

AUTODATA



From the Top
Herlander Zola,
Stellantis

AVENGER

Porta de entrada da Jeep abre novo território para crescer no Brasil



Prêmio
AUTODATA
2026
Melhores
do setor
automotivo

OS FINALISTAS

VOLKSWAGEN CAMINHÕES E ÔNIBUS APRESENTA:

A melhor família Volksbus de todos os tempos.



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

 Volkswagen Caminhões e Ônibus

 @vwcaminhoes

 Volkswagen Caminhões e Ônibus

Do urbano ao rodoviário, os Volksbus entregam conforto e segurança da origem ao destino final. Uma família completa de ônibus que são a escolha certa para cada jornada.



Volksbus. Entrega mais valor, da origem ao destino.

Caminhões
Ônibus

PRÊMIO
AUTODATA

18

Conheça os 54
cases finalistas deste
ano para votar nas
melhores iniciativas

EVENTO AUTODATA
REVISÃO DE 2026

32

Executivos e
consultores do setor
automotivo refinaram
as projeções deste ano

Prêmio
AUTODATA
2026
Melhores
do setor
automotivo

WORK
STUDIO
AUTODATA16
AUTONEUMESPECIAL
JEEP AVENGER

40

O PLANO

44

O MERCADO

50

O PRODUTO

54

NA PRÁTICA

58

A FÁBRICA

62

OS FORNECEDORES

Divulgação/Jeep

EVENTO
LAT.BUS 2026

66

Maior feira de ônibus da
América Latina chegou
à sua maior edição de
olho no futuro

MARCO PRODUTIVO
GM GRAVATAÍ

76

Fábrica no Rio Grande
do Sul soma 5 milhões
de carros produzidos
em 26 anos de atividade

FORNECEDORES
PRÊMIO GM

82

Foram reconhecidas 87
fábricas que fornecem
componentes no Brasil
e na Argentina

MEMÓRIA
GURGEL

84

Fundador da
montadora era contra
o etanol e faliu quando
faltou apoio do governo

8

FROM THE TOP

Herlander Zola, presidente
da Stellantis América do Sul,
fala sobre sua trajetória e os
planos para o maior ciclo de
investimentos da empresa

88

OS INVESTIMENTOS

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

92

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

O otimismo vencerá

Por Leandro Alves, diretor de redação

A pesar de muitos economistas apresentarem em encontros com a imprensa automotiva especializada um cenário preocupante para o Brasil daqui em diante, os números não demonstram a mesma preocupação desses comentários.

Afinal, o País cresce – aos trancos e barrancos, é verdade, e com torcida contra que inacreditavelmente se soma a boa parte da população brasileira. Mas quase todos os indicadores apontam para cima, não com o vigor que os mais otimistas esperam, mas ainda assim, o resultado continua positivo.

Apesar dos indicadores positivos uma assessoria econômica ligada a uma entidade do setor automotivo afirmou que as coisas vão piorar sobremaneira, contrariando inclusive os resultados e as projeções do mercado específico em que atua e analisa.

OK, a taxa de juros realmente precisa baixar. Já deveria, não fossem os mesmos alarmistas que avaliam o desempenho do mercado financeiro, segurando essa taxa e recebendo uma recompensa, que supera dois dígitos percentuais, em suas aplicações financeiras.

O lado perverso dessa equação não está apenas nos juros exorbitantes pagos pelo governo central pelos títulos públicos – outra fonte de renumeração desses mesmos agentes do mercado financeiro e da elite brasileira detentora deles –, que prejudica o desenvolvimento do País, mas especificamente no represamento do mercado de automóveis novos. Esta é a angústia da Fenabreve, que reúne os concessionários, que já contabilizou a intenção do seu cliente de comprar quando há condições mais favoráveis ao crédito.

Há, ainda, uma acirrada competição no mercado interno. E é aqui que entramos nesta edição de **AutoData**. O principal lançamento da Jeep em cinco anos, o novíssimo Avenger, ocupa 21 páginas demonstrando que um novo produto feito no Brasil agrega novos empregos, aumenta a base de fornecedores, eleva a produtividade e traz novas opções ao consumidor. Também será uma oportunidade e tanto de crescimento da participação da marca no País.

E as boas notícias não acabam por aqui. Nesta edição você conhecerá os finalistas do **Prêmio AutoData 2026** e poderá participar do maior reconhecimento da indústria automotiva nacional dando a sua contribuição nesta eleição que começa agora.

Reconhecendo aqueles que realmente trabalham duro e inovam para continuar crescendo, acreditamos que se constrói um futuro viável nesta indústria e em nossa sociedade. Com otimismo, análises ponderadas e baseadas em fatos – e não apenas em opiniões rancorosas e enviesadas.

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, Andrea Ramos, Lucia Camargo Nunes, Natasha Werneck, Soraia Abreu Pedrozo **Projeto gráfico/arte** Romeu Bassi Neto **Fotografia** DR/Divulgação **Capa** Foto divulgação Jeep **Comercial e publicidade** tel. PABX 11 3202 2727: André Martins, Luiz Giadas, Renato Vieira, Rosa Damiano, Valdir Vieira e Vanessa Vianna **Atendimento ao cliente** tel. PABX 11 3202 2727 **Departamento administrativo e financeiro** Isidore Nahoum, conselheiro, Thelma Melkunas, Hidelbrando C de Oliveira, **ISN** 1415-7756 **AutoData** é publicação da AutoData Editora e Eventos Ltda., Av. Guido Caloi, 1000, bloco 5, 4º andar, sala 434, 05802-140, Jardim São Luís, São Paulo, SP, Brasil. É proibida a reprodução sem prévia autorização mas permitida a citação desde que identificada a fonte. **Jornalista responsável** Leandro Alves, MTb 30 411/SP



RENAULT BOREAL

porta-malas com 586L⁽¹⁾

câmera 360° com visão 3D

24 sistemas avançados de assistência de direção

openR link com Google integrado, comando de voz e mais de 100 apps disponíveis⁽²⁾



feito no Brasil

descubra





(1) porta-malas com 586L ou 522L no padrão VDA. (2) Google, Google Play, Google Maps, Waze e outras marcas são marcas registradas da Google LLC.



Desacelere. Seu bem maior é a vida.

Renault recomenda  Castrol

renault.com.br

Liderança conquistada

Depois de dirigir os departamentos de marketing de Volkswagen, BMW e Audi em 2017 Herlander Zola trocou sua especialidade em empresas alemãs para assumir o desafio de fazer negócios do jeito ítalo-brasileiro, como diretor da marca Fiat na América Latina, na então FCA Latam. Naquela época, ele se recorda, o telefone mal tocava. A marca havia perdido a liderança de mais de uma década no mercado brasileiro e no ano seguinte, 2018, também perdeu a vice-liderança.

Foi necessário apontar e corrigir erros, assumir riscos e esperar

por novos produtos para mudar totalmente o perfil da Fiat e reconquistar a liderança, o que só aconteceu em 2021, quando a marca passou a integrar a Stellantis, novo conglomerado formado a partir da fusão da FCA com a PSA.

O telefone passou a tocar com grande frequência e o acertado trabalho ganhou reconhecimento. Zola assumiu novas responsabilidades na direção comercial da empresa no Brasil e na América do Sul, até conquistar uma outra liderança, desta vez para sua carreira, ao ser nomeado, em outubro de 2025, presidente da Stellantis América do Sul – assim ele se tor-

nou o primeiro brasileiro a assumir o mais alto cargo da companhia na região.

Há menos de um ano na cadeira o telefone toca ainda mais e Zola lida com questões de alta relevância ao liderar a operação mais lucrativa da Stellantis no mundo. O desafio agora é atender a todos os chamados e sustentar a liderança e a rentabilidade diante de concorrência cada vez mais acirrada, que ele pretende enfrentar, como conta na entrevista a seguir, com novas alianças com fabricantes da China e com os muitos ativos que a companhia já tem na região.



Clique aqui para assistir à versão em videocast desta entrevista

O quanto a sua atuação, que recolocou a Fiat na liderança do mercado brasileiro, foi importante para que o senhor fosse nomeado presidente da Stellantis América do Sul?

Sem dúvida foi muito importante mas essa é uma pergunta mais adequada ao meu chefe, Antonio Filosa [atual CEO global da Stellantis e que de 2018 a 2023 liderou a operação sul-americana da FCA e da Stellantis]. Ele poderia responder com mais clareza quais características motivaram a minha escolha

para liderar a operação aqui. De minha parte não tenho dúvidas de que tudo o que construímos juntos pesou bastante. Durante a minha trajetória Antonio acompanhou de perto o trabalho feito com a marca Fiat ao longo dos últimos dez anos. Tivemos a oportunidade de reposicionar a marca nos mercados brasileiro e sul-americano. Identificamos fragilidades estratégicas e de produto para fechar gargalos tecnológicos e encontrar veículos que complementassem nosso portfólio. Todos os movimentos



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✨





“Na Stellantis e na Fiat mantemos um espírito de constante inconformismo e não assumimos que o sucesso de hoje garante a liderança de amanhã. Continuamos investindo fortemente em inovação e no entendimento do consumidor.”

foram muito acertados, permitindo que a marca dependesse cada vez menos de produtos estritamente populares. A chegada da nova Strada, do Pulse e do Fastback, somada a versões topo de linha como Argo Tracking e Toro Ranch e Ultra, nos deu esta oportunidade. Combinamos a evolução da linha de produtos com alteração da logotipia [da Fiat], renovação da identidade visual da rede de concessionárias e transformação da experiência nos showrooms. O consumidor passou a enxergar uma marca que se renovava e buscava uma postura diferente da do passado. Esta forma de agir nos permitiu avançar e conquistar novos perfis de clientes, especialmente em SUVs e picapes, que nos trouxeram resultados financeiros que tornaram viável este novo momento e nos devolveram a liderança, em 2021. Hoje observamos a Fiat liderando o mercado brasileiro de forma contínua e a Strada como o veículo mais vendido do país há cinco anos consecutivos. Tudo isto nos enche de orgulho e contribuiu para que eu assumisse esta nova responsabilidade.

O senhor está completando um ano à frente da Stellantis América do Sul.

Quais foram os principais desafios e as principais conquistas nesse período?

Este é um momento extremamente desafiador para a indústria. Vivenciamos um cenário geopolítico complexo, com conflitos que interferem no abastecimento de peças, geram restrições na cadeia e elevam custos de produção e logística. Além disto as oscilações no preço global do petróleo impactam o setor no mundo inteiro. Diante deste contexto o principal desafio tem sido manter nossas marcas competitivas. Este segundo semestre é altamente estratégico: além do já lançado Jeep Avenger teremos a chegada do Argo X, um lançamento crucial para a Fiat. Iniciamos uma importante renovação de portfólio para a Jeep e garantimos para a Fiat um ritmo que prevê um lançamento por ano até 2030. No âmbito regional a Stellantis segue forte, sustentando cerca de 30% de participação de mercado no Brasil e superando 20% na América do Sul. Enquanto a América do Sul responde por cerca de 5% das vendas globais de veículos no mundo a nossa operação representa aproximadamente 18% das vendas mundiais da Stellantis, o que demonstra a nossa representatividade.



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✨



Em alinhamento com o plano estratégico global da companhia divulgado recentemente, o Fastlane 2030, o senhor afirmou que dará prioridade à marca Fiat no mercado brasileiro e que não haverá mais sobreposição de produtos da líder de vendas no grupo com carros Peugeot e Citroën. Como e quando nós veremos na prática este rearranjo de portfólio?

A Stellantis nasceu em 2021 da fusão da FCA com a PSA. Naturalmente, no início, alguns produtos mantinham sobreposição de público. A empresa precisava amadurecer culturalmente para definir um posicionamento que garantisse a competitividade de cada uma das marcas do grupo. Os lançamentos que ocorreram logo após a fusão ainda refletiam o ciclo anterior [de desenvolvimento das duas companhias separadas]. Hoje os novos projetos já nascem com um direcionamento muito claro. No mercado brasileiro Peugeot e Citroën atuam hoje como marcas de nicho, mas ainda com produtos que não nos permitem posicioná-las como gostaríamos. Os futuros lançamentos posicionarão Peugeot e Citroën em um patamar imediatamente superior ao da Fiat, com uma proposta mais premium. Isso se consolidará por meio de parcerias estratégicas globais

para o desenvolvimento de novos produtos, permitindo uma clara diferenciação das marcas.

A queda, este ano, de vendas de veículos Stellantis na Argentina e no Chile está ligada ao avanço de produtos chineses nesses mercados?

As oscilações nos mercados argentino e chileno obedecem a dinâmicas distintas. O Chile é um mercado aberto há muitos anos, onde as marcas chinesas já têm presença consolidada. Nosso desempenho por lá está atrelado à disponibilidade de modelos em categorias específicas, e já estamos trabalhando na atualização dos veículos que perderam competitividade temporária. Já a Argentina passou por transformações profundas com a abertura de mercado promovida pelo governo Milei, ampliando a liberdade de importação tanto para fabricantes chineses quanto para marcas tradicionais. Isso gerou uma forte expansão de mais de 50% em 2025, seguida por uma acomodação de queda de 10% este ano. Como temos duas fábricas na Argentina, em Córdoba e em El Palomar, estamos readequando nossos planos para competir de igual para igual nesse novo ambiente. Mas

“Já estamos trabalhando intensamente na futura geração da Strada. Assim como em 2020 revolucionamos o segmento ao lançar a primeira picape compacta de cabine dupla de quatro portas a próxima geração trará inovações que voltarão a surpreender o mercado.”



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✦

“A parceria com Leapmotor nos permite incorporar inovações não apenas nos modelos da marca comercializados no Brasil, Argentina e Chile mas, também, estender soluções tecnológicas para veículos de outras marcas da Stellantis.”

mesmo com essas mudanças continuamos liderando o mercado argentino, com participação superior a 27%. Muitos outros países sul-americanos são abastecidos diretamente pela Ásia com custos competitivos. Nossas parcerias internacionais serão determinantes para elevar nosso nível de competitividade em toda a região.

As marcas da Stellantis ainda lideram com folga o mercado do Brasil e de vários países da América do Sul, mas já se nota uma redução de participação, perdida principalmente para marcas chinesas. Como a Stellantis está se preparando na prática para enfrentar esta concorrência?

O desafio é significativo, mas os nossos movimentos estratégicos nos dão total segurança. As parcerias globais que estabelecemos nos posicionam muito bem para responder às demandas tecnológicas dos consumidores. Combinamos a experiência de mais de cinquenta anos de nossas marcas na região com novas alianças, como a

firmada com a Leapmotor, fabricante chinesa altamente competitiva em eletrificação. Essa parceria nos permite incorporar inovações não apenas nos modelos Leapmotor comercializados no Brasil, Argentina e Chile mas, também, estender soluções tecnológicas para veículos de outras marcas da Stellantis. Paralelamente fortalecemos ativos fundamentais, como nossa liderança no segmento de picapes com Fiat e Ram. Nossa capilaridade de rede na América do Sul é um diferencial difícil de equiparar. Somando nosso portfólio, a parceria com a Leapmotor e o acordo global com a Dongfeng temos a convicção de que a Stellantis continuará muito competitiva e apta a liderar o mercado regional pelos próximos anos.

Os fabricantes chineses estão provocando uma espécie de contra-ataque das marcas que já estavam aqui, com a concessão de muitos descontos e redução de preços. Os preços dos carros continuarão baixando?

É fundamental manter os veículos posicionados de maneira competitiva com relação a preço e conteúdo. Mas não creio que a intensidade de redução de preços vista nos últimos meses vá continuar indefinidamente pois existem limites econômicos para isto.

Os carros da parceira chinesa Leapmotor devem começar em breve a ser montados pela Stellantis na fábrica de Goiana. Este seria um reconhecimento da incapacidade da empresa de competir com certos produtos chineses?

É exatamente o oposto disto. A Stellantis sempre teve foco na localização de



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✨

Agosto 2026 | AutoData

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



componentes como uma de suas principais alavancas de competitividade. No entanto o modelo de montagem via kits CKDe SKD adotado recentemente por novos competidores demonstrou ser muito eficiente nesta etapa de transição energética, aproveitando a enorme escala fabril e a cadeia verticalizada da China. Se o modelo de montagem via kits se mostra competitivo no ambiente atual temos a plena capacidade de utilizá-lo a nosso favor pois é uma modalidade operacional que já dominamos. O direcionamento futuro dependerá também da política industrial e tributária do governo brasileiro. À medida que a nacionalização de componentes voltar a oferecer ganhos claros de competitividade estamos estruturados para acelerar a localização.

Um representante da Dongfeng disse que a empresa terá produtos próprios no Brasil e que para isto já conversa com a Stellantis e com a Nissan, com as quais já tem acordo de parceria na China. Como está sendo estruturada esta possível parceria para a Stellantis na América do Sul?

No âmbito global já estão confirmados para os próximos anos quatro novos produtos oriundos da cooperação da Dongfeng com a Stellantis – dois da Jeep e dois da Peugeot. Como a Dongfeng está expandindo sua presença direta no mercado sul-americano estamos discutindo a ampliação dessa parceria na região. Há amplas oportunidades de cooperação. Avaliamos formas de otimizar a infraestrutura e os ativos fabris que a Stellantis tem na América do Sul para desenvolver soluções conjuntas

e eficientes. Enxergo com otimismo as possibilidades de aprofundarmos essa cooperação regional.

A Jeep acaba de lançar o Avenger no Brasil, o modelo mais barato da marca por aqui. Este novo SUV agrega mais volume ou mais valor ao portfólio da Jeep?

O Avenger é um lançamento fundamental que inaugura uma nova fase para a Jeep na América do Sul, agregando tanto em volume quanto em valor. O modelo expande de forma decisiva a cobertura de mercado da marca no Brasil e em países vizinhos, reduzindo o valor de entrada para o universo Jeep. Trata-se de um produto que introduz tecnologias inéditas no segmento de B-SUVs, como faróis de LED Matrix, seletor de terrenos e assistente de descida, além de oferecer propulsão híbrida (leve, MHEV de 12V). O Avenger atrai um público que antes não tinha a marca ao seu alcance e marca o início de uma renovação completa de todo a linha da Jeep na região.

A nova Fiat Strada lançada em 2020 foi e continua sendo a principal responsável pelo desempenho positivo da Fiat no Brasil. Só que esta renovação aconteceu

“Os futuros lançamentos posicionarão Peugeot e Citroën em um patamar imediatamente superior ao da Fiat, com uma proposta mais premium.”



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✨

“Nos últimos anos a Fiat conquistou novos perfis de clientes, especialmente em SUVs e picapes, que trouxeram resultados financeiros e devolveram a liderança à marca, em 2021.”

há mais de cinco anos. Quanto fôlego a picafe ainda tem para continuar liderando as vendas de veículos antes da próxima renovação?

Os números demonstram que a Strada mantém um desempenho excepcional de vendas, liderando o mercado com excelente aceitação do público. Mas na Stellantis e na Fiat mantemos um espírito de constante inconformismo e não assumimos que o sucesso de hoje garante a liderança de amanhã. Por isto continuamos investindo fortemente em inovação e no entendimento do consumidor. Já estamos trabalhando intensamente na futura geração da Strada. Assim como em 2020 revolucionamos o segmento ao lançar a primeira picafe compacta de cabine dupla de quatro portas, e posteriormente introduzimos o motor turbo, a próxima geração trará inovações que voltarão a surpreender o mercado.

Como já foi anunciado a Fiat lança ainda este ano o Argo X. Qual espaço este carro deverá ocupar nos mercados do Brasil e da América do Sul?

O Argo X é um veículo estratégico projetado para assumir o protagonismo nas vendas da Fiat e da Stellantis. Neste primeiro momento ele conviverá com a geração atual do Argo. Com um design

que combina atributos de hatch e SUV, porte marcante e um pacote tecnológico avançado para a categoria, o modelo representa proposta de valor extremamente atraente. Nossa expectativa é de que se torne rapidamente um dos modelos mais vendidos no mercado sul-americano.

Em conversa recente o senhor disse que as plataformas bio-híbridas com um nível maior de eletrificação ainda não alcançam o custo competitivo suficiente para desenvolver produtos que possam competir com os carros chineses eletrificados. Como a Stellantis pode tornar viável essas plataformas?

Desde a apresentação da nossa arquitetura Bio-Hybrid, em 2023, o mercado passou por transformações que exigem readequações dos planos. O conceito original de oferecer soluções graduais de eletrificação, cobrindo MHEV, HEV, PHEV e BEV, permanece correto do ponto de vista técnico. O desafio atual é a equação de custos para assegurar paridade competitiva ante modelos elétricos e híbridos importados. Estamos reajustando a estrutura de custos para manter a competitividade econômica sem abrir mão da tecnologia. Em breve divulgaremos como estas soluções serão distribuídas no nosso portfólio. ■



CONTINENTAL
PARAFUSOS S.A.

Fornecendo excelência para aplicações automotivas ✦



Parceria construída a 400 metros de distância

Responsável por cerca de 40% das vendas da Autoneum Brasil, a General Motors está no centro de uma relação industrial que começou há duas décadas e transformou Gravataí em uma operação estratégica para a empresa

Na indústria automotiva, proximidade com o cliente nunca foi apenas uma questão geográfica. No caso da Autoneum e da General Motors, entretanto, os dois conceitos praticamente se confundem. Apenas 400 metros separam a fábrica da fornecedora da linha de montagem da GM em Gravataí, no Rio Grande do Sul.



Hoje, a montadora responde por aproximadamente 40% das vendas da Autoneum Brasil, sendo seu principal cliente.

Uma participação que ajuda a dimensionar uma parceria iniciada há mais de duas décadas.

A história começou a ganhar forma em 2004, quando a Autoneum iniciou o planejamento para instalar uma operação em Gravataí após ser nomeada pela GM para o chamado “Projeto Rio”, relacionado à segunda geração do Celta e à chegada do novo modelo Prisma.

A operação efetivamente começou em 2006, inicialmente com o fornecimento de dampers e pequenos componentes acústicos.

A Autoneum assumiria posteriormente um pacote muito mais amplo de isolamento, incluindo isoladores frontais, de assoalho, motor e capô. Era o início de uma operação especializada justamente no território tecnológico que define globalmente a companhia: gerenciamento acústico e térmico de veículos.

Atualmente, a unidade de Gravataí ocupa área total de 9.440 m², dos quais 4.322 m² destinados à produção, e emprega 61 pessoas. Sua localização dentro do complexo automotivo permite trabalhar em sistema just in sequence, com média de 180 mil entregas por ano.

A trajetória acompanhou também a transformação dos automóveis produzidos pela GM. Em 2012 começou o fornecimento para o Chevrolet Onix, modelo que posteriormente se tornaria campeão de vendas no Brasil. A parceria permanece até hoje, atendendo Onix, Onix Plus e também o novo Sonic.

Ao longo desse período, a fábrica também evoluiu. Em 2019 passou por expansão do chão de fábrica e dos escritórios para receber uma nova linha de feltro. Houve ainda mudanças de layout, modernização das linhas de conversão e instalação de células de corte por jato d'água.

No ano seguinte entrou em operação uma linha primária para produção de feltro de fibras bicomponentes.



O reconhecimento veio do próprio cliente. Gravataí acumulou diversos Supplier Quality Excellence Awards da GM, incluindo premiações em 2012, 2017, 2018, 2020, 2021, 2023, 2024 e 2025.

Mais do que uma fornecedora instalada ao lado da montadora, portanto, a Autoneum tornou Gravataí parte de uma estratégia baseada em proximidade, desenvolvimento tecnológico e integração produtiva.

Duas décadas depois do início daquele projeto, aproximadamente quatro de cada dez reais vendidos pela Autoneum Brasil vêm da GM. E talvez nenhum número explique melhor por que aqueles 400 metros se transformaram em uma distância tão importante para a história da companhia no País.





**AutoData selecionou 54
cases em 14 categorias**

Em sua 27ª edição consecutiva, premiação deste ano está aberta para votação dos leitores, que a partir de agora podem escolher as melhores iniciativas distribuídas em sete categorias corporativas, três de veículos e lideranças empresariais, este ano subdivididas em quatro segmentos do setor automotivo

Redação AutoData

O **Prêmio AutoData**, o mais tradicional e respeitado reconhecimento da indústria automotiva brasileira, chega este ano à sua 27ª edição consecutiva. Criado em 2000, foi pioneiro ao valorizar o trabalho realizado pelas empresas, seus produtos, tecnologias e lideranças que, ao longo dos últimos doze meses, impulsionam o desenvolvimento do setor automotivo nacional.

Ao longo de mais de duas décadas a premiação consolidou-se como uma referência para toda a cadeia automotiva, por preservar sua independência, seus critérios técnicos e seu compromisso em reconhecer aqueles que efetivamente contribuem para a evolução da indústria brasileira.

RECONHECIMENTO AOS LÍDERES

A edição de 2026 marca uma das mais importantes evoluções da história do prêmio. Com o objetivo de ampliar sua representatividade e reconhecer de forma mais abrangente os protagonistas da cadeia automotiva, o regulamento passou por uma importante atualização para trazer ao público eleitor mais nomes de executivos que fazem diferença no setor.

A principal novidade é a criação de quatro categorias de lideranças empresariais que atuam nos principais segmentos da indústria automotiva:

- Montadora de Automóveis
- Montadora de Veículos Comerciais
- Fornecedores
- Serviços & Tecnologia

Desta forma o Prêmio AutoData amplia reconhecimento aos executivos do setor que mais se destacaram ao longo dos últimos doze meses.

Os eleitos de cada uma destas quatro categorias estarão automaticamente credenciados à escolha da principal distinção da premiação: o título de Personalidade do Ano do Prêmio AutoData.

Dentre estas quatro lideranças empresariais será reconhecido o executivo que, na avaliação de uma comissão julgadora especialmente criada, mais contribuiu para o fortalecimento, a inovação, a competitividade e o desenvolvimento da indústria automotiva brasileira.

Estas quatro novas categorias de lideranças passam a integrar a estrutura tradicional da premiação, somando-se a sete categorias corporativas e três de produtos [Automóveis e Picapes, Veículos Comerciais de Carga e Veículos Comerciais de Passageiros], reunindo o total de 54 cases que descrevem as principais iniciativas desenvolvidas pela indústria no período avaliado de doze meses.

Ao todo 27 empresas e 11 executivos finalistas foram selecionados pela equipe editorial de **AutoData** e indicados para a etapa final da premiação.

HOTSITE REÚNE OS CASES

Outra importante inovação desta edição é a criação de um hot site exclusivo do Prêmio AutoData 2026, desenvolvido especialmente para concentrar todas as informações relativas à premiação e aos cases indicados.

Nele estarão disponíveis o regulamento completo, a apresentação de todos os finalistas, a descrição integral dos cases selecionados em cada categoria, informações sobre os critérios de avaliação e o sistema oficial de votação.

**PARA VOTAR
ACESSE O
QR CODE**





Foto: Bruna Nishihata

Este novo ambiente digital foi concebido para facilitar o acesso dos leitores às informações da premiação, ampliar a transparência do processo e valorizar ainda mais o trabalho desenvolvido pelas empresas e profissionais participantes.

COMO VOTAR

A votação será aberta juntamente com o lançamento do hotsite oficial do Prêmio AutoData 2026 e permanecerá disponível até 30 de setembro.

Participar é muito simples: basta acessar o **Portal AutoData** (www.autodata.com.br) e entrar no hotsite oficial do Prêmio AutoData 2026, onde estarão reunidos o regulamento, a apresentação dos cases finalistas e o sistema eletrônico de votação.

É importante ressaltar que, ao acessar o ambiente de votação, o leitor poderá conhecer cada um dos cases concorrentes e registrar seus votos de acordo com as seguintes orientações:

- Categorias corporativas e de veículos: selecione os cases que considerar mais relevantes em cada categoria, deixando de votar naquele que, em sua avaliação, apresentou menor destaque.
- Categorias com quatro finalistas: vote em três.

- Categorias com três finalistas: vote em dois.

- Lideranças Empresariais: usando o mesmo critério, escolha os executivos que, em sua avaliação, mais contribuíram para o fortalecimento e o desenvolvimento da indústria automotiva brasileira no período analisado.

A participação dos leitores é uma das principais características do Prêmio AutoData e contribui para tornar a premiação ainda mais representativa de toda a cadeia automotiva.

PREMIAÇÃO

Os eleitos pelos leitores dos produtos editoriais **AutoData** em cada uma das categorias serão conhecidos durante a cerimônia oficial do Prêmio AutoData 2026 – Os Melhores do Setor Automotivo, marcada para o dia 15 de outubro, em São Paulo, em local que será anunciado oportunamente.

Na ocasião serão entregues os troféus aos vencedores das categorias corporativas, de veículos e de Lideranças Empresariais.

Os vencedores das quatro categorias de Lideranças Empresariais estarão automaticamente credenciados à escolha do título de "Personalidade do Ano do Prêmio AutoData 2026", distinção máxima concedida ao executivo que mais se destacou por sua contribuição ao fortalecimento e ao desenvolvimento da indústria automotiva brasileira.

Também durante a cerimônia será anunciada a "Empresa do Ano 2026", reconhecimento reservado a uma das vencedoras das categorias corporativas. Esta escolha será realizada por um júri formado por representantes das principais entidades da cadeia automotiva, reforçando o caráter institucional e a credibilidade da premiação.

Mais do que reconhecer resultados, o Prêmio AutoData mais uma vez reafirma seu compromisso de valorizar empresas, produtos, tecnologias e lideranças que contribuem para o fortalecimento, a competitividade e o futuro da indústria automotiva brasileira. ■

UMA **PARCERIA** RECONHECIDA PELA **QUALIDADE**

Com muito orgulho, celebramos uma conquista que é de todos ao lado da nossa parceira de estrada, a GM.

O reconhecimento à planta Caçapava pelo desempenho em qualidade ao longo de 2025 reflete uma relação construída com confiança, colaboração e excelência operacional.

Agradecemos à GM pela confiança e por compartilhar conosco o compromisso com a excelência.

Seguimos juntos, impulsionando soluções e experiências que fazem a mobilidade avançar.



Tornando cada direção melhor

GWM



Transformou-se em fabricante nacional com a inauguração de sua primeira fábrica nas Américas, em Itapetininga, SP. A unidade iniciou a produção local e começou o processo de nacionalização de componentes, ampliando sua presença industrial e competitividade no Brasil.

Renault Geely



Com investimento de R\$ 3,8 bilhões a Renault Geely promove a maior transformação industrial da fábrica de São José dos Pinhais, PR. O complexo torna-se o mais flexível do Grupo Renault no mundo, capaz de produzir modelos de duas marcas com elevação da nacionalização de componentes.

Stellantis



Fabricante consolidou sua liderança na América do Sul ao superar 1 milhão de veículos vendidos na região em um único ano, ampliar exportações e manter um robusto ciclo de investimentos de R\$ 32 bilhões para modernizar suas operações e lançar novos produtos até 2030.

Toyota



A resposta à paralisação da fábrica de motores de Porto Feliz, SP, tornou-se referência em gestão de crise. Em poucos dias a empresa reorganizou sua cadeia de suprimentos, preservou empregos, manteve fornecedores integrados, assegurou abastecimento de mercado e lançou o Yaris Cross.

PRÊMIO AUTODATA 2026 » MONTADORA DE VEÍCULOS COMERCIAIS

DAF



Iniciou uma nova etapa de expansão no Brasil com investimento de R\$ 950 milhões para ampliar e modernizar sua fábrica de Ponta Grossa, PR. O projeto aumentará a capacidade produtiva, incorporará novas tecnologias e preparará a unidade para produzir novos modelos.

Mercedes-Benz



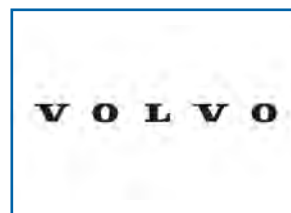
Combinou crescimento comercial, expansão industrial e fortalecimento de sua presença internacional. Enquanto avançou no mercado brasileiro de caminhões e ônibus, inaugurou uma nova fábrica na Argentina, ampliando sua capacidade produtiva e vocação exportadora.

VWCO



Ao completar 45 anos a Volkswagen Caminhões e Ônibus reafirmou sua trajetória marcada pela engenharia brasileira, inovação e expansão internacional. Com mais de 1,25 milhão de veículos produzidos a empresa inicia um ciclo voltado a desenvolver soluções sustentáveis para o transporte.

Volvo



Anunciou o maior ciclo de investimentos de sua história no Brasil: R\$ 2,5 bilhões até 2028. Os recursos serão destinados à descarbonização, modernização da fábrica de Curitiba, PR, e expansão da rede, reforçando a confiança no País e preparando a operação para a transição energética.

Bosch

Iniciou novo ciclo de investimento de R\$ 1 bilhão no Brasil para desenvolver tecnologias, nacionalizar componentes e formar talentos digitais. O projeto fortalece a engenharia local, amplia a produção sistemas eletrificados e consolida a operação brasileira como centro global de desenvolvimento tecnológico.

Frasle Mobility

Contabilizou receita recorde de R\$ 5,5 bilhões em 2025, crescimento de 38,5%, impulsionada pela expansão internacional, integração da Dacomsa e força no mercado de reposição. Também elevou investimentos, ampliou a geração de caixa e reduziu endividamento.

Gestamp

Ampliou presença no Brasil com a inauguração de sua oitava fábrica, em Piracicaba, SP. A unidade incorpora o primeiro forno elétrico da empresa no Mercosul para hot stamping, tecnologia que permite produzir componentes mais leves, resistentes e seguros.

Phinia

Fortaleceu a operação brasileira ao iniciar, em Piracicaba, SP, a produção dos injetores Delphi GDi de 350 bar. A iniciativa amplia a nacionalização de componentes de alta tecnologia, reduz a dependência de importações e atende à crescente demanda por motores mais eficientes e eletrificados.

PRÊMIO AUTODATA 2026 » FORNECEDOR DE POWERTRAIN

Cummins

Ampliou sua atuação no Brasil ao desenvolver soluções para o agronegócio, descarbonização do transporte e nacionalização de componentes. Com novos projetos de engenharia e produção local, a fortalece a inovação, diversifica mercados e amplia conteúdo tecnológico da indústria brasileira.

Horse

Consolidou a operação brasileira como um dos principais centros globais de produção e desenvolvimento tecnológico. Os investimentos fortaleceram a capacidade industrial e a engenharia local, tornando a unidade de São José dos Pinhais, PR, referência no desenvolvimento de motores e sistemas híbridos.

Suspensys

Fortaleceu posição como fornecedora estratégica ao conquistar contrato para produzir eixos dianteiros da Mercedes-Benz do Brasil. A iniciativa amplia sua atuação no mercado OEM, impulsiona novos investimentos e reforça a estratégia da Randoncorp de expandir participação na cadeia automotiva.

Gerdau

Consolidou atuação como parceira da descarbonização da indústria automotiva ao combinar economia circular, produção de aços especiais e inovação. Com base em reaproveitamento de sucata e uso de energia renovável, a empresa contribuiu para reduzir a pegada de carbono da cadeia.

Grupo SADA

Ampliou atuação ao investir em reciclagem veicular e produção de etanol de milho. Os projetos fortalecem a economia circular, ampliam a oferta de combustíveis renováveis e criam novas cadeias de valor, consolidando a estratégia de sustentabilidade e diversificação de negócios.

Comexport/Pace

Com a criação da Pace, Plantas Automotivas do Ceará, reativou fábrica desativada em Horizonte e estruturou um novo polo de montagem de veículos. O projeto prevê ampliar gradualmente a nacionalização de componentes, atrair fornecedores e fortalecer a geração de empregos e investimentos na região.

Volare

Líder brasileira em micro-ônibus reforçou sua estratégia de inovação, diversificação e sustentabilidade com cinco lançamentos em dois anos. Dentre eles o Fly 10 GV, a GNV e biometano, e o Attack 9 Híbrido, primeiro micro-ônibus híbrido elétrico/etanol do Brasil.

PRÊMIO AUTODATA 2026 » INOVAÇÃO TECNOLÓGICA/ESG

Gandini Centro Tecnológico

Ampliou a estrutura para atender ao crescimento da indústria automotiva e à chegada de novos fabricantes ao Brasil. O investimento expandiu a capacidade de homologação e ensaios para veículos leves, pesados, híbridos, elétricos e motocicletas.

Instituto Hercílio Randon

Consolidou-se como um dos principais centros privados de pesquisa do País ao transformar conhecimento em soluções para a mobilidade, com projetos de eletrificação, materiais avançados, conectividade e energia renovável, impulsionando a inovação na indústria automotiva.

Iveco

Investe R\$ 510 milhões até 2028 em descarbonização, com foco em biocombustíveis e redução de emissões. Em parceria com a Octa criou rede de remanufatura de peças que poderá atender 70 mil caminhões e ônibus, reduzir o uso de matérias-primas e oferecer economia de até 70%.

Stellantis

Reafirmou seu protagonismo em inovação ao liderar, pelo segundo ano consecutivo, o ranking nacional de depósitos de patentes e ampliar suas iniciativas em economia circular. Ao integrar pesquisa, engenharia e reaproveitamento de componentes, transformou conhecimento em soluções sustentáveis.

Fotos: Divulgação/Empresas

Marcopolo



Consolidou atuação internacional como motor do seu crescimento. A expansão das exportações e das operações no Exterior fortaleceu a presença em mercados estratégicos, como Europa, Austrália e América do Norte, ampliando o protagonismo da indústria brasileira de ônibus no cenário global.

Nissan



Fortaleceu a fábrica de Resende, RJ, como plataforma exportadora para a América Latina. A estratégia reforçou a competitividade da operação brasileira, aumentou a utilização da capacidade instalada e consolidou o Brasil como base estratégica da marca na região.

Stellantis



Reafirmou a liderança brasileira nas exportações de veículos ao ampliar os embarques. O desempenho evidencia a competitividade de sua operação industrial, fortalece a presença internacional e consolida o papel estratégico do Brasil em sua estrutura global.

VWCO



Fotos: Divulgação/Empresas

A fábrica de Resende, RJ, tornou-se centro de abastecimento global com a criação de estrutura dedicada às exportações de kits SKD. O projeto ampliou a eficiência logística, reforçou a integração das operações internacionais e consolidou o Brasil como base para a expansão da marca no mundo.

PRÊMIO AUTODATA 2026 » AUTOMÓVEIS E PICAPES

Chevrolet Sonic



Desenvolvido sob liderança da engenharia brasileira, o SUV tornou-se um dos lançamentos mais bem-sucedidos da GM no País. Produzido em Gravataí, RS, o Sonic combina tecnologia, competitividade e produção nacional, reforçando o protagonismo da operação brasileira.

Haval H6 PHEV Flex



Estabeleceu um novo marco para a indústria automotiva brasileira ao se tornar o primeiro híbrido plug-in flex produzido no País. Desenvolvido pela engenharia nacional da GWM, o modelo combina eletrificação, etanol e alta eficiência energética.

Renault Boreal



Desenvolvido para a América Latina e produzido no Brasil, inaugura nova etapa da marca no segmento de SUVs médios. Com elevada tecnologia embarcada, amplo conteúdo local e participação da engenharia regional, fortalece a Renault e valoriza a cadeia automotiva brasileira.

Volkswagen Tera



Fotos: Divulgação/Empresas

Produzido em Taubaté, SP, o SUV compacto consolidou-se como um dos projetos mais bem-sucedidos da marca na América Latina. Com elevado índice de nacionalização, ampla participação da cadeia de fornecedores e expressivo desempenho comercial, o modelo tornou-se referência de competitividade.

Iveco S-WAY

Consolidou-se como o principal representante da marca no segmento de pesados ao reunir robustez, desempenho e versatilidade. Desenvolvido para atender desde o transporte rodoviário ao agronegócio, o modelo fortaleceu a competitividade da Iveco em um dos segmentos mais estratégicos do mercado.

Scania G 280 XT 4x2

Desenvolvido para operações urbanas severas, o caminhão alia robustez e sustentabilidade ao utilizar GNV ou biometano como alternativa ao diesel. A tecnologia amplia as opções para descarbonização do transporte pesado e reforça o protagonismo da Scania na oferta de soluções de baixa.

Volkswagen 11.180

Confirmou sua relevância ao encerrar o primeiro semestre de 2026 como o caminhão mais vendido do Brasil. A combinação de produtividade, versatilidade e baixo custo operacional consolidou o modelo médio como uma das principais referências operações de distribuição.

Volvo FH 2026

Fotos: Divulgação/Empresas

Elevou o padrão tecnológico dos caminhões pesados ao incorporar inteligência artificial e conectividade para otimizar o desempenho e reduzir consumo de combustível. Com sistemas avançados de gerenciamento da condução, o modelo amplia a eficiência operacional e reforça a liderança da Volvo.

PRÊMIO AUTODATA 2026 » VEÍCULOS COMERCIAIS DE PASSAGEIROS

Mercedes O 500

Desenvolvido pela engenharia brasileira para operações severas, o ônibus rodoviário demonstrou competitividade global ao conquistar mercados internacionais e aplicações de alta exigência. O projeto reforçou a capacidade da engenharia nacional e impulsionou as exportações da marca.

Mercedes eO500U

Desenvolvido no Brasil, o chassi elétrico eO500U consolidou-se como uma das principais soluções para a eletrificação do transporte coletivo. Comprovado em operação real, o modelo alia eficiência, confiabilidade e robustez, contribuindo para acelerar a descarbonização.

Volvo B 320 Urbano

O chassi ampliou as alternativas para a descarbonização do transporte coletivo ao oferecer uma solução compatível com diferentes misturas de biodiesel. A estratégia permite reduzir emissões de forma imediata, ampliando as opções para renovação sustentável das frotas urbanas.

Volvo BZRLE

Fotos: Divulgação/Empresas

O chassi ampliou o portfólio de ônibus elétricos da marca ao oferecer uma solução de alta capacidade para o transporte urbano. Com elevada autonomia, eficiência energética e arquitetura que otimiza o espaço interno, o modelo reforça o compromisso da Volvo com a eletrificação.

RT8000

Tecnologia e desempenho para quem não pode parar.



O ar-condicionado **RT8000** é feito para quem vive longas jornadas. Combina tecnologia de ponta, eficiência energética e leva mais conforto e inovação para a estrada.

Desenvolvido e fabricado no Brasil pela Resfri Ar.

- Tecnologia Inverter para um desempenho contínuo
- Disponível em diversos modelos de moldura e acabamento.
- **2 anos de garantia Resfri Ar:** mais segurança para a sua operação.
- **Facilidade de instalação e manutenção:** suporte técnico em todo o Brasil.



Escaneie aqui e descubra todos os diferenciais.

resfri ar
conforto • segurança • praticidade

www.resfriar.com.br

Evandro Maggio

Primeiro brasileiro presidente da Toyota do Brasil, o executivo lidera o maior ciclo de investimentos da história da empresa no País, de R\$ 11,5 bilhões até 2030. Conduziu a retomada das operações após destruição da fábrica de Porto Feliz, SP, preservando projetos estratégicos e o plano de expansão.

Fábio Rua

Vice-presidente de políticas públicas, comunicação e ESG da GM América do Sul, ampliou sua atuação no reposicionamento da empresa na região. Participou da renovação do portfólio, da ofensiva em eletrificação e da implementação do ciclo de investimento de R\$ 10,5 bilhões.

Herlander Zola

O presidente da Stellantis América do Sul consolidou-se como uma das principais lideranças da indústria automotiva brasileira ao combinar visão estratégica, forte atuação comercial e profundo conhecimento do mercado. Seu trabalho foi decisivo para garantir o crescimento da empresa na região.

Ricardo Bastos

Fotos: Divulgação/Empresas

O diretor de assuntos governamentais e institucionais da GWM e presidente da ABVE tornou-se uma das principais vozes da transformação da mobilidade no Brasil. Ele fortaleceu o diálogo entre indústria e governo e contribuiu para a evolução das políticas públicas voltadas à eletrificação.

PRÊMIO AUTODATA 2026 » LÍDER EMPRESARIAL – MONTADORA DE VEÍCULOS COMERCIAIS

Christopher Podgorski

O presidente da Scania Latin America consolidou-se como uma das principais lideranças da indústria de veículos comerciais na América Latina. Ele ampliou a competitividade da fabricante e assumiu papel de destaque no debate sobre alternativas para a descarbonização do transporte pesado de carga e passageiros.

Roberto Cortes

Presidente da Volkswagen Caminhões e Ônibus há quase três décadas, liderou a consolidação da empresa como uma das principais fabricantes de veículos comerciais da América Latina, com resultados consistentes, e dirigiu a expansão internacional da marca. Teve seu contrato renovado até 2029.

Luis Antonio Gambim

Diretor comercial da DAF Caminhões Brasil, foi responsável pela consolidação da fabricante entre as protagonistas do mercado brasileiro de caminhões pesados. Desde 2015 lidera as áreas de vendas, marketing e desenvolvimento da rede, contribuindo decisivamente para a expansão da marca.

Walter Barbosa

Fotos: Divulgação/Empresas

O vice-presidente de vendas e marketing de ônibus da Mercedes-Benz do Brasil é uma das referências do transporte de passageiros no Brasil. Ele lidera estratégias que reforçaram a posição da fabricante como referência no mercado de ônibus, combinando inovação, rentabilidade e soluções sustentáveis.

Carlos Delich

O presidente da ZF América do Sul fortaleceu a sistemista como uma das operações mais estratégicas do grupo no mundo. Sob sua liderança a empresa ampliou investimentos em engenharia, produção e inovação, consolidando o Brasil como polo de desenvolvimento de tecnologias de alto valor.

Daniel Randon

O presidente da Randoncorp liderou a transformação da empresa em um dos maiores grupos automotivos do País. Sob sua gestão a companhia acelerou diversificação, ampliou a presença internacional e fortaleceu a atuação em autopeças e sistemas, fundição, tecnologia soluções de mobilidade.

Fernando Martins

CEO da Continental Parafusos e presidente do Sindicato da Indústria de Fixadores, Fernando Antônio Gomes Martins consolidou-se como uma das lideranças em seu segmento. Alia gestão eficiente, responsabilidade social e valorização das pessoas, contribuindo para fortalecer cadeia automotiva.

Melissa Mattedi

Fotos: Divulgação/Empresas

Diretora da unidade de turbos da BorgWarner em Itatiba, SP, a executiva representa uma nova geração que alia excelência em gestão, inovação e desenvolvimento de pessoas. Após bons resultados Mattedi foi promovida para dirigir a fábrica de Portugal, com o dobro de funcionário e faturamento.

PRÊMIO AUTODATA 2026 » LÍDER EMPRESARIAL – SERVIÇOS & TECNOLOGIA

André Armaganijan

O presidente da Marcopolo lidera a transformação da empresa em uma fornecedora global de soluções de mobilidade. Sob sua gestão a companhia acelerou a internacionalização, ampliou investimentos em inovação e descarbonização e reforçou posição entre as maiores fabricantes de ônibus do mundo.

Gonçalo Pereira

Professor titular e diretor do laboratório de bioenergia da Unicamp, é referência no desenvolvimento de biocombustíveis. No Programa Brave lidera pesquisas com o agave que criam uma nova cadeia de combustíveis renováveis no Sertão Nordestino, combinando desenvolvimento econômico com descarbonização.

Ricardo Roa

Fotos: Divulgação/Empresas

Sócio-diretor do setor automotivo da KPMG, consolidou-se como uma referência em inteligência estratégica da indústria automotiva brasileira, combinando análises de mercado, tecnologias e visão de negócios para apoiar decisões estratégicas, fortalecer a competitividade e orientar o futuro do setor.



**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

Além das expectativas, quem do necessário



Fotos: Bruno Nishihata/AutoData

O mercado doméstico está crescendo acima das projeções e deverá fechar o ano perto de 3 milhões de veículos e 2 milhões de motos, mas as vendas crescem de forma desigual: automóveis avançam com a força das importações de eletrificados da China e caminhões e ônibus seguem estagnados pelos juros altos.

Por Lúcia Camargo Nunes

O Congresso Revisão das Perspectivas 2026, organizado por AutoData em 28 de julho, reuniu dezenas de executivos da indústria automotiva que subiram ao palco do Milenium Centro de Convenções, em São Paulo, para jogar luz sobre o que resta de um ano considerado de transição e de reconstrução para a base industrial do País.

A Fenabrave apresentou sua revisão otimista para vendas de veículos leves e pesados este ano, acima das expectativas iniciais mas com avanço que ainda busca reparar perdas passadas. A entidade projeta um total de 2,9 milhões de unidades comercializadas e crescimento geral de 8% em comparação com 2025. No início deste ano a estimativa era de crescimento de 3%.



O melhor cenário é vislumbrado para o segmento de veículos leves, para 2,8 milhões de emplacamentos. O presidente da Fenabreve, Arcélio Júnior, observou que a previsão para o segmento de automóveis e comerciais leves saltou para uma alta de 8,8%.

Apesar dos números positivos o cenário esbarra em gargalos estruturais. Ao analisar a curva de crescimento, Arcélio Jr comparou o atual momento com recordes do passado, quando o Brasil alcançou 3,6 milhões de emplacamentos em 2012: "Se nós crescermos 10% ao ano chegaremos a 2029 com os números de 2012. Ou seja: o País perdeu dezessete anos de crescimento do mercado".

LEGISLAÇÃO E INCENTIVOS AJUDAM

A retomada do consumo encontra alívio em novas legislações. O presidente da Fenabreve apontou que o Marco Legal das Garantias – que permite a retomada de bens de clientes inadimplentes sem necessidade de autorização judicial – é o ponto principal que hoje vem alimentando o apetite nos bancos para financiar veículos.

Além disso a sensibilidade do consumidor ao crédito ficou clara com programas recentes: "O que o Move Brasil está promovendo? Redução de taxa de juros, basicamente. E onde se reduz juros as vendas explodem".

Ainda assim o dirigente resumiu os desafios em duas palavras: "Temos que resolver a questão da tributação e dos juros, se não o País não vai pra frente".

EXPANSÃO COM MAIS CONCORRÊNCIA

Em paralelo ao cenário de crescimento do mercado doméstico a concorrência se acirrou como nunca antes, especialmente com a eletrificação e as montadoras chinesas, que já representam 16% dos filiados da Fenabreve.

Maurílio Pacheco, diretor comercial da Toyota do Brasil, constatou que a expansão do mercado veio acompanhada da chegada de quinze novas marcas nos últimos anos, além de outras sete anunciadas: "Estamos vendo a maior onda de entrada do nosso mercado desde os anos 1990, quando tivemos a abertura".

A Toyota trabalha com o fato de que a decisão de compra se tornou mais complexa e rápida, muitas vezes protagonizada pela inteligência artificial, como pontuou Pacheco: "Com a IA você fala que quer um carro e ela indica o carro, ou pelo menos dá algumas alternativas para pesquisar".

Para ele a disputa não pode ser resolvida apenas pelo preço ou pela tecnologia isolada: "O desafio é ter uma proposta de valor percebida pelo cliente". Para se diferenciar a Toyota adota o conceito de oferecer "mais do que um carro", amparado em garantia de até dez anos, progra-





mas de recompra e compromisso com tecnologias de powertrain variadas, como o híbrido flex.

ELETRIFICAÇÃO ACELERADA

A aceleração da mudança de perfil tecnológico do consumidor brasileiro foi celebrada pela ABVE, Associação Brasileira do Veículo Elétrico. O presidente da entidade, Ricardo Bastos, revelou que a projeção de eletrificados para este ano já foi superada: "Eu falei que seria em torno de 280 mil veículos. Talvez supere os 400 mil. Mas eu acho que é um número muito importante, crescimento superior a 100%, que deve se manter".

O apelo atual para a compra transcende o aspecto ambiental: "Dentre as razões a mais forte, hoje, é a razão do bolso, a razão econômica", destacou Bastos, que mantém a projeção de que, até 2030, os veículos eletrificados representarão 30% do mercado nacional. "Eu acredito que o mercado total crescerá. Então 30% de vendas de eletrificados em 2030, um terço do mercado, é muito relevante".

Para alcançar escala Bastos foi pragmático quanto às alianças: "Não conseguiremos fazer baterias aqui no nível da China se não fizermos parceria com a própria China. Parceria é o nome do jogo".

Ele também considerou a atual tarifa de 35% de importação "uma baita proteção" e ressaltou que a instabilidade de regras

e a futura cobrança do imposto seletivo são os maiores riscos: "Será uma carga muito alta para a indústria automobilística".

VEÍCULOS COMERCIAIS

No universo dos caminhões e ônibus o tom dominante foi a urgência de financiamentos adequados, com juros menores, sem o que o mercado segue patinando.

Apesar do cenário adverso a Volkswagen Caminhões e Ônibus adota expectativa mais otimista, acreditando em estabilidade nas vendas. O vice-presidente de vendas, marketing e pós-vendas, Ricardo Alouche, divergiu das projeções de queda da Anfavea e da Fenabrave: "Projetamos estabilidade do mercado de caminhões este ano, com 113 mil unidades", declarou, afirmando que o recuo do primeiro semestre refletiu a espera pelo crédito subsidiado do programa Move Brasil.

Alouche observou que no segundo trimestre a média mensal de vendas subiu: "Vemos que as expectativas seguem em trajetória de recuperação. Se no início do ano o mercado para veículos acima de 3 toneladas estava com média mensal de vendas de 7 mil, no segundo trimestre se aproximou de 10 mil. O mercado não está encolhendo e, no segundo semestre, não deverá cair".

Mas o executivo alertou, contudo, que faltam ações para lidar com os 315 mil caminhões velhos que rodam no País: "O



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



mercado brasileiro de caminhões chegou, em 2013, a 153 mil unidades. Saindo deste patamar e traçando uma reta até hoje observamos necessidade e demanda por caminhões novos de 580 mil unidades, fora os 315 mil com idade avançada.

Para os executivos da Iveco, Mercedes-Benz e Volvo o diagnóstico dos problemas é unânime: juros e falta de previsibilidade. George Carloto, diretor comercial da Iveco, frisou o peso do crédito: "Fazer o investimento nestes níveis de juros, hoje, leva a um investimento que provavelmente não se paga ao longo do tempo".

Carloto também apontou o problema estrutural da frota envelhecida: "Hoje nós temos mais de meio milhão de caminhões com mais de 25 anos rodando no Brasil. Isto afeta demais o nosso meio ambiente e a segurança do transporte".

Alcides Cavalcanti, diretor comercial da Volvo Caminhões, prevê recuperação gradual do mercado e queda menor, de 5% a 10%, das vendas de modelos pesados e semipesados. Nesse sentido ele elogiou o efeito prático das linhas de crédito incentivadas criadas pelo governo: "O programa baixou a taxa de juros de cerca de 20% para 13% ao ano e, com isto, os empresários se animaram a comprar. É fato que nós precisamos ter taxas de juros decentes para incentivar a renovação de frota".

O segmento de ônibus, por sua vez, enfrenta a retração comum em anos eleitorais. Walter Barbosa, vice-presidente da Mercedes-Benz responsável pelas vendas de ônibus, pontuou: "Se considerarmos o spread bancário a taxa chega ao cliente de 18% a 20% ao ano. Isto não dá vontade para ninguém renovar a frota".

COMPETITIVIDADE E PRESSÃO CHINESA

A chegada massiva ao Brasil das fabricantes chinesas não afeta apenas a venda final de veículos leves mas balança toda a cadeia de autopeças. Ricardo Roa, sócio-líder do segmento automotivo da KPMG

Painel de veículos comerciais: Márcio Stéfani e Soraia Pedrozo (nas pontas), de AutoData, Walter Barbosa, da Mercedes-Benz (esq.), George Carloto, da Iveco (centro), e Alcides Cavalcanti, da Volvo.



A gente se move para liderar o futuro

Sustentabilidade faz parte do DNA do Grupo SADA. Com investimentos em descarbonização, reciclagem de veículos, etanol e energia limpa, seguimos transformando desafios em oportunidades.

Agora, **somos finalistas do Prêmio AutoData 2026**, na categoria Cadeia Automotiva Ampliada.



**PRÊMIO
AUTODATA 2026!**

VOTE em quem se
move para liderar o
futuro.



CONHEÇA OS NOSSOS NEGÓCIOS:

www.gruposada.com.br

[f](#) [in](#) [@](#) [v](#) /gruposada



50
ANOS

América do Sul, alertou que o setor precisa acelerar sua transição: "Em que pese estarmos em um ano com boas notícias com relação a volume de vendas e crescimento sentimos, em todos os setores, preocupação e cautela. Estamos vendo, principalmente no curto prazo, a chegada de novos entrantes. É inevitável. A indústria automotiva brasileira tem praticamente 70 anos e a cada quinze ou vinte percebemos esses novos ciclos".

Roa destacou o salto tecnológico das montadoras chinesas: "Eles começaram a desenvolver tecnologia desde 2008 e, nos últimos cinco anos, passaram a embarcar muito mais tecnologia nos veículos".

O consultor advertiu que a cadeia local de fornecedores precisará se reinventar: "Tenho a sensação de que, novamente, o setor de autopeças está em uma encruzilhada. Antes buscava parceiros europeus e estadunidenses. Agora pode ter de buscar parceiros chineses".

A complacência com relação à velocidade dos acontecimentos também é preocupante: "Pode ser que tenhamos perdido um pouco de tempo. Pode ser que tenhamos subestimado os chineses. Globalmente isto aconteceu e, no Brasil, também percebemos este movimento".

Além disto Roa criticou atrasos no Mover, Programa Mobilidade Verde e Inovação: "Eu queria dizer que o Mover já está induzindo toda essa transformação mas alguns atrasos regulatórios estão postergando decisões importantes. Isso é um fato".

PRODUÇÃO NACIONAL DESPROTEGIDA

No âmbito regulatório e de impostos da cadeia produtiva o Sindipeças reiterou duras críticas ao modelo de ex-tarifários, que praticamente isenta de impostos componentes automotivos importados sem produção nacional. O presidente da entidade, Cláudio Sahad, apoiou a recente determinação que limitou o prazo de isenção a dois anos: "Ex-tarifários tornaram-se solução de longo prazo. Alguns produtos estão usando a condição há dez, quinze anos. E muitos foram contemplados atendendo a critérios totalmente subjetivos, é injusto".



Sahad pretende que a avaliação recaia sobre componentes isolados e não conjuntos inteiros: "Exemplo clássico é a transmissão automática, que até hoje não é fabricada no País embora quase não haja mais carro novo com transmissão manual vendido no mercado local".

O dirigente ressaltou que a retomada com mais força das vendas de veículos no mercado brasileiro não se reflete nas fábricas nacionais, pois a produção cresce em ritmo inferior, o que é provocado pelo aumento das importações tanto de veículos acabados como desmontados, finalizados no País com conteúdo local muito baixo e participação incipiente das autopeças locais.



Adriano Rishi, Cummins



Para Melissa Mattedi, diretora geral da fábrica de turbocompressores da BorgWarner em Itatiba, SP, a desindustrialização passada cobra seu preço: "Depois da crise iniciada em 2013, que resultou na recessão de 2015 e 2016, muitos fornecedores fecharam as portas".

Hoje, ela aponta, componentes estruturais precisam ser importados pela ausência de fornecedores locais: "Não queremos ter de esperar semanas para uma peça chegar no Brasil. Quem não quer ter o fornecedor aqui do lado?", questionou a executiva, apontando a necessidade de políticas públicas mais fortalecidas.

Adriano Rishi, presidente da Cummins no Brasil, lembrou que, para muitos com-

ponentes específicos, a falta de escala impede o investimento em localização, o que empurra a empresa para os itens importados.

MOTOS: SUPERAÇÃO E RECORDES.

Destacando-se como o segmento mais dinâmico do mercado automotivo no momento atual o setor de motocicletas caminha para marcas expressivas. Marcos Bento, presidente da Abraciclo, reafirmou a projeção de superar as 2 milhões de unidades produzidas em 2026: "No primeiro semestre atingimos a marca de 40 milhões de motos já produzidas em Manaus, o que nos classifica como o maior polo de duas rodas do mundo fora do eixo asiático".

A entidade projeta encerrar o ano com quase 2,1 milhões de unidades produzidas, alta de 4,5%. Apesar do momento aquecido, amparado pelo crescimento das vendas de motos por consórcio, que responde por um terço dos pagamentos, as adversidades logísticas e climáticas, como a ameaça de mais um forte El Niño na Amazônia, estão no radar: "Precisamos do rio tanto para a entrada de mercadorias quanto para a saída de produtos acabados. A seca de dois anos atrás trouxe uma curva de aprendizagem".

O varejo de motos segue sendo catapultado por novos perfis de consumidores. No primeiro semestre foram emplacadas quase 1,2 milhão unidades, em alta de 14,1% sobre o mesmo período de 2025: "O mercado anda muito positivo graças à forte demanda do delivery e à crescente participação feminina no setor".

No mercado externo ainda há obstáculos: "Apesar do volume ser pequeno registramos recorde. Nossos maiores destinos são Argentina, Colômbia, Guatemala e Estados Unidos".

Para alavancar estas vendas ele ressaltou o entrave da falta de padronização nas normas de emissões na América Latina, onde o Brasil é mais rigoroso com o Promot M5, contra Promot M3 dos vizinhos: "Uma regulamentação no setor é algo de extremo interesse a fim de alavancar nossas exportações".

Marcos Bento, Abraciclo





A aposta mais importante em cinco anos

O Avenger é a peça central e a mais urgente do plano da Jeep e da Stellantis para reconquistar espaço comercial no Brasil

Por Lúcia Camargo Nunes

O Jeep Avenger produzido no Brasil nasce dentro do plano de investimento que a Stellantis vem tocando há anos na região, mas que só agora chega à sua fase mais visível para o consumidor. Do total de R\$ 32 bilhões que o grupo destina ao desenvolvimento de produtos e tecnologias na América do Sul até o fim desta década fatia de R\$ 3 bilhões foi direcionada especificamente à modernização e à expansão do Polo Automotivo de Porto Real, RJ, a fábrica escolhida para produzir o primeiro Jeep bio-híbrido do complexo.

O presidente da Stellantis América do Sul, Herlander Zola, não esconde que a Jeep chegou atrasada a este movimento e reconhece que a marca deveria ter renovado seu portfólio em ritmo mais rápido do que fez nos últimos anos: "É verdade que a Jeep deveria ter feito um

trabalho de renovação muito mais rápido. Não fez e nós faremos agora".

Zola justifica que esta lentidão decorreu de uma prioridade de investimentos para recuperar o desempenho da Stellantis na América do Norte e na Europa. Esta prioridade, segundo o executivo, já mudou de endereço: "O que é importante para nós é que os investimentos, hoje, estão confirmados, estão aprovados, chegarão, está começando e agora não para mais porque tudo isto já está em curso", disse, referindo-se ao pacote de renovação que inclui, além do Avenger, novas gerações de Renegade, Compass e Commander nos próximos anos.

MISSÃO DE TRÊS FRENTES

Internamente a Stellantis resume a missão do Avenger em três verbos: completar o portfólio da Jeep, expandir a cobertura de mercado da marca e conquistar um novo cliente em um novo território de preços que, até aqui, a Jeep simplesmente não disputava.

O Avenger representa a criação de um novo degrau de entrada da marca, abaixo do Renegade, hoje comercializado a partir de R\$ 125 mil. Assim o novo SUV compacto abre a porta para um público que nunca cogitou comprar um Jeep por questão de preço.

Para Zola esta é uma resposta direta a um problema estrutural que a companhia



Hugo Domingues:
"Estamos preparados para liderar. Temos capacidade produtiva plena para isto".

enxerga com clareza: a perda de espaço da Jeep no segmento de SUVs, justamente na faixa onde o avanço das marcas chinesas foi mais agressivo: "A Jeep é talvez uma das marcas que mais sofra com o avanço chinês e a adoção de novas tecnologias na faixa de preços na qual atua. Precisamos responder a isto e não tenho dúvida de que o Avenger é uma arma poderosíssima para que a marca retome terreno em um segmento no qual perdemos espaço".

O TAMANHO DA APOSTA

O volume de comunicação executado em torno do lançamento dá um pouco a medida da aposta no novo produto. A campanha do Avenger, que começou a ser construída em novembro de 2025 e teve seu ápice em abril de 2026, segundo contabiliza a Jeep, já alcançou mais de 400 milhões de pessoas com mais de 4 mil publicações, somando imprensa tradicional e redes sociais, mais de quatrocentos vídeos foram produzidos e mais de 30 mil leads captados, que se traduzem como acessos digitais de consumidores interessados no produto antes mesmo de o carro chegar às concessionárias.

Nas clínicas de produto realizadas com consumidores a companhia registrou o que descreve como o maior "overall score evaluation" da história da Stellantis – traduzindo: a melhor avaliação já obtida por um produto do grupo antes do lançamento.

Zola: "O Avenger é uma arma poderosíssima para que a marca retome terreno em um segmento no qual perdemos espaço".





A LEITURA COMERCIAL

Se Zola trata do porquê estratégico coube a Hugo Domingues, vice-presidente da Stellantis responsável pela marca Jeep na América do Sul, elaborar o plano de negócios comercial. Ele projeta cerca de 1,2 mil unidades do Avenger serão entregues já no primeiro mês de vendas – a pré-venda foi aberta em 13 de agosto e entregas começaram no dia 20 –, mas evita cravar um teto: "Nós estamos preparados para liderar. Temos capacidade produtiva plena para isso. Agora quem dirá o quanto venderemos são os consumidores".

O Avenger, segundo Domingues, não nasceu para brigar pelo mesmo cliente que a Jeep já tem mas para abrir uma nova escada de consumo na marca: "Temos que parar de pensar de forma linear produto e preço. Não é isto. É uma faixa de preço no qual o consumidor escolherá o que ele gastará".

Sobre equilíbrio de volume com rentabilidade o chefe da Jeep descreveu o desafio como um jogo de variáveis que precisam funcionar juntas: "Nosso desafio no dia 1 de qualquer lançamento é fazer o equilíbrio de quatro pontos: ter um produto muito bom, com todos os níveis de tecnologia e preço que faça sentido, que chama a atenção, aliado a comunicação

muito forte e concessionários muito bem preparados, com o nível de capilaridade que a gente precisa. É isso que vai ditar o sucesso do carro".

AJUSTES PONTUAIS NO PORTFÓLIO

O Avenger traz para baixo a base da pirâmide de preços da Jeep, mas Zola descarta um reposicionamento geral do restante da linha de produtos em função do lançamento. Segundo ele o que deve acontecer são apenas ajustes pontuais em algumas versões do Renegade, até então o produto mais barato da marca no País. E isto não deverá ocorrer já, mas à medida que a demanda real pelo Avenger for conhecida nos primeiros meses de venda.

"Teremos um reajuste natural, eu diria, de algumas poucas versões do Renegade, para que a gente tenha a possibilidade de encaixar melhor cada uma delas."

O executivo aposta, inclusive, em um efeito colateral positivo para o próprio Renegade: mais gente entrará nas concessionárias atrás do Avenger e descobrirá, no caminho, um SUV de categoria superior com motor de 176 cavalos por R\$ 125 mil.

"Tenho a certeza que tem gente que descobrirá que o Renegade é muito mais legal do que ele imaginava que era."

CICLO MAIOR DE RENOVAÇÃO

O Avenger é o primeiro produto de uma sequência que a Stellantis já confirmou: as novas gerações de Renegade, Compass e Commander devem chegar nos próximos anos, todas com propostas tecnológicas inteiramente novas.

Antes mesmo desta nova geração o próprio Renegade já recebeu uma atualização recente, com adoção de propulsão híbrida leve de 48V, novo para-choque dianteiro e traseiro e central multimídia redesenhada, o que Hugo Domingues descreve como sinal de que a marca pretende manter o modelo vivo mesmo com a chegada do Avenger: "O Renegade tem vida longa. Os carros da Jeep são icônicos, fazem sucesso".

O tamanho do desafio fica claro nos números atuais de participação: segundo Domingues a Jeep hoje responde por cerca de 4% do mercado total de veículos no Brasil e por 11% do mercado de SUVs,

patamar que a companhia avalia ter "capacidade para crescer bastante".

É este gap da participação atual e capacidade instalada que sustenta o otimismo em torno do Avenger como primeira peça de um ciclo de renovação mais amplo.

Ainda que o Avenger seja tratado como resposta a uma perda histórica de espaço Zola faz questão de moderar as expectativas em torno de uma retomada de liderança no segmento de SUVs: "A nossa busca na Jeep é por manter a marca competitiva, saudável e relevante. Não é uma busca a qualquer custo pela liderança".

O presidente reforça que, no cálculo mais amplo da Stellantis, a resposta à ofensiva chinesa não depende de uma única marca ou de um único lançamento, mas o Avenger é, sem dúvida, o primeiro grande movimento de um plano que segue em curso. ■

PARCERIA QUE GERA EXCELÊNCIA

Há mais de uma década, a **Metalsider** desenvolve componentes de ferro fundido e usinados para a **General Motors** e outras grandes montadoras do país.

SUPPLIER QUALITY EXCELLENCE AWARD 2025

Um reconhecimento que reforça nosso compromisso com qualidade, confiança e excelência.

metalsider

QUALIDADE QUE MOVE GRANDES PARCERIAS.

metalsider.com.br

Abaixo do Renegade, acima da concorrência



Fotos: Divulgação/Jeep

Como o Avenger se encaixa no portfólio da Jeep, contra quem ele briga e o que a Stellantis está fazendo para vendê-lo

Por Lúcia Camargo Nunes

O momento em que o Jeep Avenger chega ao Brasil não é casual. De 2022 a 2026 o mercado doméstico cresceu 60% mas o segmento de SUVs avançou mais de 100% no mesmo período. E hoje seis em cada dez utilitários esportivos vendidos no País pertencem à categoria de entrada no segmento, os B-

-SUV, exatamente o território que a Jeep, até aqui, não disputava. É esse vácuo que o Avenger foi desenhado para preencher.

E esta disputa não se resume só ao Brasil: a produção em Porto Real, RJ, também alarga o mercado global do Avenger, pois o SUV compacto que já trafega em dezenas de países na Europa deverá ser

exportado da fábrica brasileira para mercados na América do Sul e Central.

Dentro de casa a chegada do Avenger reorganiza o papel de cada modelo da linha Jeep. O Compass segue como líder em modelos médios, os C-SUVs, o Commander mantém a posição de mais vendido nos SUVs de sete lugares, e o Renegade, até então o carro de entrada da marca, hoje vendidos a partir de R\$ 125 mil, passa a dividir espaço com um produto mais barato e mais urbano.

A Stellantis resume a chegada do novo modelo como "o reforço de um exército": um SUV de vocação claramente urbana, que soma força ao restante da família sem repetir o papel de nenhum deles.

A pergunta que naturalmente segue esta reorganização é sobre canibalização: o Avenger vai roubar vendas do Renegade? Para responder a esta pergunta Hugo Domingues, vice-presidente da Stellantis responsável pela marca Jeep na América do Sul, recorre à pesquisa com consumidores em clínicas conduzidas antes do lançamento, na qual os dois carros foram testados lado a lado com a concorrência. Segundo ele 85% dos consumidores consultados, depois de conhecerem os dois carros em profundidade, conteúdo, preço e marca, os classificaram como complementares, não concorrentes: "Um Renegade é mais espaçoso, mais robusto, possui iconicidade e a robustez de um 4x4.



Conseguimos distinguir tanto o propósito quanto o uso, além de preço e produto".

A leitura de Domingues segue uma lógica de escadinha de consumo: o cliente típico do Avenger está saindo de um hatch e comprando seu primeiro SUV, ou seu primeiro Jeep, enquanto o Renegade segue endereçado a quem busca um carro maior e mais robusto: "Nós temos a oportunidade de ser o primeiro carro de quem está vindo de um hatch, por exemplo, movimento que talvez fosse um pouco mais distante com o Renegade".

CONCORRÊNCIA DIRETA

No segmento B-SUV o Avenger chega para brigar diretamente com Volkswagen Tera, Nissan Kait, Chevrolet Sonic e Honda WR-V, nomes que a própria Stellantis colocou lado a lado do Avenger. Segundo esse comparativo o Avenger é o único do grupo a oferecer, simultaneamente, propulsão híbrida auxiliar MHEV de 12V, farol Matrix, sistemas de assistência ao motorista ADAS nível 2, teto solar, freio de estacionamento elétrico, câmara 360°, luz ambiente de oito cores, assistente de descida em rampa e seletor de terrenos. Nenhum rival reúne por completo este conjunto.

A central multimídia é outro ponto de comparação: a tela do Avenger chega a 10,25 polegadas na versão topo de linha Limited e o quadro de instrumentos digital mede 10 polegadas, tamanhos semelhan-



tes ao das telas do Volkswagen Tera e bem maiores que Nissan Kait, Chevrolet Sonic e Honda WR-V.

Em preço e porte, contudo, o Avenger também briga internamente com outros modelos de outra marca da Stellantis, no caso o Fiat Pulse e até o Fastback. Herlander Zola, presidente da Stellantis América do Sul, trata disso como rotina de gestão

de portfólio, não como problema: "Aquilo que temos dentro de casa, em termos de canibalização, obviamente, é um pouco mais fácil de ajustar, de calibrar preços de cada uma das versões, de cada um dos carros, para tentar otimizar o resultado e a dinâmica do nosso negócio. Isso é algo, até certo ponto, comum para nós aqui".

Por ora, ele afirma, os preços de Pulse

Versões e preços do Jeep Avenger

AVENGER ALTITUDE

R\$ 114 MIL 990 [PREÇO ESPECIAL DE LANÇAMENTO]

Principais itens de série: Faróis de LED + Automatic High Beam • Lanternas escurecidas em LED • Hill Holder [controle eletrônico que mantém o freio acionado nas partidas em rampas] • Hill Descent Control [sistema automático de descidas] • 6 airbags [2 laterais, 2 cortina, 2 frontais] • Ar-condicionado digital • Aviso de colisão frontal com frenagem de emergência AEB + Câmera • Freio de estacionamento elétrico • Aviso de saída de faixa e assistente de permanência de faixa LDW/LKA • Controle eletrônico de estabilidade ESC • Selec-Terrain [seletor de terrenos] • Detector de fadiga do motorista • Piloto automático [Cruise Control] • Sensor de chuva • Sensor de estacionamento traseiro • Sensor de pressão dos pneus • Partida do motor sem chave • Volante multifuncional • Quadro de instrumentos digital de 7 polegadas • Central Multimídia 10polegadas + Apple Carplay e Android Auto • Reconhecimento de placas de trânsito TSR • Console central com apoio de braço, porta copos removível, porta-celular e porta-objetos • Tomadas USB e USB-C • Bancos revestidos com tecido • Rodas de liga leve 16" • Estepe de uso emergencial • Maçanetas e retrovisores externos na cor preta.



AVENGER ALTITUDE COM PACOTE HIGH

R\$ 124 MIL 990 [PREÇO ESPECIAL DE LANÇAMENTO]

Principais itens de série: igual à versão de entrada e adiciona câmara de ré e barras de teto.

e Fastback devem seguir como estão e mudanças mais claras de posicionamento só devem vir depois que o Avenger se consolidar no mercado.

SUPER-HERÓI, CINEMA E COMUNIDADE

A campanha publicitária do Avenger apoia-se abertamente no nome do carro e na tradição da marca. O material de

lançamento apresenta o SUV como "um super-herói forjado por um legado de 85 anos", com a promessa de que "a tecnologia também é um superpoder", mote que embala toda a comunicação do lançamento.

Reforçando a ligação com o universo pop a Jeep tem parceria com a Disney em torno do filme Vingadores: Doutor Destino, do Marvel Studios, e apresentou dois car-

AVENGER LONGITUDE

R\$ 135 MIL 990



Principais itens de série: igual ao Altitude e adiciona ACC [piloto automático adaptativo] • Bancos revestidos em tecido e vinil • Barras longitudinais no teto • Câmara de ré • Faróis de neblina com sistema Cornering [acompanha movimento do volante] • Maçanetas na cor do veículo • Paddle-shifters para mudanças de marchas atrás do volante • Rodas liga leve de 17 polegadas • Volante multifuncional revestido em couro e acabamento black piano • Chave presencial [Keyless Entry N Go] • Walk Away Lock [travamento automático das portas ao se afastar do carro] • Ar-condicionado digital

automático • Aviso de colisão frontal com frenagem de emergência AEB + Câmara + Radar • Alto falantes traseiros • Carregador de smartphone sem fio.

Opcional Convenience Pack – R\$ 3,5 mil: Tomadas USB e USB-C traseiras • Retrovisor Frameless • Retrovisores externos com rebatimento automático • Detector de ponto cego • Sensores de estacionamento frontais, traseiros e laterais.

Opcional Teto Solar + Jeep Adventure Intelligence – R\$ 8,5 mil: Teto solar • Jeep Adventure Intelligence + ChatGPT embarcado • Quadro de instrumentos digital de 10,25".

AVENGER LIMITED

R\$ 145 MIL 990



Principais itens de série: igual ao Longitude e adiciona ACC nível 2 [controle automático de velocidade, frenagem e direção e centralizador de faixa] • Faróis de LED Matrix • Bancos em vinil premium • Câmara 360° • Quadro de instrumentos digital de 10,25 polegadas • Espelho retrovisor Frameless + eletrocromático • Iluminação interna de LED • Ambient Light com oito opções de cores • Jeep Adventure Intelligence + inteligência artificial Chat GPT embarcado • Navegação embarcada • Retrovisores com acabamento Black Piano • Retrovisores externos com rebatimento automático

• Rodas de liga leve de 18 polegadas • Segunda tomada USB para passageiros traseiros • Sensor de estacionamento frontal • Sistema de monitoramento de pontos cegos • Teto pintado em preto

Opcional Teto Solar – R\$ 7,5 mil



ros-conceito de vitrine: um deles inspirado no filme, outro desenvolvido com a Deus Ex Machina, marca de lifestyle nascida na Austrália e ligada ao universo de surfe e motociclismo, customização e fãs ao redor do mundo. Essas parcerias foram pensadas para aproximar o Avenger de um público jovem e urbano, reforçando os acessórios da linha Mopar.

Do ponto de vista de perfil de cliente a Jeep enxerga o Avenger como o carro que atende a diferentes fases da vida do consumidor dentro da própria marca: primeiro carro, casal jovem, famílias pequenas e também o chamado "ninho vazio" – quando os filhos saem de casa e o casal volta a procurar um carro mais compacto.

Para reforçar a estratégia de aproximação com um público mais jovem a linha de acessórios Mopar desenvolvida para o Avenger inclui protetor de cárter, tapete de bordas elevadas, bagageiro de teto, barras transversais, tapete de porta-malas, protetor de soleira metálico, projetor de logo e engate para reboque, como parte de um catálogo com mais de quinze itens produzidos no Brasil, todos pensados para ampliar a possibilidade de personalização do carro sem depender de terceiros.

MARCA PESA, MAS NÃO SÓ

Perguntaram a Zola sobre até que ponto a força da marca Jeep ainda influencia a decisão de compra em um mercado

cada vez mais pressionado por preço, e ele foi categórico: "Marca sempre vai ser importante na decisão do consumidor. O nível de confiança que você tem naquela marca, a rede, o nível de conhecimento que existe sobre ela, tudo isto pesa e vai continuar pesando".

Mas ele pondera que a equação de sucesso de qualquer lançamento não se resume a isto: "Precisa ter preço, um bom nível de percepção, ter uma boa redistribuição e o produto precisa ser bom. É uma composição de fatores".

Para tentar preencher todos esses requisitos que levam ao sucesso de vendas o novo Jeep Avenger chega em três versões, todas com câmbio automático CVT de sete marchas, motor 1.0 turbo T200 flex de 116 cv e sistema híbrido-leve MHEV de 12V.

De série em todas as versões trazem seis airbags, freio de mão elétrico, seletor de condução Selec-Terrain em modos Normal, Sport e All Terrain, controle eletrônico de descidas Hill Descent Control, aviso de colisão frontal com frenagem automática de emergência AEB, reconhecimento de placas de trânsito e alerta de saída de faixa.

A garantia é de cinco anos. O carro é oferecido em seis cores: preto Carbon, branco Snow, cinza Concrete, cinza Granite, vermelho Sunset e verde Boreal, em paleta inspirada, segundo a Jeep, no universo cinematográfico da marca. ■



Vote na PHINIA no **Prêmio Autodata 2026**, na categoria "Fornecedor de Autopeças, Sistemas e Componentes"



Injetores com
tecnologia de ponta
agora produzidos em
Piracicaba

- Única fábrica no Brasil a produzir injetores GDi Flex para pressão de 350 bar.
- Tecnologia avançada para motores mais eficientes e aplicações híbridas.
- Nossa qualidade e eficiência estão presentes em milhares de veículos pelas ruas do Brasil.



Escaneie o QR Code ao
lado para votar ou acesse:
www.autodata.com.br/premio-autodata/





Fotos: Divulgação/Jeep

Da plataforma francesa ao ajuste fino brasileiro

Equipe de engenharia e design da Stellantis no Brasil participou do desenvolvimento do Avenger desde a concepção do modelo, em 2022

Por Lúcia Camargo Nunes

O Avenger é o primeiro Jeep construído sobre a plataforma CMP, desenvolvida pelo Grupo PSA antes da fusão com a FCA que deu origem à Stellantis, em 2021. Trata-se da mesma base que deu origem a modelos Citroën e Peugeot já vendidos no Brasil e que foi estendida ao segmento de SUVs compactos com uma proposta técnica mais moderna do que a arquitetura usada até hoje por outros modelos Jeep, a Small Wide.

Lançado na Europa no início de 2023 o Avenger foi um dos primeiros frutos da sinergia das duas companhias que se uniram na Stellantis: uma plataforma originada na PSA utilizada para desenvolver um novo SUV com pegada mais urbana sob a marca Jeep, que pertencia à FCA. Da mesma forma como aconteceu nos mercados europeus o Avenger brasileiro também se aproveita das sinergias locais: utiliza motor produzido em Betim, MG, na planta em que são fabricados modelos

Fiat, e é montado em Porto Real, RJ, na mesma linha de produtos Citroën sob a plataforma CMP.

A estrutura desenvolvida para o Brasil combina quatro classes de aço: 30% de aço carbono convencional, 27% de aço de alta resistência, 23% de aço de alta resistência conformado a quente e 20% de aços avançados de alta resistência, em uma combinação pensada para equilibrar robustez, segurança e peso.

POTÊNCIA REDUZIDA

Sob o capô o conjunto motriz é o mesmo utilizado por outros carros da Stellantis: traz o já conhecido motor 1.0 turboflex de três cilindros T200 associado ao sistema eletrificado de propulsão auxiliar híbrido leve MHEV de 12V mas com potência reduzida a 116 cv tanto com gasolina quanto com etanol e torque máximo mantido em 200 Nm, acoplado ao câmbio automático CVT de sete marchas simuladas.

O número chama atenção de quem acompanha a evolução do motor: em outras aplicações no Grupo Stellantis o T200 roda com potências mais altas, rendendo até 130 cv quando abastecido com etanol. A Jeep se limitou a dizer que a redução de 14 cv é "estratégica". Traduzindo: sabe-se que a potência limitada a 116 cv no Avenger está ligada à necessidade de atender aos parâmetros de eficiência energética do Programa Mover, do governo federal.

Ainda assim o desempenho declarado soma-se ao discurso de eficiência: o a 100 km/h em 10,3 segundos com etanol,

10,7 segundos com gasolina e velocidade máxima de 185 km/h. O consumo validado pelo Inmetro é de 8,8 km/l e 9,4 km/l com etanol, respectivamente na cidade e estrada, e de 12,7 km/l e 13,5 km/l com gasolina.

Segundo Márcio Tonani, vice-presidente sênior de engenharia de produto da Stellantis América do Sul, o sistema MHEV do Avenger foi aprimorado com relação às aplicações anteriores em outros carros do grupo: "A maior evolução é na calibração". Segundo o engenheiro também foi executado um ajuste específico na direção quando o modo Sport do Selec-Terrain está ativado.

SUSPENSÃO REDESENHADA

A suspensão dianteira ganhou molas e amortecedores desenvolvidos no Brasil com maior rigidez lateral e mais flexibilidade longitudinal, com vistas a aumentar o conforto a bordo. No eixo traseiro o desenvolvimento buscou maior rigidez estrutural e redução de rolagem de carroceria.

Com adoção dessas configurações o Avenger apresenta vibração vertical no banco 24,4% menor do que a média do mercado em rodovia a 90 km/h, e aceleração longitudinal 22,1% menor em manobra a 30 km/h – números que, segundo a Stellantis, colocam o carro à frente da concorrência direta em conforto de rodagem.

Em manobra de esforço de estacionamento o Avenger também registrou a melhor resposta de direção da categoria, segundo o mesmo levantamento, bem



como no teste do alce, com puxadas rápidas de desvio no volante a 75 km/h.

O Avenger mede 4m84 de comprimento, 1m77 de largura sem retrovisores e 1m58 de altura, com 2m56 de distância entre-eixos. Os ângulos característicos de SUV – 22° de ataque, 21° de transposição e 33,9° de saída – somam-se a 22,1 cm de altura livre do solo.

O porta-malas tem 364 litros no padrão NET, 321 no VDA, ampliável para até 1 mil 281 litros com os bancos rebatidos, e os compartimentos internos somam 28 litros distribuídos em catorze porta-objetos na primeira e segunda fileiras de bancos.

PARTICIPAÇÃO DO DESIGN BRASILEIRO

O desenho do Avenger foi conduzido por Peter Fassbender, vice-presidente de design da Stellantis América do Sul, sob o conceito que a equipe chama de Jeepness: proteção, versatilidade e herança. As formas externas finais nasceram de uma competição interna dos quatro centros de design da Stellantis – Betim, Detroit, Turim e Xangai –, com a equipe brasileira participando desde a fase inicial.

Já o interior foi fortemente influenciado pela percepção de consumidores latino-americanos, levantada em pesquisas conduzidas pela equipe local em clínicas, o que explica a fartura de acabamentos soft touch, suaves ao toque.

O Avenger esconde ainda oito easter eggs, pequenos desenhos espalhados pela carroceria que fazem parte da tradição da marca.

ENGENHARIA BRASILEIRA

A engenharia brasileira integrou o comitê global de desenvolvimento do Jeep Avenger desde a concepção do projeto, por volta de 2022, antes de o carro estreitar na Europa: "Começamos a pensar um produto novo praticamente desde a concepção. Pensamos um pouco no mercado brasileiro também e já vamos colocando as nossas demandas", descreveu Tonani.

Uma vez definida a comercialização no Brasil a equipe local assumiu a calibração de motores, componentes mecânicos e



eletromecânicos, direção, freios e o desenvolvimento do conjunto completo, como suspensão, plataforma, motor, direção e carroceria trabalhando de forma integrada.

O volume de trabalho por trás do lançamento do Avenger no Brasil é significativo: mais de 730 testes de engenharia física, mais de 1 milhão de quilômetros rodados, 480 mil horas de desenvolvimento e mais de 315 engenheiros envolvidos. O índice de nacionalização do novo SUV é de aproximadamente 75% – um pouco abaixo da média geral de 80% dos produtos Stellantis produzidos no Brasil –, apoiado por um parque de fornecedores consolidado em Porto Real, sendo que oito deles são novos, trazidos especificamente para o projeto.

EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

Parte da eficiência energética do Avenger não vem apenas do motor, segundo Tonani: "O motor é um dos grandes pilares, mas há toda a parte do desenvolvimento da dinâmica veicular, da aerodinâmica, dos pneus. Isso contribui para o pacote todo".

A Stellantis afirma que o conjunto reduz em torno de 37 kg de emissão de CO₂ por veículo ao longo do ciclo de vida, considerando também os materiais usados no acabamento, como polímeros nas guarnições, fibra reciclada em carpetes e uma base plástica polímera, chamada internamente de CPV, nas partes que antes eram feitas de borracha.

"São materiais que nós ajudamos a desenvolver e trazem benefícios para o consumidor, para o meio ambiente e para nós também", resumiu o engenheiro, que também citou o consumo energético do Avenger de 1,64 megajoule por quilômetro como parâmetro alinhado às metas do Programa Mover, tanto em eficiência quanto em segurança veicular.

4X2 COM ASSISTÊNCIA DE 4X4

A Stellantis destaca como pioneiro no Avenger a aplicação de sistemas de tração em um veículo 4x2 que normalmente estão presentes somente em SUVs e picapes 4x4. Um deles é o Hill Descent Control, sistema instalado em todas as versões do Avenger que controla a velocidade do carro em descidas íngremes sem que o motorista precise acionar o freio ou acelerador.

Outro sistema usual em modelos com tração integral e de série também neste Jeep 4x2 é o Selec-Terrain, um seletor de condução com os modos Normal, Sport e All Terrain. Este recurso reforça o discurso da marca de que o Avenger, mesmo sendo o Jeep mais urbano já lançado no Brasil, não abre mão de um mínimo de vocabulário off-road.

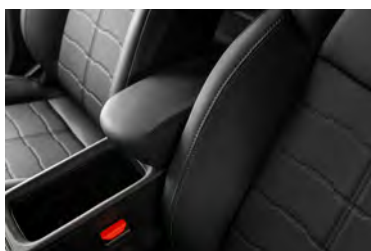
O novo SUV também traz um pacote completo de sistemas de segurança: todas as versões têm seis airbags – dianteiros, laterais e de cortina –, controle de estabilidade, detector de fadiga do motorista e frenagem automática de emergência, acionado por câmara na versão Altitude e por câmara associada a radar nas opções mais caras Longitude e Limited.

Apenas a Limited traz de série o pacote completo de sistemas de assistência ao motorista, o ADAS nível 2, que inclui piloto automático adaptativo ACC, centralizador de faixa e monitoramento de ponto cego; combinação que, segundo a Jeep, nenhum concorrente direto oferece de série na mesma faixa de preço.

ELETRIFICAÇÃO AMPLA E LIMITADA

Todas as versões do Avenger são eletrificadas, mas ao menos por enquanto a opção foi por oferecer a eletrificação mais leve e barata possível, com impulsor de 12V que apenas ajuda a tirar o carro da imobilidade. A Stellantis esclarece que a plataforma tem flexibilidade para futuras evoluções, foi pensada inclusive para receber propulsão híbrida convencional HEV ou puramente elétrica BEV, mas que a prioridade atual da companhia é consolidar a tecnologia Bio-Híbrido de 12V no novo Jeep.

A resposta mais imediata da Stellantis à eletrificação mais intensa é canalizada por meio da Leapmotor, com modelos como o C10 e o B10 — os primeiros passos, segundo executivos do grupo, para endereçar as novas tendências de mobilidade sem sobrecarregar o Avenger com uma missão tecnológica que não é a dele neste primeiro momento. ■



Dirigibilidade e comportamento dinâmico são pontos fortes

Tecnologias embarcadas e sistema híbrido leve complementam vantagens, mas o SUV perde para a concorrência no espaço traseiro para ocupantes e bagagens

Por Lúcia Camargo Nunes

A premissa vendida pelo fabricante é a de que o Avenger é um Jeep urbano. Não existe opção 4x4 nem pretensões mais ousadas do off-road, embora ele tenha sido apresentado na festa de lançamento desfilando e jorrando água para os lados em uma piscina de ondas artificiais de um clube de surfe em São Paulo.

Ao dirigir em um trecho de mais de 100 quilômetros por São Paulo o Jeep Avenger já confirma a que veio: de fato tem uma pegada mais urbana, diferente dos demais modelos da marca.

Mas trabalho na suspensão é um dos pontos que mais chamam a atenção, pois se comunica com a vocação fora-de-estrada dos demais Jeep. Apesar do acerto mais firme o conjunto filtra bem as irregularidades do asfalto e mesmo sendo um SUV altinho, com seus 22m10 de altura livre do solo, ataca as curvas sem assustar na inclinação.

A direção elétrica também se destaca: o volante pequeno, com ótima empunhadura, dá aquela sensação de carro ágil no meio do trânsito, combinado com o diâmetro de giro de 10m60, que facilita bastante em manobras de estacionamento.



Fotos: Divulgação/Jeep

A herança da plataforma CMP, inicialmente desenvolvida pelo Grupo PSA para modelos Peugeot e Citroën, aparece na postura ao volante: o quadro de instrumentos digital fica visível por cima do aro do volante, e não por meio dele, uma sensação comum a bordo dos Peugeot atuais e diferente dos demais Jeep.

E por ser o Jeep de entrada, o mais barato da marca, o Avenger não tem grandes pretensões: mesmo na versão topo de linha os ajustes dos bancos são todos manuais.

DINÂMICA BEM APURADA

O rebaixamento de 14 cv na potência do motor turboflex 1.0 só é notada na ficha técnica. O T200 com seus 116 cv são suficientes para a proposta do Avenger, que também surpreende pelo bom trabalho acústico mesmo em rotações elevadas, que impede a percepção de vibrações ou ruídos incômodos à cabine.

No uso do dia-a-dia o câmbio CVT de sete marchas simuladas prioriza a suavidade sobre esportividade, coerente com a proposta urbana do carro.

Com design agradável e robusto o que diferencia mesmo o Avenger e que deverá ser um de seus principais argumentos de venda é o trem-de-força eletrificado e a eletrônica embarcada, conforme conferimos na versão Limited avaliada.

O sistema híbrido leve MHEV de 12V atrelado ao motor T200 funciona como um maestro silencioso no anda-e-para dos congestionamentos. O pequeno mo-

tor elétrico faz mais do que gerenciar o start-stop: na prática ele entrega aquele empurrãozinho imediato em baixas rotações, preenchendo o fôlego antes de a turbina atingir sua pressão ideal. Isso se traduz em saídas de semáforo suaves, sem solavancos do câmbio e uma otimização do consumo.

A tela multimídia de 10 polegadas pode parecer até pequena perto dos grandes monitores comuns nos carros chineses, mas o sistema é bem suficiente, intuitivo, parecia com o celular sem cabo e tem ótima resolução. Some isso aos comandos de voz integrados ao ChatGPT embarcado, que permitem ajustar parâmetros do veículo com conversas naturais, sem tirar os olhos do trânsito.

A tecnologia ainda avança para a interface conectada ao pacote ADAS de nível 2, que dá assistência de centralização em faixa com correções no volante automáticas e suaves, controle de cruzeiro



26 ANOS

Juntos, movendo histórias.

**5 milhões de veículos.
26 anos de história.**

A Progeral tem orgulho de fazer parte da trajetória da GM Gravataí, contribuindo para uma história marcada por inovação, crescimento e excelência.

Parabéns, GM Gravataí, por esse marco que celebra não apenas uma grande conquista, mas uma parceria que segue acelerando rumo ao futuro.

progeral
clamp developers

adaptativo e câmara 360° de boa nitidez. Ou seja: a eletrificação e a assistência digital operam juntas para transformar o trânsito pesado em uma experiência muito menos estressante.

ACABAMENTO E ESPAÇO

Enquanto a dirigibilidade do novo Jeep Avenger é elogiável o acabamento também mostra alguma preocupação com o conforto interno. Revestimentos de portas e painel foram pensados para entregar um toque macio e superior aos principais rivais nacionais, embora uma parte ainda conte com plásticos texturizados. Não é um carro de luxo nem esbanja sofisticação, mas é um Jeep de entrada que sobe o régua na qualidade dos materiais em sua categoria B-SUV.

Os botões físicos mais relevantes – volume do som, ar-condicionado e até modos de direção – também estão presentes para agradar a quem valoriza estes recursos e facilitar a vida de quem dirige.

O ponto fraco do Avenger é a segunda fileira de bancos devido à distância

entre-eixos não muito favorável. O espaço traseiro é o menos vantajoso contra a concorrência nacional de VW Tera, Chevrolet Sonic, Nissan Kait, Renault Kardian e Honda WR-V, e também ante os chineses que estão além dos 2m60 de distância entre-eixos em carros compactos.

O porta-malas de 320 litros se iguala ao do espaço diminuto do Renegade, mas também perde para os rivais – algo que pode fazer falta a famílias ou para quem viaja e precisa de mais espaço para bagagens. Apesar da vocação urbana do Avenger poucas famílias podem se dar ao luxo de ter um carro para rodar na cidade e outro para viajar.

Mas se a ideia for adquirir um SUV compacto, ágil, alto, de dinâmica equilibrada, eficiente, isento de rodízio municipal no caso da Capital paulista, bem equipado e ainda de quebra ostentar o emblema Jeep no capô o Avenger surge como uma opção bem interessante e capaz de brigar de perto com Tera e ficar à frente de todos os demais. A briga vai ser boa. ■





Vote na
BorgWarner!

Somos finalistas do Prêmio Autodata 2026

Indicada para a categoria **Líder Empresarial - Fornecedores**, a Diretora Geral da Turbos and Thermal Technologies da BorgWarner no Brasil, **Melissa Mattedi** representa uma nova gestão de líderes da indústria automotiva. À frente da unidade da BorgWarner em Itatiba/SP, alia excelência em gestão, inovação e desenvolvimento de pessoas, fortalecendo a competitividade da empresa e acelerando a transição para tecnologias mais eficientes e sustentáveis.

51%

Aumento da
presença
feminina na
empresa¹

50%

Motores com
turbo são
Borgwarner²

69%

Redução de
emissões de
CO₂ e por peça³



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

BORGWARNER

1 - A unidade da BorgWarner em Itatiba/SP acumulou 51,4% de aumento da presença feminina desde 2022. 2 - Cerca de 50% dos motores turbos de baixa cilindrada fabricados no Brasil tem turbocompressor produzido pela BorgWarner em Itatiba/SP. 3 - A BorgWarner em Itatiba/SP diminuiu, por peça produzida, 69% das emissões de CO₂ e provenientes de combustíveis fósseis.



Fotos: Divulgação/Jeep.

Melhoria na estrutura e mais empregos

A chegada do Avenger traz injeção de volume e produtividade ao Polo Automotivo de Porto Real, com abertura do segundo turno

Por Lúcia Camargo Nunes

O Polo Automotivo de Porto Real, RJ, iniciou em 6 de julho a produção em série do Jeep Avenger, um marco que coincidiu com a celebração dos 25 anos da fábrica, inaugurada em 2001 pelo Grupo PSA para produzir modelos Peugeot e Citroën e que, após a fusão com a FCA em 2021, passou a integrar o sistema de produção da Stellantis no Brasil.

A data escolhida para o início da produção não foi aleatória, pois uniu a cele-

bração dos 25 anos de Porto Real com inclusão de mais um produto inédito para a fábrica, o Avenger, que transformou o marco histórico em um momento de posicionamento para a Stellantis, que desta forma reafirma publicamente sua aposta na indústria automotiva nacional em vez de apenas importar produtos prontos para o mercado brasileiro.

Historicamente construída pela PSA para a produção de modelos Peugeot

e Citroën a planta de Porto Real passou por processo de adequação fabril para integrar o portfólio da Jeep, em transformação financiada pelo ciclo de investimento de R\$ 3 bilhões aplicado de 2025 e 2030 na unidade – parte do programa maior de R\$ 32 bilhões que a Stellantis destina às suas operações no Brasil e na Argentina no mesmo período.

PRODUTIVIDADE MULTIMARCA

A complexidade industrial exigida para produzir o novo modelo levou a Stellantis a modificar diversas áreas da planta: as linhas de produção receberam adaptações específicas para acomodar a plataforma eletrificada do Avenger, com destaque para os ajustes na funilaria e nos processos de montagem final, além da instalação de equipamentos de pintura otimizados para o novo design.

Para aumentar o volume de produção, que a companhia projeta como “bastante positivo”, a unidade abriu um segundo turno de trabalho, que envolveu a contratação de oitocentos novos colaboradores diretos para as linhas da fábrica.

A fabricação de um Jeep de entrada, em território no qual a marca não atuava e que representa o seu ingresso na categoria B-SUV, cujas vendas já cresceram 80% este ano, tem potencial para trazer injeção de produtividade ao polo de Porto Real como há tempos não se via.



“Já tivemos Peugeot, temos Citroën e agora juntando também a Jeep para poder fazer com que seja mais uma das nossas plantas multimarcas”, resumiu Glauber Fullana, vice-presidente sênior de manufatura da Stellantis América do Sul. “Todas as nossas plantas são multimarcas e podemos fazer qualquer tipo de carro. Tudo depende muito do plano que temos para entender em qual planta ele vai se adaptar melhor.”

O impacto positivo da produção de mais um carro em Porto Real também tem efeito sobre a cadeia de fornecedores parceiros, gerando centenas de novos empregos na região.

O PAPEL DE PORTO REAL

A relevância da fábrica no organograma da companhia é reforçada pelos números: a América do Sul responde por cerca de 20% dos negócios globais do Grupo Stellantis, posicionando as operações brasileiras como pilar de sustentação das regionais.

A autonomia conferida à engenharia local, que conta com um contingente de 3 mil profissionais contando engenheiros e designers, é o que torna viável a adaptação de projetos globais, como o próprio Avenger.

No horizonte a gestão do polo mantém postura de cautela quanto a novas ampliações, como a eventual implementação de



um terceiro turno, decisão que permanece vinculada ao desempenho de vendas do novo modelo em produção.

O foco imediato é a elevação da produção e a estabilização da eficiência produtiva para atender ao mercado interno e a potenciais demandas de exportação, um capítulo que só deve começar a ser escrito nos próximos meses à medida que o Avenger confirmar, ou não, a aposta que a Stellantis fez nele.

O desempenho do Avenger em Porto Real deve funcionar, neste período, como termômetro de toda a estratégia da Stellantis no Brasil: o desafio do grupo é equilibrar a tradição de suas marcas com metas de descarbonização ainda incipientes no mercado local, garantir viabilidade econômica em uma fábrica que convive com outros modelos de outra marca e provar que a diversidade de tecnologias se traduz em volume real de vendas e não apenas na variedade do catálogo. Parte desta equa-

ção depende diretamente da cadeia de fornecedores que sustenta a fábrica hoje.

DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Embora o Avenger seja um produto de sucesso global, amplamente premiado na Europa desde o seu lançamento, no início de 2023, sua chegada ao Brasil foi precedida por um trabalho de tropicalização conduzido pela engenharia regional baseado em pesquisas realizadas com consumidores brasileiros ainda na fase de desenvolvimento.

Houve um esforço conjunto das equipes brasileira e europeia para renovar o design e a estrutura de diversos itens internos: o painel de porta, o console central e a padronagem dos bancos foram reprojatados para atender ao gosto e às necessidades dos clientes locais.

"Este é um Jeep produzido por brasileiros e para brasileiros, desenvolvido para atender às necessidades do nosso mercado, combinando eficiência, desempenho e a capacidade que está no DNA da Jeep", assinalou Hugo Domingues, vice-presidente da Stellantis responsável pela marca Jeep na América do Sul.

Do ponto de vista técnico a engenharia focou em garantir que a plataforma manufaturada em Porto Real pudesse oferecer a robustez esperada de um veículo com o DNA Jeep, mantendo ângulos de entrada, saída e altura do solo adequados ao uso em variados tipos de terreno.

A adaptação ao consumidor brasileiro também passou pelo conjunto tecnológico: o assistente de voz com ChatGPT embarcado, desenvolvido em parceria com a OpenAI, chega para ampliar as possibilidades de interação a bordo. E a construção de visibilidade para o modelo no País começou antes mesmo do lançamento comercial – o Avenger já havia sido um dos destaques do Salão do Automóvel de São Paulo e, este ano, fez sua primeira aparição pelas ruas do Rio de Janeiro como carro oficial do evento Todo Mundo no Rio, ação pensada para reforçar a conexão do modelo com o público brasileiro antes da chegada às concessionárias. ■





GANDINI CENTRO TECNOLÓGICO INVESTE R\$ 57 MILHÕES PARA DOBRAR A CAPACIDADE DE TESTES VEICULARES E INÍCIO DOS TESTES PARA MOTOCICLETAS.

Em operação desde 2019, o Gandini Centro Tecnológico é referência em ensaios de emissões veiculares e oferece um pacote completo de homologação para veículos a gasolina, etanol, flex, diesel, GNV, híbridos e elétricos, 4x2 ou 4x4. Localizado em Salto (SP), com acesso às principais rodovias, atende montadoras, importadoras, sistemistas e fornecedores da indústria automotiva.

✓ Independência, agilidade e qualidade

Totalmente independente, o GCT responde com rapidez a demandas urgentes, do recebimento à devolução do veículo. A confiabilidade é garantida por um sistema de qualidade metrológica acreditado pelo INMETRO e por ensaios nacionais reconhecidos pelo IBAMA, CETESB e Instituto Mauá, além da VCA, para ensaios europeus.

✓ Nova fase de expansão

Serão investidos R\$ 57 milhões para dobrar a capacidade de testes e chegar a mais de 2.400 ciclos completos de homologação por ano. A expansão também inclui ensaios para motocicletas e permitirá atender à totalidade da demanda nacional, com o que há de mais moderno no mercado de validação de veículos, como dinamômetro de quatro rolos independentes, câmaras para medição de emissões evaporativas e ORVR, além de equipamentos para RDE.

Endereço: Rodovia Santos Dumont, km 38,5, Salto (SP)
Site: www.gandinict.com.br - **Tel.:** +55 11 3135-5474



Cadeia de suprimentos mais do que dobra em Porto Real



Fotos: Divulgação/Jeep

Oito novas empresas, 450 empregos e índice de localização de 80% na fábrica: o ecossistema que sustenta a produção do Avenger.

Por Lúcia Camargo Nunes

Se a fábrica é o palco visível do lançamento do Avenger, o que sustenta a produção em série está em uma camada menos vista: a cadeia de fornecedores que a Stellantis precisou reforçar para o projeto em Porto Real.

Quem relata este movimento é Dulcineia Caldeira Brant, vice-presidente sênior de compras da Stellantis América do Sul: "A chegada do novo Jeep Avenger a Porto Real representa um importante marco

para a operação da Stellantis no Brasil e reflete a confiança da companhia no potencial da planta e na competitividade de seus produtos".

Como resultado deste esforço novas empresas passaram a atender às demandas da fábrica: Pilkington, Cooper Standard, Vutec, PPG, S-Rico, Nextia e CMoldes, contribuindo para a geração de aproximadamente 450 novos empregos diretos na região.

O salto fica mais claro em proporção do que em números absolutos: o supplier park de Porto Real, o parque de fornecedores instalado no entorno da fábrica, cresceu de cinco para treze fornecedores de material direto, um crescimento de 160% na quantidade de empresas instaladas ali.

"Este avanço combina a força da cadeia de fornecedores já estabelecida em Porto Real com a chegada de novos parceiros estratégicos, preparados para apoiar o crescimento sustentável da operação e a produção do Jeep Avenger", resume Caldeira Brant.

O TAMANHO REAL DA CADEIA

Posto em perspectiva nacional o movimento de Porto Real é uma fração de uma rede bem maior, aponta a executiva: "A Stellantis conta com mais de quinhentos fornecedores de material direto no Brasil, formando uma das mais robustas cadeias de suprimentos da indústria automotiva nacional".

Só em Porto Real, hoje, são 234 fornecedores de material direto integrados à operação, englobando tanto a base que já atendia Peugeot e Citroën quanto os novos parceiros trazidos para o novo SUV: "A produção do Jeep Avenger impulsionou ainda mais esse ecossistema, com a ampliação do parque de fornecedores e a incorporação de novos parceiros estratégicos".

A proximidade física da montadora com os fornecedores de peças que entram diretamente na linha de montagem, sem passar por estoques intermediários, não é um pormenor operacional. Quanto mais próximo o parceiro está da fábrica menor



o custo logístico e maior a capacidade de operar em lógica just-in-time, entregando componentes praticamente na hora em que são consumidos na linha.

É por isto que o crescimento do supplier park de Porto Real, de cinco para treze empresas instaladas no entorno da planta, pesa mais na conta de competitividade do que o número absoluto dos novos fornecedores sugere.

SINERGIA COM OS CITROËN

Um dos questionamentos naturais sobre uma fábrica multimarcas é até que ponto os modelos ali produzidos compartilham peças. No caso de Porto Real existe uma natural sinergia nesta área, pois os



três modelos Citroën e o Jeep são produzidos sobre a mesma plataforma.

De acordo com Dulcinéia Caldeira Brant o Avenger compartilha componentes com os Citroën feitos em Porto Real mas dentro de uma lógica que ela descreve como estrutural para toda a indústria, não uma peculiaridade brasileira: "As plantas da Stellantis, assim como a indústria automotiva global, operam com uma estratégia industrial multimarcas que permite aproveitar sinergias, tecnologias e componentes compartilhados sempre que isto gera ganhos de eficiência, competitividade e sustentabilidade para o negócio".

Segundo ela esta abordagem foi um dos fatores que tornaram viável a chegada do Avenger à planta ao potencializar a infraestrutura existente, o conhecimento industrial já consolidado e a força da cadeia local de fornecedores sem abrir mão dos requisitos técnicos que preservam a identidade de cada marca do grupo.

O índice médio de localização de Porto Real é de 80%, apoiado pela base de 234 fornecedores de material direto – e o Avenger está alinhado a este patamar, o que segundo a executiva "reflete a estratégia da companhia de fortalecer continuamente a cadeia de suprimentos local e ampliar a competitividade da operação".

Parte dos componentes do Avenger é de origem europeia, decorrência direta de o carro ter nascido como projeto global com boa parte da engenharia e da cadeia de suprimentos já consolidada na Europa antes da industrialização brasileira.

"Assim como acontece com outros modelos da Stellantis parte dos componentes do Jeep Avenger ainda é comum à versão produzida na Europa. Por esta razão uma parcela dos itens utilizados na fabricação do modelo no Brasil é proveniente da cadeia de fornecedores europeia."

FORNECEDORES NO INVESTIMENTO

Brant reforça que a industrialização do Avenger em Porto Real foi acompanhada por um trabalho amplo de fortalecimento da cadeia local, o mesmo que resultou nos novos fornecedores do supplier park.



O ciclo de investimentos de R\$ 3 bilhões destinado à fábrica de 2025 a 2030 inclui, além das linhas de montagem e equipamentos de pintura, o desenvolvimento da base de fornecedores da região: "A chegada do Jeep Avenger foi um importante catalisador deste movimento. A Stellantis realizou um intenso trabalho de desenvolvimento da base de fornecedores para ampliar a capacidade industrial local e preparar a operação para novos desafios".

O crescimento de 160% no número de empresas no supplier park funciona como termômetro da confiança do mercado fornecedor na operação brasileira da Stellantis, um investimento que, assim como a fábrica, só se paga se o Avenger confirmar o volume de vendas que a companhia projeta para os próximos meses. Ou seja: o sucesso comercial do novo SUV compacto não será apenas medido no showroom e também é preciso que a aposta industrial e na cadeia de suprimentos se sustentem no médio prazo. ■



Saiba mais



Volkswagen Tera

Finalista do prêmio AutoData 2026 –
Os Melhores do Setor Automotivo



@vwbrasil



@Volkswagendobrasil



Volkswagen do Brasil



Desacelere. Seu bem maior é a vida.



Divulgação/Marcopolo

Estande da Marcopolo na Lat.Bus 2026 com lançamento do urbano Torino: mais de trezentos ônibus vendidos na feira.

Feira grande para mercado retraído

Maior Lat.Bus da história acontece em cenário de queda das vendas de ônibus, mas investimentos em novos produtos e eletrificação exibidos no evento deste ano mostram confiança do setor na retomada dos negócios

Por Pedro Kutney

O cenário do mercado de ônibus é restritivo: até julho as vendas de chassis contabilizadas pela Anfavea, que reúne os fabricantes, somavam 12,5 mil unidades, em queda de 10,7% na comparação com o mesmo período de 2025. A entidade projeta que suas associadas vão vender 22,5 mil chassis este ano, em baixa de 6,1% sobre o ano anterior. Mas

já há estimativas mais pessimistas, como a da Mercedes-Benz, fabricante líder do setor no País, que prevê retração de 16% a 21%, o que representaria de 19 mil a 20 mil chassis vendidos no ano.

Nada disso, contudo, afetou o ânimo para a realização da maior feira de ônibus das Américas, a Lat.Bus 2026, que foi também a maior das quatro edições realizadas,



Divulgação/Marcopolo

Novos e luxuosos ônibus rodoviários G8 da Marcopolo: segmento precisa de renovação mas falta crédito.

reunindo 150 expositores que ocuparam, de 11 a 13 de agosto, 45 mil metros quadrados de dois pavilhões do São Paulo Expo, consolidando o evento como o segundo maior do gênero no mundo, atrás apenas do Busworld Europa, realizado na Bélgica.

Segundo a OTM Editora, organizadora da Lat.Bus, em três dias pouco mais de 31 mil pessoas visitaram a exposição, 10 mil a mais do que na edição de 2024. Outro dado expressivo é o número de visitantes estrangeiros: 729 de quarenta países – em 2024 foram 22 países.

A Lat.Bus 2026 confirmou que, apesar da retração dos últimos anos, o Brasil conserva posição global relevante no setor de ônibus: é o quarto maior mercado e terceiro maior fabricante, mas vem perdendo terreno para a China, que está ganhando concorrências em países da América do Sul antes dominados pelos fabricantes brasileiros. Este fator, aliado a fatores econômicos que provocaram queda geral de vendas na região, já derrubaram as exportações brasileiras de ônibus em 30% este ano, para apenas 2,7 mil unidades de janeiro a julho, segundo dados da Anfa-vea, que projeta retração de 31% em 2026 inteiro, com 4,4 mil chassis exportados.

BONS RESULTADOS NA FEIRA

O pessimismo sugerido pelo retraído desempenho do mercado este ano não esteve presente nos estandes de sete

fabricantes de chassis e quatro de carrocerias do País, além de uma centena de fornecedores de componentes e serviços presentes ao evento. Muito pelo contrário, o que se viu foram muitos lançamentos, a frutificação de investimentos em eletrificação e fechamento de negócios, mostrando a confiança que os principais atores deste setor têm em relação à retomada das vendas, se não para já, ao menos nos próximos anos.

Até o fechamento desta edição os volumes e valores de negócios fechados durante a Lat.Bus 2026 não foram divulgados pela organização da feira, mas alguns sinais indicam bons resultados, que podem ter superado os R\$ 5 bilhões em vendas de 2024.

Maior encarregadora do País e uma das maiores do mundo, a Marcopolo confirmou bons resultados: informou ter comercializado mais de trezentos ônibus durante o evento, trinta deles já completamente montados sobre chassis, incluindo modelos rodoviários, urbanos e micros, além de encaminhar mais de seiscentas negociações com clientes do Brasil e do Exterior.

"A Lat.Bus é uma oportunidade importante para aproximar clientes, compreender os desafios do mercado e discutir caminhos para superá-los", afirma André Armaganjan, CEO da Marcopolo. "Nosso papel vai além do desenvolvimento de veículos. Buscamos contribuir com solu-

eCity, novo chassi OF elétrico da Mercedes-Benz foi lançado na Lat.Bus: mais barato e vendido encarroçado pela Caio para pequenas e médias cidades em 2027.



OTM Editora/Márcio Bruno Fotografia

ções que apoiem a renovação de frota, a eficiência operacional, a sustentabilidade e a competitividade dos operadores."

MERCADO DEPENDENTE DO GOVERNO

O mercado brasileiro de ônibus é parcial ou totalmente dependente de políticas e licitações públicas. Nos últimos anos as vendas foram sustentadas em grande medida pelas verbas federais do Caminho da Escola, que subsidia a compra de ônibus escolares para municípios e já colocou mais de 60 mil veículos em circulação desde o início do programa, em 2007.

Por causa de entregas do Caminho da Escola feitas este ano, ainda remanescentes da licitação de 2023, o segmento de micro-ônibus foi o único a registrar crescimento este ano, de 20%. A licitação do programa realizada no primeiro semestre, para a compra de 7 mil 470 ônibus, passou por reviravoltas que alteraram os valores negociados e questionamentos na Justiça que travaram o andamento do processo, que deverá parar novamente devido aos impedimentos legais trazidos pelas eleições. Por isto efeitos dessas novas compras nas estatísticas só devem começar a aparecer de fato em 2027.

Enquanto as compras públicas impediram retração maior do mercado, os três principais segmentos comerciais apresentam fortes quedas no primeiro semestre: as vendas de modelos urbanos registraram baixa de 22%, nos veículos para fretamento o recuo foi de 25% e os ônibus rodoviários apresentaram redução nos emplacamentos de 35%.

E poderia ter sido pior, não fosse a inclusão dos ônibus no Move Brasil 2, que destinou R\$ 2 bilhões em crédito do BNDES a juros subsidiados pelo governo, próximos de 12% ao ano – contra 18% a 20% no mercado – com prazo de pagamento de até dez anos. Calcula-se que até 1,3 mil ônibus tenham sido financiados pelo programa, que já esgotou seus recursos.

"Se não houver recuperação do urbano, do rodoviário e do fretamento, possivelmente não teremos um segundo semestre melhor do que o primeiro", registrou Walter Barbosa, vice-presidente da Mercedes-Benz responsável por vendas e marketing de ônibus. "Se nada mudar daqui para a frente e fizermos uma projeção até o fim do ano teremos um mercado de 19 mil a 20 mil unidades."

Estande da Volvo na Lat.Bus 2026: chassi urbano com motor flex para biodiesel B100 e transferência de tecnologias dos caminhões.



OTM Editora/Marcio Bruno Fotografia

GWM. A MONTADORA INDICADA POR QUEM MAIS ENTENDE DO ASSUNTO.

Indicada ao Prêmio AutoData Melhores do Setor Automotivo 2026.



GWM HAVAL H6



LÍDER EMPRESARIAL
MONTADORAS DE AUTOMÓVEIS



MONTADORA DE AUTOMÓVEIS E
COMERCIAIS LEVES E
AUTOMÓVEIS E PICAPES

Desacelere. Seu bem maior é a vida.



GWM
Hello, tomorrow.

Ricardo Alouche, vice-presidente de vendas e marketing da Volkswagen Caminhões e Ônibus, concorda que o cenário de juros altos e parada nas compras públicas empurra o mercado para baixo: "O segundo semestre de 2025 foi forte por causa do Caminho da Escola. Tivemos um pico de produção e o mercado recebeu um impulso que agora não temos mais". Ainda assim o executivo pondera que o resultado esperado deste ano não é de todo mau e segue a projeção da Anfavea, de recuo de 6% nas vendas: "Esta queda aguardada eu avalio de forma positiva diante de tudo o que está acontecendo no mundo: é o Trump com tarifaço, é a Selic muito alta, é a inadimplência elevada. Em tese tudo rema contra. Por isso eu diria que manter o mercado ou cair 6% está ótimo".

OPORTUNIDADES

Segundo levantamento do Sindipeças estão em circulação no País cerca de 401 mil ônibus, número apenas 3% maior que o de dez anos atrás, mas a idade média dos veículos, de 9,8 anos em 2016, subiu para 11,3 anos em 2025. Executivos e dirigentes de entidades do transporte de passageiros estimam que mais de 70 mil ônibus urba-

nos em circulação precisam ser trocados. Até a frota de escolares financiados pelo programa Caminho da Escola tem 30 mil veículos com mais de dez anos, que já deviam ter sido renovados.

Os números indicam que existe necessidade de renovar as frotas, mas esta demanda é atualmente reprimida por juros altos e queda persistente no número de passageiros, condições que empurram o mercado para baixo. Mas o cenário futuro, moldado pela força de políticas públicas e da legislação, poderão induzir a recuperação das vendas.

Existem recursos para aquecer este mercado: o Novo PAC, Programa de Aceleração do Crescimento, do governo federal, reservou R\$ 50 bilhões para projetos de mobilidade urbana. O Refrota, Programa de Renovação de Frota do Transporte Público Coletivo Urbano, do Ministério das Cidades, destina R\$ 5,7 bilhões em linhas de crédito com juros mais baixos e recursos do FGTS para empresas que poderão resultar na compra de 6 mil ônibus novos em 172 municípios brasileiros, de 21 estados.

A renovação das frotas de grandes cidades como São Paulo deve ocorrer principalmente com a aquisição de ônibus

VWCO: ampliação do portfólio de chassis elétricos e Volksbus.





Divulgação/Scania

Ônibus Scania a gás/biometano com carroceria Caio Millennium: desenvolvimento para a SPTrans já em testes na Capital paulista.

elétricos ou movidos por combustíveis de baixo carbono, como o biometano, que já têm linhas de financiamento subsidiadas do BNDES. Estes modelos só não vendem mais pelo alto custo de aquisição – de três a quatro vezes maior do que um modelo a diesel no caso de um veículo 100% elétrico – e pela infraestrutura de recarga ou reabastecimento ainda em lenta construção.

Não é tecnológico o obstáculo para a adoção de veículos com baixa emissão de CO₂ nas cidades, uma vez que já existem instalados no País mais de meia dúzia de fabricantes que produzem chassis elétricos. A barreira é econômica. Não por outro motivo ainda é muito tímido o avanço dos ônibus de baixo carbono, que representam apenas uma pequena fração da frota de urbanos: segundo o anuário da NTU, em 2025, estavam em circulação nas maiores cidades 1,9 mil modelos a bateria, 321 trólebus – que dependem de rede elétrica aérea – e apenas nove movidos a gás/biometano.

Apesar de não ter o mesmo acesso a financiamentos subsidiados os ônibus rodoviários também precisam de renovação obrigatória para atender novas regulamentações que limitam a idade máxima dos veículos. Dados da ANTT, Agência Nacional de Transportes Terrestres, apontam que nas linhas interestaduais e internacionais estão em circulação aproximadamente 32,3 mil ônibus, 43,6% deles têm até cinco anos de uso, 31% de seis a dez anos e 25%

mais de dez anos. Ou seja: ao menos um quarto da frota necessita de troca mais urgente por modelos mais novos.

ELETRIFICAÇÃO AMPLIADA

Apesar da lentidão na adoção da eletrificação quase todos os fabricantes presentes na Lat.Bus 2026 ampliaram o portfólio de ônibus elétricos, exibindo confiança na expansão do segmento. A Mercedes-Benz fez o movimento mais ousado, ao lançar o eCity, um ônibus elétrico de entrada, que começa a ser vendido em 2027 com preço cerca de 20% a 30% menor do que os concorrentes. Com isto o veículo paga seu investimento em seis anos, contra dez anos dos modelos a bateria já à venda no País.

Com baterias LFP e motor elétrico mais baratos, produzidos no Brasil e fornecidos pela WEG, o eCity foi desenvolvido no País sobre o chassi OF, o mais em conta da Mercedes-Benz, com objetivo de expandir a eletrificação do transporte público para cidades pequenas e médias. Para facilitar as compras de municípios que costumam adquirir veículos usados já prontos para uso, a fabricante do chassi vai vender o eCity já encarroçado pela Caio.

Para derrubar o preço o eCity usa pacote de baterias de 190 kW/h, o que garante 150 quilômetros com uma só recarga, que pode ser estendida a 250 quilômetros com um recarregamento de oportunidade de 30 minutos no meio do dia, mais que suficiente para municípios que têm linhas



Alternativas multienergéticas da Volare em exposição na Lat.Bus: os micro-ônibus Attack 10 a gás/biometano (acima) e híbrido com tração elétrica e gerador flex a etanol-gasolina.

curtas e menor exigência de autonomia. Por este motivo o eCity não será vendido em cidades grandes, como São Paulo, que impõe o mínimo de 250 quilômetros de autonomia para a compra de novos ônibus elétricos.

Como comparação o chassi urbano e500U já produzido pela Mercedes-Benz desde 2023 em São Bernardo do Campo, SP, utiliza motor elétrico importado da ZF e baterias NMC montadas no Brasil pela BorgWarner de 390 kW/h, que garantem a autonomia mínima de 250 quilômetros exigida por São Paulo, onde a fabricante já vendeu 350 unidades e negociou mais quinzentas.

Em 2027 a Mercedes-Benz terá no portfólio de chassis elétricos três modelos diferentes: além do eCity e do eO500U, também estará à venda o eO500UA, veículo articulado apresentado há dois anos na Lat.Bus, que também usa o powertrain

fornecido pela ZF e BorgWarner, mas com pacote de baterias de 590 kW/h.

MAIOR OFERTA DE ELÉTRICOS

A Volvo também ampliou para três seu portfólio de chassis elétricos: além do BZR 4x2, para carrocerias de 12 a 15 metros, e do articulado BZRT de até 20 metros, já apresentados na Lat.Bus de 2024, a fabricante agora também tem o BZR 6x2, com o terceiro eixo de fábrica que aumenta a capacidade para até 110 passageiros.

O mesmo fez a Volkswagen Caminhões e Ônibus, que além do e-Volksbus 22L – modelo de piso baixo apresentado em 2024 e com trezentas unidades já circulando em cinco cidades –, trouxe à Lat.Bus mais dois chassis elétricos de piso alto, o 18H, para fretamento e com autonomia de até 350 quilômetros, e o 22H, destinado a corredores BRT, o que amplia o mercado da marca.

A Scania, que em 2024 apresentou o chassi elétrico urbano K240 4x2, nesta Lat.Bus acrescentou ao portfólio o K300 6x2*4, como motor de 300 kW – cerca de 408 cv – para carrocerias de 15 metros com capacidade aumentada para até 105 passageiros.

A Eletra, fabricante brasileira que aposta todas as suas fichas exclusivamente na montagem de ônibus elétricos, na Lat.Bus aumentou ainda mais o seu portfólio com o Articulado eBRT, de piso baixo e carroceria de 21,5 metros, e o Midi Elétrico, com piso alto e 10,1 metros. A empresa, que está ampliando a fábrica de São Bernardo do Campo para aumentar a capacidade anual de 1 mil para 1,7 mil unidades, anunciou na feira a produção do seu primeiro ônibus elétrico rodoviário, com lançamento previsto para o segundo semestre de 2027. A Eletra também confirmou investimento na construção de uma nova fábrica, em local ainda a ser definido, com o objetivo de produzir 3 mil ônibus por ano.

A chinesa BYD, que desde 2015 monta chassis elétricos em Campinas, SP, também mostrou na Lat.Bus uma nova opção: o BC12HF, primeiro chassi elétrico da fabricante para ônibus de piso alto com ba-



VOTE SCANIA NO PRÊMIO AUTODATA 2026

O Presidente e CEO da Scania Latin America, Christopher Podgorski, é finalista entre **Os Melhores do Setor Automotivo**, na categoria **Liderança Empresarial – Veículos Comerciais**.

Além de finalistas na Categoria Montadora de Veículos Comerciais e Veículos Comerciais de Carga com o **Scania G 280 XT 4x2**.

Contamos com
o seu voto!

terias Blade – mesma tecnologia utilizada pelos carros da marca, com módulos mais finos e que não pegam fogo se perfurados. Com autonomia de até 270 quilômetros o modelo habilita a BYD a participar de licitações para corredores BRT e também serve ao segmento de fretamento. Assim o BC12HF complementa o portfólio da BYD, juntando-se aos modelos urbanos de piso baixo BC10LE, BC12LE e BC22LE.

A Caio, maior encarroçadora de ônibus urbanos do País, mostrou que está preparada para adaptar suas carrocerias para a maioria dos chassis elétricos oferecidos. Em seu estande expôs uma versão da sua menor e mais popular carroceria, a eApache, montada sobre chassi eVolksbus, e dois versáteis ônibus eMillenium – dos mais utilizados em São Paulo –, um equipado com powertrain da BYD e outro da Eletra.

A empresa também lançou no evento a sexta geração do Apache VIP, seu modelo mais popular ali apresentado com chassi Mercedes-Benz a diesel, mas que no próximo ano deverá ser a carroceria do eCity, ônibus elétrico mais barato a ser faturado já encarroçado pela Mercedes-Benz para pequenas e médias cidades brasileiras.

ALTERNATIVAS A GÁS

Se a eletrificação do transporte de passageiros viu suas opções aumentarem significativamente nesta Lat.Bus, a alternativa do gás ainda engatinha, principalmente pela infraestrutura de abastecimento ainda limitada de biometano, biocombustível produzido a partir da decomposição de matéria orgânica – como lixo, esgoto, dejetos da pecuária e bagaço de cana – que representa enorme potencial de descarbonização fóssil, pois reduz em 90% as emissões de CO₂.

A Scania trouxe para a feira o chassi de piso baixo K 280 4x2 com motor a gás/biometano e autonomia de até 380 quilômetros, que pode receber carrocerias de 12 a 14 metros. O produto foi desenvolvido a partir de parceria com a Caio para oferecer um produto sob medida para a SPTrans, e assim participar da renovação de frota de ônibus da cidade de São Paulo,



Fotos Luiz Alberto Pandini



Eletra ampliou sua oferta de ônibus 100% elétricos a bateria em duas pontas do mercado: Articulado eBRT, de piso baixo e carroceria de 21,5 metros, e Midi Elétrico, com piso alto e 10,1 metros.

que banuiu a compra de veículos novos a diesel. O primeiro veículo padron a gás com carroceria bMillenium, já exposto no estande da Caio no evento, está em fase final de homologação e entra em testes na Capital paulista em setembro.

A Marcopolo, que há três anos lançou seu ônibus elétrico Attivi Integral e em 2024 apresentou na Lat.Bus o micro-ônibus Volare Attack 10 híbrido REEV flex – veículo elétrico de autonomia estendida com gerador flex fornecido pela Horse acoplado a motor elétrico da WEG –, para a feira deste ano também trouxe uma opção de baixo carbono a gás/biometano, o Volare Fly 10 GV, com chassi próprio e powertrain importado da Argentina, fornecido pela FPT, divisão de motores e transmissões do Iveco Group.

A Iveco Bus, que na Europa lidera o mercado de ônibus a gás, reapresentou nesta Lat.Bus o mesmo chassi 17-210G

que havia trazido na edição de 2024, equipado com motor ciclo otto seis-cilindros da FPT. O modelo é produzido na fábrica de Córdoba, na Argentina, desde 2022, mas no mercado brasileiro o produto ainda está em fase de homologação pode começar a ser vendido em 2027.

DOS CAMINHÕES AOS ÔNIBUS

Alguns dos fabricantes presentes na Lat.Bus reaplicaram aos chassis de ônibus algumas tecnologias já utilizadas em seus caminhões. A Volvo, por exemplo, apresentou o chassi B320R flex 6x2 B100 Flex, que pode receber carroceria urbana para transportar até 120 passageiros e roda com qualquer proporção de mistura de biodiesel e diesel mineral. É a mesma solução apresentada há dois anos em versão do caminhão FH.

“O uso do B100 não traz problemas ao nosso motor”, afirmou Ricardo Seixas, diretor comercial de ônibus da Volvo. “É uma tecnologia madura, disponível e já testada em mais de cem caminhões vendidos.”

Como já existe distribuição de biodiesel e diesel em todo o País, o motor flex apresentado pela Volvo é, no momento, a solução mais rápida de descarbonização do transporte de passageiros quando usa o biocombustível, uma vez que não requer a instalação de nenhuma nova infraestrutura de abastecimento, como é o caso dos veículos elétricos ou a gás.

A Volvo aplica em seus chassis rodoviários os mesmos motores diesel Euro 6 de 320 a 510 cavalos utilizados por seus caminhões VM e FH, assim como passou a oferecer para os ônibus o sistema de navegação I-See, que utiliza inteligência artificial para ajustar acelerações e trocas de marcha do câmbio automático I-Shift com mais eficiência, conforme a topografia da rota à frente, o que se reverte em até 3% de redução de consumo de combustível. Todos os chassis rodoviários da fabricante equipados com motores de 13 litros vêm de série com sistemas de segurança ativa, como frenagem automática e controle adaptativo de velocidade de cruzeiro ACC.

Seguindo estratégia similar a Scania trouxe para a Lat.Bus 2026 os recém-lançados chassis Super, equipados com o mesmo powertrain 8% mais econômico em consumo já utilizado há mais de dois anos em sua linha de caminhões, com transmissão automática e motores diesel Euro 6 de 350 a 500 cavalos. E assim como nos caminhões os chassis Super rodoviários também têm quadro de instrumentos digital, sistemas de assistência ao motorista ADAS 2.0 e de frenagem auxiliar mais potente.

Já a Iveco Bus – única das fabricantes que registra crescimento nas vendas de ônibus este ano, de 10% até julho em comparação com o mesmo período de 2025, graças às entregas para o Caminho da Escola – optou por oferecer uma opção mais barata, porta de entrada no segmento de ônibus urbanos a diesel, com vistas a aumentar sua participação de mercado no País, atualmente de 9% das vendas – mais que o dobro dos 3,6% de 2020. Para isto lançou o BUS 17-210, chassi já existente equipado com o também já existente motor diesel FPT N45 de 210 cavalos e quatro cilindros produzido em Córdoba, na Argentina, já utilizado por alguns veículos da marca.

[Com colaboração de André Barros, Andrea Ramos, Natasha Werneck e Soraia Abreu Pedrozo]

Iveco focou na entrada do mercado de ônibus urbanos com adaptação do chassi 17-210 para usar motor FPT N45 de quatro cilindros e 210 cv: opção mais econômica.



OTM Editora/Marcio Bruno Fotografia

Passado de 5 milhões e futuro com híbridos



Fotos Divulgação/GM

A mais produtiva fábrica da GM no País, no Rio Grande do Sul, atinge marco histórico de produção em menos de trinta anos e se prepara para introduzir powertrains eletrificados nos modelos Chevrolet produzidos lá

Por Leandro Alves, de Gravataí, RS

Passados 26 anos do primeiro grande investimento da indústria automotiva no Sul do País a General Motors comemora o sucesso de sua aposta, contabilizando 5 milhões de unidades produzidas em Gravataí, no Rio Grande do Sul. Em 20 de junho de 2000 começou a ser produzido ali o Chevrolet Celta, resultado do investimento de R\$ 1,1 bilhão da GM no projeto Blue Macaw, o Arara-Azul, que revelaria um novo veículo de entrada

e, também, um revolucionário modelo de produção, com um parque de fornecedores instalados dentro do complexo, elevando a produtividade da fábrica para níveis até então desconhecidos na indústria automotiva brasileira.

Gravataí é até hoje a fábrica mais produtiva da GM no País e contabiliza alguns dos melhores índices da empresa no mundo. Ao longo de suas quase três décadas de história o complexo já recebeu pouco

mais de R\$ 5,8 bilhões em investimentos e triplicou a capacidade de produção, hoje calculada em 330 mil veículos/ano.

Repartindo os 5 milhões produzidos por 26 anos a produtividade da fábrica seria de pouco mais de 192 mil unidades, em média, por ano. Em alguns momentos produziu mais e em outros menos do que a média. Por exemplo, este ano, das 140 mil unidades comercializadas pela Chevrolet no mercado brasileiro até julho, quase metade foi produzida ali. Com o recente lançamento do Chevrolet Sonic a unidade passou a produzir 1 mil veículos diariamente em dois turnos. São 65 unidades por hora.

Para Thomas Owsianski, presidente da GM América do Sul, este ritmo da fábrica permitirá um melhor desempenho da fabricante no mercado nacional: "Obviamente o Sonic vai nos ajudar a recuperar participação no mercado. Mas eu espero mais tanto desta unidade quanto do nosso portfólio".

OPORTUNIDADES E PREOCUPAÇÕES

Foi justamente um Sonic, versão RS, cinza, o escolhido pela GM para representar o veículo 5 milhões no evento realizado na fábrica para celebrar o feito. Em seu discurso, em tom de brincadeira, Owsianski cobrou os responsáveis para acelerar o ritmo da linha de montagem, pois é de lá que saem os modelos com os quais a GM espera recuperar sua participação no mercado interno, reduzida por diversos fatores nos últimos anos, como a tragédia ambiental no Rio Grande do Sul, em 2024, que paralisou a produção por



alguns meses e, também, o avanço dos modelos chineses eletrificados no País.

Júlio Affeldt, diretor de produção, já tinha a resposta para o pedido do presidente. No início de agosto, além dos dois turnos a fábrica opera também um sábado por mês, além de uma hora e meia adicional a cada turno. "Para recuperar a produção perdida por causa do evento aqui na linha já disse ao presidente que vamos iniciar o turno às 5h da manhã no sábado. Ele ficou contente por não deixarmos de produzir nenhum veículo."

Como todo evento desta natureza a presença de representantes de entidades e do governo oferecem algumas opiniões que não são escutadas todos os dias. Alguns desses, que tiveram a oportunidade de discursar, demonstraram otimismo e também preocupação com o futuro do setor industrial do País.

Investimentos da GM em Gravataí

2000

R\$ 1,1 bilhão

Inauguração da fábrica e produção do Celta

2006

R\$ 240 milhões

Ampliação para produção do sedã Prisma

2010 a 2012

R\$ 1,4 bilhão

Expansão para produção do Onix

2019

R\$ 1,9 bilhão

Modernização para lançamento dos novos Onix e Onix Plus

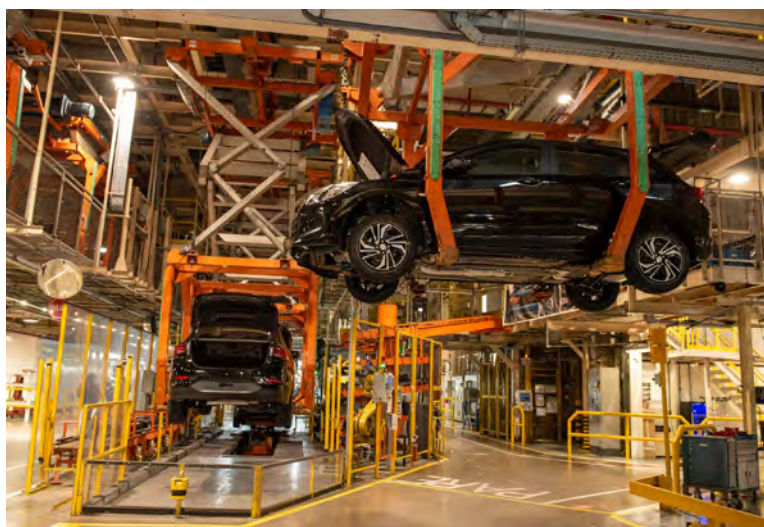
2024

R\$ 1,2 bilhão

Modernização do complexo, renovação do portfólio e preparação para o novo Sonic

Valdir Ascari, presidente do Sindicato dos Metalúrgicos de Gravataí, demonstrou seu orgulho e otimismo pela transformação que a fábrica proporcionou ao Estado: "Atingir 5 milhões é muito bom porque nos lembra que para chegar ao marco tivemos que superar nossas próprias convicções. Diziam que não sabíamos produzir automóveis, mas dos 20 milhões de carros que a GM produziu em cem anos 5 milhões foram aqui".

Já o prefeito de Gravataí, Luiz Zaffalon, afirmou que está atento ao que chamou de processo de desindustrialização: "Me preocupa que a produção de pneus da Pirelli ao lado da fábrica da GM abasteça 60% dos carros produzidos aqui. Agora são apenas 30%".



De fato o setor industrial do País perdeu posições no ranking da Organização das Nações Unidas para o desenvolvimento industrial: a indústria de transformação brasileira ocupa a 69ª posição do ranking de noventa países. Chegou a 33ª posição em 2024.

O presidente Owsianski, no entanto, acredita que a GM vai na contramão desta tendência ao aumentar seu portfólio de modelos nacionais eletrificados no País: "Estamos no caminho para ampliar nosso portfólio com veículos híbridos, híbridos leves e PHEV [híbridos plug-in]. Em breve teremos estas novidades".

DOIS HÍBRIDOS AINDA ESTE ANO

A fábrica de motores da GM em Joinville, SC, já iniciou a produção em escala dos sistemas de propulsão híbridos, após um longo processo de homologação da tecnologia. Desta forma está muito próximo o lançamento do primeiro Chevrolet com sistema híbrido leve, MHEV, provavelmente estreando nos próximos meses no SUV Tracker, produzido em São Caetano do Sul, SP.

A novidade é que a GM está acelerando seu cronograma e o segundo híbrido leve deverá ser o Chevrolet Sonic fabricado em Gravataí, com grande probabilidade da versão eletrificada também ser lançada antes do fim deste ano.

Fontes da indústria consultadas por **AutoData** apontam que este deverá ser o roteiro da eletrificação: mesmo sem confirmar oficialmente os executivos da GM afirmam que o compromisso é de que, até 2030, todos os modelos fabricados no País vão incorporar versões com a tecnologia de propulsão híbrida leve e plug-in.

Todos esses sistemas propulsores que combinam combustão interna e eletrificação serão produzidos em Joinville, que recebeu R\$ 300 milhões do programa de investimentos de R\$ 10,5 bilhões que a GM realiza no Brasil até 2030. A unidade foi ampliada justamente para incrementar as novas tecnologias eletrificadas em seu portfólio.



70 ANOS

COM VOCÊ PELOS CAMINHOS DO BRASIL.

Há 70 anos, a Mercedes-Benz acredita no potencial do Brasil.

Da produção dos primeiros veículos comerciais nacionais às soluções para a mobilidade do futuro, construímos uma trajetória marcada por pioneirismo, inovação e desenvolvimento.

Ao longo de sete décadas, contribuímos para fortalecer a indústria nacional, gerar oportunidades, formar talentos e impulsionar a mobilidade do país.

Porque mais do que acompanhar a transformação do transporte, fazemos parte dela.



BETC HAVAS

Mercedes-Benz
Caminhões e Ônibus

Fornecedores da GM instalados no complexo de Gravataí

- Adient
- Adler Pelzer Group
- Autoneum
- Ceva
- Faurecia
- Gestamp
- Goodyear
- Inylbra
- Saint-Gobain
- SL
- SMRC
- TI Automotive
- Valeo
- Voltava



PREPARADA PARA ELETRIFICAÇÃO

Durante esse processo de atualização do portfólio para versões eletrificadas, a fábrica de Gravataí deverá ser a unidade da GM no País que receberá a maior parte dos sistemas híbridos produzidos em Joinville, despachados para o Rio Grande do Sul para equipar Onix, Onix Plus e Sonic – o que significa eletrificar carros que representam quase 70% do volume de vendas da Chevrolet no mercado nacional.

O investimento de R\$ 1,2 bilhão na fábrica gaúcha incrementou a automação e melhorou os processos, já preparando as linhas para introduzir os sistemas híbridos. A linha final de montagem é um bom exemplo: é ali que acontecem as fases essenciais da fabricação e primeira delas é o casamento da carroceria com o powertrain, feito por meio de um transportador aéreo que conecta o corpo do veículo ao conjunto motor, transmissão, suspensão e sistemas de freios de escape. Justamente neste ponto a tecnologia de produção diferencia o mix produzido, se é uma versão eletrificada ou convencional.

Depois de adicionado todo o interior, os fluidos e as portas – que são monta-

das em uma linha paralela para depois serem instaladas no veículo – um computador é conectado para que seja feito o download de todos os softwares que vão comandar as funções do carro. Neste momento todos os parâmetros dos motores e sistemas eletrônicos, bem como os softwares de infoentretenimento, são baixados de acordo com a configuração de cada modelo específico.

Uma equipe de sete mulheres é responsável por esta operação e pela checagem de que todos os softwares estão instalados. Interessante é que todas têm deficiência auditiva, uma característica importante para a eficiência deste processo, segundo Julio Affeldt: "Elas têm uma atenção maior em todas as etapas da checagem, o que é muito importante para validar o funcionamento de toda a eletrônica. Além disso elas dão a primeira partida nos veículos".

A partir dali começa a jornada final dos carros até o mercado consumidor, que poderá recolocar a GM em sua posição histórica de mercado não só no Brasil, mas também na América do Sul, pois esses veículos de nova tecnologia também serão exportados. ■



SOMOS UM DOS FINALISTAS DO PRÊMIO AUTODATA 2026

Um reconhecimento que celebra nossa trajetória e a força de mais de 42 mil colaboradores, presentes em 24 países, movidos por um mesmo propósito: **construir o futuro da mobilidade.**



GM indica melhores fornecedores no Brasil e na Argentina



Divulgação/GM

Foram reconhecidas 87 fábricas que fornecem componentes à operação da montadora na região

Redação AutoData

A General Motors premiou 87 fábricas de oitenta de seus fornecedores no Brasil e na Argentina pelo desempenho em qualidade ao longo de 2025, em cerimônia organizada pela equipe de Supplier Quality & Development em 23 de junho. Ao todo a lista reúne empresas que fornecem componentes em cinco categorias: Carroceria & Exterior, Chassis, Elétricos, Interior e Propulsão – no caso da cadeia de suprimentos argentina os cinco escolhidos foram reunidos só pelo país, independentemente do tipo de fornecimento.

Para indicar seus melhores fornecedores a GM considerou o desempenho ao longo de 2025, levando em conta aspectos como orientação ao cliente, execução dos processos, transparência e colaboração.

Sete empresas da cadeia de suprimentos no Brasil tiveram mais de uma fábrica reconhecida. Autoneum, Pelzer e YAPP tiveram duas de suas fábricas indicadas em uma mesma categoria, Interior, pois fornecem componentes similares para diferentes linhas de montagem da GM. A Valeo foi a que teve maior número de reconhecimentos, quatro para duas de suas plantas em duas categorias: Interior e Chassis. A HBA Hutchinson somou citações para duas fábricas, uma para peças de Chassi e outra para Carroceria & Exterior. A Marelli também contou com duas unidades indicadas em duas categorias diferentes: Chassis e Interior. E a Nidec teve duas premiações para unidades diferentes pelo fornecimento de itens da parte elétrica e de propulsão.

Além do reconhecimento o encontro também serviu para alinhar as expectativas para os próximos meses. A GM aproveitou a cerimônia para reforçar as prioridades da cadeia de fornecimento e os objetivos para a continuidade do trabalho com os parceiros.

O reconhecimento regional ocorre pouco depois de a GM divulgar os vencedores da 34ª edição do Supplier of the Year. A premiação global reconheceu 102 fornecedores de catorze países, incluindo cinco empresas no Brasil. ■

GM South America Supplier Quality Excellence Award 2026

• Carroceria & Exterior

3M - Sumaré, SP | **AGC** - Guaratinguetá, SP | **Aisin** - Itu, SP | **Cosma** - Santo Antônio da Patrulha, RS | **Dongwon** - Canoas, RS | **Ficosa** - Jandira, SP | **HBA Hutchinson** - Casa Branca, SP | **JSP** - Santo Antônio da Posse, SP | **Kwangjin** - Sumaré, SP | **L&L** - Indaiatuba, SP | **Metagal** - Santa Rita do Sapucaí, MG | **Mitsuba** - Artur Nogueira, SP | **Myoung Shin** - Piracicaba, SP | **Nitto Denko** - São Paulo, SP | **Pilkington** - Caçapava, SP | **Produflex** - Diadema, SP | **SAE Dong** - São Paulo, SP | **Sika** - Osasco, SP | **SL** - Gravataí, RS | **Stanley Electric** - Limeira, SP | **Sulbras** - Caxias do Sul, RS

• Chassis

Android - Gravataí, RS | **Basf** - Guaratinguetá, SP | **Bridgestone** - Camaçari, BA | **CMA** - Itauna, MG | **Continental** - Camaçari, BA | **Cooper Standard** - São Bento do Sul, SC | **Denso** - Curitiba, PR | **Goodyear** - Americana, SP | **HBA Hutchinson** - Monte Alto, SP | **Iochpe-Maxion** - Limeira, SP | **Kautex Textron** - Guararema, SP | **KYB** - Fazenda Rio Grande, PR | **Marelli** - Amparo, SP | **Paranoá** - Diadema, SP | **Rassini-NHK** - Nova Iguaçu, RJ | **Sanoh** - Santa Bárbara D'Oeste, SP | **SOC Michelin de Parts** - Itatiaia, RJ | **TI** - São José dos Campos, SP | **Tuopu** - Guarulhos, SP | **Valeo** - Itatiba, SP | **Valeo** - Gravataí, RS | **YAPP** - Gravataí, RS | **YAPP** - Guarulhos, SP

• Elétricos

Casco - Indaiatuba, SP | **Moura** - Itapetininga, SP | **Nidec** - Vinhedo, SP | **SEG** - Itupeva, SP | **Ikro** - Canoas, RS | **TE Connectivity** - Bragança Paulista, SP | **Yazaki** - Nossa Senhora do Socorro, SE

• Interior

Autoneum - Gravataí, RS | **Autoneum** - Taubaté, SP | **CCL** - Vinhedo, SP | **CopLac** - Taubaté, SP | **Freudenberg** - São José dos Campos, SP | **Lear** - Caçapava, SP | **Luguez** - Guarulhos, SP | **Marelli** - Hortolândia, SP | **Pelzer** - Taubaté, SP | **Pelzer** - Gravataí, RS | **Plásticos Mauá** - Santo André, SP | **Proma** - Juatuba, MG | **Revest-Car** - São Paulo, SP | **SDS** - Iracemápolis, SP | **Motherson** - Guarulhos, SP | **Trimtec** - Caçapava, SP | **Fort Alamo** - São Paulo, SP | **Guangan** - Vargem Grande Paulista, SP | **Valeo** - Itatiba, SP | **Valeo** - Gravataí, RS

• Propulsão

Fontana Gruppo - Atibaia, SP | **Aptiv** - Jambuí, SP | **BleistaHL** - Cachoeirinha, RS | **Bollhoff** - Jundiá, SP | **Bontaz** - Pindamonhangaba, SP | **Eldor** - Indaiatuba, SP | **Lipos** - Mauá, SP | **Litens** - Atibaia, SP | **Mahle Metal Leve** - São Bernardo do Campo, SP | **Metalac** - Sorocaba, SP | **Metalsider** - Vespasiano, MG | **Nichibras** - Embu das Artes, SP | **Nidec** - Indaiatuba, SP | **Progeral** - Iperó, SP | **Stanley Engineered Fastening, Refal Division** - São Paulo, SP | **Rudolph Usinados** - Timbó, SC | **Sabó** - Mogi Mirim, SP

• GM Argentina

Adient - Pueblo Esther | **CGR** - Lomas del Mirador | **Plastic Omnium** - Pilar | **SMRC** - Tortuguitas | **Pirelli** - Merlo



Reprodução Internet

Que diabos é isto!, diria Gurgel

Fundador da Gurgel Veículos denunciava a expansão dos canaviais como o caminho mais próximo para a ruína do País. E defendia os derivados de petróleo.

Por Vicente Alessi, filho

Tornei-me amigo de Gurgel no período em que trabalhei na revista Quatro Rodas, de 1980 a meados de 1986, e o que nos aproximou foi um certo conhecimento meu cobrindo a área de energia – álcool – e sua profunda antipatia ao álcool como carburante. Dizia que a terra dos canaviais deveria produzir arroz, feijão, milho, mandioca e que o álcool combustível seria, certamente, a causa da ruína do País.

O que ele diria ao olhar a realidade que vivemos hoje, agosto de 2026? O que diria de seu inimigo, hoje rebatizado como etanol, como peça central de nosso programa energético, e da presença de empresas fabricantes chinesas que têm eletricidade como foco? O que diria da mistura multi-combustível, do motor flex, que hoje é a salvadora da lavoura e que nos apresenta ao mundo como local de soluções possi-

veis diante do caos geral? Ele morreu em 2009, aos quase 83 anos, e obviamente nunca dispôs destas respostas.

TARA POR PRODUZIR

Mas quem era Gurgel? Nascido na Franca do Imperador e da rádio Hertz, perto de Ribeirão Preto, SP, em 1925, tornou-se engenheiro pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. Tinha uma tara, tara saudável: produzir veículos, objetos que adorava. Fez pós-graduação em Detroit, Michigan, Estados Unidos, e trabalhou na Buick e na General Motors Truck & Coach. Foram tempos de aprendizado.

Voltou ao Brasil e em 1958 investiu na área de moldados plásticos, produzindo luminosos. Seis anos depois inaugurou a Macan, concessionária Volkswagen que “também fabricava karts, minicarros in-

fantis e um transportador industrial para movimentação de cargas em fábricas e aeroportos", o Mocar, de acordo com sua biografia publicada na Wikipedia.

A Gurgel Indústria e Comércio de Veículos surgiu em setembro de 1969. Ainda segundo a Wikipedia sua carreira "foi marcada pela busca do desenvolvimento de tecnologias automotivas nacionais, utilizando capital igualmente nacional. Característica marcante nos veículos fabricados por sua empresa eram as suas carrocerias de fibra de vidro" – e este era um dos pontos de nossas discordâncias.

Do ponto de vista de segurança de motorista e passageiros fibra de vidro não era, exatamente, a escolha protetora de vidas. Mais de uma vez o desafiei a submeter seus carrinhos a crash-tests – e ele ficava furioso comigo. Claro que não seriam aprovados.

SEM ESCALA NEM RECURSOS

No verão de 1985 fui visitá-lo no galpão de Rio Claro, SP, onde fabricava seus veículos, ali perto de Piracicaba, onde nasci, às margens da Rodovia Washington Luiz. Cheguei cedo e curioso para conhecer

o desenvolvimento que ele conseguia a partir de baterias tetrapolares elétricas. Ele queria fugir do petróleo e da biomassa. Na época o petróleo estava em falta e custava os olhos da cara e do álcool carburante ele era inimigo.

Gurgel, sonhador, era um profissional aplicadíssimo, muito ligado à ideia de P&D, ligado na tomada de 220 volts da sua criatividade. Sempre o admirei por isto. Também era um petroleiro, no pior sentido: acreditava na perenidade do óleo negro e não dava a mínima à rapaziada barbuda e às moças ecologistas a denunciarem o caos em que se transformaria o meio-ambiente décadas depois.

Botou ações da Gurgel no pregão da Bovespa e muitos jornalistas compraram lote pessoal de papéis em homenagem a João e ao seu objetivo e esforço de produzir carro brasileiro, de produzir carro nacional. No sentido geral a ideia era muito razoável e a encenra residia na junção fibra de vidro somada a baterias sem futuro: eram de curtíssima duração.

Porque toda a empreitada de João, todas as suas possibilidades como fabricante de veículos, esbarrava, também, numa



Divulgação/Carde

fórmula simples descoberta por Daimler, depois sócio de Benz, afinal equacionada por Ford, Henry Ford, em Dearborn, Michigan: sem escala não há indústria nem consumidores satisfeitos.

João Gurgel, assim, não foi vítima de enquadramento pelas Big Three de Detroit nem das francesas nem daquelas da Alemanha ou do reino de Roma. Ele, simplesmente, não tinha grana, não tinha bufunfa para manter uma empresa fabricante de veículos.

O mundo da produção de veículos impõe investimento massivo antes mesmo da contratação do funcionário número 1, antes que o primeiro projeto seja apresentado às linhas de produção e muitíssimo antes que, transformado em unidade rodante, chegue às mãos de seu primeiro dono feliz.

O mítico John de Lorean conheceria esta realidade perto de Belfast, Irlanda do Norte, onde localizou sua unidade produtiva, no início dos anos 1980.

Mas Gurgel, de tradicional família conservadora da terra de Anhanguera e de

Fernão Dias Paes Leme, se fiava numa relação pouquíssimo empresarial para bancar o sonho de sua vida, o sonho da indústria brasileira de veículos: sua ligação com os meganhas que tomaram conta do poder nas terras brasiliensis em 1964.

Não tenho, e nunca tive, noção do tamanho do dinheiro que ele obteve, nos anos 1970 e 1980, originado de projetos mambembes que apresentou – pro forma, claro – ao BNDES, no qual tinha poder de influência por meio de milicos seus amigos de família. Aposto que foi grana pra caceite para projetos que não ultrapassavam a fibra de vidro e que só se moviam por causa de mecânica Volkswagen – mais mamãe com papai impossível.

Ou seja: não havia nem técnica nem tecnologia nacional que o salvasse.

A TORNEIRA SECOU

Hoje, acredito, João não correria atrás de mim com taco de sinuca na mão em volta da piscina de sua casa na chácara de Rio Claro antes do almoço e aos olhos de não-acredito de sua mulher, Carolina, só porque eu disse, de uma tacada a outra sobre o pano verde, que ele e sua indústria não tinham futuro diante do avanço de técnicas muito mais contemporâneas que não estavam disponíveis diante do dinheiro com o qual o BNDES não o brindava mais.

Os tempos eram os de Sarney mas já eram outros. Eram tempos abertos aos poderes de influência mas não mais para ele: pois João, João Augusto Conrado do Amaral Gurgel, aquela simpatia, torrara quase toda aquela grana recebida a leite de pato do BNDES para denunciar o aventureirismo do avanço do álcool da região onde morava, a de Piracicaba, para a de Ribeirão Preto e para a do Centro-Oeste.

Bancou várias vezes cartas abertas nas capas das edições de fim de semana dos grandes jornais e revistas da época denunciando o catastrofismo à vista da falta de alimentos diante do avanço dos canaviais.

Enfim, com o nome de etanol, o álcool carburante hoje é a salvação energética do País.



Reprodução Internet/MIAU

MOVIMENTO *QUE* TRANSFORMA. TECNOLOGIA *QUE* EVOLUI JUNTO COM O MUNDO.



Por meio de tecnologia, eficiência e alternativas inteligentes, a Marcopolo impulsiona a mobilidade sustentável no Brasil e no mundo.

Em agosto, participamos da principal feira de transporte da América Latina mostrando a força do nosso portfólio. Com o maior estande da feira e um espaço dedicado à pronta-entrega, mostramos nossas soluções para um transporte em constante evolução e conectado às mudanças globais.

MOVING *changes*
EVERYTHING

macau



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



Marcopolo

marcopolo.com.br

[@marcopolo-sa](https://www.linkedin.com/company/marcopolo-sa)

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

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

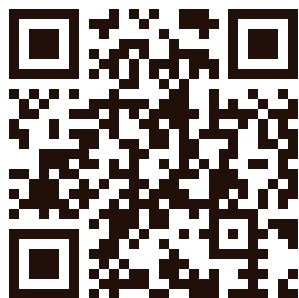
R\$ **2** bilhões
2021-2025

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.

O CEARÁ VOLTOU AO MAPA DA **INDÚSTRIA AUTOMOTIVA BRASILEIRA**

E ESSE MOVIMENTO ESTÁ SÓ COMEÇANDO.

Com R\$ 400 milhões em investimentos, a **PACE – Planta Automotiva do Ceará**, transformou uma planta desativada em um novo polo automotivo multimarcas, trazendo de volta a industrialização de veículos para Horizonte e impulsionando uma nova cadeia de fornecedores, empregos e desenvolvimento para a região.



Agora, esse projeto é finalista do

Prêmio AutoData 2026. VOTE PACE



Volkswagen mostra Tukan por inteiro



Divulgação/VW

A Volkswagen mostrou por inteiro, pela primeira vez, a picape compacta, a Tukan, exibida durante a Festa do Peão de Boiadeiro de Barretos, SP. O veículo foi desenvolvido no Brasil e será produzido na fábrica de São José dos Pinhais, PR, com 85% de conteúdo nacional, ao lado do SUV T-Cross, com o qual divide a plataforma MBQ. O lançamento para o mercado brasileiro está previsto para o primeiro semestre de 2027 e depois a Tukan será exportada para países da América Latina. A nova picape irá substituir a Saveiro e chega com ambição de destronar a Fiat Strada.

Leapmotor apresenta hatch elétrico B05 para testar público no Brasil

Principal novidade da Leapmotor no Festival Interlagos 2026, de 27 a 30 de agosto em São Paulo, o hatch médio elétrico B05 é apresentado para medir a reação do público ao modelo, segundo a direção da marca chinesa associada da Stellantis, que não confirmou previsão de lançamento no País. O B05 mede 4m40 de comprimento, 1m80 de largura e 2m70 de entre-eixos. É equipado com motor de 218 cv, tem tração traseira e, segundo a fabricante, acelera de 0 a 100 km/h em 6,7 segundos. A autonomia é de até 482 km no ciclo WLTP.



Divulgação/Leapmotor

Toyota importa versão híbrida plug-in do RAV4



Divulgação/Toyota

A Toyota ampliou o portfólio do SUV de tração integral RAV4 com uma inédita versão híbrida plug-in, equipada com motor a gasolina 2.5 Dual VVT-i 16V DOHC, de 189 cv e 24,2 kgfm de torque, e três motores elétricos com 206 cv no eixo dianteiro e 55 cv no traseiro – a potência combinada chega a 329 cv. O carro pode ser recarregado na tomada ou só pelo motor a combustão e tem autonomia de até 61 quilômetros rodando com a tração elétrica. Importado na versão XSE, o modelo chegou às concessionárias brasileiras da marca com preço de R\$ 400 mil.

BAIC estreia com elétricos Arcfox T1 e T5

Mais nova fabricante chinesa a tentar a sorte no Brasil, a BAIC vai iniciar suas vendas com dois crossovers elétricos, os Arcfox T1 (foto) e T5. Ambos são apresentados ao público brasileiro no Festival Interlagos, de 25 a 30 de agosto em São Paulo. O T1 é a porta de entrada do portfólio com tamanho semelhante ao do BYD Dolphin. O T5 é maior e concorre com SUVs de médio porte, como Geely EX5, BYD Yuan Plus e Leapmotor B10. A operação comercial da BAIC começa no País com trinta concessionárias, com objetivo de chegar a 75 pontos até o fim do primeiro semestre de 2027 e a 150 até o fim do ano.



Divulgação/BAIC

Grupo Chery quer vender 500 mil carros por ano no Brasil

A Chery International divulgou planos ambiciosos para o mercado brasileiro. A fabricante chinesa pretende vender carros de nove marcas no Brasil e alcançar volume de 500 mil veículos comercializados por ano até 2031. Além da própria Chery, representada no País desde 2017 pelo Grupo Caoa e com produção nacional de três SUVs em Anápolis, GO, a intenção é trabalhar com as já estabelecidas Omoda Jaecoo e Jetour, no ano que vem chegam Icaur e Lepas, mais generalistas, e em 2028 está previsto o desembarque das premium Exeed, Luxeed e Freelander – esta última uma joint-venture com a JLR. Para tantas marcas e tamanho volume será mandatório ter uma ou duas fábricas, além de planejar e manter a instalação de mais de 1 mil concessionárias ao longo dos próximos cinco anos.



Divulgação/Chery

GAC vende seu maior SUV, o GS9, por R\$ 400 mil



Divulgação/GAC

No topo de sua linha no Brasil para disputar espaço mais elevado do mercado de SUVs eletrificados, a GAC colocou à venda por R\$ 400 mil o GS9 Ultra. O modelo de grande porte tem como principais rivais o BYD Atto 8 e o GWM Wey 07. Com 5m06 de comprimento e três fileiras de bancos, para dois ocupantes em cada, o GS9 é o maior veículo da GAC vendido aqui. O powertrain combina motor 1.5 turbo com sistema eletrificado híbrido plug-in de autonomia estendida, REEV, que funciona como gerador para alimentar as baterias. Com dois motores elétricos, um em cada eixo, a potência combinada é de 500 cv e o torque chega a 613 Nm, com tração integral. A bateria de 44,5 kWh permite rodar até 114 quilômetros no modo elétrico.

Kia Tasman chega ao mercado brasileiro por R\$ 250 mil

A Kia começou a vender a picape média Tasman no Brasil em sua versão mais barata, a GL, que chega por R\$ 250 mil. Com visual exótico, o modelo agrada mais por dentro do que por fora. Equipada com motor turbodiesel de 210 cv e torque máximo de 45 kgfm, acoplado a câmbio automático de oito marchas, a Tasman tem tração integral automática, que se ajusta de 4x2 para 4x4 automaticamente, conforme a leitura do solo, mas também é possível escolher manualmente sete modos de condução. A picape tem ótimo desempenho off-road, com sistema eletrônico que controla automaticamente aceleração e frenagem nas descidas mais íngremes. A Tasman de entrada já traz pacote de segurança que inclui seis airbags, frenagem automática de emergência, assistente de partida em rampas, freio de estacionamento eletrônico,



Divulgação/Kia

co, sensores de estacionamento traseiro e dianteiro, câmara de ré e assistência eletrônica de estabilidade extensível ao reboque. Em breve uma versão superior será importada com ADAS, sistemas de assistência ao condutor, que a GL não tem.

Nissan integra engenharia em Resende

Em agosto a Nissan inaugurou em seu complexo industrial de Resende, RJ, o Centro Integrado de Engenharia e Qualidade. O novo prédio, que recebeu R\$ 20 milhões em investimentos, acomoda mais de 120 pessoas, a maioria engenheiros, e aloja as áreas de P&D, engenharia da qualidade e parte da equipe de compras. No local serão feitos testes em veículos e equipamentos produzidos localmente e trabalhos de desenvolvimento. A engenharia da Nissan ainda estava localizada em Curitiba, PR, herança dos tempos de sua chegada ao Brasil como montadora na Aliança com a Renault. Agora tudo passou a ser concentrado em Resende.



Divulgação/Nissan

Cummins nacionaliza produção de novos eixos

A Cummins passou a produzir em na fábrica da antiga Meritor em Osasco, SP, dois novos eixos trativos. O primeiro, nunca antes produzido no Brasil, é o diferencial anterior dedicado às aplicações em caminhões pesados rodoviários 6x4. O segundo é o eixo MT610 para mineração, que traciona até 38 toneladas de carga vertical – e é o de maior capacidade

fabricado pela empresa. Segundo a Cummins as duas localizações acompanham a evolução dos veículos e as necessidades dos mercados. O desenvolvimento, segundo a empresa, amplia a capacidade da fábrica de industrializar futuras plataformas tandem e reforça o papel da engenharia brasileira na evolução do portfólio global.

BNDES financia R\$ 123,6 milhões para centro de biocombustíveis da Toyota

A Toyota contratou financiamento de R\$ 123,6 milhões do BNDES para construir, dentro do seu complexo industrial em Sorocaba, SP, o Centro de Desenvolvimento de Tecnologias para Biocombustíveis.

Os recursos serão utilizados para compra de equipamentos, instalação de laboratórios e uma pista de testes. O projeto foi selecionado por edital do BNDES e da Finep, lançado em 2025. O centro am-

pliará a capacidade de atividades de pesquisa, calibração, validação, testes funcionais e desenvolvimento de soluções embarcadas pela Toyota, incluindo evoluções do sistema híbrido flex.

Yaap investe R\$ 140 milhões em nova fábrica

A Yapp Automotive Systems colocou em operação uma nova fábrica em Americana, SP, que passa a ser sua principal base produtiva no Brasil, levando em consideração a proximidade com o polo automotivo paulista, infraestrutura logística, oferta de mão-de-obra qualificada e fornecedores e clientes próximos. A unidade, que segundo a prefeitura local recebeu investimento de R\$ 140 milhões, foi projetada para ampliar o fornecimento de sistemas de combustível. A unidade produz tanques plásticos de combustí-

vel, tubos de abastecimento e outros componentes para veículos leves, incluindo tanques plásticos de alta pressão destinados a modelos híbridos. Com capacidade inicial para fabricar cerca de 400 mil sistemas de combustível/ano a planta já tem previsão de expansão para 600 mil conjuntos/ano por meio da instalação de uma nova linha. A Yapp já mantém operações em Gravataí, RS, onde está localizada sua sede brasileira, e em Guarulhos, SP, dedicada ao apoio comercial e técnico.

O QUE COMEÇA AQUI, **TRANSFORMA** O AMANHÃ.

Vote na **Suspensys** para o
Prêmio melhores do setor
automotivo 2026 **Autodata**.



Suspensys

Volkswagen exporta 60 mil veículos em 2026

A Volkswagen do Brasil atingiu a marca de 60 mil veículos exportados em 2026. O volume foi alcançado em agosto, somando as unidades exportadas desde janeiro. Os principais destinos foram México, Colômbia e Uruguai, que registraram crescimento, até julho, de 15%, 26% e 30%, respectivamente. O Tera é o modelo mais vendido ao Exterior: de janeiro a julho foram 21 mil 404 unidades para dezessete mercados da América Latina. A Saveiro aparece na segunda posição dos modelos mais exportados pela fabricante, com 13 mil 535 unidades. A picape chegou a quinze mercados latino-americanos. O ranking de exportações da Volkswagen no período é completado por Polo, com 9 mil 541 unidades, T-Cross, com 8 mil 434, e Nivus, com 6 mil 348. A Argentina segue sendo o principal cliente externo, com 18 mil 945 veículos comprados de janeiro a julho. O México aparece em segundo, com 18 mil 523 unidades, seguido por Colômbia, com 8,5 mil, Chile, com 3 mil 490, e Uruguai, com 2 mil 854.



Divulgação/VW

JAC Caminhões inicia operação

A JAC Caminhões iniciou a operação no mercado brasileiro com o N 9170, caminhão leve a diesel para entregas urbanas. O modelo tem PBT legal de 9,5 toneladas e carga útil de 6,3 toneladas. O motor é o Cummins B4.0 Euro 6 de quatro cilindros, 170 cv e 600 Nm de torque. A transmissão é Eaton ESO 6106A, manual de seis marchas. O chassi está disponível com entre-eixos de 3m845 e 4m475mm. Dentre os equipamentos estão ar-condicionado, vidros elétricos, espelhos elétricos, travas elétricas e bancos individuais. O banco do motorista tem suspensão pneumática, regulagem de altura e apoio de braço. Como opcional o N 9170 pode receber central multimídia com tela LCD, rádio, alto-falantes, navegação e bluetooth. O sistema de freios a ar conta com ABS, EBD, ASR, controle de tração, controle eletrônico de estabilidade ESC e Hill Holder, assistente de partida em rampas. Airbags para motorista e acompanhante são oferecidos como opcionais.



Divulgação/JAC

Song Pro é o primeiro híbrido flex da BYD

O SUV Song Pro 2027 recebeu um banho de loja para ser o primeiro modelo híbrido flex da BYD vendido no mercado brasileiro. Mesmo com atualização no design, na tecnologia embarcada, na suspensão e no sistema híbrido plug-in, o motor que roda com etanol ou gasolina em qualquer proporção, a BYD manteve o preço da versão top de linha, GS, em R\$ 199 mil 990. Já a versão GL teve redução de R\$ 13 mil, passando a R\$ 176 mil 990. Desde o início de agosto os dois modelos estão disponíveis na rede de 233 concessionárias. Segundo a fabricante o sistema foi desenvolvido em apenas dezoito meses, com participação da engenharia da empresa no Brasil, na China e na Alemanha.



Divulgação/BYD



GRANDES OPERAÇÕES PEDEM UM XF. AQUI É DAF

DAF XF

Grandes operações exigem desempenho em cada detalhe.

Por isso, o **DAF XF** combina motor **PACCAR MX-13**, alto torque em baixas rotações, cabine Super Space e tecnologias de assistência ao motorista para entregar eficiência, conforto e confiança em longas distâncias.

Um conjunto preparado para quem precisa fazer uma grande operação seguir ainda mais longe.

DAF Caminhões.

Nosso destino é estar sempre ao seu lado.



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



Divulgação/Stellantis

STELLANTIS: PABLO DI SI

Desde 3 de agosto Pablo Di Si está de volta ao grupo de onde saiu há mais de uma década, na época chamado FCA e hoje Stellantis, que contratou o executivo para ser seu novo diretor global de desempenho. Di Si, nascido na Argentina, trabalhou por cerca de dez anos no Grupo Fiat, começando como diretor financeiro do braço de máquinas CNH, nos Estados Unidos, depois no mesmo cargo na operação brasileira da Fiat. Em 2014 voltou ao seu país natal, contratado para comandar as operações da Volkswagen na Argentina. Em 2017 mudou-se novamente para o Brasil, promovido a presidente da companhia alemã na América Latina. De 2022 a 2024 foi assumiu a direção da operação norte-americana, nos Estados Unidos, onde permaneceu morando mesmo após se desligar da Volkswagen, atuando como conselheiro de empresas. Agora Di Si tornou-se responsável por liderar a execução do programa de criação de valor da Stellantis, reportando-se diretamente ao CEO global, Antonio Filosa.



Divulgação/Stellantis

**STELLANTIS: GIORGIO MONTINI + MAIARA CASTRO**

A Stellantis anunciou duas mudanças em sua estrutura na América do Sul. Giorgio Montini é o novo vice-presidente de qualidade para a região, em sucessão a Maiara Castro, realocada para assumir a recém-criada vice-presidência de economia circular. Montini se reportará a Herlander Zola, presidente da Stellantis América do Sul. Já Castro a Paulo Solti, vice-presidente sênior de peças e serviços. Com mais de duas décadas de experiência na indústria automotiva, Montini iniciou carreira no então Grupo Fiat em 2006, ocupando cargos de liderança na área de qualidade de fornecedores. Posteriormente migrou para a qualidade de veículos. Com a criação da Stellantis, em 2021, passou a trabalhar na área de experiência do usuário, na Itália, onde se formou engenheiro mecânico pela Università La Sapienza di Roma. Já Maiara Castro tem quase vinte anos de trajetória na empresa, tendo ingressado no grupo também em 2006. A executiva participou do estabelecimento do setor de Confiabilidade na fábrica de Goiana, PE, e liderou iniciativas dedicadas ao fortalecimento da qualidade, melhoria contínua e experiência do cliente. Ela é graduada em engenharia eletrônica e de telecomunicações pela PUC Minas e pós-graduada em gestão de projetos pela Fundação Dom Cabral.



Divulgação/Ford

FORD: RODRIGO GODINHO

Rodrigo Godinho é o novo diretor de compras da Ford na América do Sul. Além de responder pelas operações da cadeia de suprimentos da região o executivo dará apoio a projetos globais relacionados à área. Ele sucede a Daniel Dupas, nomeado diretor de operações da montadora na região. Com 25 anos de experiência na área de compras e cadeia de suprimentos da indústria automotiva, Godinho trabalhou por quatro anos na Volkswagen, como diretor de compras, antes de ingressar na Ford. Ele desempenhou o mesmo cargo nos últimos três anos dos dezessete em que esteve na General Motors. O executivo soma experiências nos Estados Unidos, Alemanha, Colômbia e Equador. Graduado em engenharia mecatrônica, robótica e automação pelo The Cybersecurity Labs, de Londres, Inglaterra, Godinho também tem mestrado em gestão de qualidade pela USP e certificado de melhores práticas de liderança pela Escola de Negócios de Harvard, em Boston.



Divulgação/Nissan

NISSAN: RICARDO GONDO

Um ano após deixar a presidência da Renault do Brasil, Ricardo Gondo foi contratado pela Nissan para comandar o outro lado da antiga Aliança no País. Em 3 de agosto o executivo assumiu o posto, sucedendo a Gonzalo Ibarzábal, que decidiu retornar à Argentina, seu país natal, e deixou a companhia depois de doze anos. O engenheiro mecânico Ricardo Gondo trabalhou por mais de 22 anos no Grupo Renault: começou em 2003 como diretor de vendas no mercado brasileiro, em 2013 foi expatriado para ser o CEO da empresa na Espanha e Portugal, depois foi realocado à Argentina como vice-presidente de vendas e marketing na América Latina e, no fim de 2018, assumiu a direção da operação brasileira. Com mais de trinta anos de experiência no setor automotivo, Gondo é formado pelo Instituto Mauá de Tecnologia com pós-graduação em administração de empresas pela FGV.



Divulgação/Litens

LITENS: BRUNO FRAGOSO

Nascido em Avaré, SP, há 43 anos, Bruno Fragoso assumiu em agosto o maior desafio de sua carreira: a cadeira de presidente global da Litens, fabricante de componentes para powertrain com sede em Toronto, Canadá, pela primeira vez é ocupada por um brasileiro. Desde 2022 o executivo dirigia a operação brasileira e sul-americana da Litens, que tem fábrica em Atibaia, SP, e também acumulava a direção global de vendas e marketing, função para a qual foi designado em 2015, quando foi expatriado para trabalhar na matriz, apenas um ano após ingressar na empresa, em 2014, como diretor de vendas e desenvolvimento para a América do Sul. Fragoso é graduado em engenharia mecânica pela Unicamp, onde também cursou mestrado em engenharia mecânica, e tem especialização em liderança executiva, negócios, administração e gestão pela Universidade de Toronto.



Divulgação/Phinia

PHINIA: DANIEL GRIFFIN

A Phinia nomeou Daniel Griffin vice-presidente global de aftermarket, baseado em Auburn Hills, Michigan, Estados Unidos. Griffin sucede a Neil Fryer, que deixará a empresa em 30 de setembro para se aposentar. O executivo chega à Phinia após nove anos e meio na Dana, onde ocupou diferentes cargos de liderança na área de peças de reposição. O executivo também acumulou experiência internacional em posições de comando na Ásia, incluindo o cargo de vice-presidente para China e Ásia. Antes da Dana trabalhou por quase nove anos no Grupo IAC, onde foi vice-presidente comercial para a Ásia. Griffin iniciou a carreira no setor automotivo na Lear, nas áreas de desenvolvimento de negócios e gestão comercial.



Divulgação/Artecola

ARTECOLA: RICARDO CAPPRA

A Artecola, fornecedora de adesivos e chapas termomoldáveis para uso industrial, contratou Ricardo Luís Cappra como seu novo gerente de marketing. Com mais de duas décadas de experiência nos segmentos de marketing, vendas e gestão de marcas, Cappra desenvolveu sua carreira na fabricante de tintas PPG, onde trabalhou por 26 anos. O executivo é graduado em matemática pela Ulbra e cursou MBA em marketing estratégico pela ESPM/Sul.



Divulgação/BorgWarner

**BORGWARNER: MELISSA MATTEDI + VITOR MAIELLARO**

Após dois anos e oito meses na direção geral da fábrica de turbocompressores da BorgWarner em Itatiba, SP, Melissa Mattedi será expatriada para Portugal, onde assume, a partir de 1º de setembro, o cargo de diretora da unidade da empresa em Viana do Castelo, que produz válvulas e sistemas EGR, com o dobro de funcionários e de faturamento sob sua gestão. Formada em Ciências Contábeis pela PUC Campinas, SP, e com MBA em gestão empresarial pela FGV-SP, a executiva sempre trabalhou na área de finanças e controladoria das empresas por onde passou, como Bosch, CSI e a própria BorgWarner, que a contratou em 2017 e a promoveu ao comando de Itatiba em 2024. O sucessor de Mattedi será Vitor Maiellaro, que já dirigiu a fábrica brasileira de turbos, de 2015 até o fim de 2021, quando foi expatriado para chefiar operações da empresa na Polônia, e agora retorna ao Brasil.



Divulgação/Anfavea

ANFAVEA: JULIO WIZIACK

A Anfavea contratou o jornalista Julio Wiziack para ser seu novo diretor de comunicação, sucedendo a Renata Agostini, que deixou a associação dos fabricantes de veículos após dez meses. Wiziack será responsável pelos planos de comunicação institucional da entidade e pelo relacionamento com imprensa, associados e demais públicos. Com mais de trinta anos de experiência o jornalista construiu carreira na cobertura de economia, negócios, indústria, infraestrutura e políticas públicas. Trabalhou por mais de dezoito anos na Folha de S.Paulo, na qual foi repórter de economia e negócios, repórter especial em Brasília, DF, e editor da coluna Painel S.A. De 2022 a 2025 também foi colunista do UOL. Na Editora Abril foi repórter de Veja e do Almanaque Abril. Na Editora Três ocupou cargos de edição nas revistas IstoÉ e IstoÉ Dinheiro. Na Editora Globo foi editor do site da revista Época.



Divulgação/Stellantis

STELLANTIS + LEAPMOTOR: TIANSHU XIN

Atual CEO da Leapmotor International, cargo que ocupa desde o fim de 2023, Tianshu Xin foi nomeado responsável pela operação do Grupo Stellantis na China e Ásia-Pacífico, e com isto ganhou assento no comitê global de direção, o Leadership Team. Ele assumiu o posto em 3 de agosto, após pouco mais de um ano e meio, desde fevereiro de 2025, à frente das operações da Stellantis China e como diretor da Aliança Stellantis-Leapmotor. Xin também seguirá no comando da sociedade da fabricante chinesa de veículos com a Stellantis para mercados internacionais.



Divulgação/Driventic

**DRIVENTIC: CHRISTOPH GÜNTER + STEFAN BUDE**

Empresa criada há menos de um ano após desmembramento da divisão de transmissões para veículos pesados da Voith, a Driventic já passa por mudanças em sua alta liderança. Christoph Günter (foto à esquerda) assume a presidência em 1º de setembro, sucedendo a Gregor Wiche, que deixa o cargo a pedido. E Stefan Bude será o novo diretor financeiro, CFO, a partir de 1º de novembro, sucedendo à interina Anja Wetzel. Günter chega à Driventic com trajetória nos setores de veículos comerciais e de autopeças, com passagens por SAF-Holland, Knorr-Bremse e MAN. Na área financeira Bude também chega com experiência em empresas da cadeia automotiva, como Orise, FIT Voltaira e Grupo Dräxlmaier.



VOTE ATÉ 30 DE SETEMBRO.

A HORSE POWERTRAIN É FINALISTA DO PRÊMIO AUTODATA 2026



Pelo segundo ano consecutivo somos finalistas do Prêmio AutoData na categoria Fornecedor de Powertrain. Esse reconhecimento reafirma nosso compromisso com a excelência e inovação no setor automotivo, apoiando os nossos clientes no caminho para as emissões zero.



“Estamos fazendo de tudo para estabilizar a indústria automotiva novamente. No momento este é o setor mais difícil na Alemanha.”

O chanceler Friedrich Merz, chefe do governo da Alemanha, em entrevista à TV estatal ZDF, ao atribuir os problemas enfrentados pelo setor à concorrência de fabricantes chinesas, tanto na China como na Europa.

“Na verdade, não significa dar uma vantagem à indústria automotiva argentina. É, na prática, tirar uma desvantagem.”

Vitor Pina, diretor da consultoria CLA Brasil sobre a isenção do imposto de exportação de 4,5% concedido pelo governo argentino à indústria local como forma de fomentar os embarques, sobretudo de picapes, principalmente para o Brasil.

“Estima-se que as perdas no setor de autopeças cheguem a cerca de 180 mil postos de trabalho na comparação com os níveis anteriores à imposição de tarifas.”

Willebaldo Gomez, economista mexicano especializado em mercado de trabalho e reestruturação produtiva do setor automotivo a partir do estudo feito pelo Instituto Nacional de Estatística e Geografia do México.

“De 2028 a 2030 a China atingirá o pico das suas exportações, volume que pode ser de 12 a 15 milhões de unidades”

Projeção de executivos da cadeia de suprimentos, falando sob pseudônimos em um evento do Gasgoo Automotive Research Institute, projetando um teto muito mais elevado do que o previsto há dois anos.

5,1 milhões

Unidades de veículos exportados pela China no primeiro semestre de 2026, com a Rússia sendo o principal destino e o Brasil o segundo colocado.

65%

Foi o crescimento das exportações da indústria automotiva da China com relação ao primeiro semestre do ano passado, segundo a plataforma de notícias chinesa Gasgoo.

28%

Queda na produção de veículos na Alemanha em dez anos, de 2016 a 2025, segundo a VDA, associação dos fabricantes. No ano passado o país ficou atrás de China, Estados Unidos, Japão e Índia, e poucas unidades à frente de México e Coreia do Sul.

107 mil

Foi a retração dos postos de trabalho na indústria automotiva mexicana nos últimos dois anos, 91 mil deles atingindo diretamente os empregos na cadeia de fornecimento, segundo o Instituto Nacional de Estatística e Geografia do México.



Chegou o sócio que a sua empresa precisa.

E para a parceria ser completa,
as **3 primeiras revisões** são grátis*.



Seu bem maior é a vida.
Qualquer dia.



Família
HILUX

Motor 2.8l Turbo Diesel



Muito mais conforto



Espaço interno
com 16 assentos



A tranquilidade
que só a Toyota
oferece**

Toyota Pós-venda
Revisão Facilitada

*Gratuidade aplicável apenas para as peças e serviços obrigatórios de cada revisão, segundo manual do produto.
**Consulte informações de produto e condições de garantia em www.toyota.com.br.

HIACE

A confiança que te move

AUTODATA

OS PATROCINADORES DESTA EDIÇÃO

