenha papel importante neste processo mas a nossa expectativa é que o Yaris Cross também contribua significativamente para estes números. Nosso objetivo é ampliar a exportação de eletrificados feitos no Brasil.

Como está avançando o processo de nacionalização de componentes? O índice de conteúdo local da Toyota está aumentando?

Nosso índice de nacionalização se situa hoje em uma faixa de 60% a 70%. O nosso objetivo permanente é ampliar a produção local de componentes de maior complexidade. O Yaris Cross é um excelente exemplo disto: nacionalizamos a unidade de controle eletrônico do sistema híbrido, um componente de altíssima tecnologia. Esta conquista mostra que existe espaço para ampliarmos continuamente o conteúdo local. Mantemos um trabalho próximo dos parceiros de autopeças por meio da Brasa, Brazilian Suppliers Association, grupo criado para



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✨



desenvolver competitividade, aprimorar processos, elevar padrões de qualidade e cibersegurança fabril.

Nos últimos dois anos montadoras chinesas ampliaram fortemente sua presença no mercado brasileiro, principalmente nos segmentos eletrificados. Esta nova concorrência mudou os planos da Toyota?

A Toyota tem por princípio enxergar a concorrência como algo positivo. Quanto maior for o nível de concorrência maior será o estímulo para desenvolvermos novas tecnologias e oferecermos serviços superiores para o consumidor. O ponto fundamental que defendemos é que esta competição aconteça sempre em condições justas. Sabemos que existem assimetrias importantes nos custos de produção no Brasil se comparados com outros países, especialmente com a China. Neste contexto instrumentos regulatórios como o imposto de importação cumprem papel importante para mitigar essas assimetrias e garantir condições minimamente equilibradas.

Hoje existe o debate sobre o aumento das importações de veículos e componentes. Como o Brasil pode conciliar abertura à concorrência, incorporação de novas tecnologias e preservação da capacidade industrial instalada?

A abertura comercial é importante porque permite a entrada rápida de novas tecnologias globais. No entanto chega um momento em que estas mesmas tecnologias precisam começar a ser produzidas localmente para gerar valor no País. É vital encontrar um ponto de equilíbrio de importações com a

produção nacional. Precisamos de um ambiente regulatório estável que estimule a introdução de novas tecnologias sustentáveis, mas que também incentive a sua nacionalização industrial assim que o mercado atingir maturidade e volume. O Brasil possui cadeia de fornecedores sólida, engenharia qualificada, um mercado relevante e vantagem competitiva na área de biocombustíveis. Precisamos preservar essas competências para que o País siga contribuindo para a mobilidade sustentável.

Quando este ciclo de investimentos estiver concluído, com a reconstrução de Porto Feliz, a consolidação de Sorocaba e os novos projetos já lançados, qual legado o senhor gostaria de deixar como presidente da Toyota do Brasil?

Existe uma diretriz muito importante dentro da Toyota que faz parte do nosso planejamento estratégico: contribuir ativamente para o desenvolvimento de uma indústria automotiva nacional forte, capaz de gerar riqueza e bem-estar para o País. Recentemente, durante a transição, vivi uma experiência muito marcante na unidade de Indaiatuba. Diversos colaboradores vieram conversar comigo e disseram que, depois de quase trinta anos trabalhando naquela fábrica, saíam dali pessoas completamente diferentes e muito melhores. Eles cresceram profissionalmente na carreira, evoluíram como seres humanos e, por meio do fruto do seu trabalho, conseguiram proporcionar uma vida melhor e educação de qualidade para as suas famílias. Este desenvolvimento humano é o maior legado que qualquer empresa pode deixar para a sociedade. ■



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✦



**PELA JANELA DE UM FIAT,
A GENTE VIU A HISTÓRIA
ACONTECER.**



DESACELERE. SEU BEM MAIOR É A VIDA.

FIAT



HÁ

50

ANOS
FÁ DO
BRASIL

Trajetória de três eras da indústria



Fotomontagem Gemini IA

Do pioneirismo do 147 a álcool à ofensiva Bio-Hybrid a montadora sobreviveu a três fusões globais e se consolidou como protagonista do mercado brasileiro

Por Lúcia Camargo Nunes

Em 9 de julho de 1976 um governador mineiro, um herdeiro italiano e um grupo de engenheiros acionaram pela primeira vez a linha de montagem de Betim, MG, na Região Metropolitana da Capital, Belo Horizonte. Saía dali o Fiat 147. Mais do que um novo carro de uma nova marca no Brasil – que já não via nada de novo neste setor desde os anos 1960 –, aquele gesto redesenhou o mapa da indústria automotiva brasileira, até então concentrada majoritariamente no ABC paulista.

Meio século depois a Fiat chega a 2026 como a marca mais vendida do País pelo quinto ano consecutivo, com aquela mesma fábrica que já superou a produção de

18 milhões de veículos e uma história que se confunde com a própria industrialização de Minas Gerais.

Contar os 50 anos da Fiat no Brasil é lembrar como uma aposta política e industrial dos anos 1970 se transformou em um dos maiores complexos automotivos do mundo, sobreviveu a três reestruturações societárias e hoje se prepara para uma nova fase sob o guarda-chuva da Stellantis.

PIONEIRISMO FORA DE SP

A origem da Fiat no Brasil remonta a 1970, quando o governador de Minas Gerais, Rondon Pacheco, começou a articular a instalação de uma montadora

no Estado como forma de romper a dependência histórica de São Paulo e do Rio de Janeiro na produção da indústria de transformação do País.

Missões técnicas da Fiat avaliaram o potencial mineiro já em 1971 e, em março de 1973, foi assinado o Acordo de Comunhão de Interesses pelo presidente da Fiat, Giovanni Agnelli, e o governo de Minas, documento que abriu caminho para a constituição da Fiat Automóveis S/A, sob a presidência do engenheiro Adolfo Neves Martins da Costa. A construção da fábrica começou em junho de 1974 e foi concluída em pouco mais de dois anos, uma velocidade notável para um projeto industrial naquela época.

Quando o complexo de Betim foi inaugurado, naquele julho de 1976, a Fiat tornou-se a primeira montadora a se instalar fora do cinturão industrial paulista – e a única a chegar depois dos incentivos concedidos pelo governo federal para atrair a indústria automotiva, nos fim dos anos 1950.

O 147, primeiro carro produzido em Minas Gerais, também já era uma inovação e tanto naqueles tempos: trazia motor transversal, pneus radiais e um aproveitamento interno considerado revolucionário, compacto por fora, espaçoso por dentro, uma fórmula utilizada pela Fiat que se tornaria assinatura da marca nas décadas seguintes.



Em poucos anos a família 147 ganharia versões inéditas no mercado nacional, incluindo a primeira picape derivada de um carro de passeio, em 1978, e a versão a álcool, em 1979, que se tornaria o primeiro automóvel do mundo movido exclusivamente a etanol produzido em série, resposta direta da engenharia brasileira à crise do petróleo e ao Proálcool lançado pelo governo federal em 1975. Outra marca da Fiat: a agilidade para oferecer soluções de acordo com as oportunidades do mercado.

CARRO MUNDIAL

Os primeiros anos definiram um padrão que se repetiria: a Fiat brasileira importava tecnologia italiana mas também desenvolvia soluções locais que depois circulavam pelo resto do grupo. Foi assim com o motor a álcool, e seria assim novamente décadas depois, quando o Projeto 178 – que resultou no Palio, lançado em 1996 – nasceu como o primeiro carro verdadeiramente mundial da Fiat, desenvolvido em parceria do Centro de Estilo da empresa na Itália com o instituto I.DE.A, justamente pensando em mercados emergentes como o brasileiro.

Por quase quatro décadas a Fiat esteve sozinha à frente de sua operação brasileira. Isto mudou em 13 de outubro de 2014, quando a companhia italiana concluiu a aquisição do grupo americano Chrysler e as duas se fundiram para formar a FCA,



Fotos: Divulgação/Fiat

Fiat Chrysler Automobiles, sétima maior fabricante de veículos do mundo à época, presente em quarenta países e com atuação comercial em 150 mercados.

Para o Brasil a fusão trouxe um portfólio ampliado – Chrysler, Jeep, Ram e Dodge passaram a integrar a mesma estrutura de negócios da Fiat –, sinergia das marcas e um novo ciclo de investimentos que resultaria, poucos anos depois, na abertura da segunda fábrica brasileira, em Goiana, PE.

O Polo Automotivo Jeep de Goiana foi inaugurado em 28 de abril de 2015 em cerimônia que reuniu a então presidente Dilma Rousseff, o CEO global da FCA, Sergio Marchionne, o vice-presidente mundial de manufatura, Stefan Ketter, e o presidente da FCA América Latina, Cledorvino Belini.

O empreendimento consumiu inicialmente R\$ 11 bilhões – incluindo o desenvolvimento dos primeiros produtos e os investimentos do parque de fornecedores integrado bem ao lado da planta de veículos, que atualmente abriga dezoito empresas – e nasceu com capacidade para 250 mil unidades/ano, produzindo inicialmente o Jeep Renegade e, ainda em 2016, a picape Fiat Toro, modelo inédito no segmento de picapes compactas. Foi a primeira fábrica erguida pelo grupo depois da criação da FCA – e também marcou o retorno da produção da Jeep ao Brasil depois de mais de três décadas de ausência.



TERCEIRA ONDA

A terceira grande virada societária veio poucos anos depois. Em 2019 foi anunciada a fusão da FCA com o grupo francês PSA, dono de Peugeot e Citroën, negócio que se formalizou em janeiro de 2021 com o nascimento da Stellantis, hoje a quarta maior fabricante de veículos com catorze marcas no portfólio global.

Para a operação brasileira a mudança consolidou o Polo Automotivo de Betim como sede da companhia na América do Sul e ampliou a escala de investimentos disponíveis para os produtos nacionais.

Foi sob a Stellantis que a Fiat lançou seus primeiros SUVs – o Pulse, em 2021, e o Fastback, em 2022 – e retomou de forma consistente a liderança de vendas do mercado brasileiro, posição que mantém ininterruptamente desde janeiro de 2021.

Esta liderança recente tem números que a colocam ao lado dos capítulos mais vitoriosos da história da marca no País. Em 2025 a Fiat fechou o ano com 20,9% de participação de mercado e 533,7 mil unidades emplacadas, uma vantagem de quase 95 mil veículos sobre a segunda colocada.

A Strada, picape que nasceu em 1998 como derivada do Palio, é a responsável direta por boa parte desse resultado: soma cinco anos consecutivos como o veículo mais vendido, superando inclusive carros de passeio de segmentos mais populares. Olhando para um recorte mais amplo nos últimos 25 anos a Fiat liderou o mercado brasileiro em dezenove deles.

O FUTURO BIO-HYBRID

O fio que une o 147 a álcool de 1979 ao Fastback híbrido de 2024 é justamente a disposição de antecipar tendências antes que elas se tornem consenso de mercado. A Stellantis descreve o período recente como o início da ofensiva de eletrificação leve no Brasil: tanto o Pulse quanto o Fastback passaram a oferecer, desde 2024, a tecnologia de propulsão híbrida leve, ou MHEV, de Mild Hybrid Electric Vehicle, que combina o motor a combustão a um alternador elétrico para reduzir consumo e emissões.

O mesmo racional orienta o ciclo de investimentos anunciado para a fábrica de Betim no período 2025-2030: R\$ 14 bilhões, o maior aporte já feito na história da planta mineira, voltado sobretudo para o desenvolvimento da tecnologia batizada de Bio-Hybrid, que combina motores bicombustível etanol-gasolina a sistemas eletrificados. O valor integra um plano ainda maior, de R\$ 32 bilhões para toda a América do Sul no mesmo período, sendo R\$ 30 bilhões no Brasil.

João Irineu Medeiros, vice-presidente de assuntos regulatórios da Stellantis, justifica: "A eletrificação é a bola da vez. O sistema híbrido tem um motor gerador que roda em rotação constante, no regime de eficiência máxima, e o consumo de combustível é muito menor. E quando ele for flex alimentado com etanol é o melhor dos mundos. O etanol ajuda a gente, pois em termos de emissão de CO2 equivale a termos uma frota de carros elétricos".

O compromisso assumido publicamente pela companhia é lançar um modelo inteiramente novo por ano até 2030: cinco produtos inéditos a partir de 2026, movimento que a Fiat descreve como o início de uma renovação de portfólio apoiada também em uma nova identidade visual global, batizada de Pixel Design, que deve orientar a próxima geração de veículos da marca em todos os mercados onde opera.

Betim, especificamente, também passará a produzir modelos globais sobre a plataforma STLA, sucessora da atual arquitetura CMP utilizada pelos seus SUVs.

LIDERANÇA EM PATENTES

A escala que Betim atingiu em cinco décadas ajuda a entender porque a fábrica é tratada pela Stellantis como ativo estratégico global e não apenas como planta regional. O complexo que ocupa 2,2 milhões de m2 foi responsável por 62% de toda a produção nacional da Stellantis em 2025, 525 mil unidades, alta de 11,7% sobre o ano anterior.

A evolução do polo também impulsionou a formação de uma ampla cadeia

Raio-X Fiat Betim

Inauguração

9 de julho de 1976

Área da planta

2,2 milhões m2

Produção acumulada

Veículos: + 18 milhões | Motores: + 19 milhões

Transmissões: + 17 milhões

Vendas acumuladas no Brasil

Veículos produzidos em Betim: + 12 milhões

Exportações acumuladas

Veículos: + 4 milhões | + 40 países

Capacidade atual de produção

Veículos: 650 mil/ano | Motores: 1,1 milhão/ano

Empregados

+ 19 mil

Fornecedores

+ 400 empresas

Processos industriais

Veículos: estamparia, armação/solda, pintura, montagem

Motores e transmissões: usinagem e montagem

Produtos atuais

Veículos: Fiat Argo, Fastback, Fiorino, Mobi, Pulse, Strada | Motores: Firefly 1.0 e 1.3, GSE Turbo 1.0 e 1.3

Índice porcentual médio de nacionalização

70% a 80% de componentes locais

Ciclos de investimento*

1973-1979: US\$ 300 milhões

1984-1989: US\$ 200 milhões

1990-1995: US\$ 1 bilhão

1996-2000: US\$ 1,5 bilhão

2001-2005: R\$ 3 bilhões

2008-2010: R\$ 5 bilhões

2011-2016: R\$ 10 bilhões

2016-2024: R\$ 16 bilhões

2025-2030: R\$ 14 bilhões

* Considera valores nominais, sem correção, de investimentos na planta de Betim

Capacidades de engenharia e desenvolvimento

Tech Center Stellantis América do Sul: instalações de desenvolvimento completo de veículos com 3 mil engenheiros, designers e técnicos, integrados a sessenta laboratórios distribuídos nos Development Center, Virtual Center, TechMobility [tecnologias de eletrificação de baixa, média e alta voltagem] e Safety Center [simulações de colisões].



produtiva que movimenta a economia de Minas Gerais e do Brasil. A unidade emprega diretamente cerca de 19 mil pessoas, mais da metade da força de trabalho da Stellantis na América do Sul, e reúne em seu entorno mais de quatrocentos fornecedores, consolidando um dos mais robustos ecossistemas industriais da região. Recentemente este ciclo de crescimento ganhou novo impulso com a abertura de mais de 1,2 mil vagas



de emprego, diretamente relacionadas à produção de um novo modelo da Fiat em Betim, o Argo X.

"Temos hoje um polo de engenharia com alguns centros de desenvolvimento espalhados pela América do Sul que reúnem as competências para fazer um automóvel do zero" acrescenta Medeiros, funcionário da empresa há quase quarenta anos. "Podemos projetar o carro, desenhar tanto o design quanto a parte técnica e tecnológica, fazer o desenvolvimento também, homologar e certificar esse carro e colocá-lo em produção."

Hoje em dia a manufatura é considerada uma via de mão dupla na relação matriz-Betim, diz com orgulho Glauber Fullana, diretor de manufatura da Stellantis para a América do Sul: "Trazemos informações de lá e também exportamos as melhores práticas. Muitas vezes podemos usar os nossos centros aqui para desenvolvimento de casas da Europa e América do Norte".

Segundo ele Betim alcançou independência técnica: "Somos totalmente autosuficientes, hoje não precisamos trazer mais nada para cá. São mais de sessenta

laboratórios só na parte de desenvolvimento do produto”.

Já Goiana, erguida quase quarenta anos depois de Betim sob lógica semelhante – a de levar produção automotiva para uma região historicamente distante do eixo industrial do País –, ajudou a elevar o PIB do município pernambucano em mais de 300% de 2011 a 2021. Juntas as duas plantas já somam mais de 19 milhões de veículos produzidos.

Para Cledorvino Belini, que presidiu a Fiat – e depois a FCA – no Brasil de 2004 a 2015, esta capacidade industrial sempre esteve associada a um investimento constante em engenharia própria: “Você sabe qual é a empresa que detém mais patentes registradas no Brasil? É a Fiat, é a

Stellantis. Em segundo lugar vem a Petrobras. É uma empresa que se desenvolveu em cima da inovação”.

PRÓXIMA DO CONSUMIDOR

Essa trajetória industrial nunca esteve dissociada da comunicação com o consumidor final, e é justamente aí que a Fiat brasileira construiu parte relevante de sua identidade. Ao longo dos anos 2000 e 2010 a empresa recorreu com frequência a garotos-propaganda populares, como o jogador Ronaldo Fenômeno, que protagonizou diversas campanhas de varejo, sucedido depois pelo cantor Thiaguinho e, mais recentemente, por Anitta e Paolla Oliveira, sempre priorizando um tom de humor.

A fábrica que nunca para



Divulgação/Stellantis

A evolução de Betim em seus 50 anos sempre esbarrou em um grande desafio logístico: atualizar processos em linhas de produção superlotadas, localizadas no mesmo terreno de 2,2 milhões de m2 desde a fundação, em 1976. “A fábrica não para nunca. Se eu tivesse que transformar linhas antigas fazendo uma total revolução de uma vez isso significaria uma parada muito grande e a gente não pode”, assinala Glauber Fullana, diretor

de manufatura da Stellantis América do Sul, funcionário da fabricante há 29 anos.

Para não interromper a produção a equipe integra tecnologias digitalmente, no ambiente virtual, antes de aplicá-las ao aço.

“Não precisamos ter um carro novo para introduzir uma nova tecnologia. À medida que enxergamos algo para aumentar a qualidade ou a segurança das pessoas vamos aplicá-la.”

Esta velocidade de adaptação é fundamental para absorver tecnologias inéditas no polo, como a eletrificação. Fullana costuma acalmar a ansiedade técnica das equipes usando o passado recente como exemplo:

“Se fizemos um comparativo a bateria do celular há alguns anos parecia uma marmita.

Hoje ela é pequena, carrega rápido e o preço vai caindo. As baterias dos carros vão seguir na mesma tendência”.

O sucesso da operação, contudo, recai sobre a base mais sensível do sistema just-in-sequence: os pequenos fornecedores. A complexidade do mix de produtos atuais não permite margem para erros nem o mínimo atraso: “Se um fornecedor de arruelas não me entregar corretamente deixamos de montar muita coisa na parte mecânica do carro e isto trava a produção inteira”, observa o diretor.

“Muitos fornecedores chegam direto no descarregamento ao lado da linha. Nem sabemos se são fornecedores ou se são parte da nossa linha, porque são simplesmente uma extensão nossa que está em outra empresa.”

Em 2025 a apresentadora Adriane Galisteu protagonizou a campanha Um Minuto e Meio com Adriane Galisteu para o lançamento do Fastback com motor híbrido T200, lembrando os mais de trinta anos de sua relação pessoal com a marca. Um exemplo de como a Fiat segue optando por narrativas afetivas mesmo quando o produto em vitrine é uma tecnologia nova, como a eletrificação leve.

O ápice recente da estratégia de comunicação chegou com a própria campanha dos 50 anos, batizada Fiat. Há 50 anos fã do Brasil. O filme acompanha um garoto que observa, pela janela de um carro, cenas que atravessam diferentes décadas da vida brasileira – como um casal recém-casado deixando uma igreja histórica de Diamantina a bordo de um Fiat Uno.

"Poucas marcas têm o privilégio de celebrar 50 anos ao lado de milhões de brasileiros. Mais do que comemorar esta

data queríamos prestar uma homenagem à relação construída com o País ao longo dessas cinco décadas", afirma Frederico Battaglia, diretor das marcas Fiat e Abarth para a América do Sul.

A própria Stellantis, ao organizar a narrativa oficial dos 50 anos para a imprensa, optou por dividir a história brasileira da marca em blocos que conversam diretamente com a estrutura desta série especial.

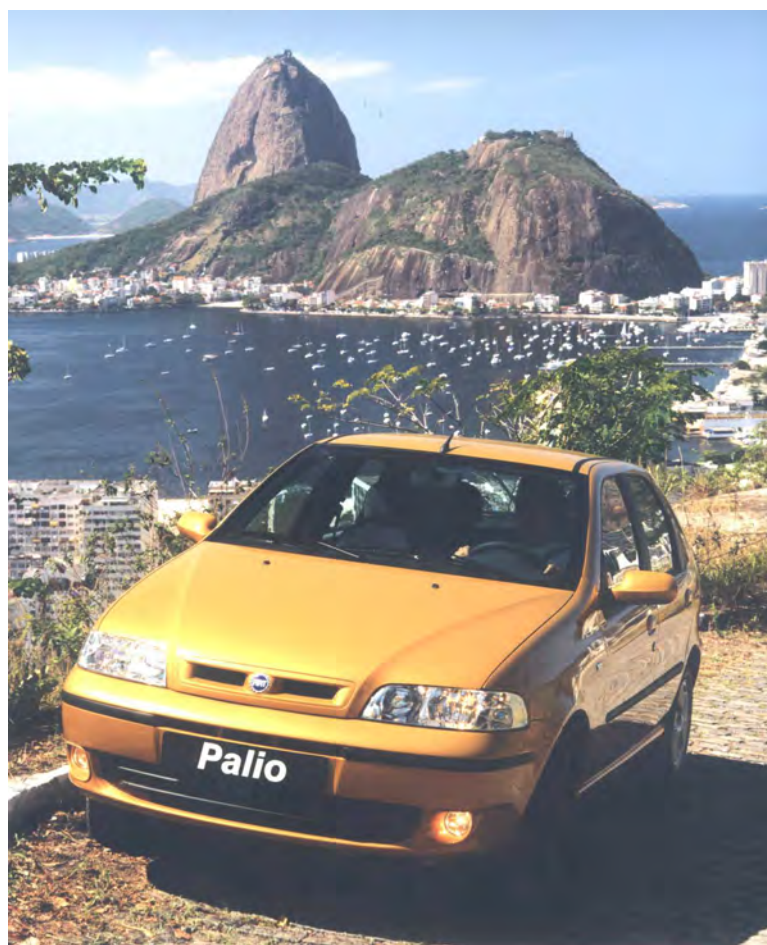
Os anos 1970 e 1980 são descritos como o "espírito de vanguarda", período de consolidação de uma marca disruptiva que introduziu soluções inéditas culminando no pioneirismo do etanol. Os anos 1990 e 2000 aparecem como a fase de "democratização e nova proposta de valor", puxada por ícones como o Uno Mille e o Palio. A década de 2010 é tratada como o momento de "design, conectividade e o início da liderança do século", com o reposicionamento visual da marca e a chegada de Mobi, Toro e Argo.

E o período mais recente, já sob a bandeira da Stellantis, é descrito como o de "liderança estratégica e novas tecnologias", ancorado na Strada, Pulse e Fastback.

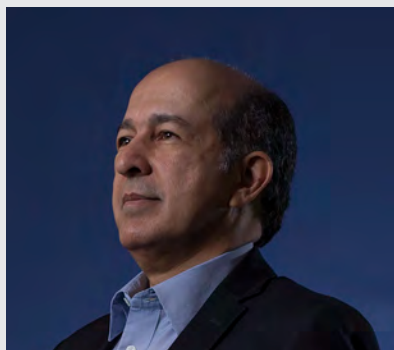
Nas palavras do presidente da Stellantis para a América do Sul, Herlander Zola, a Fiat é uma companhia que se orgulha de ser "fã do Brasil e fã dos brasileiros", frase que resume uma relação que atravessou ditadura, hiperinflação, abertura comercial, três fusões societárias e, ainda assim, permanece na liderança do mercado que ajudou a construir.

Para quem vive o dia-a-dia operando as linhas de montagem, contudo, o marco vai além das chapas de aço e das patentes.

"O que eu mais celebro nesses 50 anos são as pessoas. Se não fosse a integração e o engajamento de todo mundo, buscando sempre adaptação a todas as mudanças que aconteceram no meio do caminho, não teríamos chegado a este sucesso", avalia Fullana, que ingressou na montadora como estagiário, em 1996, e vivenciou toda a consolidação tecnológica do grupo de dentro da fábrica. ■



Improviso, coragem de errar, autonomia e corrida pela liderança

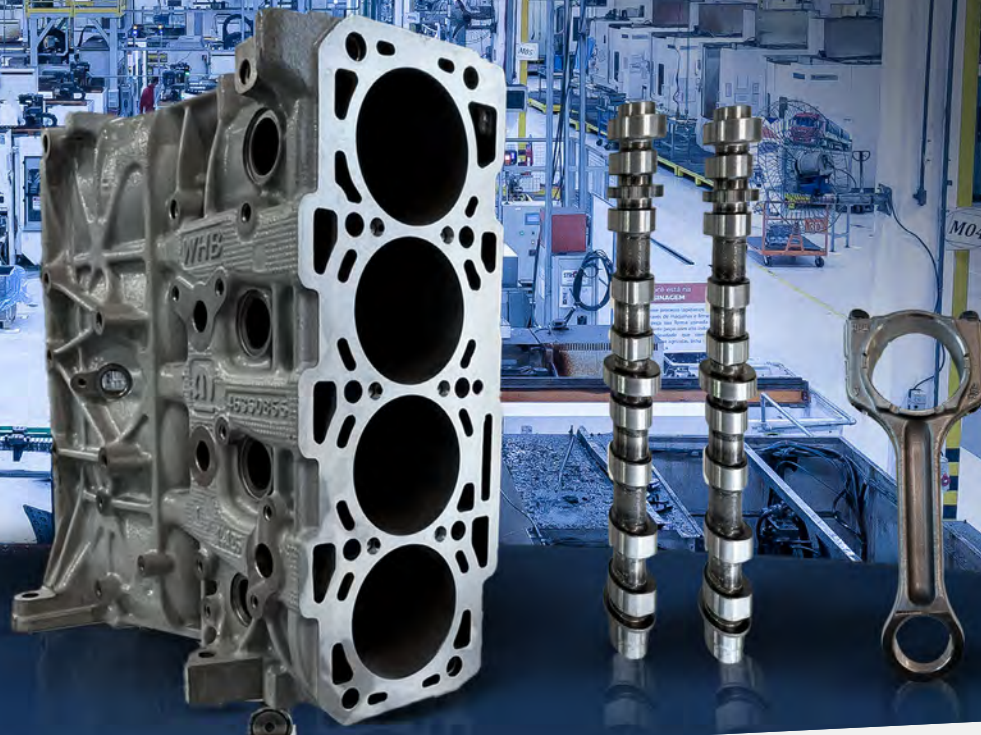


Divulgação/Stellantis

A engenharia automotiva costuma ser imaginada como um ambiente dominado por cálculos exatos e softwares de última geração. Mas, às vezes, a inovação começa de um jeito bem mais rudimentar: com uma serra nas mãos e uma dose considerável de ousadia. Ao longo de quase quatro décadas nos corredores de Betim, MG, o engenheiro e atual vice-presidente de assuntos Regulatórios da Stellantis América do Sul, João Irineu Medeiros, coleciona histórias em que a prancheta precisou ceder espaço para a coragem de errar e, principalmente, de inventar o que ainda não existia. Conseguir sinal verde para projetos genuinamente brasileiros foi uma batalha de bastidores: "A parte mais difícil é ter a aprovação e a verba, ter o crédito da matriz que acredita em colocar o dinheiro aqui no seu bolso para você executar e entregar resultado", diz o executivo. Mas, assim que a confiança se estabeleceu, a dinâmica interna mudou para sempre: "Uma vez que adquirimos este respeito, foi uma bola de neve".

Esta recém-descoberta liberdade de criação coincidiu com um forte choque cultural no início dos anos 1990, quando o italiano Pacifico Paoli assumiu a presidência da montadora que ainda estava na quarta posição no mercado: "Na primeira reunião que ele fez com todo mundo disse: 'Eu vim para colocar a empresa em primeiro lugar'. A gente olhava para aquilo e pensava: será que vai?", relembra Medeiros, admitindo o ceticismo inicial da equipe. A ousadia ditou o ritmo da década. Paoli deixou o cargo em 1995 com a Fiat já na vice-liderança e com uma cultura de experimentação que levou a empresa a explorar até mesmo a incipiente internet da época. "Teve a venda do Uno on-line, logo na década de 1990!" Mas o verdadeiro trabalho pesado acontecia sob o capô. Medeiros, que trocou a área de chassis pelo desenvolvimento de motores bem no momento em que a indústria global se transformava, testemunhou a morte dos velhos carburadores: "A passagem para a injeção eletrônica demandava profissionais que conheciam mecânica mas também eletrônica e software". Esta guinada, somada à adoção dos catalisadores, foi impulsionada pelos primeiros passos da regulação ambiental no Brasil: "Nosso programa de emissões começou antes mesmo da Europa", orgulha-se. Hoje a complexidade de um veículo extrapola a queima de

combustível. Com cerca de 4 mil componentes por carro a engenharia se debruça sobre a segurança ativa e as tecnologias autônomas. E, mais uma vez, a tropicalização fala mais alto: "A gente estuda com o Senatran quais são as tipologias de acidentes para a realidade brasileira, que é diferente da americana e da europeia". É este cruzamento de dados locais que dita como e quando introduzir, por exemplo, sistemas de frenagem autônoma e alerta de mudança de faixa, equilibrando segurança com impacto econômico. Para a Fiat chegar ao topo foram necessárias muitas invenções e boa dose de ousadia, mas a manutenção deste status cobra seu preço. "O mais difícil é ficar no primeiro lugar", admite o engenheiro, ressaltando que a tática da marca foi nunca dar espaço ou tempo de resposta à concorrência. No momento em que Fiat celebra meio século de operação no Brasil o papel do próprio Medeiros também mudou: desde 2015 ele deixou a bancada de desenvolvimento de produtos para atuar diretamente na formulação das regras do jogo: "Estamos transformando todo o conhecimento de engenharia e manufatura em política pública. É um desafio ainda maior, mas prazeroso também". Medeiros ajuda a preparar o terreno regulatório para as próximas décadas de uma indústria sem freios.



PARCERIA SÓLIDA

Há quase duas décadas, a WHB tem **orgulho** de fazer parte da **trajetória de sucesso da Fiat no Brasil**, contribuindo com **engenharia, qualidade e inovação** a cada novo desafio.

WORKSTUDIO AUTODATA



Desde 2006, essa parceria se traduz no desenvolvimento e na produção de componentes para diferentes gerações de veículos, sempre com foco em **excelência, competitividade e evolução tecnológica.**

Hoje, a WHB segue presente em novos projetos e preparada para contribuir com os próximos desafios da mobilidade, investindo continuamente em **pessoas, processos e inovação.**

Parabenizamos a Fiat pelos seus **50 anos no Brasil** e agradecemos pela **confiança** construída ao longo dessa trajetória.

50
ANOS

FIAT
NO
BRASIL

FIAT

PARCERIAS SÓLIDAS
CONSTROEM O **FUTURO DA MOBILIDADE.**

Da decisão política à consolidação



A aposta em Minas Gerais e o nascimento do Fiat 147, o carro que abriu uma nova perspectiva para a indústria automotiva no Brasil

Por Lúcia Camargo Nunes | Com Pedro Kutney

Antes de existir o Fiat 147 existiu uma decisão política. A história da Fiat no Brasil não começa numa prancheta de design mas numa negociação de governo que se arrastou por três anos até se transformar em fábrica. Em 1970 o governador de Minas Gerais, Rondon Pacheco, iniciou as tratativas para atrair uma

montadora de automóveis para o Estado, movido pela ambição de romper a concentração da indústria automotiva em São Paulo e formar, ao redor da nova planta, um parque industrial capaz de transformar a economia mineira.

Em 1971 missões técnicas da Fiat vieram ao Brasil avaliar o potencial de Minas

Gerais como sede de uma nova operação industrial. A escolha combinava política e logística: o governo mineiro oferecia terreno institucional favorável, e a localização de Betim garantia acesso a mercados consumidores, fornecedores e corredores de transporte para uma região metropolitana que o governo pretendia industrializar de forma mais agressiva. Para a Fiat o negócio também fazia sentido como plataforma de entrada em um mercado latino-americano ainda pouco explorado.

O desfecho dessas negociações veio em março de 1973, quando Giovanni Agnelli, neto do fundador da Fiat e então presidente da companhia, assinou ao lado de Rondon Pacheco o Acordo de Comunhão de Interesses da Fiat SpA com Minas Gerais. "Esta é a experiência mais importante de investimento direto da história da Fiat", afirmaria Agnelli poucos anos depois, em discurso preparado para a inauguração da fábrica.

Quatro meses depois da assinatura do acordo, a Fiat Automóveis S/A foi formalmente constituída no Brasil sob a presidência do engenheiro Adolfo Neves Martins da Costa, que anos antes havia ajudado a articular a chegada da montadora ao Estado.

A construção da fábrica foi concluída em dois anos e contou com o investimento inicial de US\$ 210 milhões, aporte conjunto da fabricante italiana e do governo

estadual. Ainda em 1975, um ano antes da inauguração da planta, foi montado o primeiro protótipo do Fiat 147 – uma versão mais robusta e potente do 127 italiano, desenvolvido a partir de testes de campo no Brasil.

A inauguração da fábrica com capacidade inicial de 150 mil veículos por ano, em 9 de julho de 1976, marcou a entrada em operação da primeira linha de produção de automóveis do Brasil fora do cinturão paulista, da única fabricante a se instalar no País exatamente vinte anos depois dos incentivos do governo federal que atraíram a indústria automotiva, na segunda metade dos anos 1950.

INOVAÇÕES DESDE O PRINCÍPIO

Primeiro veio a planta, depois veio o carro, que só começou a rodar comercialmente depois que a fábrica já estava de pé. O Fiat 147 foi apresentado oficialmente ao público no 10º Salão do Automóvel de São Paulo, em novembro de 1976, com quinze unidades expostas em cores diferentes, incluindo os primeiros protótipos das versões movidas a álcool, ainda em fase de testes.

O carro chegou ao mercado no mesmo novembro, trazendo um conjunto de soluções técnicas pouco usuais para o padrão nacional da época: motor transversal, pneus radiais e aproveitamento de espaço interno que a própria Fiat resume até hoje na fórmula "compacto por fora, espaçoso por dentro".

O 147 competia diretamente com o Volkswagen Fusca, que ainda dominava com folga as vendas nacionais, e com o Chevrolet Chevette, a novidade que disputava a preferência do consumidor. O modelo da Fiat veio embolar essa disputa com o argumento de economia de combustível e praticidade urbana, com um pacote que os concorrentes da época, em grande parte ainda apoiados em plataformas mais antigas, de tração traseira, não conseguiam replicar com a mesma eficiência. Este seria apenas o primeiro de muitos passos rápidos que a Fiat deu no País à frente da concorrência.



Apesar dos solavancos técnicos do início, com críticas especialmente com relação à rispidez da caixa de câmbio – problema que se estendeu por duas décadas até o lançamento do Palio, em 1996 –, as vendas do 147 cresceram rapidamente: o modelo comercializou 64 mil unidades já no primeiro ano completo no mercado e, no fim da década de 1970, chegou a superar as vendas do Fusca em determinados períodos.

Não por acaso a Volkswagen, então líder absoluta do mercado nacional, acelerou o desenvolvimento do que se tornaria o Gol, lançado em 1980 já como resposta direta ao avanço do pequeno italiano.

FAMÍLIA FÉRTIL

A família 147 cresceu rapidamente depois do lançamento. Em 1978, em mais uma inovação pioneira, chegou a versão picape, derivada diretamente do hatch compacto de passeio. Era o lançamento da fórmula de aproveitar uma só plataforma para lançar vários modelos de carrocerias, que seria repetida por quase todos os fabricantes no País nas décadas seguintes.

"Tudo começou com o 147. A engenharia teve a ideia na época de fazer uma picape a partir daquele hatch. Eu lembro do pessoal cortando e serrando a carroceria para fazer o protótipo", relata João Irineu Medeiros, engenheiro principiante na época e hoje vice-presidente de assuntos regulatórios da Stellantis América do Sul. "A pergunta que se fez na época foi: Qual é o carro equivalente a este no mundo? E não tinha. Foi a primeira picape derivada de carro de passeio."

Após o lançamento do hatch a linha 147 se ramificou rapidamente para as versões Standard, L e GL que se somaram à variante esportiva Rallye e a topo de linha GLS, ainda em 1978, além da perua Panorama, do furgão Fiorino e, mais tarde, do sedã três-volumes Oggi.

O amplo portfólio fez do 147 o primeiro veículo brasileiro a cobrir simultaneamente os segmentos hatch, sedã, perua, furgão e picape com a mesma base mecânica.



CACHACINHA, PIONEIRO A ÁLCOOL

Em 1979 é escrito um dos mais simbólicos capítulos da primeira década da Fiat: o lançamento do 147 a álcool, batizado carinhosamente de Cachacinha, o primeiro veículo do mundo produzido em série a rodar exclusivamente com etanol, antecipando por décadas a tendência global sobre biocombustíveis.

Foi mais uma demonstração da agilidade com que a Fiat soube aproveitar oportunidades no mercado: o motor a etanol já estava pronto e a fabricante só esperava pelos incentivos do Proálcool, Programa Nacional do Álcool, para lançá-lo.

O contexto por trás desta inovação era econômico e geopolítico. A crise do petróleo havia encarecido drasticamente a importação de combustíveis fósseis para o Brasil, provocando enorme déficit na balança comercial, e o governo federal respondeu ao choque com o Proálcool, lançado em 1975 com o objetivo de substituir parcialmente a gasolina por etanol.

SEU MOMENTO

CITROËN É AGORA.

APROVEITE AS

CONDIÇÕES EXCLUSIVAS.

MOMENTO
CITROËN



CITROËN C3 YOU!
TURBO 200 AT 26/26

DE: R\$ 112.590

POR:

R\$ 105.590

COM SEU USADO NA TROCA

• + PARCELAS DE R\$ 999 •



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



produzido a partir da cana-de-açúcar abundante no País.

A Fiat iniciou pesquisas para adaptar seus motores ao biocombustível já em 1976 e o resultado prático chegou às concessionárias três anos depois. O 147 a álcool representava uma resposta de engenharia a uma política pública específica, testada primeiro no Brasil antes de qualquer outro mercado do Grupo Fiat no mundo. E não deixou de ser um ótimo marketing.

O Cachacinha, numa referência bem-humorada ao cheiro característico do biocombustível queimado, chegou ao mercado com motor 1.3 e taxa de compressão substancialmente elevada com relação à da versão a gasolina, com 60 cv e 10 kgfm a 3 mil rpm.

Para estimular a adoção do novo combustível em um momento em que a infraestrutura de distribuição de álcool ainda era incipiente o governo federal adquiriu diretamente 11 mil unidades do 147 a álcool para equipar estatais e órgãos públicos, como Telesp, Telemig, Telebahia e Petrobras.

A medida ajudou a criar demanda inicial num mercado que ainda testava a viabilidade prática do etanol como combustível de uso cotidiano, e antecipou em décadas um modelo de fomento público a tecnologias de baixo carbono que o Brasil retomaria, sob outras formas.

CRESCIMENTO COM SUCESSO DO 147

O impacto econômico e demográfico da chegada da Fiat em Betim também merece registro. A cidade, que tinha cerca de 60 mil habitantes no início dos anos 1970, cresceria para 400 mil ao longo das décadas seguintes, impulsionada diretamente pela instalação da fábrica e do parque industrial que se formou ao seu redor.

É importante notar, no entanto, que a atração sistemática de fornecedores para o entorno imediato da planta, processo que ficaria conhecido como mineirização, só ganharia corpo a partir dos anos 1990, quando a Fiat passou a operar sob os sistemas just in time e just in sequence. Antes disso a empresa atraiu para Betim empresas de autopeças que pertenciam ao próprio grupo, como a sistemista Magneti Marelli, carburadores Weber e a fundição FMB, atual Teksid.

Na década de 1970 o que existia era a decisão estratégica de descentralizar a produção automotiva nacional, mas havia resistência das fábricas de autopeças em se instalar longe do ABC paulista. O adensamento da cadeia de suprimentos em Minas Gerais só aconteceria duas décadas depois.

Outro pioneirismo da fábrica brasileira da Fiat foi sua vocação exportadora desde o primeiro dia de operação, graças a um acordo firmado com o governo federal, que previa a isenção de impostos de importação de equipamentos em troca do compromisso de exportar o mínimo de US\$ 400 milhões nos dez anos seguintes ao início da produção. Com isto o 147 já seguiu para outros países desde os primeiros anos – inclusive para a Itália onde era vendido como 127 Rustica –, assim como 155 mil motores por ano que eram embarcados para fábricas da matriz italiana. A perua Panorama, derivada do 147 e lançada ainda no fim dos anos 1970, também foi vendida no mercado italiano.

CADÊNCIA ACELERADA

Em 1983, ao fim do primeiro ciclo de dez anos da Fiat no Brasil, a linha de produtos passou por reorganização, incorporando a nova frente Spazio, com grade e faróis

redesenhados: a versão básica passou a se chamar 147 C, a antiga GLS foi rebatizada Top, e a esportiva Rallye tornou-se Racing, ao mesmo tempo em que a Fiat testava no mercado o sedã três-volumes Oggi.

O ritmo acelerado de lançamentos demonstra que, mesmo antes de qualquer sucessor estar pronto, a fábrica mineira já operava havia sete anos com uma cadência de atualização anual de produto tipicamente associada a mercados automotivos maduros, uma disciplina que se manteria como característica da operação brasileira da marca nas décadas seguintes.

Em uma década os números já eram expressivos: somando-se as versões menores às variantes Panorama e Fiorino, o 147 e seus derivados ultrapassaram 1,2 milhão de unidades produzidas em Betim.

Parte relevante desse volume corresponde à janela 1976-1983, período em que a fábrica ainda operava com uma única linha de produto, mas já demonstrava a

capacidade de sustentar demanda crescente com reestilizações anuais. A produção do 147 se estenderia até 1986, quando o modelo foi definitivamente substituído nas linhas de Betim por outro sucesso de vendas, o Uno.

A evolução de proporções do 147 e o avanço da ergonomia fabril ficam evidentes ao se analisar a própria linha de montagem atual.

"Se estivéssemos produzindo até hoje o Fiat 147 não precisaria ter tudo aquilo que temos hoje. Antigamente as peças eram pequenas, hoje são bem maiores", compara Glauber Fullana, atual diretor de manufatura da Stellantis América do Sul. "Betim tem 2 mil robôs em cima do processo, que nos ajudam principalmente com a parte ergonômica e com a exatidão da qualidade."

DUPLA MISSÃO CUMPRIDA

Ao fim de seu primeiro ciclo de dez anos no País a Fiat cumpriu uma dupla missão: provar que era possível erguer, em tempo recorde, uma fábrica de automóveis fora do eixo tradicional da indústria brasileira e provar que esse complexo seria capaz de gerar inovação e não apenas a montagem de tecnologia importada.

O 147 a álcool sintetiza essa dupla conquista: nascido de uma decisão política de 1973, fabricado numa planta erguida contra o relógio e batizado com um apelido carinhoso que o transformaria, décadas depois, em símbolo da capacidade da engenharia brasileira de resolver problemas locais com soluções que o mundo levaria anos para copiar.

Este primeiro capítulo também deixou uma lição que se repetiria em praticamente todas as fases seguintes da história da marca no País: o produto certo, lançado no momento certo, tem poder de reorganizar a própria concorrência.

Foi assim que o 147 forçou a Volkswagen a antecipar o Gol. Seria assim, décadas depois, que o Palio obrigaria rivais a repensar a arquitetura de carros populares, e que a Strada redefiniria o conceito de picape pequena no Brasil. ■



Motherson recebe o prêmio "The One" da Volkswagen



Rodrigo Bittencourt e Roberto Souza e recebem o prêmio

O prêmio foi concedido na categoria “Parceria – Produtos Químicos Externos”, reconhecendo o excelente desempenho da Divisão MPP da Motherson na América do Sul, sob a liderança do Gerente Geral Rodrigo Yamamoto, e reforçando a longa parceria da empresa com a Volkswagen.

A indústria automotiva está passando por um período de transformação significativa. Hoje, espera-se que os fornecedores não apenas forneçam componentes, mas também ofereçam qualidade, inovação, excelência operacional e a agilidade necessária para se adaptar a um ambiente cada vez mais competitivo. Nesse contexto, a Motherson conquistou um dos mais prestigiosos reconhecimentos da Volkswagen para fornecedores na América do Sul.

A empresa recebeu o prêmio “The One” 2026 da Volkswagen na categoria Parceria – Produtos Químicos Externos durante a cerimônia anual de premiação de fornecedores da montadora, que reconhece os parceiros fornecedores de melhor desempenho. O prêmio homenageia empresas que demonstram excelente qualidade de produto, confiabilidade na entrega, excelência operacional e colaboração no desenvolvimento de soluções para a Volkswagen.

O prêmio foi recebido em nome da Motherson MPP – Exterior por Roberto Souza, Gerente da fábrica de Atibaia (São Paulo), e Rodrigo Bittencourt, Gerente Sênior Comercial. O reconhecimento também destaca as contribuições da fábrica de Curitiba (Paraná), liderada por Fábio Elias, evidenciando a forte colaboração entre as duas operações da empresa no Brasil.

O reconhecimento chega em um momento estratégico para a indústria automotiva. Durante o

mesmo período, a Volkswagen anunciou investimentos significativos em compras na América do Sul, sinalizando uma nova fase de crescimento e criando novas oportunidades em sua rede de fornecedores. Ser reconhecida entre os fornecedores premiados da Volkswagen posiciona a Motherson como uma das parceiras mais estratégicas da montadora na região.

Uma forte presença global.

Fundada na Índia em 1975, a Motherson é uma empresa global diversificada, especializada em Projeto, Engenharia, Manufatura, Montagem e Logística (D.E.M.A.L.), fornecendo soluções completas e integradas para clientes de uma ampla variedade de indústrias.

Com uma sólida rede de mais de 450 unidades de última geração distribuídas em 47 países e uma equipe de mais de 200 mil profissionais, a Motherson trabalha continuamente para concretizar sua visão de ser a fornecedora global preferida de soluções sustentáveis para seus clientes e demais stakeholders. O grupo está classificado entre os 15 maiores fornecedores automotivos do mundo.

Como parceira de confiança das montadoras (OEMs), a Motherson oferece um portfólio amplo e versátil de produtos que abrange todo o ecossistema da mobilidade. Esse portfólio inclui veículos de passe-

io e comerciais, motocicletas e triciclos, material rodante ferroviário, veículos off-highway, máquinas para terraplenagem, equipamentos para movimentação de materiais e máquinas agrícolas.

Além do setor automotivo, a Motherson diversificou estrategicamente sua atuação para outros segmentos, incluindo saúde e equipamentos médicos, aeroespacial, eletrônicos de consumo, logística, energia e soluções de tecnologia da informação para a indústria.

Excelência em Módulos Externos.

O reconhecimento da Volkswagen foi concedido à divisão de Módulos e Produtos de Polímeros (MPP) – Exterior, responsável pelo desenvolvimento e fabricação de componentes externos de plástico altamente complexos, como para-choques, grades, spoilers, frisos decorativos e acabamentos de alto brilho.

Esses produtos exigem qualidade de superfície excepcional, precisão dimensional e excelência em pintura — capacidades que se alinham diretamente com a categoria do prêmio.

Um dos principais pontos fortes da Motherson é seu modelo de fabricação verticalmente integrado. Do projeto e engenharia ao desenvolvimento de ferramentas, moldagem por injeção de plástico, pintura, montagem final e sequenciamento, a empresa gerencia praticamente todas as etapas da produção internamente. Essa abordagem integrada reduz as interfaces com fornecedores, fortalece o controle de qualidade e permite respostas mais rápidas às necessidades de engenharia dos clientes.

Outro diferencial importante é a capacidade da Motherson de operar sistemas de produção just-in-time (JIT) e just-in-sequence (JIS), garantindo entregas sincronizadas para as linhas de montagem da Volkswagen e mantendo altos níveis de confiabilidade logística.



Em vez de reconhecer métricas de desempenho isoladas, a Volkswagen reconheceu a excelência operacional consistente da Motherson ao longo do tempo, combinando qualidade, entrega confiável, eficiência de fabricação e colaboração técnica para construir uma parceria fundamentada na confiança e na melhoria contínua.



Reconhecimento da Equipe

Para as equipes de Atibaia e Curitiba, o prêmio representa a validação da dedicação e da expertise por trás de cada para-choque, grade e componente externo produzido para os veículos da Volkswagen. Embora o trabalho dessas equipes muitas vezes passe despercebido pelo cliente final, ele desempenha um papel fundamental na qualidade do veículo.

O prêmio reforça que a excelência operacional, a inovação e o compromisso com o cliente continuam sendo os pilares para a construção de parcerias de longo prazo na indústria automotiva.



Fabio Elias e Rodrigo Yamamoto, da Motherson





Fotos: Divulgação/Fiat

De coadjuvante a protagonista

Do Uno ao Palio a Fiat ganhou autonomia de desenvolvimento de produtos e aprendeu a falar a língua do consumidor brasileiro

Por Lúcia Camargo Nunes

Se a primeira década de Betim foi marcada pela urgência de provar sua viabilidade industrial o período de 1984 a 1996 foi o momento em que a Fiat brasileira amadureceu como formuladora de produto. Foram doze anos em que a empresa lançou um sucessor de peso para o 147, testou os limites de um mercado que se abria às importações após longa recessão, disputou a preferência do consumidor, e ao fim do ciclo

liderou a apresentação ao mundo de um carro global.

Do Uno ao Palio a Fiat também atravessou a virada do Plano Real, a hiperinflação do início dos anos 1980 e 1990 e a abertura comercial que reconfigurou totalmente a concorrência do mercado automotivo no Brasil.

UNO, A NOVA APOSTA

A trajetória da segunda década no Bra-

sil foi iniciada com o Fiat Uno, que chegou ao mercado brasileiro em agosto de 1984, um ano depois do lançamento para a Europa realizado em janeiro de 1983 em Cabo Canaveral, nos Estados Unidos – mercado no qual o carro jamais seria vendido –, mas a escolha do local buscava associar o compacto a uma imagem de modernidade tecnológica.

Com design assinado pelo italiano Giorgetto Giugiaro, fundador do estúdio Italdesign, o Uno havia sido eleito Carro Europeu do Ano de 1984 ainda antes de desembarcar em solo brasileiro. Giugiaro priorizou a engenharia do espaço sobre o purismo estético: segundo o designer o Uno foi concebido como um veículo alto, onde as pessoas se sentavam em uma posição mais ereta. Essa foi a chave para obter um espaço interno extraordinário em um comprimento total tão reduzido.

O lançamento brasileiro foi realizado em agosto de 1984. O carro chegou ao País com motores 1.0 e 1.3 nas versões S, CS e na esportiva SX, e passou por adaptações específicas para as condições brasileiras: suspensão retrabalhada, carroceria reforçada e reposicionamento do estepe para dentro do compartimento do motor, solução já utilizada no 147 que liberava espaço extra no pequeno porta-malas, e que não existia na versão europeia.

A missão comercial do Uno era clara desde o início: substituir o 147 com um produto mais moderno e espaçoso, competindo diretamente com Chevrolet Chevette, Ford Escort e Volkswagen Gol. A fórmula "pequeno por fora, grande por dentro" se consolidou rapidamente como assinatura da marca no Brasil e abriu caminho para uma família inteira de derivados, assim como já havia acontecido com o 147.

FAMÍLIA AMPLIADA E MELHORADA

O sedã Prêmio, lançado em 1985, foi o primeiro carro da Fiat no País a oferecer computador de bordo de série. A perua Elba chegou em 1986 e furgão e picape Fiorino derivados da mesma plataforma completaram a gama em 1988.

A versão esportiva 1.5R, de 1987, trazia

motor de 86 cv, chegava aos 162 km/h, com aceleração de 0 a 100 km/h em 12 segundos, números vistosos para a época.

A família Uno também ganhou versões de acesso mais restrito ao longo da década, como a CSL, primeira nacional com computador de bordo de série disponível também nesta linha, além de edições esportivas que ampliaram o apelo do compacto para além do público que buscava economia.

Tecnicamente o Uno se destacava pelo seu coeficiente aerodinâmico, Cx, de 0,35, resultado de ajustes que a própria Fiat considerava superiores ao carro original italiano, adaptado a condições de uso mais severas nas estradas brasileiras.

A robustez do projeto se refletiria em longevidade pouco comum: o Uno seguiu em produção no Brasil por 37 anos, seria vendido e revendido continuamente no mercado de usados, e seu encerramento definitivo só ocorreria em 2021.

DO PRIMEIRO POPULAR À AUTONOMIA

O lançamento do Uno Mille, em 1990, mais uma vez refletiu a agilidade da Fiat em influenciar e se mover a favor dos ventos políticos. A variação foi criada para aproveitar a redução de impostos concedida pelo governo federal a motores com capacidade volumétrica inferior a 1 litro.

A própria Fiat fez gestões para aprovação da nova categoria, pois já tinha o



motor e o modelo prontos para aproveitar a oportunidade, inaugurando o segmento de carros populares que tornou o automóvel zero-quilômetro acessível à faixa de consumidores que até então dependia quase exclusivamente do mercado de usados no Brasil.

Novamente a Fiat ficou sozinha em posição privilegiada diante da concorrência, que saiu em correria destrambelhada para adaptar motores ineficientes.

Quatro anos depois, em 1994, a Fiat apresentaria uma proposta radicalmente oposta com o Uno Turbo, o primeiro carro nacional a sair de fábrica equipado com motor turbinado de série, demonstrando a sua capacidade de operar simultaneamente nos dois extremos do mercado, do carro popular ao esportivo de nicho.

Os modelos foram os primeiros resultados da autonomia quase forçada conquistada pela subsidiária brasileira, como recorda o vice-presidente de relações regulatórias da Stellantis, João Irineu Medeiros: "A engenharia da Itália não tinha horas disponíveis, então tivemos de desenvolver um grupo para dar vazão a essas ideias. O Uno Turbo daqui era diferente do produzido na Itália. Primeiro demonstramos que éramos capazes, depois recebemos a autorização para fazer o desenvolvimento. A partir da inauguração do prédio da engenharia, o famoso Galpão 50, em março de 1987,



começou o processo firme de adquirir autonomia local".

Essa transição de postura mudou a rotina das esteiras produtivas, observa o diretor de manufatura da Stellantis América do Sul, Glauber Fullana: "Antigamente nós simplesmente recebíamos a informação vinda da Europa: 'Este aqui é o carro que vocês têm que montar'. E a manufatura praticamente se limitava a fazer a produção. Hoje temos de estar integrados com a engenharia, com o design e com a área de planejamento. Praticamente dois anos antes de um carro estar pronto já temos de estar começando a ouvir o que vai ser a tendência".

TRANSFORMAÇÃO ECONÔMICA

O pano de fundo econômico daquela década ajuda a explicar por que o momento do Uno Mille foi tão decisivo. O Brasil viveu, do fim dos anos 1980 ao início dos anos 1990, um período de hiperinflação que chegou a superar 2 700% em 1993, tornando o financiamento de bens de longo prazo praticamente inviável e transformando qualquer compra de valor mais alto.

Em 1993, já sob o governo Itamar Franco, o País instituiu um programa de incentivo a carros populares que reduzia a alíquota do IPI, Imposto sobre Produtos Industrializados, para 0,1% em veículos vendidos a até US\$ 7,2 mil, política que



NOVO

RAV4

A VIDA É UMA AVENTURA



PRA QUEM PREFERE COLECIONAR CAMINHOS EM VEZ DE DESTINOS.

Com espaço interno premium, tela multimídia de 12.9" e sistema híbrido de alto desempenho, o Toyota RAV4 é **a escolha certa para novos caminhos**. Dentro ou fora da cidade.



Desacelere. Seu bem maior é a vida.



se somou à isenção fiscal já concedida a motores abaixo de 1 litro para consolidar de vez o segmento inaugurado pelo Uno Mille três anos antes.

A estabilização promovida pelo Plano Real, em julho de 1994, tratou de executar a transformação total do mercado, pois o estancamento da inflação permitiu que consumidores financiassem compras pela primeira vez em anos, impulsionando um boom de vendas que, pela primeira vez, em 1997, chegou perto de 2 milhões de veículos emplacados.

EM BUSCA DE CLIENTES RENTÁVEIS

Paralelamente à consolidação do Uno no mercado de carros populares a Fiat buscava provar que também sabia produzir carros mais refinados para clientes mais rentáveis. Em 1991 lançou o sedã médio Tempra, derivado da plataforma do hatch Tipo e lançado na Europa um ano antes. A versão brasileira estreou com o fraco motor 2.0 de oito válvulas e 99 cv, ainda equipado com carburador, em contraposição à injeção eletrônica do Chevrolet Monza e do recém-lançado Omega.

A resposta da Fiat veio rápido: em 1993 lançou o Tempra Ouro 16V, primeiro carro nacional a adotar o conceito de multiválvulas em série, com 127 cv e 18,1 kgfm de torque, e, no ano seguinte, veio o Tempra Turbo, com 165 cv, 26,5 kgfm e desempenho de 0 a 100 km/h em 8,2 segundos – atrás do próprio Uno Turbo lançado no mesmo ano.

O Tempra Turbo teve ainda um momento de exposição nacional pouco usual para um carro de produção: foi o safety car que conduziu Ayrton Senna na volta de apresentação do Grande Prêmio do Brasil de Fórmula 1 de 1993.

Medeiros, que participou da equipe que preparou o motor do veículo na ocasião, ainda se orgulha do feito: "Nós preparamos o carro-madrinha, que era um Tempra 16V, e esse carro não podia falhar em hipótese alguma. O Senna estava com problema no câmbio, ganhou a prova bravamente, mas não conseguiu completar a volta da vitória.

O carro parou logo depois do S do Senna, e aí o Tempra teve que ir lá resgatá-lo. Ele sentou na porta do carro-madrinha, pegou a bandeira e completou a volta".

DESAFIOS E OPORTUNIDADES

A abertura comercial às importações de veículos promovida no início dos anos 1990 trouxe à Fiat brasileira desafios e oportunidades. Em setembro de 1993 aproveitou-se a primeira oportunidade: a montadora começou a importar da Itália o hatch médio Tipo, que logo se tornou o importado mais vendido do Brasil em 1994 e 1995. Ele chegou à quinta colocação geral do mercado neste último ano, com pouco mais de 83 mil unidades comercializadas.

O sucesso comercial do Tipo, no entanto, foi acompanhado por um problema técnico grave: casos de incêndios associados a vazamentos na mangueira de alta pressão da direção hidráulica, que pingava fluido inflamável sobre o coletor de escape. Os episódios geraram recalls, processos na Justiça e arranharam a reputação do modelo para sempre a partir de meados de 1995.

Ainda assim o Tipo seguiu no mercado e sua produção foi nacionalizada em dezembro de 1995, já em versão única 1.6 de oito válvulas e um marco: foi o primeiro carro nacional a sair de fábrica com airbags de série.





RESPOSTA GLOBAL

O capítulo desta década é encerrado com outro empreendimento de grande sucesso: o Palio. A Fiat identificava, desde o início dos anos 1990, a necessidade de um sucessor para o Uno que pudesse competir com a modernidade da segunda geração do Volkswagen Gol, lançada em 1994, e com o recém-chegado Ford Fiesta.

Diferentemente do que ocorrera na Europa, onde o substituto natural do Uno seria o Punto, apresentado no Salão de Frankfurt de 1993, a matriz italiana decidiu que o Brasil, junto a outros mercados emergentes como África do Sul, Índia e países do Leste Europeu, receberia um modelo específico: o Projeto 178, iniciado em 1992 e desenvolvido em parceria com o Centro de Estilo da Fiat na Itália e o estúdio I.DE.A, com participação também do Italdesign de Giugiaro.

O nome escolhido, Palio, é uma referência à tradicional corrida de cavalos que remete ao século 17 na Itália, o páreo. O

carro foi apresentado ao mundo pela primeira vez no Brasil, em abril de 1996, com versões de duas e quatro portas lançadas simultaneamente.

O Palio chegou com motores 1.0 Fiasa, 1.5 fabricado no Brasil e 1.6 16V importado da Itália – este último com 106 cv, potência que colocava a versão de topo da linha em pé de igualdade com esportivos consagrados como o Gol GTI e o Corsa GSi.

Tão importante quanto o desempenho foi o pacote de segurança, inédito na época para um carro de entrada: o Palio foi o primeiro modelo 1.0 nacional a oferecer airbags e freios ABS, um patamar de proteção até então reservado a veículos de categoria superior.

Em julho de 1996, poucos meses depois do lançamento inicial, a Fiat ampliou a linha com as versões de entrada ED e EDX, equipadas com o motor 1.0 Fiasa de 61 cv e diferenciadas pelo número de portas e pelo nível de acabamento. Estas configurações rapidamente passaram a responder pela maior parte do volume de vendas do modelo.⁴

Em março de 1997 chegou a primeira derivação do hatch, a perua Palio Weekend, nas versões 1.5, 1.6 16V e na mais luxuosa Stile, seguida meses depois pela variante Sport, com rodas cromadas e volante Momo. Em agosto daquele ano surgiu a segunda derivação, o sedã Siena, batizado com o nome da própria cidade italiana sede do Palio dos cavalos, oferecido inicialmente nas versões básica EL e topo de linha HL.

O sucesso do Palio consolidaria, assim, uma família inteira de derivados que incluiria ainda, em 1998, a picape Strada.

Mas o que o ciclo de 1984 a 1996 entrega como legado mais duradouro é a comprovação de que a Fiat brasileira havia deixado de ser apenas uma montadora coadjuvante que adaptava produtos europeus às condições locais e seria capaz de ganhar papel de protagonista ao influenciar decisões de engenharia da matriz italiana, sediar o desenvolvimento de um projeto global e ditar o ritmo de segurança e tecnologia que o resto da indústria brasileira seria obrigada a seguir. ■

Há 50 anos, a Fiat transforma Betim, Minas Gerais e o Brasil.

Ao longo dessa trajetória, o Grupo SADA tem orgulho de fazer parte de uma história que movimenta a indústria automotiva, gera empregos, impulsiona o desenvolvimento econômico e conecta pessoas a novos caminhos.

Uma parceria construída com trabalho, inovação e confiança, que ajudou a consolidar Minas Gerais como uma das principais referências do setor automotivo nacional.

Seguimos juntos, transportando mais do que veículos:
**movendo oportunidades, desenvolvimento e um futuro
cada vez mais sustentável.**



Anos 2000



Anos 90



Anos 70 e 80

*Parabéns,
Fiat*

pelos seus 50 anos no Brasil.



50
ANOS

Do salto da Strada à conquista da liderança

O avanço em eficiência de manufatura em Betim e a multiplicação de um portfólio de produtos que mudou o ritmo da concorrência no País

Por Lúcia Camargo Nunes | Com Pedro Kutney

Se a década anterior foi de aprendizado e consolidação de produto o período de 1998 a 2010 é aquele em que a Fiat testou, pela primeira vez de forma sustentada, a experiência de liderar segmentos inteiros do mercado brasileiro, até chegar ao primeiro lugar geral do ranking.

O protagonista dessa fase é um veículo que ninguém, em seu lançamento, imaginava que se tornaria o mais vendido

do País décadas depois: a picape Strada, apresentada em 24 de outubro de 1998 como mais uma derivação natural da família Palio, iria se transformar no ícone comercial mais duradouro da marca no Brasil.

A Strada nasceu da costela do Palio para substituir a Fiorino Pick-up, ainda baseada na plataforma do Uno, com uma proposta maior e mais moderna, aprimorando um segmento que a própria Fiat



Fotos: Divulgação/Fiat

criou vinte anos antes, quando criou a City derivada do hatch 147.

A nova picape pequena chegou ao mercado em três versões – Working 1.5, com 76 cv, Trekking 1.6 8V, com 92, a topo de linha LX 1.6 16V, com 106 –, herdando na dianteira o design e o layout interno do hatch Palio.

A caçamba, com capacidade para 1,1 mil litros, e o apelo do desenho mais jovem ajudaram o novo utilitário a conquistar rapidamente um público que via na picape uma alternativa de uso misto – trabalho durante a semana, lazer nos fins de semana.

O primeiro grande salto de diferenciação veio em 1999, com o lançamento da versão cabine estendida, solução inédita no segmento, que permitia levar objetos maiores atrás dos bancos dianteiros, mantendo ao mesmo tempo o volume útil da caçamba. A inovação foi decisiva: em 2000, apenas dois anos após o lançamento, a Strada assumiu pela primeira vez a liderança de vendas em sua categoria.

Em 2002 veio a primeira reestilização do modelo, acompanhada da versão Adventure, que introduziria pneus de uso misto, suspensão elevada e acessórios inspirados em veículos off-road, e da substituição do motor 1.6 16V pelo 1.8 8V. Novas atualizações vieram em 2004, 2008 e 2012, cada uma agregando conteúdo e mantendo a picape relevante diante das rivais que surgiam ao longo da década – nunca com o mesmo sucesso da Fiat.

O PORTFÓLIO DA LIDERANÇA

Enquanto a Strada construía sua liderança de segmento o restante do portfólio Fiat também vivia um momento de amadurecimento competitivo. Apoiada em um ciclo de investimentos de US\$ 1,5 bilhão aprovado para o período 1996-2000 a montadora pôde diversificar as derivações do Projeto 178, do qual se origina o Palio, e arriscar em novos nichos.

Em 1998, mesmo ano do lançamento da picape Strada, a Fiat apresentou o sedã Marea, primeiro carro nacional com motor de cinco cilindros e faróis elípticos, em



uma aposta para alcançar níveis de maior valor agregado e rentáveis do mercado.

No ano seguinte, 1999, a station-wagon Palio Weekend ganharia a versão Adventure, lançando uma nomenclatura que se tornaria recorrente em toda a família de produtos da marca.

O início dos anos 2000 também marcou a chegada de um capítulo raramente mencionado com a devida ênfase pela própria indústria: a Fiat, somando o desempenho de toda a sua família de produtos da época – os mais vendidos Uno, Palio, Siena, Strada, Weekend – alcançou a liderança do mercado brasileiro de automóveis e comerciais leves como marca.

Contabilizados os vinte anos de 2001 a 2020 a Fiat liderou o mercado brasileiro em dezenove deles – um domínio que dialoga diretamente com a força que a família Palio-Strada-Weekend havia acumulado ao longo da década anterior.

Claro que esta contabilidade de liderança de marca não se confunde com a

liderança de modelo individual: o Volkswagen Gol manteve-se como o carro mais vendido do País por boa parte desse mesmo período, um recorte que reforça a diferença da disputa por modelo daquela por portfólio completo.

MINEIRIZAÇÃO E O ADENSAMENTO

Foi também ao longo desta década que se consolidou, de forma institucional, o processo que passaria a ser chamado de mineirização, termo que representa a atração sistemática de fornecedores para o entorno da fábrica de Betim, MG, permitindo à Fiat operar sob os sistemas just in time e just in sequence – em que cada componente chega à linha na hora e sequência exatas para ser agregado ao carro para o qual foi designado –, o que representou uma revolução industrial, com sensível ganho de eficiência e redução de custos e estoques.

Embora a decisão de instalar a montadora em Minas Gerais remonte aos anos

1970, foi apenas a partir da década de 1990 que esse adensamento da cadeia de fornecedores ganhou escala. O resultado, medido já nos anos 2000, foi expressivo: cerca de 60% dos itens comprados pela fábrica passaram a vir de fornecedores instalados em um raio de até 150 quilômetros da planta, um círculo que hoje reúne mais de quatrocentas empresas ao redor de Betim.

A complexidade de montar dezenas de versões completamente diferentes na mesma esteira exigiu a evolução desse modelo logístico, relata Glauber Fullana, diretor de manufatura da Stellantis América do Sul: “Hoje tem de chegar não só a peça certa mas no momento exato, o que chamamos de just in sequence. Os fornecedores estão tão integrados e tão perto que o caminhão sai da fábrica deles e já vai direto ao ponto de descarga ao lado da linha. Eles são simplesmente uma extensão da nossa fábrica que estão em uma outra empresa”.

A confiabilidade desta logística de suprimentos permitiu à Fiat liberar áreas internas da fábrica antes destinadas aos estoques de componentes e isso ajudou a tornar viável a expansão física das linhas de produção sem necessidade de novos terrenos, um ganho de eficiência que ajuda a explicar como a montadora conseguiu sustentar o crescimento de volumes, que antes do fim da primeira década deste século chegou ao ápice de 3 mil veículos produzidos por dia, uma incrível evolução na comparação com as 300 unidades/dia no início da operação em Betim.

Um dos maestros dessa sinfonia produtiva, como diretor da fábrica e como chefe de compras, era Antonio Filosa, que anos depois tornou-se presidente da FCA/Stellantis América do Sul e hoje é o CEO global do grupo. Ele sempre lembra do eficiente trabalho executado no Brasil: “Temos muito orgulho de nossas raízes mineiras. Investimos muito, inovamos sempre e impulsionamos a instalação de dezenas de fornecedores no entorno de nossa fábrica”.





Ao longo da década este adensamento industrial transformou Betim na maior fábrica da Fiat no mundo e no maior polo de produção de motores e transmissões da América Latina, com a linha mineira produzindo simultaneamente veículos completos e os propulsores que abasteciam boa parte dos seus produtos nacionais sem contar parcela relevante destinada à exportação.

Este nível de integração vertical reduziu a exposição da operação brasileira a oscilações cambiais na importação de componentes, tema sensível em um País que, apesar da estabilização trazida pelo Plano Real, enfrentou diversas crises cambiais ao longo dos anos 2000, começando pela maxidesvalorização do real em 1999.

RENOVAÇÃO E DIVERSIFICAÇÃO

O ano 2000 trouxe a primeira grande reestilização da linha Palio. A segunda geração do modelo teve o visual completamente renovado assinado por Giorgetto Giugiaro, que veio ao Brasil para o lançamento e viu a nova dianteira, com faróis maiores, comparada pela crítica especializada ao desenho do rival Volkswagen Gol. A atualização compreendeu faróis, lanternas, para-choques, capô e tampa do porta-malas, além de um painel renovado que incorporou, pela primeira vez, o CD player de fábrica. O mesmo desenho foi estendido aos irmãos Siena e Weekend.

O início do milênio também trouxe uma

renovação importante para a base da linha Palio: em 2000 a Fiat apresentou os novos motores Fire, equipando o modelo com as opções 1.0, de 55 cv e 70 cv, e 1.3, de 80 cv. A novidade estreou o acelerador eletrônico Drive by Wire, tecnologia até então associada a veículos de categoria superior, além de acabamento interno prateado e painel de instrumentos considerado, para os padrões da época, topo de linha dentro do próprio segmento popular.

Essas inovações integravam um novo ciclo de investimento de R\$ 3 bilhões para o período 2001-2005, focado justamente na renovação do portfólio e na consolidação comercial da tecnologia flex, lançada pela primeira vez a bordo de um Fiat em



2003, no novo motor 1.3 que equipava uma versão do Palio, lançado naquele ano em sua terceira geração, também redeseenhada por Giugiaro com traços, digamos, mais italianos.

Ainda em 2003 um acordo global de sociedade da Fiat com a General Motors garantiu à marca italiana o fornecimento do motor 1.8 8V de 103 cv produzido em São José dos Campos, SP, solução que reduziu a dependência de motores importados da



Itália e barateou a produção local. Esta foi uma cooperação pouco usual de concorrentes diretos, mas que refletiu a lógica de escala que passava a dominar a indústria automotiva global naquele início de século.

Os anos 2000 também assistiram a Fiat brasileira a diversificar seu portfólio para além da família Palio, ainda que com resultados comerciais mais modestos do que os obtidos pelos seus populares campeões de vendas.

O hatch médio Stilo, sucessor do Tipo importado nos anos 1990, foi comercializado no País de 2002 a 2010. O monovolume Idea, lançado em 2005, buscava competir no crescente segmento de compactos com pegada familiar, permanecendo em linha até 2013. E o utilitário Doblò, junto ao sedã médio Linea, apresentado em 2008, arredondavam uma oferta que tentava posicionar a marca também fora do território dos carros de entrada.

Nenhum desses modelos replicaria o sucesso comercial do Palio ou da Strada, mas a tentativa demonstra que a Fiat brasileira, já nos anos 2000, buscava ativamente reduzir sua dependência de um único segmento de mercado, estratégia que só se completaria de fato anos mais tarde, com a chegada dos primeiros SUVs da marca sob a bandeira do Grupo Stellantis.

Em 2007 a linha Palio recebeu sua reestilização mais profunda, desta vez desenhada no Brasil com traços bem menos marcantes: a quarta geração foi, na prática, um novo visual de carroceria sobre a mesma plataforma do Projeto 178, inspirada visualmente no Grande Punto europeu e batizada de Palio G4, com faróis de parábola simples e grades verticalizadas. A atualização buscava responder à pressão de concorrentes mais modernos, como o Chevrolet Corsa e a segunda geração do Volkswagen Gol, lançada em 1994.

STRADA, UM CAPÍTULO À PARTE

A picape Strada, nesse mesmo período, seguiu ampliando sua liderança e sua relevância cultural. Séries especiais como a Try on Adventure, de 2006, e a Original Adventure, de 2007, exploraram comer-



cialmente o apelo aventureiro que a versão Adventure havia consolidado desde 2002.

Em 2008 a terceira reestilização do modelo trouxe visual mais robusto e o bloqueio eletrônico do diferencial Locker, item incomum em picapes compactas nacionais. Em 2009 a Fiat surpreendeu o mercado ao lançar a primeira versão com cabine dupla da categoria, ainda com duas portas. A solução ampliava definitivamente o público da Strada para famílias que precisavam de mais espaço interno sem abrir mão da versatilidade de uma picape compacta.

"A picape Adventure fez um sucesso muito grande, mas precisava de um conteúdo off-road que permitisse a ela sair de situações difíceis em terrenos acidentados", relembra João Irineu Medeiros, hoje vice-presidente de assuntos regulatórios da Stellantis América do Sul. "Fizemos a proposta de colocar um diferencial bloqueante na tração dianteira e fomos procurar

no mundo se existia algum carro assim. Não encontramos. Fizemos o primeiro. O projeto foi aprovado e deu tão certo que hoje ele é feito eletronicamente por meio do sistema ESP."

A série especial MTV, lançada em 2001 para a Strada, e a proliferação de versões temáticas ao longo da década ilustram outra faceta do plano comercial da Fiat, que percebeu cedo o quanto as picapes compactas no Brasil competiam sobretudo por identidade de estilo de vida, não só por especificação técnica, uma psiquê racional que a concorrência levaria anos para replicar com a mesma consistência.

Pela primeira vez a fábrica de Betim também passava a atender de forma relevante o mercado exportador dentro dessa categoria, com unidades da Strada seguindo para Uruguai, Paraguai e Argentina, destinos para os quais, décadas depois, ainda figuraram como principais compradores externos do modelo.

UNO RENOVADO EM FIM DE CICLO

O fechamento deste ciclo, em 2010, coincide com o lançamento do chamado Novo Uno, não mais o compacto original de Giugiaro mas uma reinvenção com-



pleta do modelo, com design “quadrado arredondado” que respondia às novas exigências regulatórias de segurança e emissões.

O modelo foi o mais caro resultado do investimento de R\$ 5 bilhões realizado de 2008-2010, consumindo sozinho R\$ 1 bilhão. O aporte também ampliou a capacidade produtiva de Betim e injetou recursos nas empresas parceiras Magneti Marelli e Teksid.

O lançamento da nova geração arredondada do Uno simboliza a transição

para a década seguinte, marcada pela aquisição do Grupo Chrysler e a criação da FCA, em 2014, pela abertura da segunda fábrica brasileira em Goiana, PE, e pela chegada de uma nova geração de produtos.

De 1998 a 2010, porém, o que a Fiat brasileira demonstrou de forma inequívoca foi a capacidade de transformar seu portfólio ao gosto do freguês, encontrando em derivações inovadoras como a picape Strada, nascida do chassi de um hatch popular, que se transformaria no carro-chefe da operação nacional, antecipando em duas décadas uma tendência de mercado.

Vista em retrospecto esta década também consolidou um padrão de gestão de portfólio que a Fiat manteria daí em diante: usar uma única plataforma bem-sucedida como base para múltiplas carrocerias e propostas de uso, extraindo o máximo de retorno de cada investimento em engenharia.

Foi um aprendizado construído sobre tentativas que nem sempre vingaram comercialmente, como o Stilo e o Idea, mas que preparou a montadora para o ciclo de reposicionamento de marca que a Stellantis promoveria a partir de 2020. ■



O mais longo presidente acelerou os negócios



Divulgação/Stellantis

Paulistano, engenheiro, com uma carreira de 45 anos no Grupo Fiat, passando por Fiat Tratores, Fiat Holding e Fiat Autopeças antes de se tornar o primeiro brasileiro a assumir a presidência da Fiat Automóveis, Cledorvino Belini dirigiu a operação brasileira e latino-americana por doze anos consecutivos, de 2004 a 2015, em um período de rara estabilidade para os padrões do setor automotivo, marcado por trocas de executivos com muito mais frequência.

O executivo também presidiu a Anfavea, a entidade que representa os fabricantes, de 2010 a 2013, quando dividiu a gestão da Fiat com a negociação da política industrial para o setor, o Inovar-Auto, que protegeu a indústria automotiva das importações em troca de evolução tecnológica.

Durante o mais próspero período do setor automotivo no Brasil Belini dirigiu a formação da FCA, a Fiat Chrysler Automobiles, na América Latina e negociou pessoalmente incentivos para tornar viável a construção da fábrica de Goiana, PE.

Hoje fora da companhia Belini atribui sua longevidade no cargo à combinação de resultado e diálogo direto com a matriz italiana: "Foi um processo muito estável e esta era uma característica do Sergio Marchionne [ex-CEO do grupo]: as outras regiões, como Europa e Estados Unidos, também tinham executivos com mais tempo no cargo do que a média do mercado. Mas o meu caso foi ainda mais longe, e não era por falta de substitutos, pois eles existiam. Acho que tudo estava na forma de dialogar, de convencer com os projetos e os investimentos. Eu era muito cauteloso, dava resultado, e ele confiava".

A saída, segundo o executivo, partiu dele: "Eu pedi para sair. É uma vida muito estressante. Naquela época estava começando a videoconferência, mas ainda era tudo reunião presencial: dia 1º eu ia para a Itália, fazia reunião, voltava. No dia 15 tinha outra reunião. Uma ou duas vezes por ano ia para os Estados Unidos, para o Japão, para a China... Era muito puxado. Eu precisava de alguma coisa mais leve".

Depois de deixar a presidência da FCA Latam Belini permaneceu cerca de um ano e meio como conselheiro da companhia antes de assumir, em suas palavras "uma coisa mais leve que não era tão leve", a presidência da Cemig, a companhia de distribuição de energia elétrica de Minas Gerais. Fora da então FCA desde

2015 e acompanhando o setor à distância Belini vê no crescimento chinês o principal ponto de inflexão da indústria automotiva mundial nas últimas décadas e usa a comparação com o Brasil para dimensionar o tamanho do desafio: "Se a gente olhar para 1990 a produção brasileira era de 900 mil veículos, e a produção chinesa era metade disso, uns 500 mil. Ou seja: nós triplicamos a produção desde então. Os chineses multiplicaram a deles setenta vezes".

Ele segue: "Então os grupos têm que se unir de verdade para ter plataformas mais competitivas e, ao mesmo tempo, ter tecnologia. As mudanças no setor automotivo são enormes, posso citar o carro autônomo, carro voador, fora o que já é realidade, como o carro elétrico. O Brasil tem competição com o carro elétrico, que é o etanol, mas é preciso levar em conta que o carro elétrico, quando ganha escala, fica mais competitivo e mais simples de montar".

Ao ser convidado a deixar uma mensagem para os atuais 50 anos da Fiat no Brasil Belini preferiu não falar de números ou de estratégia, e sim das pessoas: "Quero deixar uma mensagem a todos os trabalhadores, todos os engenheiros, todos os administrativos: vocês são brilhantes e continuam brilhando até hoje, produzindo, desenvolvendo e fazendo carros maravilhosos".

Autoneum retoma parceria com Fiat



Ao longo dos 50 anos de produção da Fiat no Brasil, poucos fornecedores acompanharam tão de perto a evolução tecnológica da montadora quanto a Autoneum. Presente durante 40 anos dessa trajetória, a empresa volta a integrar a cadeia de fornecimento da fabricante em 2026.

Mais do que um novo contrato, que retoma um vínculo de quatro décadas, a retomada de fornecimento da Autoneum para a Fiat representa a convergência entre duas empresas que compartilham um histórico de desenvolvimento conjunto.

A relação começou em 1976, quando a então ELLO S.A., uma das pioneiras brasileiras no segmento de autopeças e origem da atual operação da Autoneum no país, iniciou o fornecimento para a Fiat.

Em 1995, já como Rieter Automotive, a companhia inaugurou sua unidade em Betim (MG) para atender ao Projeto 178, programa que deu origem ao Palio e simbolizou uma nova fase da indústria nacional, marcada pela estratégia de localização de fornecedores nas proximidades da fábrica.



Desde então, o setor automotivo passou por profundas transformações. Veículos tornaram-se mais silenciosos, leves, seguros e eficientes. A eletrificação, as metas de descarbonização e a crescente busca por sustentabilidade ampliaram o papel dos fornecedores de sistemas e componentes, que passa-

ram a participar diretamente do desenvolvimento dos veículos desde suas fases iniciais.

Foi exatamente nesse ambiente que a Autoneum consolidou sua posição global. Especializada em gerenciamento acústico e térmico, a companhia desenvolve soluções capazes de reduzir ruídos, controlar temperaturas, diminuir peso e elevar o conforto dos ocupantes, ao mesmo tempo em que contribui para ganhos de eficiência energética e redução de emissões.

Atualmente, a empresa mantém mais de 70 unidades produtivas em 25 países, emprega mais de 16 mil profissionais e fornece componentes para praticamente todas as grandes montadoras mundiais. Um em cada quatro veículos produzidos no planeta utiliza alguma tecnologia desenvolvida pela companhia.

O portfólio também acompanhou a mudança de paradigma da mobilidade. Além dos tradicionais revestimentos internos, carpetes técnicos e isoladores acústicos, a empresa passou a desenvolver soluções específicas para veículos eletrificados, incluindo proteções para baterias, blindagens eletromagnéticas, escudos contra propagação térmica e componentes ultraleves produzidos com elevado conteúdo de material reciclado. Trata-se de uma estratégia alinhada às demandas globais das montadoras por maior eficiência, circularidade e menor pegada de carbono.

A sustentabilidade, aliás, tornou-se um dos principais diferenciais competitivos da companhia. Tecnologias identificadas pelos selos Autoneum Pure e Autoneum Blue utilizam matérias-primas recicladas, permitem reciclagem integral dos

autoneum



componentes e reduzem significativamente o impacto ambiental ao longo de todo o ciclo de vida do produto.

Em 2025, a empresa recebeu, pelo terceiro ano consecutivo, a medalha Gold da EcoVadis e manteve classificação "A" na avaliação climática do CDP, indicadores que reforçam sua posição entre os principais fornecedores globais da indústria automotiva.

A nova etapa da parceria com a Fiat será atendida pela unidade de Taubaté (SP), que passa a produzir componentes de isolamento acústico para projetos em desenvolvimento da montadora, entre eles os hoodliners — revestimentos internos do capô que desempenham papel importante no conforto acústico e no gerenciamento térmico do veículo.

A fábrica reúne tecnologias de conformação a quente e a frio, produção de carpetes automotivos e componentes em feltro técnico, atendendo diversas montadoras instaladas no País.

A retomada acontece em um momento em que a indústria automotiva brasileira amplia os projetos voltados à eletrificação e ao aumento do conteúdo tecnológico nacional. Nesse cenário, relações de longo prazo entre montadoras e sistemistas voltam a ganhar protagonismo, especialmente quando combinam histórico de confiança, capacidade de engenharia local e competência global em inovação.





As transformações das eras FCA e Stellantis

Ciclo mais intenso reúne duas fusões globais, entrada no segmento de SUVs e o maior aporte financeiro em Betim para a transição híbrida

Por Lúcia Camargo Nunes

Os últimos quinze anos da história da Fiat no Brasil concentram mais mudanças estruturais do que qualquer outro período equivalente desde sua chegada ao País, em 1976. Neste período a companhia passou por duas fusões – com Chrysler e PSA –, ampliou significativamente a base produtiva no Mercosul, reposicionou a identidade de marca, entrou no segmento de SUVs e anunciou o maior ciclo de investimentos da história na cinquentenária planta de Betim, MG.

É também o capítulo que, por caminhar em direção ao presente, conecta diretamente a trajetória centenária da marca italiana às apostas que definirão os próximos cinquenta anos de operação no País.

O primeiro marco desta fase foi dado em 13 de outubro de 2014, quando a Fiat italiana concluiu a aquisição do grupo estadunidense Chrysler, em negociação iniciada ainda em 2010, e as duas operações se fundiram para formar a FCA, Fiat Chrysler Automobiles, então a sétima maior fabricante de veículos do mundo,

presente em quarenta países e com atuação comercial em 150 mercados.

Para a operação brasileira a fusão significou a chegada das marcas Jeep e Ram sob mesma estrutura de negócios até então ocupada exclusivamente pela Fiat.

A aliança também ajudou a abrir um novo ciclo de investimentos: em julho de 2018, durante a celebração dos 42 anos de Betim, a FCA anunciou aporte de R\$ 8 bilhões para a planta e seus fornecedores, prevendo quinze lançamentos, combinando carros novos, renovações e séries especiais até 2023, além da geração de 8 mil empregos diretos e indiretos.

EXPANSÃO AO NORDESTE

O desdobramento mais visível da era FCA no Brasil foi a construção da segunda fábrica do grupo no Brasil, em Goiana, no litoral Norte de Pernambuco. As negociações começaram em 2010, com a extensão para a Fiat dos incentivos fiscais do Regime Automotivo do Nordeste no apagar das luzes daquele ano, mas as obras civis só tiveram início em setembro de 2012.

O complexo foi inaugurado em 28 de abril de 2015, em cerimônia que reuniu a

então presidente Dilma Rousseff, o CEO global da FCA, Sergio Marchionne, o vice-presidente mundial de manufatura, Stefan Ketter, que coordenou a construção, e o presidente da FCA Latam, Cledorvino Bellini – que no mesmo ano passou o cargo para Ketter.

O investimento inicial superou R\$ 7 bilhões direcionados à fábrica de veículos, com capacidade instalada para 250 mil unidades/ano, e mais R\$ 4 bilhões foram aplicados por empresas do parque de fabricantes de autopeças integrado ao perímetro industrial.

O Polo Automotivo Jeep, como a planta foi batizada inicialmente, nasceu produzindo o Jeep Renegade, que marcou o retorno da marca ao Brasil depois de anos de ausência do mercado nacional.

Ainda em 2016 a fábrica pernambucana passou a produzir também a picape Fiat Toro, primeiro modelo a inaugurar a categoria picapes compactas, combinando a robustez de uma picape com o comportamento dinâmico mais próximo de um SUV.

A escolha de Goiana foi além da relação política. A cidade fica próxima do Porto de Suape, o que facilita a exportação de





veículos, enquanto a sua localização reduz custos logísticos para atender ao mercado consumidor das regiões Norte e Nordeste. O impacto local foi expressivo, porque fez o PIB do município crescer mais de 300% de 2011 a 2021.

O modelo de parque de fornecedores integrado replicava, em escala menor e mais concentrada geograficamente, a lógica que a Fiat já havia consolidado em Betim ao longo dos anos 1990 e 2000 com a mineirização.

Em Goiana dezesseis empresas se instalaram dentro do próprio perímetro da fábrica, respondendo inicialmente por cerca de 40% do conteúdo do Jeep Renegade já nos primeiros meses de operação. O índice de nacionalização do SUV superou 70% logo na largada da produção, com projeção de ultrapassar 80% nos meses seguintes.

Este conceito de cinturão industrial compacto, testado inicialmente em Minas Gerais e depois aperfeiçoado no Nordeste, voltaria a se repetir, anos mais tarde, na expansão da produção da marca no Sul-fluminense. A planta de Porto Real, RJ, fundada em 2001 pelo Grupo PSA e incorporada, a partir de 2021, ao parque industrial da Stellantis, tornou-se multimarca e já produz, além de modelos Citroën, o novo Jeep Avenger.

A ERA STELLANTIS

A terceira grande virada societária da década veio em 2019, quando FCA e o grupo francês PSA, controlador das marcas Peugeot e Citroën, anunciaram a fusão que resultaria na Stellantis, formalizada em janeiro de 2021.

O novo grupo se transformou no quarto maior fabricante de veículos do planeta, reunindo catorze marcas em seu portfólio global. Para a operação brasileira a mudança consolidou o Polo Automotivo de Betim como sede da Stellantis na América do Sul, com grande capacidade autônoma de engenharia para desenvol-



ver e produzir um carro do primeiro traço à última peça montada.

Nesse período o complexo industrial de Betim mergulhou em um maciço ciclo de investimentos de R\$ 16 bilhões, de 2016 a 2024, focado no desenvolvimento de novos produtos – dentre eles a nova geração da picape Strada e a entrada no segmento de SUVs com Pulse e Fastback – além de motores turbo e sistemas de conectividade.

Foi também sob a bandeira Stellantis que a Fiat brasileira executou a transformação de identidade mais profunda de sua história recente. Em 2020 o grupo deu início a um amplo processo de reposicionamento de marca no Brasil, um trabalho que mobilizou diferentes áreas internas, concessionários e parceiros por quase um ano.

Foi durante esse movimento que chegou ao mercado a nova Strada, marcando a renovação completa da picape mais



vendida do País, agora com cabine dupla de quatro portas e cinco lugares, configuração inédita até então na categoria de picapes pequenas, além de recursos como controle de estabilidade e sistema multimídia conectado.

brose
Excellence in Mechatronics

Uma parceria que move histórias.

Há 50 anos, a Fiat faz parte da vida dos brasileiros. A Brose tem orgulho de fazer parte desta trajetória, com uma parceria sólida que abre as portas para o futuro da mobilidade, com soluções que unem inovação, eficiência, segurança e conforto.

Parabéns, Fiat, pelos 50 anos no Brasil.



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



No ano seguinte, 2021, a Fiat deu um passo que faltava havia décadas em seu portfólio brasileiro: o lançamento do Pulse, primeiro SUV nacional da marca, desenvolvido e produzido inteiramente no País. Naquela época a Fiat também aproveitou o momento para apresentar o Fiat 500e, primeiro veículo totalmente elétrico oferecido no mercado brasileiro pela marca.

Em 2022 foi a vez do Fastback, primeiro SUV-cupê da Fiat no País, produzido em Betim e recebido como uma tentativa bem-sucedida de unir design diferenciado a tecnologia embarcada mais sofisticada do que o histórico recente da marca sugeria.

No mesmo ano o Pulse Abarth se tornou o primeiro SUV desenvolvido pela divisão esportiva em qualquer mercado do mundo.

A eletrificação leve chegou de forma mais ampla em 2024, quando Pulse e Fastback passaram a oferecer a tecnologia híbrida leve, MHEV, que integra o motor a combustão a um alternador elétrico para melhorar eficiência e reduzir emissões.

A mesma tecnologia chegará à picape Toro em 2026, tornando-a a primeira picape híbrida leve produzida no Brasil com sistema de 48V. Em 2024 a família de picapes ficou completa com a chegada da Titano, marcando a entrada da marca no segmento de picapes médias na região.

ECOSSISTEMA COMPLETO

A última década transformou o complexo de Betim em um centro de desenvolvimento automotivo completo. Hoje a Stellantis possui 100% de autonomia tecnológica na região para conduzir todas as etapas de um veículo, da concepção à validação final.

As antigas instalações evoluíram para ecossistema que emprega mais de 19 mil pessoas de forma direta, com capacidade produtiva de até 650 mil veículos e 1,1 milhão de motores por ano.

No centro desta competência está o Tech Center Stellantis, que reúne mais de sessenta laboratórios e abriga cerca de 3 mil engenheiros, designers e técnicos. Esta estrutura inclui o Virtual Center, criado em 2019, que utiliza inteligência artificial, simulações preditivas e realidade imersiva para acelerar os projetos e antecipar falhas antes mesmo da construção de protótipos físicos.

"Atuamos com a indústria 4.0 de uma forma gigantesca, mas aquela massa de dados começou a ficar muito difícil de lidar", afirma o diretor de manufatura Glauber Fullana. "Hoje já trabalhamos muito com inteligência artificial para compilar tudo e tomar decisões rápidas."

A virtualização também eliminou antigos gargalos físicos e paradas críticas nas esteiras para adaptação de novos modelos: "Temos toda a linha desenhada dentro do computador, utilizamos o Digital Twin,





ou gêmeos digitais, e fazemos a simulação 3D antes de aplicar na linha, reduzindo muito o tempo de instalação e o tryout”.

Ao lado do Tech Center há o Safety Center, também inaugurado em 2019 com aporte inicial de R\$ 40 milhões. No fim de 2024 o moderno centro de ensaios de colisões atingiu a marca de 1 mil crash tests realizados e estrutura ampliações para realizar protocolos específicos para baterias de alta tensão e atender às novas exigências do Programa Mover.

O salto tecnológico caminha ao lado da pauta ambiental. Baseado na estratégia dos 4Rs, de Remanufatura, Reparo, Reuso

e Reciclagem o polo de Betim consegue reduzir a necessidade de novas matérias-primas em até 80%. A fábrica já operava com a certificação Aterro Zero desde 2011, reciclando e reutilizando 100% dos resíduos industriais por meio da sua Ilha Ecológica, e conta com um avançado sistema que reaproveita 99% da água.

CINQUENTONA AINDA JOVEM

Olhando para frente o ciclo de investimentos mais recente é também um dos maiores já programados na história da fábrica mineira: R\$ 14 bilhões de 2025 a 2030, voltados sobretudo ao desenvolvimento da tecnologia batizada de Bio-Hybrid, que combina motores flex a sistemas de propulsão eletrificados.

Esta é uma aposta que a Stellantis utiliza como estratégia para manter a competitividade da marca sem abandonar o motor flex, tecnologia predominante no mercado brasileiro.

A adaptação produtiva para estes novos propulsores exigirá grande flexibilidade do polo mineiro, observa Fullana: “Na mesma linha de montagem passarão o carro a combustão, o híbrido e o elétrico. A bateria dos carros seguirá a tendência dos celulares: ficar menor, carregar mais rápido e o preço cair. Nós temos que nos adaptar a isto adicionando estações de trabalho e qualificando as pessoas de forma diferenciada para a parte de segurança”.

Apesar do peso estrutural das mudanças ele é categórico sobre a disposição da fábrica diante do novo aporte financeiro: “Saber que temos estes R\$ 14 bilhões mostra que esta é uma planta cinquentona mas que ainda está com o pique de um jovem de 15, 18 anos”.

As políticas industriais também impulsionam as mudanças, como mostra João Irineu Medeiros, vice-presidente de relações regulatórias da Stellantis: “Nós temos programas de eficiência energética que são de Estado. De 2017, quando entrou o Inovar-Auto, a 2027, com a chegada do Mover, teremos uma redução de 35% de CO2 na frota brasileira [de veículos vendidos no período]. É um número muito



importante. O etanol ajuda muito porque, na avaliação do berço ao túmulo, o CO₂ que sai do escapamento é capturado pela plantação de cana da próxima safra. Então, do ponto de vista ambiental, é praticamente igual a um carro elétrico”.

O investimento em Betim integra um plano ainda maior da Stellantis, de R\$ 32 bilhões para toda a América do Sul no mesmo período, sendo R\$ 30 bilhões apenas no Brasil. O conglomerado também sinalizou que o polo de Minas Gerais passará a produzir modelos globais sobre a plataforma STLA, sucessora da atual arquitetura CMP utilizada pelos seus SUVs.

A LÍDER QUER MAIS

O compromisso assumido publicamente pela Stellantis é lançar um modelo inteiramente novo por ano até 2030, o que representa cinco produtos inéditos a partir de 2026 com a nova identidade visual global, caracterizado por assinaturas luminosas em LED e uma linguagem de design descrita pelo grupo como mais robusta e tecnológica.

Para 2026 a Fiat projeta o sexto ano consecutivo de liderança do mercado brasileiro, com a Strada seguindo como o veículo mais vendido do País pelo sexto ano seguido. Se atingir este feito tornaria esta fase recente comparável, em duração, ao período de hegemonia que a rival Volkswagen manteve no mercado brasileiro.

A fusão com a PSA trouxe à Stellantis brasileira um terceiro polo industrial que a Fiat, isoladamente, jamais teria herdado: a fábrica de Porto Real, operada por Peugeot e Citroën desde o início dos anos 2000. Sob a nova estrutura corporativa a planta fluminense passou a integrar a rede de manufatura que também produz veículos da própria Fiat, e recebeu este ano a montagem do Jeep Avenger.

Com objetivo de criar um parque de fornecedores concentrado, a exemplo do que foi testado primeiro em Betim e depois replicado em Goiana, Porto Real poderia unificar processos de manufatura sob um único padrão corporativo em três estados diferentes do País.

Há ainda o início da operação da marca chinesa Leapmotor no País, sócia global da Stellantis, que tem planos de nacionalizar a produção de seus modelos eletrificados em Goiana.

Os resultados comerciais mais recentes ajudam a colocar esse conjunto de mudanças em perspectiva. A Fiat fechou 2025 com 20,9% de participação de mercado. A Strada manteve a hegemonia com cinco anos consecutivos como o veículo mais vendido.

Ao cruzar a marca de meio século no Brasil a Fiat prova que longevidade na indústria automotiva não se sustenta apenas com tradição mas com a capacidade de se reinventar sempre. Após ser absorvida por reestruturações a empresa conseguiu se consolidar como um grande pilar de rentabilidade do Grupo Stellantis e a fábrica de Betim é responsável por 40% da produção mundial da Fiat, sustentando a marca como a mais vendida da companhia.



Agora, com o maior ciclo de investimentos de sua história em andamento, a empresa coroa suas bodas de ouro pronta para encarar a transição energética e ditar, mais uma vez, os rumos do mercado para as próximas décadas. ■

FIAT 50 ANOS — NO BRASIL —

Uma história que **moveu** o país.
Um legado que **impulsiona** o futuro.

Veículos são feitos por milhares de componentes, mas também de grandes histórias e parcerias.

Há 50 anos, a FIAT impulsiona a evolução da indústria automotiva brasileira.

Para a **SULBRAS**, é motivo de orgulho contribuir com essa trajetória, desenvolvendo **soluções em moldes e componentes plásticos** para uma cadeia cada vez mais eficiente e inovadora.

Parabéns pelos 50 anos de história.

Que essa trajetória marcada pela **inovação e excelência** continue inspirando e movendo o setor rumo ao futuro da mobilidade.

Que venham muitos anos de novas conquistas, **inovação** e parcerias de sucesso.

Cinco décadas de Fiat no Brasil

A trajetória de pioneirismo, inovações, ousadia e muitos lançamentos da fabricante italiana que instalou a indústria automotiva em Minas Gerais

Por Pedro Kutney



Divulgação/Fiat

A Fiat foi a única fabricante de veículos a se instalar no Brasil no intervalo do fim dos anos 1950, quando o governo brasileiro adotou políticas de estímulo para construir o parque industrial automotivo, até o fim dos anos 1990, na época em que nova rodada de incentivos atraiu mais montadoras. Desde 1928 até o fim da década de 1930 a empresa italiana já tinha montado alguns de seus carros com partes importadas, em uma oficina no bairro da Mooca, em São Paulo, mas com o início

da Segunda Guerra na Europa a operação foi encerrada. Em 1958 o GEIA, Grupo Executivo da Indústria Automobilística, convidou a Fiat a fabricar no País, mas a empresa declinou e preferiu produzir na vizinha Argentina. Em 1971, após receber convite do governo de Minas Gerais para fabricar carros no Estado – onde o grupo já produzia, em Contagem, desde 1970, tratores de esteira – o Brasil entrou no radar da Fiat, que tinha planos de investir em mercados em desenvolvimento, com custos de produção mais baratos. ■

1973

• Fiat firma o acordo com o governo de Minas Gerais para instalação da fabricante em Betim. Para vencer a disputa com São Paulo e Paraná o Estado entrou como sócio da empresa, com 45% do capital, incluindo o valor do terreno de 2,2 milhões de metros quadrados terraplanado e dotado de infraestrutura, para ser pago em 45 anos, sem juros ou correção. Também foram concedidas isenções de 25% do ICMS, por cinco anos, e de taxas e impostos municipais até 1985. Além disso, nos quatro anos seguintes ao início da construção da fábrica, Minas ressarcia em dólares a matriz italiana pelos custos de elaboração do projeto e assistência técnica ao empreendimento.



Fotos Divulgação/Fiat

• O governo federal concedeu isenção de impostos para importação de maquinário e componentes ainda não produzidos no Brasil, mas em troca a Fiat se comprometeu a exportar o mínimo de US\$ 400 milhões nos dez anos seguintes ao início da produção.

1976

• Em 9 de julho é inaugurada a fábrica de Betim, que inicia operação com cerca de 9 mil trabalhadores – muitos deles treinados em na Itália e na Argentina.



• Desenvolvido para o Brasil a partir do 127 italiano, com motor de 1 048 cm³ e 57 cv, o **147** é lançado ao público em novembro, no 10º Salão do Automóvel de São Paulo. O menor carro produzido no País tinha espaço interno maior que o de concorrentes da mesma categoria e trazia concepção moderna para a época.



• O **147** nasce com 87% de nacionalização – alcançando 97% no ano seguinte, após a inauguração da fundição do grupo em Betim, a FMB, depois renomeada Teksid. Para contornar a falta de fornecedores locais a Fiat trouxe para Minas empresas que pertenciam ao grupo, como a Magneti Marelli e a carburadores Weber.

1978

• Nos dois anos seguintes à inauguração a planta de Betim já produzia 200 mil unidades/ano do 147 – com volume relevante exportado para países vizinhos e Europa, onde foi vendido com o sugestivo nome de Fiat 127 Rustica –, além de 155 mil motores enviados

anualmente à Itália para equipar o 127 e outros modelos.



• São introduzidas pequenas alterações estéticas no 147 e é lançada a versão GLS, com motor 1.3 de 61 cv e acabamento mais caprichado. Também é introduzida a versão a Rallye, diferenciado por largas faixas pretas nas laterais, spoiler dianteiro e um ressaltado sobre o capô, que evidenciava a maior potência do motor 1.3, de 72 cv, garantida pelo carburador importado de corpo duplo e de escapamento duplo.

1979

• Começam a ser produzidas e vendidas as primeiras variantes de carroceria do 147, com o lançamento da **City**, a primeira picape leve monobloco do País, e do Furgoneta, um pequeno furgão adaptado do hatch.



• O ano seria marcado por uma inovação pioneira da Fiat no Brasil: o início da produção do **147 a álcool**, o primeiro carro a etanol do mundo – cujo primeiro protótipo já estava em testes desde a inauguração da fábrica, três anos antes.

O motor escolhido para a transformação foi o 1.3, que ganhou potência para 62 cv e relevante aumento de torque. Em dezembro começam as vendas do modelo a frostas.



Fotos Divulgação/Fiat

1980

- Em março é apresentada a série Europa, a primeira reestilização do 147 com a dianteira redesenhada, que pela primeira vez receberam para-choques plásticos cinza de polipropileno.
- Lançamento de mais uma variante do 147: a perua **Panorama**, especialmente desenvolvida para o Brasil, com o motor 1.3 e espaçoso bagageiro de 669 litros.



- Em maio de 1980 são iniciadas para o todo o mercado as vendas do 147 a álcool. O consumo era cerca de 33% maior, mas os gastos com abastecimento eram 36% menores do que a do modelo a gasolina.
- Em outubro é lançado o furgão **Fiorino**, também baseado no 147, com o motor 1.3 e compartimento de carga de 2,3 m³. Em março do ano seguinte

é introduzida a versão **picape do Fiorino**, com caçamba 18 cm mais longa que a da City, que saiu de linha em 1982.



- Passados apenas três anos e meio do lançamento do primeiro Fiat brasileiro a marca se tornou a segunda mais vendida do País, com 14% do mercado interno de automóveis.

1982

- Lançada a linha **Spazio**, o hatch 147 redesenhado e melhorado, com a aplicação do novo logotipo da marca, recém-introduzido na Itália: as cinco barras inclinadas no centro da grade frontal.



1983

- Em abril é lançado o **Oggi**, versão sedã três-volumes derivado do 147, desenvolvido no Brasil. Tinha porta-malas

de 450 litros, 3m96 de comprimento e usava o motor 1.3 de 61 cv.



1984

- Em agosto a Fiat lança o **Uno**, um de seus mais bem-sucedidos produtos no Brasil. Com fluidez aerodinâmica e o maior espaço interno da categoria, o hatch desenhado por Giorgetto Giugiaro havia sido lançado apenas um ano antes na Europa, onde era um sucesso de vendas. O modelo representa uma virada para a empresa no País, pois com um veículo global atualizado propagava ser um fabricante moderno, com produtos confiáveis. O modelo foi lançado em três versões com as mesmas motorizações do 147: 1.3 a álcool de 60 cv ou a gasolina 1.0 de 52 cv ou 1.3 de 58 cv, que se juntavam ao topo de linha SX, equipado com carburador de corpo duplo que elevava a potência do motor 1.3 a álcool para 70 cv.



- A modernidade do **Uno** também se mostrava na linha de montagem: o número total de peças foi reduzido em

cerca de duzentos itens e a quantidade de pontos de solda ficou 30% menor, favorecendo a redução de custos de produção e manutenção. Com novas instalações de pintura por eletroforese o Uno foi lançado com extensão da garantia contra a ferrugem para quatro anos.

1985

- Após a chegada do Uno, de 1984 a 1986 são gradualmente retirados de linha quase todos os produtos derivados do 147.
- Família de modelos baseados no Uno começa a crescer com o lançamento do sedã três-volumes **Prêmio**, com acabamento equivalente ao do hatch topo de linha SX e opções de motorização 1.3 ou 1.5 de 71 cv, este importado da Fiat Argentina.



Fotos Divulgação/Fiat

1986

- A Fiat lança mais um derivado do Uno: a perua **Elba**, com 4m04 de comprimento e bagageiro de 847 litros, o maior da categoria. Eram duas versões: a S tinha motor 1.3 e câmbio de quatro ou cinco marchas, e a CL 1.5 vinha com a caixa de cinco.



1987

- Após dez anos e mais de 600 mil unidades fabricadas é encerrada a produção do 147, nas remanescentes versões C e Furgoneta.
- Lançado o Uno R com motor 1.5 a álcool de 86 cv, que substitui a versão SX.
- Lançado o Prêmio quatro-portas – exportado para Europa como Duna, tomando o lugar do sedã 128. A versão topo de linha CLS 1.5 tinha ignição eletrônica e acabamento mais caprichado, equipado com diversos itens de conforto, como a trava elétrica centralizada para as quatro portas.
- A Fiat italiana adquire integralmente as ações da filial brasileira que ainda restavam nas mãos do governo de Minas Gerais, assumindo o controle total da empresa.

1988

- Linha baseada no Uno segue crescendo com o lançamento do furgão e picape **Fiorino**, ambos como motor 1.3 de 60 cv. No fim do ano é lançada a linha 1989 com a picape LX equipada com motor 1.5 especialmente projetado para o modelo, com 71 cv.

1989

- Fiat atinge 1 milhão de carros vendidos no Brasil e 3 milhões de motores produzidos em Betim, 62% deles exportados.



- No fim do ano é apresentada a linha de produtos 1990, com a introdução do motor 1.6 de 84 cv a gasolina, também importado da Argentina, que foi aplicado ao Uno 1.6 R, Prêmio, Elba e picape LX. A caixa de câmbio de cinco marchas passou a ser standard em toda a linha.

1990

- Primeiro milhão de carros exportados de Betim, 80% deles enviados para a Europa.
- O governo federal aceita os argumentos da Fiat e cria a nova categoria de carro mais barato ao reduzir pela metade a alíquota do IPI incidente para modelos equipados com motores abaixo 1 litro. Não por acaso a Fiat era a única fabricante nacional que já dispunha do motor 1.0, o de 994 cm³ de 48 cv, produzido no País desde o início da operação e exportado para a Itália. Com isto a resposta foi fácil e rápida: em agosto é lançado o **Uno Mille**, o primeiro modelo popular 1.0, que passou a ser o automóvel nacional mais barato e o segundo mais econômico.



- Ao se encerrar o ano com filas de espera e cobrança de ágio, o Uno já era o segundo carro nacional mais vendido, fazendo a fábrica de Betim alcançar pela primeira vez sua capacidade máxima de 200 mil unidades/ano.

1991

- Primeira reestilização da linha Uno, que à exceção do Mille ganhou nova dianteira com faróis e grade mais estreitos.
- Em junho a fábrica de Betim chega a 2 milhões de veículos produzidos.
- Em outubro é lançado o **Tempra**, primeiro sedã quatro-portas de porte médio da Fiat no Brasil e o modelo com o menor índice de nacionalização da marca até então, de apenas 35%. Com potência que provou ser insuficiente para o peso do carro, o motor 2.0 de 99 cv e câmbio de cinco marchas vinham da Argentina.



Fotos Divulgação/Fiat

1993

- Aproveitando a abertura de mercado promovida pelo governo federal a Fiat começa a importar carros para o Brasil. Da Itália chega o hatch médio **Tipo**, que durante muitos meses foi o automóvel estrangeiro mais vendido no País.



- Fiat ultrapassa a GM como segundo maior fabricante do País. Pela primeira vez as vendas do Uno alcançaram as do líder histórico VW Gol.

- Lançado o Tempra 16V, o mais caro e sofisticado produto nacional da Fiat até então, equipado com motor 2.0 de 127 cv importado da Itália. Tinha injeção eletrônica multipoint e foi o primeiro com quatro válvulas por cilindro do País. Também vinha com freios a disco nas quatro rodas e ABS.

1994

- Mille passa a ser um modelo independente da linha Uno. O modelo tornou-se o popular mais vendido do País.
- **Uno Turbo ie** é o primeiro automóvel turbinado produzido no Brasil, lançado em fevereiro com câmbio de cinco marchas e motor 1.4 de 116 cv italianos. Logo depois foi lançado o Tempra Turbo, por algum tempo o carro mais rápido do País, utilizando o mesmo propulsor argentino 2.0 8V, porém equipado com um turbo Garret e injeção eletrônica multiponto, que aumentava a potência para 165 cv.



1995

- Em julho é lançado o **Mille 1.0 ie**, o primeiro popular com injeção eletrônica, que com 58 cv era o mais potente.



- Em outubro a Fiat alcança 4 milhões de carros fabricados no Brasil, 1,1 milhão deles exportados para mais de cinquenta países.
- É lançado o Tipo 1.6 mpi produzido no Brasil, como resposta à elevação do imposto de importação, com índice de nacionalização de apenas 50%: carroceria, painel e até bancos eram importados da Itália e o conjunto motor-câmbio da Argentina. Mas o modelo nacional nunca repetiu o sucesso do importado, custava mais caro que o italiano e, após os episódios de incêndio, a produção foi encerrada em junho de 1997.

1996

- Grande novidade da década da Fiat no Brasil: em abril o País é palco do lançamento mundial do **Palio**, o carro global da fabricante, projetado na Itália pelo estúdio I.DE.A., com a participação de engenheiros brasileiros e índice de nacionalização de 85%, chegando a 95% dois anos depois. Baseado na mesma plataforma do Uno o Palio foi lançado em duas versões de três ou cinco portas: EL, com o motor nacional 1.5 de 76 cv, e 16V, 1.6 de 106 cv, inicialmente importado da Itália e posteriormente da Argentina. Em julho é apresentada a versão 1.0 do Palio, com o mesmo motor de 994 cm³ mas já com injeção eletrônica multiponto, o que elevou a potência para 61 cv. A linha torna-se um sucesso imediato: seis meses após o lançamento a Fiat já havia produzido 100 mil unidades e o Palio já era o segundo carro mais vendido do País.



Fotos Divulgação/Fiat

- O projeto do **Palio** envolveu grandes investimentos para modernizar os processos industriais da fábrica e adoção do sistema just in time, após a instalação do cinturão de fornecedores que entregavam conjuntos pré-montados no tempo exato em que cada veículo entra na linha de montagem, o que permitiu aumentar a capacidade produtiva sem necessidade de expandir a planta industrial. O Palio começou a ser produzido com 119 fornecedores, contra quase setecentos no lançamento do Uno, doze anos antes, e 60% deles já estavam localizados próximos a Betim, ante 26% no início da década.

1997

- Em fevereiro é lançada a primeira variante de carroceria do Palio, a perua **Weekend**, com cinco portas e duas opções de motor: 1.5 mpi e 1.6 16V. Também projetado pelo estúdio I.D.E.A., o modelo seguia a mais atualizada tendência tecnológica de montagem industrial. Assim como o Palio foi um sucesso imediato e, em quatro meses, já era a perua mais vendida.



- Em setembro a família Palio é ampliada com o início de importação do **Siena**, sedã três-volumes fabricado na Argentina.



- A Fiat atinge 5 milhões de veículos produzidos, 2 milhões deles exportados. No fim do ano, pela primeira vez, ultrapassou a até então imbatível Volkswagen e tomou o posto de marca mais vendida, com 30% do mercado brasileiro.

1998

- Em maio é lançado o sedã **Marea**, novo topo de linha produzido no Brasil com 50% de nacionalização – que chegou a 80% em 2000. O Marea brasileiro era oferecido em três versões: SX de 127 cv, ELX e HLX de 142 cv, todos com motor 2.0 cinco-cilindros e 20 válvulas, importado da Itália juntamente com o câmbio. A versão turbo, fabricada somente em Betim, foi lançada em dezembro, com 182 cv, torque de 27 kgfm e velocidade máxima de 227 km/h, no posto de novo carro mais rápido do País.



- Apresentada a picape derivada do Palio, a **Strada**, modelo desenvolvido no Brasil que nos anos seguintes se transformaria em mais um sucesso de vendas. A picape foi lançada nas versões Working 1.5 mpi de 76 cv, Trekking 1.6 mpi de 92 cv e LX 1.6 16V de 106 cv. No ano seguinte, quando já era a segunda picape leve mais vendida do País, a Strada ganhou a versão cabine estendida.



1999

- A linha **Palio Weekend** ganhou novos integrantes, primeiro com o lançamento da versão 1.0, com motor mpi de 61 cv e câmbio de seis marchas. Em setembro é lançada a **Palio Weekend Adventure**, desenvolvida no Brasil como primeiro exemplar da linha aventureira, com suspensão elevada e proteções nos para-lamas.



- Lançado o **Brava**, hatch médio com traseira inclinada, que em 1995 substituiu o Tipo na Europa e compartilhava a mesma plataforma do Marea. No Brasil usava motor 1.6 16V

de 106 cv e câmbio importados da Itália, com apenas 40% de nacionalização. No ano seguinte foi lançada versão HGT, com motor 1.8 16V de 132 cv.



Fotos: Divulgação/Fiat

2000

- Início da produção em Betim do moderno motor Fire, sigla para Fully Integrated Robotized Engine, concebido na Itália para ser fabricado com alto índice de robotização. Tinha bloco de alumínio, coletor de admissão de material plástico, era mais leve, econômico, fácil e barato de produzir. Introduziu pela primeira no Brasil o sistema drive-by-wire, que substituiu o cabo do acelerador por um sensor eletrônico. O propulsor 1.3 de 80 cv equipou inicialmente a família Palio, incluindo o hatch, a perua Weekend e o sedã Siena.
- Em setembro é apresentada no Rio de Janeiro a **segunda geração do Palio**, redesenhado por Giorgetto Giugiaro, com novo visual externo e interno. Dentre os novos acessórios oferecidos constava um porta-CDs integrado ao painel com espaço para cinco discos. O novo carro é equipado com dois novos motores Fire 1.0, com oito ou dezesseis válvulas, de respectivamente 55 cv e 70 cv. As novidades também incluíam suspensão recalibrada, embreagem hidráulica e freios com ABS opcional.



- Nos meses seguintes ao lançamento da nova geração do hatch todos os demais modelos derivados – Siena, Weekend e Adventure – adotaram o mesmo design e alterações semelhantes.

2001

- Ao completar 25 anos de produção a Fiat alcança a liderança de mercado, posição na qual se manteve por catorze anos até 2015 – e depois novamente de 2021 em diante.
- Lançado o utilitário **Doblò**, desenhado pelo estúdio Italdesign, de Giorgetto Giugiaro, apresentado apenas um ano antes na Europa. O primeiro carro multiuso nacional tinha três versões: furgão, passageiros e mista.



2002

- Fiat atinge a marca de 5 milhões de veículos vendidos no País, mais de 1 milhão deles da família Palio, além de somar 2,4 milhões de unidades exportadas.
- O período de exuberância da subsidiária brasileira coincide com a pior fase da história da matriz italiana, que demitia,

coleccionava prejuízos e vendeu 20% de seu capital para a GM, com opção de transferência do controle a partir de 2004. A sociedade resultou na união da área de compras e produção de motores.

- Em setembro é lançado o hatch médio **Stilo**, apresentado um ano antes no Salão de Genebra. O carro tinha três opções de motorização: 1.8 de 8 ou 16 válvulas com 103 cv ou 122 cv, ambos produzidos pela GM em São José dos Campos, SP, e o 2.4 20V de 167 cv que já equipava o Marea. O Stilo brasileiro tinha 80% de nacionalização, índice elevado para o nível de seus equipamentos, muitos deles ainda inéditos no País, como controles de estabilidade e de tração, direção elétrica, computador de bordo, oito air bags, ar condicionado digital, rádio/CD-player/MP3 com controles no volante, piloto automático, sensor de estacionamento traseiro, sensor de chuva, acendimento automático dos faróis ao escurecer, bancos dianteiros com aquecimento e regulagem elétrica e teto-solar panorâmico.



2003

- O bom desempenho da Fiat no Brasil garante investimentos e maior autonomia, que envolveu a criação do Polo de Desenvolvimento Giovanni

50 ANOS DE FIAT NO BRASIL



A Powercoat e a Revestcoat parabenizam a Fiat pelos seus **50 ANOS NO BRASIL**



Uma história que inspira gerações, impulsiona o desenvolvimento da indústria e contribui para o crescimento do nosso país. Temos orgulho de fazer parte dessa história, fornecendo soluções em tratamento de superfícies e pintura técnica que agregam qualidade, proteção e confiança no Brasil.



PARABÉNS, FIAT!

Que os próximos 50 anos sejam de ainda mais inovação, conquistas e sucesso.



Agnelli na planta de Betim, um completo conjunto de laboratórios de testes e um centro de estilo e design – único fora da Itália –, com capacidade para projetar automóveis completos.

- Em novembro é lançada a **terceira geração do Palio**, o primeiro Fiat a entrar na era flex. Com desenho mais uma vez assinado por Giorgetto Giugiaro, o Palio teve dianteira, traseira e interior totalmente reformulados, e foi configurado para subir de classe. Eram três opções de motor: Fire 1.0 com potência aumentada de 65 cv, o GM 1.8 e, como grande novidade, o primeiro 1.3 flexfuel, bicomcombustível etanol-gasolina, de 71 cv, aproveitando o IPI menor. No ano seguinte os demais integrantes da família Palio também adotaram a mesma aparência.



Fotos Divulgação/Fiat

2004

- Uno passa por ampla reestilização e é nomeado **Novo Mille Fire**. Nada foi alterado na mecânica, apenas a direção hidráulica é oferecida como opcional, mas o visual do carro muda bastante, com novos para-choques, grade, capô, faróis, lanternas traseiras e tampa da mala.

2005

- Chega ao fim a sociedade com a GM, celebrada três anos antes, que implica na

dissolução do plano para desenvolver motores e plataformas comuns.

- A **era flexfuel** chega ao motor 1.0 aplicado no **Mille**, Palio Fire e Siena Fire. Também é lançado para toda a linha Palio um novo motor 1.4 Flex, de 81 cv, que substitui o antigo 1.3. Nos meses seguintes a tecnologia bicomcombustível etanol-gasolina chega a todo o portfólio de motores da Fiat com a introdução do 1.8 Flex de 114 cv, uma evolução do motor GM, aplicado no Stilo e Palio 1.8R.



- Em setembro é lançado o **Idea**, primeiro monovolume da marca, com cinco portas, teto solar panorâmico elétrico opcional e duas versões: ELX 1.4 Flex e HLX 1.8 Flex de 114 cv. A versão brasileira foi desenvolvida em Betim compartilhando componentes do Palio.



2006

- Lançado o Uno Mille Way, versão fora-de-estrada leve, com estrutura e suspensão reforçadas e altura do solo 4,4 cm mais alta, ampliando para o meio rural o mercado do modelo popular.

2007

- A linha **Palio** é apresentada em sua **quarta geração** com profunda renovação estilística: o desenho externo e o interior foram totalmente modificados. O hatch com três ou cinco portas tinha opções de motorização 1.0, 1.4 e 1.8, todas flex.



- Em agosto é lançado o **Punto** argentino, que marcou a retomada da produção de automóveis em Córdoba. Projetado pela Italdesign, do designer Giorgetto Giugiaro, tinha estrutura mais reforçada do que a equivalente do modelo europeu. Foi lançado em quatro versões flex: 1.4 e ELX 1.4 de 85/86 cv, HLX e Sporting 1.8 de 113/115 cv.



- Em novembro Siena adota novo visual – o mesmo acontece com Weekend e

Strada respectivamente em maio e agosto de 2008 –, mas pela primeira vez os derivados do Palio ganharam estilos visuais distintos do hatch. Os carros também trouxeram dois novos motores, mais leves e potentes: o 1.4 do Punto e o 1.0 retrabalhado com 8 cv a mais, para 75 cv com etanol.

A Weekend Adventure ganha a versão de topo Locker, com maior distância do solo, de 19 cm, e sistema de bloqueio do diferencial para ajudar a sair de solos com baixa aderência.

- A fábrica de Betim torna-se o maior complexo industrial da empresa no mundo: a linha inaugurada trinta anos antes para produzir 300 carros/dia, após muitas ampliações, chegou ao topo de sua capacidade montando 3 mil unidades/dia. Fundada em uma região sem tradição industrial, a planta conseguiu fixar 70% de seus fornecedores em Minas Gerais, 110 deles instalados em municípios vizinhos.

2008

- Em setembro é lançado o **Linea**, sedã quatro-portas derivado do Punto, também importado da Argentina, com duas opções de motor: o novo 1.9 16V Flex de 130/132 cv e o italiano 1.4 turbo de 152 cv. É o primeiro carro local da Fiat a contar com navegador GPS no painel. No ano seguinte o mesmo motor turbo é oferecido para o Punto.



Fotos Divulgação/Fiat

- Opção de câmbio automatizado Dualogic, fabricado no Brasil pela Magneti Marelli, é lançada no Stilo 2008, oferecendo uma opção mais barata – mas menos eficiente – de carro automático. No ano seguinte o Dualogic também é oferecido em versões de Palio, Siena e Idea.

2009

- Fábrica de Betim chega a 10 milhões de veículos produzidos e, pela primeira vez, a Fiat vende mais veículos no Brasil do que na Itália.
- A divisão de motores e transmissões FPT compra a fábrica da Triton em Campo Largo, PR, que pertencia à Daimler em sociedade com a BMW. No ano seguinte começa a produção de motores E.torQ para substituir o 1.8 que ainda era fornecido pela GM.
- **Palio** é relançado com design dianteiro do Siena, e o motor da versão 1.4 Flex passa por melhoria que aumenta potência para 85/86 cv.
- Em julho é lançada a Strada Adventure Cabine-Dupla 1.8, com duas portas. É a primeira picape leve com este tipo de configuração.

2010

- Com projeto desenvolvido no Brasil e investimento de R\$ 1 bilhão, em outubro é lançada a **nova geração do Uno**, totalmente remodelado com linhas arredondadas, em quatro versões: Vivace 1.0, Attractive 1.4 e Way 1.0 e 1.4, com muitas opções de personalização. A antiga geração, denominada somente Mille, permanece sendo vendida com a carroceria antiga.



- Os motores E.torQ 16V 1.6 de 117 cv e 1.8 de 132 cv, produzidos no Paraná, substituem o 1.8 da GM e passam a equipar versões de Punto, Linea, Doblô, Idea e Palio.
- Lançado o hatch médio **Bravo** para substituir o Stilo, que estreia com o motor E.torQ 1.8 e o italiano 1.4 turbo de 152 cv.



- Em dezembro a Fiat consegue reabrir os incentivos fiscais do Regime Nordeste e anuncia construção de sua segunda fábrica no Brasil, em Pernambuco, que seria localizada em Suape.

2011

- Lançada a **quinta geração do Palio** totalmente reformulada. Desta vez o carro-chefe da Fiat no Brasil foi reprojetoado pela engenharia brasileira em Betim, com entre-eixos 5 cm maior que a versão anterior.

O novo **Palio** tinha motores 1.0, 1.4 ou 1.6 E.torQ, nas versões Attractive, Essende e Sporting.



Fotos Divulgação/Fiat

2012

- Fiat muda o projeto para Pernambuco: decide localizar a fábrica em Goiana e produzir lá modelos da Jeep, marca do Grupo Chrysler, que em 2010 teve o controle adquirido pela companhia italiana.
- Lançamento, em março, do sedã **Grand Siena**, derivado maior do Siena, com entre-eixos 137 mm mais longo e porta-malas de 520 litros.



2013

- Em setembro é lançada reestilização da linha **Strada**, com caçamba 8 cm mais alta e novas lanternas traseiras. Na versão **cabine dupla** foi introduzida a **terceira porta** sem coluna central, que abria para o lado oposto da dianteira.



- Encerrada a produção do Mille, substituído pelo Palio Fire como modelo mais barato da Fiat.

2014

- A Fiat SpA adquire a totalidade das ações da Chrysler Corp., tornando-se controladora integral da empresa, e em outubro cria a FCA, Fiat Chrysler Automobiles NV, com sede em Londres.

2015

- Inaugurada a fábrica de Goiana, PE, com capacidade de 250 mil unidades/ano e início de produção do Jeep Renegade. Dezesesseis fornecedores se instalam em doze unidades fabris em área anexa à planta da montadora.

2016

- Lançamento da picape **Toro**, primeiro Fiat nacional produzido fora de Betim, MG, integrando o portfólio da recém-inaugurada fábrica de Goiana, PE. Também é a primeira picape média monobloco da marca, denominada SUP, de Sport Utility Pickup, pois foi projetada no Brasil sobre a plataforma Small-Wide dos SUVs Jeep fabricados na mesma linha de montagem. Lançada exclusivamente com cabine dupla de quatro portas e caçamba de 820 litros. As versões equipadas com o motor italiano turbodiesel 2.0 de 170 cv, tração 4x4 e opção de

câmbio manual de seis marchas ou automático de nove, têm capacidade de carga de até 1 tonelada, que cai para 650 kg nas opções com o motor flex 1.8 de 139 cv fabricado no Paraná, tração dianteira e transmissão manual ou automática de seis marchas. Em novembro é introduzida nova opção de motorização flex: o Tigershark 2.4 da Chrysler importado do México, de 174/186 cv, com transmissão automática de nove marchas.



- Em abril é lançado o popular **Mobi**, menor automóvel da linha Fiat projetado no Brasil, menor do que o Uno. É equipado com motor Fire 1.0 flex quatro-cilindros de 73/75 cv para todas as seis versões.



- Uno passa por leve revisão estética acompanhada do lançamento de dois novos motores flex Firefly produzidos em Betim: 1.3 quatro-cilindros de 101/109 cv e o esperado 1.0 três-cilindros de 72/77 cv, que anos depois passariam a equipar a boa parte dos Fiat produzidos em Betim e na Argentina.

- Fiat perde para a GM a liderança do mercado brasileiro de veículos.

2017

- O popular Palio Fire, o hatch médio Bravo, o sedã Linea, o monovolume Idea e o furgão Doblò Cargo têm a produção encerrada em março, o hatch Punto em junho e, em novembro, toda a linha Palio sai de linha após mais de 3 milhões de unidades produzidas.
- Em junho é realizado o principal lançamento da Fiat no ano: o hatch compacto **Argo**, projetado no Brasil para substituir o Palio. O carro é apresentado em três bem equipadas versões com três motores flex: Drive 1.0 Firefly três-cilindros de 72/77 cv, Precision 1.3 Firefly quatro-cilindros de 101/109 cv e HGT 1.6 E.torQ de 135/139 cv, com opções de câmbio manual de cinco marchas ou automatizado GSR e automático de seis marchas.



Fotos Divulgação/Fiat



2018

- Lançado o **Cronos**, novo sedã compacto da Fiat projetado no Brasil sobre a mesma plataforma do Argo

e fabricado na Argentina. Tem as mesmas versões do hatch: Drive e Precision com motor 1.3 Firefly de 101/109 cv associado a câmbio manual ou automatizado GSR de cinco marchas, e HGT com o E-torQ 1.8 de 135/139 cv com transmissão automática de seis marchas.



- Fiat perde para a Volkswagen o segundo lugar do mercado nacional, descendo para a terceira posição. Novo plano de investimento é anunciado envolvendo o lançamento de novos SUVs Fiat, nova geração da Strada e produção de motores turbo em Betim.

2019

A subsidiária brasileira da FCA ganha maior autonomia de com a inauguração, em Betim, de seu primeiro centro de crash tests na América Latina – e terceiro no mundo –, tornando-se autossuficiente para desenvolver 100% dos novos veículos na região. Nesse mesmo sentido é inaugurada nova sede do Design Center Latam, com equipe de 150 profissionais, responsáveis pelos projetos das marcas Fiat, Jeep e Ram na América Latina. Em dezembro é formalizada a fusão FCA-PSA, que é consolidada um ano depois com a união de marcas e operações industriais sob uma só empresa.

2020

- Weekend sai de linha após 23 anos e mais de 530 mil unidades fabricadas.
- A pandemia de covid interrompe a produção das fábricas e atrasa o plano de investimento e lançamentos.
- Após apresentação virtual a esperada **nova geração da Strada** começa a ser vendida em junho. Totalmente renovada, com linhas inspiradas na Toro, a picape pequena utiliza plataforma exclusiva, mais leve, oferecida com cabine plus estendida ou com a inédita cabine dupla de quatro portas. A versão Endurance tem motor flex Fire 1.4 de 85/88 cv e Freedom e Volcano adotam o moderno Firefly 1.3 de 101/109 cv. O modelo antigo, Hard Working 1.4 cabine simples, permanece em produção até o fim de 2021. As vendas domésticas aumentam substancialmente. Para exportação a Strada é vendida como Ram 700.



2021

- Em janeiro é concluída a fusão da FCA com a PSA, criando a Stellantis, maior produtor de veículos da América do Sul agregando a produção de quatro marcas – Fiat, Jeep, Peugeot e Citroën – em três fábricas no Brasil e duas na Argentina.
- Iniciada em Betim a produção da nova família de motores

turboflex GSE, o 1.0 três-cilindros de 125/130 cv e o 1.3 quatro-cilindros de 180/185 cv, ambos com bloco de alumínio e quatro válvulas por cilindro.

- Em abril é apresentada a primeira reestilização da picape Toro, com mudanças concentradas na dianteira e versões equipadas com o novo motor 1.3 turboflex de 180/185 cv, acoplado a câmbio automático de seis marchas. Permanece em linha o turbodiesel 2.0 de 170 cv. A picape é exportada para mercados sul-americanos como Ram 1000, equipada com o velho motor a gasolina E.torQ 1.8 de 130 cv, já em seu último ano de vida antes do encerramento das atividades da fábrica de motores de Campo Largo, PR, no fim de 2022.
- Em outubro é lançado o **Pulse**, primeiro SUV da Fiat totalmente desenvolvido no Brasil. O carro, com 4m10 de comprimento e porta-malas de 370 litros é o primeiro modelo da marca a receber o novo motor turboflex 1.0 três-cilindros de 125/130 cv, associado a câmbio automático CVT. As versões básicas usam o motor flex 1.3 Firefly aspirado de quatro cilindros e 98/107 cv, com câmbio manual de cinco marchas e opção de CVT.



Fotos Divulgação/Fiat

- No fim do ano é encerrada a produção dos modelos com motorização mais antiga, incluindo Mobi Easy, Uno, Grand

Siena, Doblò e, após 37 anos de produção, o Uno sai de linha.

- Com o reposicionamento da linha de produtos, após cinco anos, a Fiat retoma a liderança do mercado brasileiro com 22% de participação, e a picape Strada torna-se o veículo mais vendido do Brasil, enquanto Argo, Toro e Mobi ficam na lista dos dez mais emplacados. A marca também lidera as vendas na América do Sul com fatia de 14%.

2022

- Em setembro é lançado o segundo SUV Fiat, o **Fastback**, com carroceria cupê. O mais sofisticado modelo da marca produzido na América do Sul é oferecido nas versões Audace e Impetus com motor turboflex 1.0 três-cilindros de 125/130 cv acoplado a câmbio CVT, e o topo de linha Limited tem o potente motor turboflex 1.3 de 180/185 cv e caixa automática de seis marchas.



- A filial brasileira responde por 36% das vendas da Fiat no mundo e garante a marca como a mais vendida globalmente do Grupo Stellantis. A fabricante registra o seu melhor desempenho em dez anos, encerrando 2022 como líder nacional com 22% de participação e mais de 430 mil unidades vendidas, quase 139 mil a mais do que a segunda colocada.

2023

- Centro de engenharia de Betim anuncia o desenvolvimento da arquitetura **Bio-Hybrid** que será aplicada a modelos Fiat e de outras marcas da Stellantis, combinando motores flex etanol-gasolina com eletrificação, em sistema híbrido leve de 12V e 48V, híbrido plug-in e totalmente elétrico.



- Ao completar 25 anos a linha Strada 2024 ganha versões topo de linha com o motor turboflex 1.0 três-cilindros de 125/130 cv associado a câmbio CVT, o mesmo conjunto já utilizado por Pulse e Fastback. A Strada Endurance passa a usar o Firefly 1.3 de 98/107 cv com caixa manual de cinco marchas, abandonando o velho Fire 1.4.

2024

- Lançamento da **Titano**, primeira picape média montada sobre chassi da Fiat na América do Sul. O modelo entra no lugar da Peugeot Landtrek, originada da PSA com projeto da chinesa Changan. Montada inicialmente na Nordex, no Uruguai, a Titano é lançada em três versões com tração 4x4, motor 2.2 turbodiesel de 180 cv e câmbio automático ou manual de seis marchas. No México o modelo é vendido como Ram 1200.
- Lançados os dois primeiros **híbridos** da Stellantis na América do Sul, os Fiat **Pulse** e **Fastback** nas versões **Audace** e

Impetus Hybrid, com start-stop e sistema híbrido leve de 12V composto por motor turbodiesel 1.0 de 125/130 cv associado a câmbio CVT, auxiliado nas partidas por motor elétrico de 3kW alimentado por bateria auxiliar de lítio.



Fotos Divulgação/Fiat

produtivo, com aumento do índice de localização, o veículo é relançado com reestilização visual, alterações na suspensão e adoção do motor 2.2 turbodiesel de 200 cv, o mesmo já utilizado pela Ram Rampage, e câmbio automático oito marchas.



da América do Sul em 2025, chega a 800 mil unidades produzidas, número que desde o lançamento, em 1998, soma 2,5 milhões de picapes vendidas.



2025

- Em maio a produção da picape média **Titano** é transferida do Uruguai para a Argentina. Pouco mais de um ano após lançada, além da mudança de endereço

- **Fábrica de Betim** ultrapassa 18 milhões de veículos produzidos. Nova Strada, pelo quinto ano o veículo mais emplacado do País e também o mais vendido

- Pelo quinto ano consecutivo a Fiat confirma sua liderança de vendas de veículos nos mercados brasileiro e sul-americano, com mais de meio milhão de veículos emplacados no Brasil e 21% de participação.



2026

- Fiat prepara Betim para produzir o seu mais importante lançamento do ano: o Argo X, inspirado no design do novo Grande Panda europeu, trazendo linhas mais quadradas e visual de SUV.

RIO acelera crescimento com expansão industrial, tecnologia e inovação

Com uma sólida história de 80 anos, a Riosulense fornece para as principais montadoras e, como estratégia, migra para uma nova fase de crescimento sustentável, eficiência operacional e saúde financeira

Poucas empresas conseguem chegar aos 80 anos mantendo o mesmo espírito empreendedor que marcou sua fundação. A RIO – Riosulense é um desses exemplos. Nascida em 1946 como uma pequena oficina em Rio do Sul (SC), a empresa transformou-

se em uma das maiores fabricantes latino-americanas de componentes para motores, fornecendo para o mercado de reposição, montadoras, setores agrícola e ferroviário, além de exportar para mais de 28 países.





Outro diferencial competitivo está na combinação entre fundição de ligas especiais de ferro e aço, usinagem de alta precisão e manufatura aditiva. A utilização de impressão 3D para desenvolvimento de protótipos, em parceria com as engenharias das principais montadoras, reduz o tempo de desenvolvimento de novos componentes e amplia a capacidade de resposta às demandas do mercado.

A transformação da empresa também passa pela gestão baseada em dados. Processos cada vez mais digitalizados permitem decisões mais rápidas, melhor utilização dos investimentos e maior eficiência produtiva, características indispensáveis para competir em uma cadeia automotiva global cada vez mais exigente.

Ao mesmo tempo, a companhia preserva os valores que moldaram sua trajetória. O legado de João Stramosk, fundador da empresa, permanece presente na valorização das pessoas, na ética, na simplicidade e no espírito de equipe. Com cerca de mil colaboradores, a RIO investe continuamente na formação de talentos e no desenvolvimento interno, fortalecendo uma cultura organizacional que considera o capital humano um dos principais diferenciais competitivos.

A agenda ESG também integra a estratégia de crescimento. Projetos voltados à gestão de resíduos, reciclagem, busca pelo selo “Lixo Zero” e iniciativas de responsabilidade social reforçam o compromisso da empresa com o desenvolvimento sustentável e com a comunidade onde nasceu.

Ao longo de 2026, novos produtos e soluções também serão apresentados ao mercado, especialmente para ampliar o relacionamento com mecânicos e retificadores, fortalecendo ainda mais sua atuação no aftermarket.

“Tradição não significa acomodação. Ao contrário: a combinação entre investimento industrial, inovação tecnológica, internacionalização e gestão eficiente posiciona a empresa para continuar crescendo em um setor cada vez mais competitivo”, garante Kleber.

A história de 80 anos serve como base para um futuro em que tecnologia, pessoas e visão estratégica permanecem como os principais motores do negócio.

A celebração das oito décadas de história coincide com um novo ciclo de investimentos voltado à ampliação do parque fabril, incorporação de tecnologias de manufatura avançada e fortalecimento da competitividade da companhia. Mais do que comemorar o passado, a RIO utiliza este momento para preparar sua operação para os desafios da próxima década.

Segundo o CEO Ornélio Kleber, os investimentos terão foco na expansão da fábrica, atualmente com 32 mil metros quadrados de área construída em um terreno de um milhão de metros quadrados, além da aquisição de máquinas de última geração e de novas soluções tecnológicas capazes de elevar produtividade, qualidade e eficiência operacional. Hoje a RIO já fornece para as principais montadoras do país, além do aftermarket. Mas trabalha pelo viés de crescimento.

A estratégia segue um modelo que acompanha a evolução da indústria automotiva global: investir continuamente em inovação sem abrir mão da disciplina financeira.

“A RIO sempre buscou crescimento sustentável, eficiência operacional e saúde financeira. Essa estratégia continuará orientando nossos próximos passos”, afirma o executivo.”

Os resultados demonstram a consistência desse planejamento. Nos últimos cinco anos, a empresa registrou crescimento médio anual de aproximadamente 20% no faturamento, enquanto as exportações avançaram mais de 15% ao ano. Hoje, a companhia mantém um portfólio de cerca de 5 mil part numbers distribuídos em 21 famílias de produtos, atendendo desde veículos leves, comerciais e motocicletas até máquinas agrícolas e aplicações ferroviárias.

Ora 5 amplia a oferta de SUVs elétricos da GWM



fotos: Divulgação/GWM

SUV global inédito busca atrair clientes que adoram a identidade visual retrô que não emplacou na versão hatch

Por Leandro Alves e Lúcia Camargo Nunes

Durante o Salão de Pequim a GWM revelou uma mudança na estratégia global da sua marca de elétricos, a Ora, com o lançamento do 5, um SUV adicionado ao portfólio para tentar melhor resultado que teve o compacto 03. Para tentar a mesma sorte, menos de dois meses após ser apresentado na China, o Ora 5 começa a ser vendido no Brasil.

A leitura de mercado e a rápida reação, no melhor estilo chinês, traz não apenas para o Brasil, mas também para a Europa, um produto muito mais alinhado às aspirações do consumidor: um veículo

100% elétrico com porte de SUV médio e acabamento e tecnologias já aprovados pelo cliente.

Por aqui a GWM abre espaço no portfólio retirando do mercado a oferta o Ora 03 GT, uma versão mais esportiva do hatch retrô. Com preço agressivo o Ora 5 é oferecido em versão única por R\$ 159 mil. A justificativa da marca de origem chinesa para evitar comparações com o Ora 03, seu primeiro modelo elétrico vendido no Brasil, é desassociá-lo: o 03 é um compacto de nicho e o Ora 5 pretende ser um SUV de volume.

Nos mercados internacionais, a GWM percebeu que seu hatch retrô e simpático atraía muitos olhares, mas não se traduzia necessariamente em volume de vendas significativo. Por isto, a identidade visual marcante foi reproduzida quase que integralmente no Ora 5.

Para acomodar seu segundo modelo no País o hatch compacto teve o preço da versão BEV58 reduzido, com um bônus de R\$ 20 mil aplicado sobre a tabela de R\$ 169 mil. Na prática passa a custar R\$ 149 mil 990, R\$ 10 mil a menos do que o novo SUV.

A estratégia é ter o Ora 5 como uma interessante opção no segmento de SUVs compactos e médios para enfrentar rivais tradicionais: Honda HR-V, Toyota Yaris Cross, Volkswagen T-Cross e Chevrolet Tracker. Nos elétricos ele busca em preço e porte clientes do Leapmotor B10 e do BYD Dolphin.

ELÉTRICO COM BOA AUTONOMIA

O Ora 5 usa motor elétrico de 204 cv e 26,5 kgfm de torque, com tração dianteira e transmissão de velocidade única. A aceleração de 0 a 100 km/h é feita em 7,7 segundos e a velocidade máxima é limitada eletronicamente em 170 km/h.

A bateria de íons de lítio LFP tem 58,3 kWh e garante autonomia de 349 quilômetros no ciclo Inmetro. A recarga DC, com excelente potência de até 120 kW, leva a bateria de 30% a 80% em 20

minutos. No carregador AC de 6,6 kW o processo completo demora 8,5 horas. O sistema Vehicle-to-Load permite usar o carro como fonte de energia externa, com potência de até 6 mil W.

No rápido contato ao volante o Ora 5 mostra ser aquele tipo de SUV que acelera bem mas não é um esportivo que chicoteia. Ele ganha velocidade progressivamente e freia sem sustos. Prima pelo conforto e mantém bom nível de estabilidade quando testado num percurso de slalom.

Suas câmaras de 540 graus ajudam nas manobras de estacionamento e o alerta de tráfego cruzado traseiro com frenagem própria funcionou plenamente numa simulação.

PORTE DE SUV MÉDIO

Com 4m47 de comprimento, 1m64 de altura e 2m72 m de entre-eixos o Ora 5 é 236 milímetros mais longo, 8 mm mais largo e tem entre-eixos 70 mm maior que o hatch Ora 03. O espaço no banco traseiro é um de seus destaques.

Seu porte de SUV é representado por estes números: são 175 mm de vão livre do solo, 17 graus de ângulo de entrada e 25 graus no ângulo de saída.

O porta-malas acomoda 362 litros e se iguala aos dos SUVs compactos. O SUV pesa 1 mil 685 kg em ordem de marcha e seu coeficiente de penetração aerodinâmica é 0,27, valor que a GWM aponta como o melhor da categoria.



CONECTIVIDADE E SEGURANÇA

A única versão do Ora é bem completa e tem teto panorâmico, conjunto óptico em full led, rodas de 18 polegadas e ar-condicionado digital. O sistema de som soma nove alto-falantes, com subwoofer, amplificador e 216 W de potência.

O painel de instrumentos digital de 10,25 polegadas e a central multimídia, 14,6 polegadas, são personalizáveis. Quase todos os ajustes do carro ficam concentrados na tela e o motorista leva um tempo para se acostumar com tanta informação.

O sistema operacional Coffee OS 3, já usado no Wey 07 e no novo Haval H6, reúne mais de trezentos comandos de voz com inteligência artificial, navegação online com trânsito em tempo real, atualizações remotas e integração sem fio com Apple CarPlay e Android Auto. O aplicativo My GWM controla climatização, travamento das portas, localização e programação de recarga a distância.

Na segurança o Ora 5 tem condução semiautônoma de nível 2+, seis airbags, câmara de 540 graus e pacote Adas com frenagem autônoma de emergência, controle de cruzeiro adaptativo com função de curvas, centralização e permanência em faixa, monitoramento de ponto cego, alerta de tráfego cruzado dianteiro e traseiro com frenagem própria e reconhecimento de placas de trânsito.

As cores e acabamentos seguem a linha já usada no Ora 03: Electric Blue, cinza fosco Zenith, branco Cristal e preto Khalifa na carroceria, combinadas a cinza Urbano ou marrom Avelã no interior, com bancos de material premium.

GWM APOSTA NO PÓS-VENDA

Um dos trabalhos mais importantes desenvolvidos pela GWM desde que se instalou no Brasil é o desenvolvimento da rede de concessionários. Seu modelo de parceria se diferencia desde o faturamento dos veículos, feito pela própria fabricante, mas, também, pelo padrão de atendimento aos clientes, um dos mais elogiados do mercado nacional mesmo nesse pouco tempo de presença no País.

A GWM chega ao lançamento do Ora 5 apoiada em rede que já passa de 130 concessionárias e adota preço único de peças em todo o País, política que a empresa diz ser a única do tipo dentre as fabricantes.

O centro de distribuição, em Cajamar, SP, opera com disponibilidade de peças de 96% a 98%, o que inclui estoque de baterias de alta tensão para os modelos híbridos e elétricos da linha.

A GWM oferece ainda cinco anos de garantia sem limite de quilometragem para seus veículos e programa de recompra garantida em até quatro anos de uso, por no mínimo 80% da tabela Fipe, quando o carro é financiado pela própria marca.

Para um SUV recém-chegado e sem histórico de mercado esta estrutura de suporte contribui para a decisão do consumidor quase tanto quanto a ficha técnica do SUV elétrico.

Em comunicado Diego Fernandes, COO da GWM Brasil afirma que "o ORA 5 marca um momento muito importante para a GWM no país. Estamos ampliando nossa oferta de veículos elétricos com atributos altamente valorizados pelo consumidor brasileiro, como espaço interno, tecnologia embarcada, segurança e eficiência energética. É um SUV que representa a evolução da nossa estratégia de eletrificação e reforça o compromisso da GWM com uma mobilidade mais inteligente e sustentável". ■



**A FIAT FAZ HISTÓRIA
NO BRASIL HÁ 50 ANOS.**

**A LEAR TEM ORGULHO
DE FAZER PARTE DESSA
JORNADA.**

Há mais de 30 anos, somamos tecnologia e excelência para proporcionar experiências mais seguras, inteligentes e confortáveis aos condutores.

**Parabéns, Fiat Brasil!
Seguimos juntos pelos
caminhos do Brasil e do mundo.**



Tornando cada direção melhor

**FIAT
50
ANOS**

Pace recebe mais investimentos e dois novos produtos

Montagem de kits SKD chineses no polo cearense ganha seu segundo Chevrolet e novo aporte para início da operação da MG Motor

Por André Barros e Leandro Alves

A Comexport, responsável pelo desenvolvimento da Pace, Planta Automotiva do Ceará, adicionou, em menos de um mês, dois novos produtos ao complexo em Horizonte, que já abrigou a Troller. Além de iniciar a montagem dos kits do Chevrolet Captiva EV, segundo produto do seu primeiro cliente,

introduziu uma nova marca ao modelo de produção multimarcas: a MG Motor investirá R\$ 400 milhões na operação para montar inicialmente dois modelos no Ceará.

A tradicional marca de origem britânica, controlada desde 2008 pela chinesa Saic Motor informou em comunicado que R\$



Divulgação/Pace



60 milhões serão aplicados na linha de montagem e R\$ 340 milhões para projetos de inovação, desenvolvimento tecnológico e capacitação, em parceria com a Pace.

Até o fim do ano começarão a ser montados em Horizonte o MG4 Urban, hatch 100% elétrico, e o MGS5, SUV também elétrico. Estão nos planos a produção de 50 mil veículos ao longo de quatro anos, com geração de seiscentos empregos diretos e indiretos na região.

MONTAGEM SKD

Todas as operações na Pace seguem o mesmo roteiro: recebem as partes dos modelos parcialmente montados, ou kits SKD. A empresa não informa se utiliza mecanismo de importação isento de impostos para esses kits SKD, renovado por mais seis meses pelo Comitê Executivo de Gestão da Camex, a Câmara de Comércio Exterior.

Mais uma rodada de cotas isentas do imposto de importação, de US\$ 463 milhões, ou R\$ 2,4 bilhões, foi acertada após reunião do Gecex, três dias antes do anúncio do início da operação da MG Motor na Pace. Esta cota está liberada para as operações de todas as empresas que utilizam esse método no Brasil até o fim do ano.

Na Pace os kits SKD importados da China dos Chevrolet Spark e Captiva UV são

da parceira chinesa da GM, a SAIC/Wuling. A Comexport realiza toda a operação de importação e montagem e entrega para seus clientes os produtos montados. Em ambos os casos existem planos de nacionalizar alguns componentes, conforme o andamento da operação.

O modelo da Pace, com ou sem incentivos para a importação de kits montados ou semimontados, parece uma alternativa para os novos entrantes. Mesmo os já tradicionais fabricantes estão utilizando este modelo.

Ao mesmo tempo em que está alinhada ao discurso da Anfavea de que incentivos para importação de kits pode afetar a competitividade da produção local completa, a centenária fabricante tem planos de ampliar sua operação no Ceará.

Durante a cerimônia do início da montagem da Captiva EV o presidente da General Motors América do Sul, Thomas Owsianski, anunciou a montagem de um terceiro modelo até dezembro: "Será um carro com uma tecnologia inédita para a Chevrolet no Brasil", afirmou, fazendo segredo — mas deverá ser a versão híbrida plug-in do mesmo Captiva, que já é vendida em outros mercados da região.

Outro desejo — e o vice-presidente Fábio Rua garantiu ainda ser somente um desejo — sem planos avançados, é passar a exportar os Chevrolet do Ceará. Mas,



para isso, é preciso ampliar o conteúdo local dos modelos.

Na prática os kits SKD de Spark e Captiva chegam da China e vão para cinco módulos de montagem, que juntam as peças. Nada é comprado aqui ainda, mas também está nos planos da Pace iniciar um processo de homologação de alguns componentes.

Próximo ao complexo, informou o governador do Ceará, Elmano de Freitas, está sendo estruturado um polo de fornecedores para o setor automotivo. A ideia é atrair empresas para ampliar o adensamento produtivo no futuro, e startups e institutos de pesquisa para desenvolver tecnologias.

SEGUNDO TURNO

O ritmo de produção dos modelos Chevrolet está em ampliação: de trinta para quarenta unidades por dia, em um turno. Mas já está nos planos abrir o segundo turno, em setembro, o que envolveria reforço ao quadro atual de duzentos trabalhadores, de acordo com Rodrigo Teixeira, vice-presidente da Comexport.

A MG Motor planeja também adicionar mais modelos nos anos seguintes, incluindo versões com a tecnologia flex.

A Comexport não pretende parar por aí. Teixeira admitiu estar negociando com outras marcas para montar veículos no complexo, mas em outro balcão: o de Spark e Captiva são exclusivos da GM. E

a operação da MG Motor também ocorre em outro prédio do complexo.

MG4 URBAN

O primeiro modelo da MG Motor já chegou ao mercado brasileiro, ainda importado, e antes mesmo de saber o preço do MG4 Urban quase 2,5 mil pessoas fizeram uma reserva em 24 horas de pré-venda. Esta é uma demonstração do potencial do mercado nacional, com o cliente desejando este tipo de produto.

Além da tecnologia eletrificada e de infoentretenimento, o preço é outro fator bastante atraente dos veículos importados da China. Desde meados de julho as reservas poderiam se tornar compra efetiva escolhendo uma das três versões disponíveis a partir de R\$ 130 mil.

A tendência é que o hatch compacto elétrico, que chega ao mercado para concorrer com BYD Dolphin, GWM Ora 03, Geely EX2 e GAC Aion UT, tenha seu primeiro lote de importação esgotado rapidamente. Os preços, de acordo com Fábio Klemenc, diretor de vendas da MG Motor, são válidos somente para julho.

Com a chegada do modelo, que espera gerar alto volume, a expectativa é de aumento da rede de concessionárias: os 28 pontos de vendas cresceram para quarenta e deverão chegar a setenta até o fim do ano, cobrindo 85% do território nacional. Em 2027 a expectativa é ter 120 concessionárias, com 92% de cobertura.

O MG4 Urban é grande: tem 4m39 de comprimento, 2m75 entre-eixos, 1m84 de largura e 1m55 de altura. É maior do que o Volkswagen T-Cross, por exemplo. Seu porta-malas tem 577 litros, contando os 98 litros extras no assoalho.

A versão de entrada, Comfort, tem motor elétrico traseiro de 150 cv e 25,5 kgfm de torque. A bateria de 43 kWh garante 299 quilômetros de autonomia, de acordo com o Inmetro. Suas rodas de liga leve têm 16 polegadas.

A SAIC Motor, dona da MG Motor, tem mais de 70 anos e está presente em mais de cem países. São 23 fábricas no mundo, das quais cinco fora da China. ■

CELEBRANDO 50 ANOS DA FIAT NO BRASIL — E O QUE AINDA ESTÁ POR VIR



A Marelli celebra o 50º aniversário da FIAT no Brasil — uma trajetória marcada pela expertise local, inovação e o compromisso com a mobilidade que impulsiona o país. E nós, da Marelli, temos orgulho de fazer essa história acontecer.

IN BRAZIL. FOR BRAZIL.

Volkswagen premia fornecedores com baile na Ilha Fiscal



Fotos: Divulgação/VW

Investimento em compras deverá crescer cerca de 7% em 2026, somando R\$ 35 bilhões

Por André Barros, do Rio de Janeiro, RJ

Em um sábado de novembro de 1889 o Rio de Janeiro parou. Salões de cabeleireiro lotaram, alfaiates corriam para finalizar as encomendas e as roupas finas da então Capital do Império esgotaram nas lojas. Tudo girava em torno do baile promovido pela família real, oficialmente em homenagem aos oficiais do navio chileno Almirante Chocrane – mas na verdade celebrava as bodas de prata da princesa Isabel com o Conde d'Eu.

Mais de 5 mil convites foram distribuídos e a Ilha Fiscal, localizada próximo ao centro do Rio de Janeiro, ficou lotada. Foram servidos 800 quilos de camarão, 300 frangos, 500 perus, 64 faisões, 1,2 mil latas de aspargos, 20 mil sanduíches, 14 mil sorvetes, 2,9 mil pratos de doces, 10 mil litros de cerveja e 304 caixas de vinhos, champagne e outras bebidas.

A festa tinha a intenção de ressaltar a força e o prestígio da monarquia, que vinha

sendo questionada. Pois ficou conhecido como o Último Baile do Império: dias depois um golpe político-militar depôs Pedro II instituiu a República.

O BAILE DA VOLKSWAGEN

No início de junho passado a Ilha Fiscal serviu de cenário para evento bem mais contemporâneo, de um Brasil industrial que ninguém ainda imaginava há 137 anos. O imponente castelo na Baía da Guanabara que abrigou a alfândega brasileira no século 19, quando o País importava a maior parte dos bens industrializados que consumia, foi o palco escolhido para a premiação de parte significativa da indústria de transformação brasileira, representada pelos fornecedores de componentes e serviços da Volkswagen América do Sul. Conhecida como The One, o evento reuniu pelo quarto ano consecutivo os principais parceiros da montadora para conversar sobre futuro e entregar troféus àqueles que mais se destacaram no último ano.

"Foi aqui que o Império caiu", afirmou Alexander Seitz, chairman da Volkswagen América do Sul, em conversa com AutoData antes da cerimônia. "Não vamos repetir essa história: organizamos a reunião com os fornecedores para lembrar o sucesso, fazer um baile bonito e lembrar que no dia seguinte a vida segue. Continuaremos a trabalhar com foco na competitividade, para o império não cair."

Segundo Seitz a companhia investirá em torno de R\$ 35 bilhões em compras dos fornecedores em 2026, cifra 7% acima da desembolsada no ano passado. Ele disse que os fornecedores e a Volkswagen estão mais eficientes, o que é importante no atual cenário da companhia, que cresce em vendas na casa dos dois dígitos no Brasil, maior mercado da região.

"Tivemos no ano passado um pouco mais de investimento. Estamos na fase final de dois projetos, as picapes Tukan no Brasil e a sucessora da Amarok na Argentina, e nesta etapa os gastos diminuem."

Durante o jantar, e antes do show de Sandra de Sá, a Volkswagen entregou troféus a treze empresas.

Prêmio Volkswagen The One 2026



Segurança no fornecimento

Versigent

Desenvolvimento técnico e inovação

Instituto Eldorado

Social e diversidade

CooperStandard

Qualidade

Bosch

Pós-venda

Borkar

Parceria – Serviços e Investimentos

Accenture

Parceria – Argentina

OPMobility

Parceria – Químico Interno

ZF Lifetec

Parceria – Químico Externo

Motherson

Parceria – Metálico

Lizhong

Parceria – Powertrain

Eldor

Parceria – Elétrico

Fujikura

Parceria – Conectividade

Ecarx

Aos 50 anos, Moto Honda premia fornecedores

Foram reconhecidas empresas com melhor desempenho em qualidade, inovação, competitividade e sustentabilidade

Redação AutoData

Dez fornecedores que são parceiros desde os primeiros anos da operação da Moto Honda no Polo Industrial de Manaus, AM, foram homenageados pela fabricante de motocicletas no Encontro de Fornecedores 2026. Na ocasião, outras 36 empresas que integram a cadeia de suprimentos receberam troféus pelo desempenho destacado em qualidade, inovação, competitividade e sustentabilidade.

A iniciativa ocorreu em um ano simbólico para a Honda, que neste 2026 celebra cinco décadas de produção de motocicletas no País. As homenagens foram concedidas a Axalta Coating, Cosan Lubrificantes, Nachi, New Oldany, 3M, Construtora Hoss, Braspar, Niterra, Pirelli e Viação Caravelas.

A Moto Honda também classificou as empresas com os melhores desempenhos nas categorias Diamante, Ouro e Prata com base em indicadores de qualidade, atendimento, preservação ambiental, inovação, proatividade e competitividade.

Também foram concedidos prêmios de Excelência em Qualidade e Entrega para fornecedores das áreas de Ferramentaria e Customer First.

Prêmio Moto Honda 2026

Diamante

Astemo Manaus Powertrain Systems | Galutti Automotive Indústria Metalúrgica | Metalfino da Amazônia | Sawem Industrial

Ouro

Acument Brasil Sistemas de Fixação | Associated Spring do Brasil | Borrachas Vipal Nordeste | Bosal do Brasil | Cosan Lubrificantes | Minebea Accesolutions do Brasil | Usiminas | Yazaki do Brasil

Prata

Astemo Manaus Brake Systems | Daido Indústria de Correntes da Amazônia | G-KT do Brasil | Indústria Mecânica Braspar | Jotaeme Fitafer Indústria Metalúrgica | Leakless do Brasil | MTR Topura Fastener do Brasil Indústria e Comércio | NAL do Brasil Indústria e Comércio de Componentes de Iluminação | Nippon Carbide Indústria do Brasil | PAM Indústria de Plásticos Injetados | Pirelli Pneus | Sociedade Michelin de Participações Indústria e Comércio | Sodecia Automotive Manaus | Stanley-Angstrom Electric da Amazônia | Treatti Industrial | Tutiplast Indústria e Comércio

Excelência em Qualidade e Entrega – Ferramentaria

Estampo Tec Indústria e Comércio | Hidefran Ferramentaria | Moldtool Ferramentaria | Usicom Ferramentaria e Indústria de Peças

Excelência em Qualidade e Entrega – Customer First

Amemiya Indústria Mecânica | Enerbrax Acumuladores | Iconic Lubrificantes | Leakless do Brasil



Na Continental Parafusos, celebramos cada conquista dessa trajetória que inspira e transforma o setor automotivo brasileiro.

Com orgulho, seguimos juntos, firmes na parceria e impulsionados pela mesma paixão que move o futuro da mobilidade.

Parabéns, FIAT!
50 anos movidos pela paixão.

Imagem ilustrativa gerada por inteligência artificial.



Continental Parafusos S.A. / Headquarters in Brazil
Rua Caramuru, 526 Diadema - São Paulo - Brazil 09911-510
T. +55 (11) 4043-4144
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
youhui@youhui.com.tw



Honda premia 17 fornecedores no Brasil

Divisão de automóveis reconhece os melhores desempenhos no fornecimento às fábricas de Itirapina e Sumaré

Redação AutoData

No fim de junho, em sua 28ª edição do Encontro de Fornecedores, desta vez sob a ideia "Iniciativa e Inovação: uma Aliança para o Futuro", a Honda Automóveis reuniu parceiros estratégicos para alinhar diretrizes e reconhecer aqueles que mais se destacaram ao longo do último ano.

Ao todo foram premiadas dezesseite empresas que integram a cadeia de fornecedores das fábricas de Itirapina e Sumaré, SP. O reconhecimento refere-se ao desempenho em 2025, em nove categorias principais com avaliações sobre qualidade, entrega, competitividade nos custos de produtos e serviços, redução de emissões de CO₂, melhoria na eficiência dos processos produtivos, desenvolvimento de ferramentais, atendimento ao cliente de pós-venda, além de compromisso com práticas éticas nos âmbitos social e ambiental.

"Nossos fornecedores são parte fundamental da estratégia da Honda Automóveis no Brasil", afirmou Luís Eduardo Onofri, diretor de compras da Honda Automóveis. "Este encontro reforça o alinhamento em torno de prioridades como qualidade, competitividade e sustentabilidade, ao mesmo tempo em que reconhece parceiros que se destacam e evoluem continuamente conosco." ■

Prêmio Honda Automóveis 2026

• Excelência em qualidade e entrega

Chassis	Dunlop Sumitomo Rubber
Powertrain	Mahle Metal Leve
Elétricos	Autoliv
Exterior	Pilkington
Body	Elring Klinger
Interior	Treves
Matéria-Prima	Mitsui Prime Advanced Composites

• Excelência no programa de redução de emissões de CO₂

Maxion Wheels

• Excelência no programa Honda Way

HBA Hutchinson

• Excelência no programa de eficiência no processo produtivo

Scórpios

• Excelência no atendimento customer first

Inativos	Denso
Exclusivo Reposição	HBA Hutchinson
Pró-Honda	Iconic

• Excelência em serviços e produtos indiretos

LSL Transportes

• Excelência no desenvolvimento de ferramentais

Union

• Excelência em desenvolvimento

G-KT

• Excelência em compromisso e parceria com a Honda

Latasa



Grandes histórias contam com grandes parcerias

Parabéns à Fiat pelos 50 anos de trajetória no Brasil.

Para a PPG, é um orgulho fazer parte dessa jornada, desenvolvendo tecnologias em revestimentos que contribuem para a qualidade, a durabilidade e a beleza de milhões de veículos que marcaram gerações.

Para onde vão os investimentos

Ao todo 14 fabricantes de veículos leves anunciaram aportes de R\$ 119,9 bilhões para o período de 2022 a 2032 em programas ativos

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.

BYD



R\$ **5,5** bilhões
2024-2030

Compra das instalações da Ford em Camaçari, BA, e construção de novos prédios; montagem 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.

CAOA



R\$ **5** bilhões
2026-2028

Recursos para processos industriais e duplicar a capacidade da fábrica de Anápolis, GO, para para 160 mil veículos/ano, de modelos Chery e Changan.

GAC



R\$ **6** bilhões
2026-2030

Plano US\$ 1,3 bilhão anunciado em 2025 inclui instalação na planta da HPE em Catalão, GO, para montagem de 50 mil unidades/ano. Também envolve centro de engenharia, pesquisa e desenvolvimento local em São Paulo.

GM + COMEXPORT



R\$ **10,9** bilhões
2024-2028

Ciclo de R\$ 7 bilhões elevado em R\$ 3,5 bilhões em junho de 2026. Inclui novos veículos, modernização de fábricas e desenvolvimento de híbridos. R\$ 1,2 bilhão foram destinados a Gravataí, RS, com renovação da linha Onix e produção do SUV Sonic; R\$ 5,5 bilhões para São Caetano do Sul e São José dos Campos, SP, com produção de dois híbridos flex; R\$ 300 milhões para a fábrica de motores de Joinville, SC. Comexport investiu R\$ 400 milhões para montar elétricos Chevrolet Spark e Captiva, importados 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 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

Renovação de produtos; expansão da capacidade em Piracicaba, SP, para 215 mil veículos/ano; produção do novo SUV compacto i20.

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.

MG MOTOR (SAIC) + COMEXPORT



RS **400** milhões
2026-2027

RS 60 milhões da Comexport na Pace, Planta Automotiva do Ceará, em Horizonte, para montagem SKD do hatch elétrico MG4 Urban e outros modelos. RS 340 milhões para projetos de desenvolvimento tecnológico conjunto, sistemas híbridos flex.

RENAULT GEELY



RS **3,8** bilhões
2026-2028

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 RS 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. RS 14 bilhões para Betim, MG, para desenvolvimento de novos produtos e tecnologias, com lançamento do novo Fiat Argo com versão híbrida em 2026. RS 3 bilhões para Porto Real, RJ, onde será produzido ao lado dos Citroën o Jeep Avenger, com versão híbrida. RS 2 bilhões para Córdoba, Argentina, para produção das picape médias Fiat Titano e Ram Dakota.

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 híbridos flex no País, sendo os primeiros 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 RS 3 bilhões para nova picape média-compacta Tukan e sedã Virtus. Três fábricas paulistas vão receber RS 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



R\$ **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



R\$ **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

R\$ **???** 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



R\$ **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

V O L V O

R\$ **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

R\$ **2** bilhões
2021-2025

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



**RECEBA
ATUALIZAÇÕES
EM TEMPO REAL,
ONDE QUER
QUE ESTEJA.**



Para ter acesso a
todo este conteúdo
escaneie o QRcode
ou **CLIQUE AQUI**
para participar do
Canal de Notícias
AutoData

AUTODATA

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

GM amplia em R\$ 3,5 bilhões investimento no Brasil

A General Motors adicionou R\$ 3,5 bilhões ao seu plano de investimentos de R\$ 7 bilhões no Brasil, anunciado em 2024 para o período 2025-2028. O total, portanto, agora é de R\$ 10,5 bilhões. O anúncio foi feito em 24 de junho pelo presidente da GM América do Sul, Thomas Owsianski, ao vice-presidente da República, Geraldo Alckmin. Segundo a empresa informou em lacônico comunicado o valor será destinado a novas tecnologias, incluindo o desenvolvimento de sistemas híbridos, modernização das fábricas e expansão das capacidades de engenharia e manufatura.

Chinesa BAIC confirma entrada no mercado brasileiro

Mais uma chinesa está desembarcando no mercado brasileiro: a BAIC começa a estruturar sua operação local e contratou Oswaldo Ramos, que tem passagens por GWM, Peugeot e Ford, para ser o COO e liderar os primeiros passos da fabricante no País. Ramos será o responsável por implementar e conduzir a empresa localmente. Segundo ele o projeto ainda está em fase inicial e será estruturado do zero, incluindo equipe, escolha de produtos, marketing, pós-vendas e concessionárias, com planejamento de adaptação de veículos e contratação de profissionais brasileiros.

GWM assina acordo para construir fábrica em Aracruz que deve produzir o Ora 5



Divulgação/GWM

O governo do Estado do Espírito Santo e a GWM assinaram, em 30 de junho, acordo que oficializa a construção da segunda fábrica da montadora chinesa no Brasil. Segundo o governador Ricardo Ferraço a unidade entrará em operação até o fim de 2029 em Aracruz, distante pouco mais de 80 quilômetros da Capital, Vitória. A construção da nova planta integra o plano de investimento da empresa no País, de R\$ 10 bilhões no período 2022-2032, que envolveu também a instalação da linha de produção de Iracemápolis, SP. Na nova unidade serão produzidos modelos elétricos, híbridos e a combustão, dentre eles o recém-lançado SUV elétrico Ora 5. O plano é, também exportar os modelos montados no Estado para outros mercados da região, como Argentina, Chile, Colômbia, México e Uruguai.

Sany instala linha de montagem em Campinas

As instalações da Mercedes-Benz em Campinas, SP, que de 1979 a 2024 abrigaram uma linha de produção de ônibus e, depois, o centro de distribuição de peças, foram alugadas pela chinesa Sany para montagem de caminhões elétricos, importados em kits CKD. O investimento ainda não foi divulgado e a ideia é que a operação comece ainda este ano, até novembro, com a contratação de duzentos a trezentos funcionários em um primeiro momento. A empresa também avalia montar caminhões a diesel no local. A Sany já importa ao Brasil máquinas pesadas há quase duas décadas e desde fevereiro passado vendeu 25 caminhões extrapesados no Brasil, para aplicações nos setores sucroalcooleiro, de mineração, transporte de porto e agronegócio.



Divulgação/Sany

Jeep Avenger começa a ser produzido em Porto Real

No início de julho a Stellantis iniciou a produção em série do Jeep Avenger em Porto Real, RJ, onde também são produzidos os Citroën C3, Aircross e Basalt. A unidade, inaugurada em 2001 pelo Grupo PSA para fabricação de modelos Peugeot e Citroën, foi incorporada após a fusão com a FCA, em 2021, pela Stellantis, que destina R\$ 3 bilhões para modernização da planta até 2030. Oitocentos trabalhadores foram contratados para a abertura do segundo turno e o parque de fornecedores foi ampliado com oito novas empresas, que geraram mais 450 postos de trabalho na região. O Avenger é o primeiro modelo com a tecnologia Bio-Hybrid a sair das linhas de montagem de Porto Real. Todas as versões do modelo chegarão equipadas com o motor turbodiesel T200 associado ao sistema híbrido leve MHEV de 12V.



Divulgação/Jeep

Novo recorde de produção da Fiat Strada em Betim

A Stellantis alcançou um novo recorde de produção da picape Fiat Strada no Polo Automotivo de Betim, MG. Em junho foram montadas 19 mil 261 unidades, maior volume mensal registrado desde o seu lançamento, em 1998. Com isto foi superada a marca de 18 mil 287 unidades, alcançada em setembro de 2025. Além do desempenho nas linhas de montagem a Strada segue em destaque no mercado brasileiro, liderando as vendas de veículos leves há cinco anos consecutivos. Em 2025 também foi o veículo mais vendido da América do Sul, com 156 mil 786 unidades emplacadas. Este ano o modelo já ultrapassa 83 mil licenciamentos no Brasil.

GM celebra 5 milhões produzidos em Gravataí

Em 22 de julho a General Motors contabilizou a produção de 5 milhões de carros em 26 anos de operação em Gravataí, RS. A fábrica é a mais produtiva da GM no País e lá são produzidos os modelos Chevrolet mais vendidos no mercado brasileiro: Onix hatch e sedã e, mais recentemente, o Sonic, que elevou a cadência para 1 mil veículos/dia em dois turnos; são 65 unidades por hora. Das 140 mil unidades comercializadas pela companhia no Brasil este ano, quase metade foi produzida no Rio Grande do Sul.



Divulgação/GM

BYD soma 100 mil carros montados na Bahia



Divulgação/BYD

Em nove meses de operação na fábrica de Camaçari, BA, a BYD somou 100 mil carros montados a partir de kits SKD importados da China, dos modelos Dolphin Mini, Song Pro e King. Atualmente a unidade opera com 5,7 mil trabalhadores e mais 1,5 mil deverão ser contratados até o fim do ano para abrir o terceiro turno e iniciar a produção completa dos veículos. Estão sendo finalizadas as áreas de estamparia, solda e pintura ao lado da montagem final, em prédios construídos do zero. As edificações deixadas pela Ford serão reaproveitadas para produção de componentes. As obras fazem parte do programa de investimento de R\$ 5,5 bilhões que a montadora chinesa declara realizar na Bahia.

Marcopolo registra patente verde com reutilização de resíduos industriais

A Marcopolo garantiu o registro de sua primeira patente verde com um novo material sustentável desenvolvido para vedação das carrocerias de ônibus que fabrica. A Massa Hefesto, como é chamada, é produzida a partir do reaproveitamento de resíduos industriais e da incorporação de sílica proveniente da casca de arroz, matéria-prima renovável. O desenvolvimento, executado em 2024 e 2025, contou com a parceria do ISI Polímeros, Instituto Senai de Inovação em Polímeros, e a Ciaflex. O projeto também teve apoio da Embrapii, Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial. Segundo a Marcopolo estudos realizados durante o desenvolvimento apontaram redução superior a 50% nas emissões de gases de efeito estufa associadas ao material, que passaram de cerca de 1,7 tonelada para aproximadamente 831 quilos de CO2 equivalente. A solução também reduziu em mais da metade o consumo de recursos fósseis usados

na sua composição. Além disso aproximadamente 2 toneladas de resíduos por ano podem deixar de ser endereçadas a aterros industriais. Apenas em uma das linhas produtivas avaliadas a novidade demonstra potencial para eliminar cerca de R\$ 27 mil anuais em custos associados ao descarte destes materiais.



Divulgação/Marcopolo

GAC é habilitada ao Mover

Em portaria do MDIC publicada em 20 de julho, a chinesa GAC foi habilitada ao Mover, Programa Mobilidade Verde e Inovação, e poderá acessar incentivos a iniciativas de pesquisa e desenvolvimento no País, conforme garante a política industrial para o setor automotivo adotada em 2024. O projeto enviado pela fabricante chinesa envolve investimento de US\$ 1,3 bilhão, que inclui a produção local de veículos, a partir de 2027, na fábrica da HPE em Catalão, GO. Também contempla a instalação de um centro de engenharia para criar e adaptar tecnologias para os produtos vendidos no Brasil, incluindo o desenvolvimento de carros elétricos REEV, dotados de motores flex que funcionam como geradores de eletricidade embarcados.



Divulgação/GAC

Stellantis confirma nome do novo Fiat de Betim: Argo X.

A Stellantis confirmou: Argo X é o nome do novo modelo Fiat que começará a ser produzido em Betim, MG, ainda em 2026, no ano em que o polo industrial completa 50 anos de atividades. O carro será o primeiro produto totalmente novo da Fiat desenvolvido a partir do ciclo de investimentos de R\$ 30 bilhões anunciado pelo grupo para o Brasil até 2030, dos quais R\$ 14 bilhões estão sendo destinados ao complexo mineiro. O Argo X tem características de SUV e é baseado na plataforma do Grande Panda europeu. Aqui o veículo conviverá com o hatch Argo atual e deverá assumir papel estratégico na renovação da linha de automóveis da Fiat.



Divulgação/Fiat

Governo aumenta para 32% etanol na gasolina

A partir de julho a mistura de etanol permitida na gasolina passou de 30% para 32% por 180 dias, prorrogáveis por mais 180, segundo aprovou o CPNE, Conselho Nacional de Política Energética. Em paralelo seguem os estudos para verificar os efeitos de mistura ainda maior, de 35%. A indústria era contrária à medida. Anfavea, Abeifa e Sindipeças enviaram correspondência ao Ministério de Minas e Energia pedindo cautela pois, apesar de os testes colocarem 32% como teto, este percentual figurava dentro de uma margem de erro. O

aumento do índice de mistura poderá causar problemas ainda não conhecidos em carros equipados com motor a gasolina, o que levou o Ministério Público a solicitar liminar para suspender a decisão. O objetivo de aumentar o uso de etanol é reduzir a dependência de combustíveis fósseis importados diante da forte instabilidade do mercado de petróleo motivada pelos ataques dos Estados Unidos e de Israel contra o Irã. Segundo o ministro o MME a nova mistura torna o Brasil autossuficiente no fornecimento de gasolina.

São Paulo quer duplicar produção de biometano até 2027

O governo de São Paulo pretende, até o fim de 2027, quase que duplicar a capacidade instalada de produção de biometano no Estado, de cerca de 700 mil para 1,3 milhão de metros cúbicos por dia, para abastecimento de veículos pesados, um crescimento de 85%, o que deverá incentivar a produção e venda de caminhões a gás e favorecer a redução de emissões da frota. Atualmente São Paulo já lidera a produção nacional de biometano, existem 48 plantas em processo de

aprovação e, se o cronograma se confirmar, terá sozinho capacidade próxima da existente em todo o País. Em 2024 e 2025 o número de emplacamentos de caminhões a gás praticamente triplicou no Estado e veículos de coleta de lixo abastecidos com biometano já circulam em municípios paulistas. Somente para a Capital a Scania já entregou mais de duzentos veículos a gás para coleta de resíduos e, em julho, a VWCO fechou a venda de 56 Constellation 26.280 para a Loga.



Divulgação/Scania



Divulgação/VWCO

Stellantis cria centro global de cibersegurança em Betim

A Stellantis ampliou sua estrutura tecnológica no Brasil com a criação de um centro especializado em segurança cibernética no Polo Automotivo de Betim, MG. A unidade terá atuação global e será responsável pelo desenvolvimento e pela operação de soluções de proteção digital para sistemas corporativos, fábricas, plataformas conectadas e tecnologias embarcadas utilizadas pela empresa em mais de 130 países.

O centro faz parte do plano da companhia para reforçar sua atuação em desenvolvimento de softwares, inteligência artificial e serviços digitais. Estas áreas, por sua vez, ganham cada vez mais importância no desenvolvimento de veículos conectados. Com isto a empresa pretende ampliar a proteção de dados e das plataformas que sustentam a interação com clientes, veículos, aplicativos e outros serviços digitais.



Divulgação/Toyota

FUNDAÇÃO TOYOTA: PAULO NOBORU YOSHIMURA

A Fundação Toyota do Brasil anunciou mudança em sua presidência com a saída de Roberto Braun, que deixa a diretoria da companhia. Será sucedido por Paulo Noboru Yoshimura, que acumulará a posição com a de diretor regional de recursos humanos, administração e jurídico da Toyota para a América Latina e Caribe. Yoshimura está na Toyota do Brasil desde 1997 e ocupou diferentes posições de liderança. O executivo é engenheiro mecânico formado pelo Instituto Mauá de Tecnologia e mestre em engenharia mecânica pela University of the Ryukyus, no Japão.



Divulgação/Volvo CE

VOLVO CE: LEANDRO BUENO

Leandro Bueno é o novo chefe de contas estratégicas e serviços de ativos da Volvo CE, divisão de máquinas de construção da fabricante. Baseado em Curitiba, PR, Bueno se reportará diretamente a Luiz Marcelo Daniel, presidente da Volvo CE América Latina, e fará parte da diretoria executiva da organização. Com quase vinte anos de experiência nos mercados de construção civil e mineração o executivo ocupou cargos de liderança envolvendo planejamento de produto, estratégia e marketing na Caterpillar e na Komatsu. Também trabalhou na IBM. Graduado em ciências econômicas pela PUC Campinas Bueno tem, também, especialização em gerenciamento de produção pela UFSCar e MBA em gerenciamento de negócios pela FGV.



Divulgação/Bright Consulting

BRIGHT: MARCELO MARTIN

A Bright Consulting anunciou reforço em sua equipe: Marcelo Martin será responsável pela área de novos negócios, com foco no setor de autopeças, e se reportará a Fernando Pfeiffer. A ideia é que ele contribua com sua especialidade nas áreas de operações industriais, cadeia de suprimentos e gerenciamento de projetos. Com mais de quatro décadas de experiência na indústria automotiva, Martin fez carreira na Volkswagen, onde trabalhou por 39 anos e, mais recentemente, ocupou o posto de gerente corporativo de logística no Grupo Delga. Também participou de projetos internacionais na Alemanha, Tchêquia e Argentina, trabalhando em iniciativas de engenharia simultânea, benchmarking de processos, implantação industrial e integração de operações para diferentes fábricas da América do Sul. Graduado em engenharia industrial mecânica, Martin tem especializações em administração de produção, administração de negócios e MBA executivo em gestão de pessoas, além de certificação PMP, Project Management Professional.



Divulgação/Wega

WEGA: MÁRIO BRESCANCINI

A Wega contratou Mário Brescancini para ser o novo responsável pelas vendas da empresa de autopeças no Brasil. A chegada do executivo reflete período de mudanças marcado pela recente aquisição da Autoimpact, com o objetivo de fortalecer presença no segmento de palhetas automotivas no País e a consequente consolidação de portfólio. Com mais de três décadas de trajetória no aftermarket Brescancini trabalhou por 28 anos na Dyna, onde ocupava, anteriormente, a posição de diretor comercial. Graduado em comunicação social e marketing pela ESPM e pós-graduado em administração pela FGV o executivo cursou também MBA de gestão competitiva de negócios na FEA/USP.



Divulgação/VW

VOLKSWAGEN: JUAN FELIPE BEDOYA

O colombiano Juan Felipe Bedoya é o novo diretor executivo da Volkswagen para a América Latina. O executivo sucedeu, em 1º de julho, a Fernando Badia, expatriado para ser diretor executivo de vendas para a Europa, mercados internacionais e frotas da Volkswagen Veículos Comerciais, em Hannover, Alemanha. Desde 2012 Bedoya trabalhava como gerente geral da Porsche Colômbia, responsável pela importação oficial das marcas do Grupo Volkswagen no país. Economista graduado pela Universidad de los Andes, na Colômbia, Bedoya complementou sua formação executiva com programas de excelência em mobilidade e liderança na Universidade de Viena, na Áustria, e na London Business School, no Reino Unido.



Divulgação/VWFS

VWFS: RAFAEL TEIXEIRA

Rafael Teixeira será o novo presidente da Volkswagen Financial Services no Brasil e na América do Sul a partir de 1º de setembro. O executivo sucederá a Rodrigo Capuruço, que deixará o comando do braço de serviços financeiros da montadora após sete anos e meio no cargo. Teixeira tem trajetória de quase três décadas no Grupo Volkswagen, onde iniciou carreira em 1997, como estagiário na divisão de caminhões e ônibus. Desde então passou por operações no México, Alemanha e Estados Unidos, tanto no segmento de veículos comerciais quanto na área financeira. De 2011 a 2019 foi diretor geral e CFO da VWFS no Brasil. Em seguida assumiu a presidência da operação mexicana da empresa. Posteriormente passou a responder pela diretoria financeira da América. Mais recentemente ocupava o cargo de CFO e membro do conselho da Volkswagen para a América do Sul.



Divulgação/BMW Motorrad

BMW MOTORRAD: JEFFERSON DIAS

A BMW Motorrad América Latina anunciou mudança em sua liderança financeira. A partir de 1º de outubro Jefferson Dias assumirá o cargo de diretor financeiro, CFO, da operação regional, baseado nos escritórios da empresa em São Paulo. Ele sucederá a Ana Ojeda, que retornará à Cidade do México após sete anos no Brasil. Dias volta ao País depois de quatro anos na Alemanha, onde mais recentemente era diretor de qualidade da divisão de motocicletas do grupo e também esteve à frente da área de produção da fábrica da BMW Motorrad em Berlim. Com 26 anos de experiência na indústria automotiva, sendo duas décadas no segmento de motocicletas, o executivo acumula catorze anos de carreira na BMW Motorrad. Antes da transferência para a Alemanha liderou a fábrica de Manaus de 2019 a 2023. Antes de ingressar na companhia trabalhou na Dafra Motos, na JAC Motors, no Grupo Yamaha Brasil e na AGCO.



Divulgação/AGCO

AGCO: DANIELA DIAS TEIXEIRA

Daniela Dias Teixeira é a nova diretora de assuntos governamentais da AGCO na América Latina. Com 25 anos de experiência na área de relações com governos e comunicação, ela já ocupou posições semelhantes na Mondeléz, no Airbnb, na Bridgestone, na Goodyear, na Apple, na IBM e na Toyota. Também trabalhou para associações de classe como a Abimaq. Graduada em relações internacionais, Daniela Teixeira é mestre em gestão de políticas públicas e tem especializações em comércio internacional, negociações econômicas internacionais e relações governamentais.

**“As empresas vão continuar vendendo, independentemente de onde venham os carros.
A minha luta é para que eles venham do Brasil.”**

Igor Calvet, presidente executivo da Anfavea, ao divulgar os resultados dos fabricantes de veículos no primeiro semestre de 2026, apontando que as vendas no mercado doméstico cresceram 18,5% no período, mais do que o dobro da produção nacional, que avançou 8,8% sobre os primeiros seis meses de 2025.

“Ficamos satisfeitos com o vigor do mercado nacional e com essa alta na produção, que vem se refletindo em ligeira elevação do nível de empregos. Mas lamentamos muito que parte dessa recuperação venha sendo capturada por importações incentivadas por alíquotas abaixo da média mundial ou pela produção de eletrificados em SKD isenta de Imposto de Importação.”

Novamente Igor Calvet, da Anfavea, em comentário sobre o desempenho da produção nacional de veículos, que registrou crescimento abaixo do avanço das vendas domésticas.

“Precisamos ser realistas: vamos continuar a queimar combustíveis fósseis, a economia mundial depende disto. Então vamos utilizar as alternativas que temos e capturar CO2. Existem tecnologias que podem ser escaladas muito rapidamente para isto. Os carros elétricos continuam usando eletricidade fóssil. Se temos combustíveis renováveis com escala agora temos de usá-los.”

Omar Yaghi, ganhador do Prêmio Nobel de Química em 2025, em entrevista à Folha de S.Paulo, sugerindo que o mundo precisa adotar soluções rápidas e realistas para impedir o avanço acelerado do aquecimento global.

“Por que as tecnologias que temos [para mitigar emissões de CO2] não são adotadas rapidamente? Uma das razões são os pessimistas. Eles são os quebra-molas da sociedade e desaceleram o progresso. É preciso tirá-los da sala, demiti-los das instituições.”

Do mesmo Omar Yaghi na mesma entrevista, em resposta aos críticos da adoção de soluções de captura de carbono ou compensação de CO2, alegando que incentivariam o uso de combustíveis e as emissões.

1,42 milhão

Volume de veículos leves e pesados vendidos no País no primeiro semestre deste ano, que registrou crescimento de 18,5% sobre o mesmo período de 2025, segundo dados divulgados pela Anfavea no início de julho.

22,8%

Crescimento das vendas de veículos importados no primeiro semestre em relação a 2025, somando 280,6 mil unidades, puxadas por importações da China, enquanto o avanço dos modelos nacionais foi de 17,5%.

1,37 milhão

Volume de automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus produzidos no Brasil de janeiro a junho, em avanço de 8,8% sobre o mesmo período do ano passado, de acordo com dados da Anfavea divulgados em 7 de julho.

3 milhões

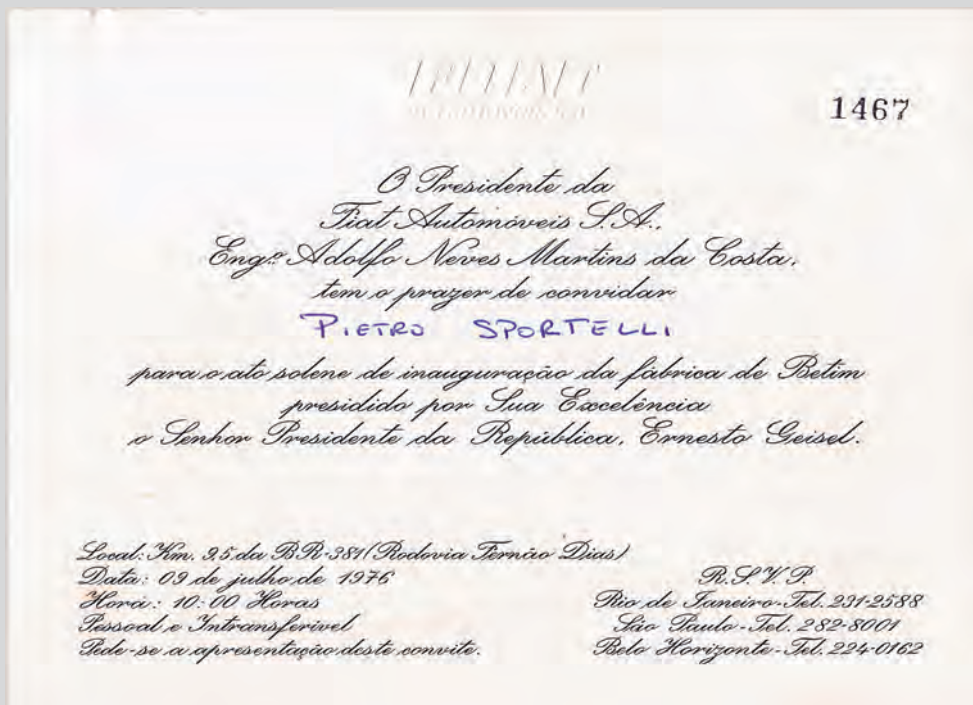
Nova projeção para vendas de veículos leves e pesados no mercado brasileiro em 2026, maior volume em doze anos, segundo a Anfavea, que revisou para cima sua estimativa de crescimento para este ano de 2,7% para 12,1%.



AETHRA
AUTOMOTIVE SYSTEMS



UMA PARCERIA DE CINCO DÉCADAS



Convite original para a inauguração da fábrica da Fiat em Betim (MG)

A Aethra parabeniza a Fiat pelos seus 50 anos de história no Brasil, uma trajetória marcada por inovação, pioneirismo e contribuição essencial para o desenvolvimento da indústria automotiva nacional. Temos orgulho de fazer parte dessa jornada, construída com parceria, qualidade, confiança e visão de futuro. Que este marco celebre não apenas as conquistas alcançadas, mas também inspire novos caminhos de sucesso, tecnologia e crescimento para os próximos anos.

Auguri, Fiat!

Onde a **indústria**
evolui, fazemos

história!

Há cinco décadas, a Interni faz parte da história da Stellantis no Brasil.

Desde 1976, desenvolvemos soluções avançadas de engenharia para interiores automotivos, apresentamos nos veículos mais emblemáticos do país. Em cada projeto, combinamos tecnologia, inovação, qualidade e excelência para criar soluções que acompanham a evolução da mobilidade e contribuem para a experiência de milhões de pessoas.

Celebramos os 50 anos da Stellantis no Brasil é também celebrar uma parceria construída sobre confiança, desenvolvimento conjunto e o compromisso permanente com a evolução da indústria automotiva brasileira.



UMA TRAJETÓRIA QUE ACOMPANHA A EVOLUÇÃO DO BRASIL.



1976

Fiat 147.
O primeiro carro
produzido no
Brasil.

1984

Fiat Uno.
Inovação, economia
e sucesso absoluto.

1996

Fiat Palio.
Moderno e versátil,
conquistou o Brasil.

1998

Fiat Strada.
Força e trabalho que
movem o país.

HOJE

Toda a linha Stellantis,
Inovação, Tecnologia e
Design que aceram o
futuro.

SOLUÇÕES QUE TRANSFORMAM INTERIORES



Carpets & Mats



Insulators



Bolster & Armrests



Parcel Shelf



Package Tray



Load Floor



SUSTENTABILIDADE

Materiais responsáveis e
processos eficientes.



QUALIDADE

Excelência em
cada detalhe.



INOVAÇÃO

Soluções inteligentes
para o futuro.



PARCERIA

Relacionamentos sólidos
que geram resultados.

Interni Sistemas Automotivos



Tecnologia que
transforma interiores.



Parcerias que
atravessam gerações.



Inovação que move.
Sustentabilidade
que transforma.

Soluções avançadas de engenharia para interiores de veículos

