

# Frota & Cia

ANO XXXIII | ED. 277 | MARÇO/2026 | WWW.FROTACIA.COM.BR

EDIÇÃO ESPECIAL



Balanço&Perspectivas  
2025/2026



## O FANTASMA DOS JUROS

*O mercado de transportes se assusta com as altas taxas dos financiamentos, que limitam as vendas de caminhões, ônibus, utilitários e implementos rodoviários*

# SUMÁRIO

REVISTA FROTA&CIA – ANO XXXIII – EDIÇÃO Nº 277 – MARÇO DE 2026  
EDIÇÃO ESPECIAL – BALANÇO&PERSPECTIVAS 2025/2026

## 12 LANÇAMENTO

A Foton mostra de uma só vez para a mercado brasileiro sete veículos elétricos para disputar com a linha diesel em preço e diferenciais competitivos

## 18 EVENTOS

Fabricantes comemoram a conquista do Prêmio Lótus Campeão de Vendas 2026, de Frota&Cia, nas categorias caminhões, ônibus e utilitários

## 22 MERCADO DE CAMINHÕES

Montadoras comentam o recuo nos licenciamentos em 2025, sobretudo no segmento de pesados, mas projetam perdas bem menores no ano em curso

## 26 ENTREVISTA – VOLKSWAGEN

## 28 ENTREVISTA - MERCEDES-BENZ

## 30 ENTREVISTA - VOLVO

## 32 ENTREVISTA - IVECO

## 34 ENTREVISTA - SCANIA

## 36 ENTREVISTA – DAF

## 37 ENTREVISTA - RAM

## 40 MERCADO DE VEÍCULOS UTILITÁRIOS

O varejo online e o microempreendedorismo impulsionam as vendas de furgonetas e camionetas de cargas, além dos furgões e vans de passageiros

## 42 ENTREVISTA - RENAULT

## 44 ENTREVISTA - MERCEDES-BENZ CARS&VANS



NOSSA CAPA



47 ÔNIBUS

## 46 ENTREVISTA - FIAT

## 53 EMPRESAS

## 54 MERCADO DE ÔNIBUS

Fabricantes de chassis e carrocerias afirmam que o ano de 2025 foi desafiador, mas comemoram a recuperação do mercado e o aumento das vendas

## 58 ENTREVISTA - MERCEDES-BENZ ÔNIBUS

## 60 ENTREVISTA - VOLKSBUS

## 62 ENTREVISTA - VOLVO

## 64 ENTREVISTA - CAIO

## 66 ENTREVISTA - MARCOPOLO

### SEÇÕES

06  
TRANSPORTE  
ONLINE

50  
PONTO A  
PONTO

68  
PANORAMA

# UM RETRATO DO MERCADO



**José Augusto Ferraz**  
**Diretor de Redação**

O mercado brasileiro de veículos comerciais viveu momentos distintos em 2025, entre seus vários segmentos. Enquanto a indústria de caminhões e implementos rodoviários acusou queda nas vendas, o mercado de ônibus e utilitários mostrou uma evolução. Como bem demonstrou em números a edição de fevereiro de **Frota&Cia**, que mostrou o desempenho em volumes de todas as marcas e modelos que disputam o mercado nacional.

Agora, no esforço de revelar aos leitores da publicação, os motivos por trás do comportamento do mercado no ano que passou e as projeções para 2026, **Frota&Cia** volta ao tema. Dessa vez, com os depoimentos de quinze personalidades da indústria de veículos comerciais, apresentados em versão de texto e vídeo.

Nas páginas que seguem, os leitores poderão ter um fiel retrato dos fatos positivos que ocorreram no período. Como os programas de incentivo para compra de caminhões, ônibus e utilitários, caso do Refrota, do Move Brasil e do Caminho da Escola, que contribuíram de forma efetiva para o bom momento do setor no ano que passou. Da mesma forma, que ficarão atualizados dos efeitos negativos provocados pelos juros altos praticados no mercado, associados às restrições de crédito, que vem prejudicando os operadores de transportes e reduzindo a renovação de frotas.

É fato que no campo das projeções, a maioria dos entrevistados aposta na repetição ou em um leve recuo esse ano, dos volumes registrados no ano passado. Embora parem nuvens sombrias pela frente, como a taxa de juros, o endividamento das empresas, a alta do diesel e até a falta dele, diante dos acontecimentos no Oriente Médio.

Esperamos que as informações contidas na publicação contribuam para uma melhor compreensão dessa realidade. E sirvam de incentivo para o mercado avançar sempre mais.



**Frota  
&Cia**

Transporte & Logística • Cargas & Passageiros

**DIRETORIA - Diretores**

José Augusto Ferraz  
Solange Sebrian

**REDAÇÃO**

Diretor de Redação e  
Jornalista Responsável  
José Augusto Ferraz (MTB 12.035)  
joseferraz@frotacia.com.br

**FROTA&Cia Online**

Gustavo Queiroz  
gustavo.queiroz@frotacia.com.br  
Victor Fagarassi  
victor.fagarassi@frotacia.com.br

**ARTE – Editor**

Sandro Mantovani (MTB 29.530/SP)  
smantova@uol.com.br

**COMERCIAL – Diretora**

Solange Sebrian  
solange@frotacia.com.br

**MARKETING DIGITAL**

Cauã Oliveira  
caua.oliveira@frotacia.com.br

**ADMINISTRAÇÃO**

Gerente  
Edna Amorim  
edna@frotacia.com.br

**Capa: Divulgação**

**Distribuição**

Enviada através de e-mail marketing para um mailing list de mais de 400 mil empresas de transporte de todo o Brasil, além da divulgação no portal e nas redes sociais.

Assinaturas e Alterações  
de Dados Cadastrais

Serviço de Atendimento ao Leitor  
Fone/Fax: (0\*\*11) 2592-7000

E-mail: circulacao@frotacia.com.br

**REDAÇÃO, PUBLICIDADE,  
CIRCULAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO**

Rua Tagipurú, 234 – conj. 85  
Barra Funda – 01156-900  
São Paulo – Brasil  
Fone: +55 11 2592-7000  
Home page: www.frotacia.com.br

FROTA&Cia é uma publicação da SF Comunicação e Eventos Eireli, de circulação nacional e periodicidade mensal, enviada a proprietários e executivos em cargos de direção, de empresas vinculadas ao transporte rodoviário de cargas e passageiros. Sua distribuição também abrange administradores de frotas de veículos comerciais, embarcadores de cargas ligados à indústria e ao comércio, além de executivos de empresas fornecedoras de produtos e serviços para a indústria do transporte. Direitos autorais reservados. É proibida a reprodução total ou parcial de textos e ilustrações integrantes tanto da versão impressa quanto virtual, sem a prévia autorização dos Editores. Matérias editoriais pagas não são aceitas e textos editoriais não tem qualquer vinculação com material publicitário. Conceitos expressos em artigos assinados e opiniões de entrevistados não são necessariamente os mesmos de FROTA&Cia.

Circulação – Março de 2026

Dispensada de emissão de documentos  
fiscais conforme Regime Especial  
Processo SF-04-908092/2002



Desacelere. Seu bem maior é a vida.

# 7 TROFÉUS DO PRÊMIO LÓTUS CAMPEÃO DE VENDAS. A FROTA&CIA RECONHECE, MAS QUEM CONFIRMA É A ESTRADA.



LÍDER EM VENDAS  
DE CAMINHÕES  
**2025**



Visite uma de nossas  
concessionárias ou acesse  
[www.vwco.com.br](http://www.vwco.com.br)

 Volkswagen Caminhões e Ônibus

 @vwcaminhoes

 Volkswagen Caminhões e Ônibus

SEJA NA ENTREGA URBANA OU NO TRABALHO PESADO, DOMINAMOS O PRÊMIO MAIS UMA VEZ COM DESTAQUE PARA OS CAMPEÕES DE VENDAS DELIVERY 11.180 E O CONSTELLATION 31.320.

Não foi só uma vitória isolada. Foi liderança em todas as frentes. No Prêmio Lótus Campeão de Vendas 2026, conquistamos 7 categorias: Marca de Caminhão Geral, Marca de Caminhão Médio, Marca de Caminhão Semipesado, Caminhão do Ano, Caminhão Médio, Caminhão Semipesado 6x4 e Marca de Chassi de Micro-ônibus. Obrigado pela confiança e seguimos em frente entregando cada vez mais valor para o seu negócio.



Caminhões  
Ônibus

# TRANSPORTE ONLINE

## FOCO NO TRABALHO

A Ford Pro, divisão de veículos comerciais da montadora, ampliou ainda mais o alcance da linha Ranger, com a apresentação das versões Cabine Simples e Chassi Cabine. O foco é avançar no mercado de trabalho, a partir de modelos que possibilitem as mais variadas customizações, para atender aos clientes profissionais. Assim, a linha comercial da conhecida picape passa a contar com cinco novas configurações — cabine simples manual e automática, chassi-cabine manual e automática, além da cabine dupla automática, com preços a partir de R\$ 248.600,00.



## RISCO DE SUSPENSÃO

Para evitar o risco de uma nova paralisação dos caminhoneiros, insuflada pela alta de quase 19% no preço do diesel, desde o início do conflito no Oriente Médio, o governo decidiu agir duro. Baixou uma série de medidas que ameaçam suspender e até cancelar o registro de empresas reincidentes, que paguem valores abaixo do piso mínimo aos caminhoneiros. A fiscalização vai abranger tantos os operadores de transportes quanto os embarcadores de cargas e ficará aos cuidados da ANTT, com apoio da Receita Federal. Mas seus efeitos irão depender da evolução do conflito.

## ARMAZÉM FLUTUANTE

A Combitrans, operadora logística brasileira, encontrou uma solução engenhosa para otimizar o transporte fluvial entre Manaus e Belém, com a criação das balsas SW (Swimming Warehouse). Ao invés de transportar carretas inteiras, a balsa faz o papel de armazém, capaz de movimentar até 3.400 toneladas por viagem. O volume equivale a 90 carretas que ficariam ociosas por cerca de 15 dias, se transportadas por via fluvial.



## 45 ANOS DE HISTÓRIA

A Volkswagen Caminhões e Ônibus comemorou no dia 10 de março 45 anos de operação no Brasil, iniciada em 1981 com a produção dos primeiros modelos 11.130 e 13.130 na fábrica de São Bernardo do Campo (SP). Nesse período, a montadora consolidou sua presença em todos os segmentos do transporte rodoviário de cargas e passageiros, acumulando 1,25 milhão de unidades comercializadas, além da presença em 30 países.



# IVECO Daily. Líder de vendas e 5 vezes campeão do Prêmio Lótus.

No trânsito, a vida vem primeiro.



dp®

Um reconhecimento que reflete a confiança na robustez, eficiência e no conforto do IVECO Daily para operações urbanas que exigem desempenho e produtividade.

**IVECO**

# TRANSPORTE ONLINE

## PRONTO PARA O COMBATE

A Daimler Truck, da Alemanha, assinou um Memorando de Entendimento (MoU) com a Quantum Systems, para desenvolvimento de caminhões militares com tecnologia de ponta. O modelo escolhido é o Mercedes-Benz Arocs que pode “ver” o campo de batalha pelos olhos de um drone e, em breve, poderá circular sem um único soldado a bordo. “Ao integrar nossos veículos ao software MOSAIC, seremos capazes de conectá-los perfeitamente com outros sistemas terrestres e aéreos não tripulados”, explica Daniel Zittel, chefe de Vendas de Defesa da Daimler Truck AG.



## MAIS QUILOMETRAGEM

A Bridgestone apresentou ao mercado brasileiro o pneu R289, para aplicação em eixos direcionais, livres e de tração moderada em caminhões e ônibus rodoviários, com inúmeros diferenciais tecnológicos. O produto foi otimizado com novos compostos e desenho de banda de rodagem que elevam a quilometragem em 5% na comparação com o antecessor. Outra novidade é a utilização da tecnologia Cooling Fin no talão, que reduz a temperatura de operação do pneu e permite múltiplos ciclos de recapagem.

## AJUDA BILIONÁRIA

O Grupo Simpar, que atua nos setores de logística, mobilidade e infraestrutura, formalizou um compromisso de investimento de até R\$ 1,5 bilhão com o BNDES, por meio de sua subsidiária integral BNDESPAR. A operação, estruturada como investimento âncora em ofertas privadas de capital, irá beneficiar as empresas Simpar S.A., Vamos Locação de Caminhões, Máquinas e Equipamentos S.A. e Movida Participações S.A.. Além da possibilidade de aquisição de 5% do capital social da JSL S.A. por meio de ações da holding.



## NOVO GUINDASTE ARTICULADO

A Palfinger Brasil anunciou o lançamento do guindaste articulado MD 630, que amplia a linha MD com foco nos segmentos de locação, mineração e aplicações industriais. O modelo oferece alcance hidráulico de 17,2 metros e até 21,7 metros com alcance total. O MD 630 conta com sete lanças hidráulicas e momento de carga de 63 toneladas-metro, mantendo linearidade no desempenho em diferentes posições. A capacidade operacional permite içar 3.200 kg a 17 metros e 1.600 kg no alcance máximo, que dispensa o reposicionamento do veículo e aumenta a produtividade.

V O L V O

# VOLVO FH 540

O caminhão pesado  
mais vendido do Brasil pela  
7<sup>a</sup> vez consecutiva.



# TRANSPORTE ONLINE



## RECARGA NO ASFALTO

A Iveco da Itália apresentou o primeiro eDaily 42C Crew Van, pronto para uso em estrada. O modelo incorpora um sistema de carregamento indutivo, concebido para operar no trecho que conecta Brescia a Milão, operado pela concessionária A35 Brebemi. A infraestrutura da rodovia utiliza bobinas instaladas sob o asfalto que geram um campo magnético captado por um receptor acoplado ao assoalho do veículo, eliminando a necessidade de cabos para recarga durante o percurso.

## VOLKS REVELA PILARES DA TUKAN

A Volkswagen do Brasil revelou os pilares técnicos e industriais que sustentarão a chegada da Tukan, a primeira picape elétrica da marca no país. Diferente dos modelos importados, a Tukan será produzida no Brasil, na fábrica de São José dos Pinhais (PR) e terá um alto índice de conteúdo local. A picape representa uma jogada estratégica em um segmento que a Volkswagen dominava apenas parcialmente. A Tukan ocupará uma posição inédita no portfólio nacional, criando uma nova frente de batalha comercial ao lado da Nova Amaro.



## SPRINTER GANHA VERSÃO AUTOMÁTICA

A Mercedes-Benz Cars & Vans Brasil oficializou a chegada da linha 2026 da Sprinter com câmbio automático. O preço público sugerido parte de R\$ 274.300 para a versão de entrada, posicionando o modelo como a van equipada com transmissão automática mais sofisticada da categoria no país, de acordo com a montadora.

A novidade vem equipada com uma transmissão automática 9G-TRONIC da Mercedes-Benz, de nove marchas e equipada com conversor de torque, capaz de realizar reduções ou aumentos múltiplos (“pular marchas”) para garantir agilidade nas retomadas.

## 800 KG DE VANTAGEM

O VW Delivery 14.180 ganhou um novo incremento, com o reposicionamento de seu PBT (Peso Bruto Total) para 14 toneladas. A mudança representa um ganho de 800 kg em relação ao principal concorrente da categoria, o Mercedes-Benz Accelo 1417. Com a capacidade ampliada, o Delivery 14.180 permite o deslocamento de volumes mais expressivos em setores como distribuição de bebidas, comércio eletrônico, transporte refrigerado e materiais de construção, onde a relação peso/volume é crítica para a eficiência operacional



# PODER INIGUALÁVEL PARA FAZER PICAPES. E PARA FAZER HISTÓRIA.



*Ram, eleita o caminhão semileve  
mais vendido do Brasil e Ram 3500,  
a mais vendida da categoria.*



[www.ram.com.br](http://www.ram.com.br)

Ram® é marca registrada da Stellantis-FCAUS LLC.  
Desacelere. Seu bem maior é a vida.



# CHEGADA TRIUNFAL

A FOTON MOSTRA DE UMA SÓ VEZ SETE VEÍCULOS ELÉTRICOS PARA DISPUTAR COM A LINHA DIESEL EM PREÇO E INÚMEROS DIFERENCIAIS COMPETITIVOS

**POR GUSTAVO QUEIROZ**

**A** Foton Motor deu um passo estratégico de grandes proporções no mercado brasileiro de veículos comerciais. De uma só tacada, a montadora apresentou sete novos modelos elétricos:

o mini truck eWonder, as vans eView Connect, eView Grand e eToano Pro. Além da linha de caminhões eAumark nas versões 6 toneladas, 9 toneladas e 12 toneladas. O movimento não se limita a um mero exercício de ampliação de portfólio, marcando uma virada de chave na abordagem comercial da

empresa para o segmento de novas energias no país.

Até então, o discurso dominante no setor era o de que veículos elétricos comerciais só faziam sentido para grandes embarcadores/operadores logísticos com metas ESG e acesso a subsídios. A Foton, no entanto, chega

*Portfólio ampliado da marca passa a atender de minitrucks até caminhões de 1,5 t de PBT*





**Mini truck elétrico eWonder**



**Furgão elétrico eView Connect**

com um enfoque diferente, a de que o cliente-alvo não é quem já compra elétrico, mas sim quem hoje opera com diesel. Para isso, a alavanca não é apenas ambiental, ela é matemática. “Não quisemos comparar com o elétrico da concorrência, mas contra os seus modelos a diesel. É aí que temos de mostrar a viabilidade”, afirma Audie Carrara, gerente de Marketing da Foton.

A equação começa a fazer sentido quando se examina a tabela. O eWonder, mini truck elétrico com bateria de 41,86 kWh e autonomia de 189 km (ciclo Inmetro), parte de R\$ 235.900. A eView Connect, van de 7,2 m<sup>3</sup> com 50,23 kWh e alcance de 245 km (WLTP), chega por R\$ 259.900. A eView Grand, com bateria de 77,28 kWh e até 303 km de autonomia, tem preço inicial de R\$ 299.900. A eToano Pro, maior van da linha com 12,2 m<sup>3</sup> de capacidade, parte de R\$ 449.900. Os valores, segundo a montadora, posicionam os modelos como os veículos elétricos de menor custo de aquisição em

suas respectivas categorias quando considerado o suporte de uma grande marca com rede estabelecida.

As vans, por sua vez, trazem diferenciais operacionais pensados para a realidade logística brasileira. A eView Connect, por exemplo, oferece portas traseiras com abertura de 270 graus e porta lateral com 1,1 metro de vão – suficiente para entrada de pallets. O compartimento de carga tem 7,2 m<sup>3</sup> com formato quadrado, maximizando

o aproveitamento de caixas e volumes.

Já a eView Grand, disponível em teto baixo (6,8 m<sup>3</sup>) e teto médio (7,9 m<sup>3</sup>), traz um detalhe curioso de desenvolvimento de produto: em vez da central multimídia de tela, a versão final adotou rádio convencional. “Em clínicas com clientes de e-commerce, eles apontaram que telas distraem o motorista e são mais caras para reparar. Ouvimos isso e adaptamos”, revelou Carrara.



**Audie Carrara: elétricos oferecem ganhos expressivos na curta distância**

### **ESTRATÉGIA DE MERCADO**

A linha eAumark merece análise à parte, não apenas pela capacidade de carga, mas pela estratégia de mercado. O modelo 6T opera com PBT de 6.000 kg, bateria de 100 kWh e capacidade útil de 3.330 kg (incluindo carroceria). O 9T, também com 100 kWh, suporta até 5.420 kg de carga útil na versão padrão. Já o 12T eleva a aposta com bateria de 162,28 kWh e capacidade útil superior a 7.200 kg. Em todos os casos, a Foton adotou células LFP (Lítio Ferro Fosfato) da CATL, priorizando ciclos de vida longos e estabilidade térmica.

# LANÇAMENTO



*Furgão elétrico eView Grand*



*Furgão elétrico eToano Pro*

ca em detrimento da densidade energética máxima – uma escolha alinhada à aplicação comercial urbana e regional.

Um detalhe técnico relevante está na arquitetura de integração da bateria. Nos modelos 6T e 9T, o pack foi posicionado centralmente no chassi, facilitando a implementação de carrocerias e evitando interferências com

tomadas de força ou equipamentos auxiliares. A decisão reduz a complexidade para implementadores e mantém a estabilidade veicular.

Para operações que demandam PTO (power-take-off), como cestos aéreos ou compactadores de lixo, a Foton disponibiliza suporte técnico especializado, uma vez que a ligação de alta tensão para implementos exige cuidados adicionais em relação ao diesel. “O manual de implementador é mais criterioso. Grandes implementadores já estão acostumados,



*Caminhão eAumark oferece versões de 6 e 9t*

mas temos engenharia de campo para suportar”, explica de outro lado o diretor Nacional de Vendas e Pós-Vendas da Foton no Brasil, Mauricio Santana.

Ao contrário dos outros modelos que tiveram seus preços revelados, a chinesa resolveu não abrir o jogo com relação à sua linha de caminhões leves em consonância com a prática do. Todavia, para além da questão dos preços de aquisição, a montadora afirma que o payback (retorno sobre investimento) de seus produtos eletrificados é de

apenas dois anos e meio, reforçando a lógica do TCO também para frotas eletrificadas.

## CINCO ETAPAS

Um dos pontos mais debatidos durante o lançamento foi a mudança no papel dos concessionários. A Foton estruturou um programa de cinco etapas para que a rede atue não como vendedora de

veículos, mas como “consultora de soluções”. O processo começa com a análise detalhada da operação do cliente, incluindo rotas diárias, janelas de carga, turnos de trabalho e tipo de mercadoria transportada. A partir daí, calcula-se o TCO (Total Cost of Ownership/Custo Total de Propriedade) realista, considerando não apenas aquisição e combustível, mas manutenção, vida útil da bateria e, quando aplicável, incentivos fiscais como isenção de rodízio municipal.

A etapa seguinte envolve infraes-



**Maurício Santana: oferta de engenharia de campo para transformadores**

trutura de recarga. A montadora optou por não atuar diretamente na instalação, mas firmou parcerias com integradores credenciados para oferecer carregadores homologados.

Durante a apresentação, a equipe destacou um case ilustrativo de um cliente com operação de transbordo que demandava paradas de 40 a 45 minutos para carga e descarga. Orientado a carregar o veículo nessa janela, entre 20% e 80% da bateria (faixa que prolonga a vida útil das células LFP), o operador passou a utilizar o tempo ocioso para recarga, eliminando paradas dedicadas e mantendo a produtividade.

“A grande questão é entender que o veículo elétrico não é para todas as rotas, mas para trajetos específicos. Se você tentar substituir um caminhão que faz 700 km diários por um elétrico hoje, não funciona. Mas se mapear as operações de curta distância, última milha ou entregas regionais, o ganho é expressivo”, ponderou Carrara.

### **ESTOQUE REFORÇADO**

O suporte pós-venda conta com um centro de distribuição em Itajaí (SC) com mais de 165 mil itens em estoque, e a rede de concessionárias deve chegar a 100 pontos até o final de 2026. A capilaridade, segundo a montadora, é condição necessária para viabilizar a adoção por frotistas que exigem disponibilidade de peças e mão de obra especializada em todo território nacional.

### **ONDE A FOTON QUER CHEGAR**

A montadora chinesa, que acumula 20 anos consecutivos de liderança no mercado de veículos comerciais na China e 14 anos como maior exportadora chinesa do setor, enxerga no Brasil um laboratório para sua estratégia global de descarbonização. A meta corporativa é que 50% da produção seja de novas energias até 2030, com neutralidade de carbono até 2050. Para isso, a empresa mantém joint ventures estratégicas com Cummins, Daimler e ZF, e investe 3,5% da receita em P&D, que envolve um percentual de 35,4% dos trabalhadores da marca.

No mercado brasileiro, o movimento agora é de ocupação de espaços. Com um portfólio que vai do mini truck de 2.550 kg PBT ao caminhão de 11,5 toneladas, a Foton cobre uma faixa de preço que dialoga diretamente com o custo de aquisição de equivalentes a diesel. A aposta é que, com a maturação da infraestrutura de recarga e a consolidação dos modelos de negócio baseados em TCO, a equação penda definitivamente para o lado elétrico. **F**

## **Garantias de fábrica**

*A Foton estruturou um regime de garantias escalonado por componente e modelo. Para a linha de vans e o eWonder, a garantia completa é de 3 anos ou 100.000 km, enquanto a bateria de alta tensão varia entre 8 anos ou 400.000 km para a eView Connect, 6 anos ou 300.000 km para eView Grand e eToano Pro. Nos caminhões, a garantia da bateria chega a 8 anos ou 400.000 km para as versões 6T e 9T, e 5 anos ou 200.000 km para o 12T. O MSD (Main Switch Disconnect), fusível de alta voltagem, tem cobertura específica em cada modelo.*



**MERCEDES-BENZ  
CAMINHÕES E ÔNIBUS,  
TRADIÇÃO E QUALIDADE  
RECONHECIDAS EM 9 CATEGORIAS  
DO PRÊMIO LÓTUS 2026.**

Mercedes-Benz



BETC HAVAS



Desacelere. Seu bem maior é a vida.

**Vencedora na categoria caminhões:**

- Marca de Caminhão Leve com a linha Accelo
- Caminhão Leve com Accelo 1017
- Caminhão Semipesado 4x2 com Atego 1719
- Caminhão Semipesado 6x2 com Atego 2429
- Caminhão Semipesado 8x2/8x4 com Atego 3033
- Caminhão Pesado até 400 cv com Atego 2730

**Vencedora na categoria ônibus:**

- Marca de Chassi de Ônibus
- Marca de Chassi Urbano
- Marca de Chassi Rodoviário

Vá até uma concessionária e conheça.



# ESFORÇO CERTIFICADO

Pelo 33º ano consecutivo, Frota&Cia presta uma homenagem aos fabricantes de veículos comerciais, cujas marcas e produtos alcançaram o primeiro lugar em volume de vendas no ano anterior, na forma do Prêmio Lótus Campeão de Vendas 2026. O certificado que reconhece esse feito foi entregue para cada ganhador em sua própria empresa. Como os leitores poderão conferir nas páginas que seguem.

**JEFFERSON  
FERRAREZ**  
*Vice-Presidente  
de Vendas,  
Marketing,  
Peças e Serviços  
Caminhões da  
Mercedes-Benz*



**LUCIANO CAFURE**  
*Diretor de  
Marketing da  
Volkswagen  
Caminhões e  
Ônibus*



**ALCIDES CAVALCANTI**  
Diretor Executivo Caminhões da Volvo



**GEORGE CARLOTO**  
Diretor Comercial da Iveco



**JULIANO MACHADO**  
Vice-presidente da marca RAM para América Latina



**MAURÍCIO CUNHA**  
Diretor Industrial do Grupo Caio



**WALTER BARBOSA**  
Vice-Presidente de Vendas, Marketing, Peças e Serviços Ônibus da Mercedes-Benz

# EVENTOS



**ALEX DIAS**  
*Diretor de Vendas a Empresas da Renault*



**FÁBIO F. SILVA**  
*Head de Vendas da Mercedes-Benz Cars&Vans*



**RICARDO PORTOLAN**  
*Diretor de Operações Comerciais da Marcopolo*



**Alexandre Clemes**  
*Diretor de Marketing de Produto – Fiat*

**JÚLIO CESAR SCHIMIDT BECKER**  
*Diretor Executivo da Randon*



# ANUNCIE NO PORTAL DE FROTA&CIA + DE 2 MILHÕES DE VIEWS DE 300 MIL USUÁRIOS



Em 2025, o portal de **Frotacía** reafirmou a sua posição de liderança no mercado de transporte e logística, ao alcançar a marca de **2 milhões de visualizações** e mais de **300 mil usuários ativos**.

Faça como as grandes empresas que anunciam no portal de **Frotacía**, para levar suas mensagens a milhares de transportadores de cargas e passageiros de todo o país.

Consulte nosso departamento comercial



11 99648.7708  
comercial@frotacia.com.br  
www.frotacia.com.br

Nossos Canais:



# VISÕES DIFERENTES

FABRICANTES ATRIBUEM A FATORES DIVERSOS A QUEDA DAS VENDAS NO ANO PASSADO. E SE MOSTRAM CAUTELOSOS EM RELAÇÃO A 2026, DIANTE DO CENÁRIO BRASILEIRO E MUNDIAL

**POR JOSÉ AUGUSTO FERRAZ**

**C**omo revelou a edição de fevereiro de **Frota&Cia**, que trouxe o ranking completo do mercado brasileiro de veículos comerciais, o ano de 2025 ficará marcado pelo recuo de 9% das vendas de caminhões, que totalizaram exatas 113.479 unidades no período.

Com destaque para o segmento de pesados que recuou 20,5%, refletindo as dificuldades do agronegócio, principal usuário de caminhões da categoria.

Agora, nessa nova edição da publicação retomamos ao tema, dessa vez para falar com mais profundidade do assunto, na forma do tradicional Balanço&Perspectivas 2025/2026. Para tanto, a Redação de **Frota&Cia** ouviu os

depoimentos de 15 representantes da indústria de caminhões, ônibus e utilitários, que os leitores poderão conferir nas páginas seguintes, em forma resumida de texto ou ainda na versão completa em vídeo, disponível também no YouTube.

No caso dos caminhões, é curioso observar que os fabricantes que ocupam as primeiras posições no ranking tiveram performances bem diferentes



no ano passado, ainda que a conjuntura setorial fosse a mesma para todos. Embora o epicentro da baixa nas vendas foi mais localizado no segmento de pesados, por extensão, as marcas dedicadas a esse mercado foram as mais prejudicadas, caso da Scania, Volvo e DAF. Já os fabricantes fullliner, como a Mercedes-Benz, Volkswagen e Iveco, que oferecem uma gama mais ampla de produtos, de semileves a extrapesados, tiveram perdas mais reduzidas. E até avançaram no volume de licenciamentos e na participação de mercado. Como aconteceu com a Mercedes-Benz, que mostrou uma evolução de 9,5% no ano e viu seu market share saltar de 20,4% para 26,2% no biênio.

## COMBINAÇÃO DE FATORES

No esforço de justificar as perdas e ganhos no período, cada fabricante, é claro, atribuiu motivos diferentes para seu desempenho. Como a Mercedes-Benz, que associou a boa performance no período a uma conjunção de fatores positivos. Desde a oferta de um portfólio mais amplo que os concorrentes, as melhorias agregadas aos produtos da marca, o lançamento de novas versões do Axcelo e a retomada da produção do Axor. “Outro fator decisivo foi nosso posicionamento diferenciado de preço, para atender os diversos clientes, que fez bastante diferença no resultado”, admite Jefferson Ferrarez, vice-presidente de Vendas, Marketing, Peças e Serviços Caminhões, da Mercedes-Benz.

Já a Volkswagen Caminhões e Ônibus, primeira colocada no ranking geral, comemorou o ganho de 1,5% de partici-



*Montadoras full liner, como a Mercedes-Benz, sofreram menos perdas de vendas*

pação de mercado. Apesar da redução nos volumes e um cenário macroeconômico desfavorável, que incentiva a guerra de preços. “Em nosso caso, optamos por focar em nossos atributos e diferenciais”, explicou Luciano Cafure, diretor de Marketing da empresa. “Temos uma oferta ampla de produtos robustos, confiáveis e de altíssima qualidade. Além de toda parte de peças e serviços oferecidos por uma ampla rede. Essa é a fortaleza da nossa marca. Preferimos entregar mais valor para o cliente. E não apenas preço”, alfineta.

Apesar do recuo de 2% nos licenciamentos, abaixo da média do mercado, a Iveco se beneficiou do aumento das entregas fracionadas de curta e média distância, onde os caminhões semileves e leves da marca se destacam. “Na nossa ótica, o mercado caiu 3% e nós crescemos 10%”, rebate George Carloto, recém nomeado como diretor de Vendas da empresa. “Isso porque, os números da Anfavea não consideram os veículos até 3,5t, caso de algumas versões do Daily que fazem muito sucesso na distribuição urbana. O executivo destaca ainda a boa aceitação do extrapesado S-Way, que já ultrapassou 7 mil unidades comercializadas e ajudou a reduzir as perdas nessa categoria de peso.

## MUDANÇA ESTRATÉGICA

Bem menos sorte teve a Scania, que viu suas vendas de caminhões recuarem 31% no ano passado, a maior queda entre os fabricantes, junto com sua participação de mercado que caiu de 15% para 11,5% no ranking geral. Alex Nucci, diretor de Vendas de Soluções da Scania, admite a baixa, a qual atribui à capacidade produtiva da fábrica de São Bernardo do Campo (SP). “Quando o mercado caiu, tivemos uma mudança estratégica de produção, jogando mais veículos para o mercado externo. Depois, quando o mercado estabilizou e voltou a demandar mais veículos, o processo de retomada levou algum tempo”, justifica. Ao seu ver, a perda só não foi maior por conta da boa atuação no mercado de caminhões semipesados, cujas vendas da marca tiveram um incremento de 11%. “Em 2023 trouxemos novos produtos para competir na categoria e, com isso, passamos a ter uma representatividade maior”, acrescenta Nucci.

Além de sofrer com a retração do mercado de pesados em 2025 a DAF, por sua vez, se ressentiu da falta de um portfólio mais robusto para competir no segmento de caminhões semipesados. A combinação dos dois fatores levou a montadora paranaense instalada em

# BALANÇO & PERSPECTIVAS – MERCADO DE CAMINHÕES

Ponta Grossa a registrar uma queda de 22% nas vendas no mercado geral, a primeira desde o início da produção em 2013. “Apesar do mercado de semi-pesados ter acusado evolução no ano passado, não conseguimos tirar proveito desse fato, por causa do nosso line-up de produtos, que ainda não atende todos os segmentos dessa faixa”, lamenta Luiz Gambim, diretor Comercial da empresa. Na tentativa de suprir essa falha, Gambim antecipa que a fábrica se prepara para lançar novos produtos dessa categoria, que serão apresentados na próxima Fenatran.

## PREVISÕES CAUTELOSAS

Para o ano em curso, as projeções relativas ao mercado de caminhões são bastante cautelosas, na



***Dificuldades no agro e juros altos derrubaram as vendas de caminhões pesados***

visão da maioria dos entrevistados. Diante de um cenário ainda nebuloso, todos estimam que o mercado continuará em queda no ano, porém em uma proporção bem menor que 2025. “De um lado, temos a certeza de que existe demanda por caminhões no

país. Mas, tem também a insegurança, causada pelos juros altos que ainda travam os investimentos, por ser um ano eleitoral, além das incertezas externas em decorrências do conflito no Oriente Médio”, admite Jefferson Ferrarez, da Mercedes-Benz.

Luciano Cafure, da Volkswagen, faz coro com as previsões da Anfa-vea, que apontam para um mercado estável esse ano, praticamente igual ao período anterior, mas com uma leve recuperação do segmento extrapesado. “Mesmo assim, será tão desafiador quanto 2025, por conta do cenário político e econômico não só do país, mas mundial”.

Mais otimista, Alex Nucci, da Scania, acredita que as compras postergadas nos últimos dois anos vão voltar a acontecer em 2026. “Prova disso é que já vendemos quase 30% a mais nos três primeiros meses desse ano, se comparado com igual período anterior”, atesta com entusiasmo. **F**

## ***Produção desviada***

*O mercado externo também foi responsável pela redução dos licenciamentos da RAM no país, que lidera o segmento de caminhões semileves. Apesar da quebra de 27% nos volumes emplacados dessa categoria de peso, a marca filiada à Stellantis registrou uma perda de 41% no comparativo do biênio 2024/2025. “Nosso recuo das vendas foi provocado basicamente pelo fornecimento”, justifica Juliano Machado, vice-presidente da marca RAM para América Latina. Segundo ele, a maioria dos veículos da marca comercializados no Brasil é produzida no México, que também exporta para os Estados Unidos. “Com o aquecimento do mercado norteamericano, acabamos recebendo menos carros que a gente tinha contratado. Então, uma parcela importante dessa queda da marca e do segmento tem geral tem a ver com essa falta de veículos também”.*

# ASSOCIE SUA MARCA ÀS NOTÍCIAS MAIS QUENTES DO TRANSPORTE



**Newsletter** **Frota & Cia**  
Confira as últimas notícias do mundo do Transporte

Todos os dias, a **newsletter** de **Frota & Cia** leva as notícias mais atualizadas do mundo do transporte e logística, para um público altamente qualificado.

Siga com a gente e leve também sua mensagem para **mais de 50 mil transportadores** de todo o país.

Consulte nosso departamento comercial

**Frota & Cia**  
MOVIDOS PELA NOTÍCIA

11 99648.7708  
comercial@frotacia.com.br  
www.frotacia.com.br

Nossos Canais:



## ENTREVISTA LUCIANO CAFURE – VOLKSWAGEN CAMINHÕES

# A FORTALEZA DA MARCA

**A OFERTA DE UMA LINHA COMPLETA DE VEÍCULOS COLABOROU PARA REDUZIR AS PERDAS DA EMPRESA NO MERCADO DE CAMINHÕES, APESAR DA GUERRA DE PREÇOS NO PERÍODO**

**F**ormado em Engenharia mecânica e com uma vasta experiência acumulada ao longo de exatos 30 anos junto à indústria automotiva, o atual diretor de Marketing da Volkswagen Caminhões e Ônibus, Luciano Cafure, desenvolveu um olhar que combina o conhecimento do produto com as necessidades do mercado brasileiro. Com base nessa expertise, o executivo comenta, com exclusividade para **Frota&Cia**, o desempenho do mercado de caminhões em 2025 e as projeções para 2026, na entrevista que segue, disponível em formato digital resumida ou em vídeo na versão completa. Confiram

**Frota&Cia - Como que avalia o mercado de caminhões em 2025?**

**Luciano Cafure** - 2025 foi um ano muito desafiador, principalmente para o negócio de caminhões e ônibus. Por conta, sobretudo, de fatores macroeconômicos, com uma taxa Selic e juros básicos mais altos do mundo e a dificuldade de crédito. Foi o ano em que tivemos de nos reinventar mês a mês,

no sentido de buscar soluções para manter as vendas e a nossa liderança no mercado no mercado brasileiro de caminhões. Foi, portanto, um mercado de altos e baixos, que afetou todas as categorias de peso.

**Frota&Cia – O que explica, no entanto, o bom desempenho dos segmentos de médios e semipesados, que acusaram crescimento no ano?**

**Luciano Cafure** – O que houve foi uma migração clara de um segmento para o outro. Como o agronegócio foi bastante afetado no ano passado, muitos transportadores se voltaram para as cargas industrializadas. Com isso, deixaram de adquirir caminhões com tração 6x4 para versões 6x2. O mesmo aconteceu nos médios, em decorrência do aumento da distribuição urbana no país e do bom momento do setor de serviços e bens de consumo.

**Frota&Cia – Mais interessante de tudo, é que esse movimento acabou beneficiando as montadoras fullliner, como a Volkswagen, que acusaram**

**perdas mais reduzidas em relação à média do mercado, não é verdade?**

**Luciano Cafure** – Sem dúvida. O fato de ofertarmos uma gama completa de produtos ajudou a compensar uma parte das oscilações no ano. Ao contrário dos fabricantes mais dedicados ao mercado de pesados, que sofreram baixas muito maiores. Por outro lado, também fomos beneficiados por conta da liderança histórica da marca nos segmentos de médios e semipesados.

**Frota&Cia – A Volkswagen reafirmou sua liderança no mercado de caminhões em 2025 e ainda acusou um ganho de 1,5% no market share. Porém, a diferença para a segunda colocada no ranking de fabricantes diminuiu para 2%. O que explica esse desempenho?**

**Luciano Cafure** – O Brasil é um mercado altamente competitivo. E quando a você tem um cenário macroeconômico desfavorável, muitas vezes, isso leva a uma guerra de preços e uma disputa mais acirrada. Em nosso caso, no entanto, optamos por focar nos nossos



“  
*Houve uma migração de vendas de um segmento para o outro, que beneficiou os médios e semipesados*  
”

atributos e diferenciais. Temos uma oferta ampla de produtos robustos, confiáveis e de altíssima qualidade. Além de toda parte de peças e serviços oferecidos por uma ampla rede. Essa é a fortaleza da nossa marca. Preferimos entregar mais valor para o cliente. E não apenas preço.

**Frota&Cia – Qual a sua avaliação do Programa Move Brasil, voltado à renovação da frota de caminhões. E o seu impacto nas vendas da empresa?**

**Luciano Cafure** – Em um ambiente como o nosso, qualquer iniciativa do governo é super válida para movimentar a indústria e promover a renovação de frota também. Então, temos uma expectativa muito boa com relação ao programa e estamos preparados para atender a possível


demanda que virá agora no primeiro semestre. Os números apresentados até agora são positivos, já que o programa oferece taxas de financiamento bem atrativas.

**Frota&Cia – Como você vê o avanço da eletrificação no mercado de caminhões? E a entrada de novos players, sobretudo asiáticos?**

**Luciano Cafure** – Primeiro, vale lembrar que somos uma empresa comprometida com a sustentabilidade, o pioneirismo e a inovação. Fomos o primeiro fabricante a desenvolver um caminhão 100% elétrico e colocar em produção em 2001 aqui no Brasil e no mundo ocidental. Isso é olhar para o futuro e estamos prontos para atender a esse mercado e muitos outros, como os biocombus-

tíveis e os veículos a gás. Estamos prontos para competir com novos players, desde que respeitadas as regras do nosso mercado.

**Frota&Cia – Quais as projeções da empresa para 2026, relativas ao mercado de caminhões?**

**Luciano Cafure** – Segundo a Anfavea (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos) vamos ter um mercado de caminhão estável esse ano, praticamente igual ao do ano passado, com uma leve recuperação do segmento extrapesado. Contudo, será tão desafiador quanto o ano passado, por conta do cenário político e econômico nacional. Além de toda essa instabilidade macroeconômica mundial que está acontecendo, cujos efeitos colaterais são difíceis de se prever. 

## ENTREVISTA JEFFERSON FERRAREZ – MERCEDES-BENZ

# MOTIVOS PARA CELEBRAR

### MONTADORA COMEMORA O AUMENTO DAS VENDAS E DA PARTICIPAÇÃO NO MERCADO DE CAMINHÕES. APESAR DA CONJUNTURA ADVERSA NO SEGMENTO DE PESADOS

**D**iante de um mercado que recuou 9% em 2025, a Mercedes-Benz foi a única montadora entre as grandes, que conseguiu a façanha de encerrar o ano com aumento das vendas e da participação. Na visão de Jefferson Ferrarez, vice-presidente de Vendas, Marketing, Peças e Serviços Caminhões da empresa, a boa performance foi uma combinação de inúmeros fatores positivos. Como o executivo revela na entrevista abaixo e no vídeo produzido com exclusividade para **Frota&Cia**, onde comenta o desempenho da empresa no ano que passou e as projeções para 2026. Confira

**Frota&Cia – Em 2025, os diferentes segmentos do mercado de caminhões acusaram comportamentos distintos? O que explica essas diferenças?**

**Jefferson Ferrarez –** Primeiro, é preciso entender a aplicação do produto e para quais setores da economia ele se destina. O segmento de extrapesado, que tem grande relação com o agro, foi muito impactado no ano passado por

causa da taxa de juros. E pelo fato de demandar um ticket médio de investimento muito mais alto. De outro lado, a forte queda no preço das commodities no final ano prejudicou o setor, mesmo tendo uma boa safra. Já os mercados de caminhões médios e semipesados tiveram uma boa evolução, puxado pela construção civil e o segmento de bebidas, entre outros. Então, isso acabou compensando a queda nos pesados, mesmo com os juros elevados.

**Frota&Cia – Nos últimos anos, as transportadoras dedicadas ao agro promoveram uma forte renovação de frotas. Isso pode ter contribuído também para a redução das compras em 2025?**

**Jefferson Ferrarez –** Sem dúvida, houve uma grande renovação, principalmente no segundo semestre de 2024. Tanto assim que percebemos uma certa quantidade de clientes que estão pedindo renovação do contrato de manutenção, em um momento que deveriam estar renovando a frota. Mas, eu entendo que ainda tem bastante demanda, porque tem muito cami-

nhão usado trafegando por aí, com um custo operacional muito alto. A questão, portanto, não é que está sobrando caminhão. Falta, sim, fazer a conta e avaliar a necessidade de renovação baseada no custo da operação.

**Frota&Cia – Em 2025, a Mercedes-Benz foi a única montadora, entre as grandes, que acusou aumento das vendas e participação de mercado. O que explica esse bom desempenho, em um mercado tão competitivo?**

**Jefferson Ferrarez –** Os segmentos de mercado que mais cresceram foram dos médios e semipesados, onde temos um portfólio completo que nem todos os outros concorrentes tem. E que ainda ganhou novas versões no ano, que garantiram mais alguns pontos percentuais na nossa participação. Também fomos muito bem sucedidos em algumas negociações de grande volume, como bebidas e no setor de construção civil. Junto com nossa estratégia de apresentar uma nova versão da linha Accelo, com um posicionamento diferenciado de preço para aten-



der os diversos clientes. Por fim, ainda tivemos o retorno da linha Axor ao mercado, que foi muito bem recebida.

**Frota&Cia – Diante desse quadro, quais as chances da marca retomar a liderança do mercado brasileiro de caminhões?**

**Jefferson Ferrarez -** Em alguns segmentos nós já temos uma liderança. Mas, quando se olha o mercado total estamos quase lá. É claro que alcançar a liderança está sempre na nossa pauta. Porém, o que sempre discutimos internamente e com a nossa rede é que, antes de fazer volume, temos que nos preocupar em primeiro lugar com a satisfação do cliente. Temos de manter bem sólida a nossa base de atendimento, além da performance dos nossos produtos e dos nossos serviços. Seguindo nesse caminho a liderança vai acabar acontecendo.

**Frota&Cia – Qual a sua avaliação do programa Move Brasil? E o seu impacto nas vendas da empresa?**

**Jefferson Ferrarez -** O programa está sendo muito bom e chegou em um momento importantíssimo para o mercado de caminhões. É verdade que não teve um acréscimo de clientes, mas aqueles que já estavam em nosso pipeline aproveitaram para comprar mais unidades, tendo em vista as taxas de juros mais em conta. Daí a importância de continuar com esse programa, para garantir a manutenção dos volumes atuais.

**Frota&Cia – Qual o perfil desse comprador, que está aproveitando essa vantagem?**

**Jefferson Ferrarez –** No começo, todos imaginavam que seria mais voltado para o varejo. Porque os grandes transportadores já conseguem taxas mais em conta junto aos bancos. Mas, muitos frotistas estão aproveitando essa ação, além do varejo, que também está vindo e usufruindo. Seja como for, é um incentivo para a renovação de frota, que talvez não aconteceria se não houvesse o programa.

“

***Não está sobrando caminhão. O que falta é fazer a conta e avaliar a necessidade de renovação com base no custo da operação***

”

**Frota&Cia – Para finalizar, que projeções você estima para 2026 no mercado de caminhões? Você está otimista, pessimista ou o que?**

**Jefferson Ferrarez -** Acho que eu estou esperançoso. De um lado, a gente vê que tem grande demanda por caminhão no país e muita mercadoria para ser transportado e muita obra sendo feita. Então, isso é claro para nós. Do outro lado, existe a tal da insegurança. A questão do custo financeiro que está altíssimo ainda. E existem as incertezas externas, como a guerra que acabou de explodir e pode impactar tanto no preço do diesel quanto na escassez do óleo. Também tem o risco das eleições, que sempre geram um pouco de tensão no mercado e de um momento de espera. Mesmo assim, continuo sendo esperançoso de que o mercado de caminhões deve ficar apenas um pouco menor que no ano passado. E os próprios números do trimestre já sinalizam uma recuperação. ■

## ENTREVISTA ALCIDES CAVALCANTI – VOLVO CAMINHÕES

# VITÓRIA NA ADVERSIDADE

**A QUEDA DAS VENDAS DE PESADOS IMPACTA O DESEMPENHO DA VOLVO EM 2025. MAS EMPRESA COMEMORA ALGUMAS CONQUISTAS NO PERÍODO, COMO OS GANHOS DE MARKET SHARE**

**C**om larga experiência junto à indústria de caminhões, sempre na área de vendas e marketing, o atual diretor Executivo da Volvo Caminhões se acostumou com as oscilações do mercado automotivo. Como ocorreu no ano passado, quando os licenciamentos de caminhões pesados acusaram uma queda de 20,5%, a maior dos últimos cinco anos. Para falar desse momento particular do mercado de caminhões e das projeções para o ano em curso, o executivo aceitou o convite de **Frota&Cia** para uma entrevista exclusiva, cujo resumo reproduzimos a seguir, junto com a versão completa disponível em forma de vídeo. Confira

### **Frota&Cia – O que explica o recuo do mercado de caminhões em 2025?**

**Alcides Cavalcanti** - De fato, o mercado acima de 16 toneladas caiu em torno de 11% no ano passado. E, considerando só o segmento de pesados, a queda foi ainda mais acentuada, de 20%. Nesse último caso, os fatores que mais contribuíram para isso foram, primeiro, a taxa

elevada de juros, que veio crescendo ao longo do ano e deixou os transportadores mais receosos de assumir financiamentos. Depois, vem a situação do agro que, embora tivesse alcançado um volume bastante grande de produção de grãos, a questão do transporte não andou da velocidade que se esperava.

### **Frota&Cia – Quais os motivos para isso?**

**Alcides Cavalcanti** – Os juros elevados impactaram os financiamentos agrícolas, que levaram a uma retração das compras de insumos e máquinas. Os índices de inadimplência do setor também têm crescido, junto com o aumento dos custos de produção. Então, se o produtor não tem a receita necessária, nem as margens necessárias, isso acaba pressionando toda a cadeia, incluindo o transporte.

### **Frota&Cia – Por outro lado, os operadores promoveram uma forte renovação de frota nos últimos anos. Isso não contribui para esse recuo nas vendas?**

**Alcides Cavalcanti** – Sem dúvida. Em

2022, 23 e 24, os médios e grandes transportadores renovaram parte de suas frotas, aproveitando as taxas de juros mais baixas e mais competitivas. Então, hoje, ao invés de comprarem 300, 400 caminhões muitos tem optado por adquirir 100, 150 unidades, à espera de condições mais oportunas. Mas, se considerarmos que a idade média da frota é de 12,5 anos, existe ainda muito espaço para renovação.

### **Frota&Cia – O programa Move Brasil, criado pelo governo federal para essa finalidade, vem contribuindo para o aumento das vendas?**

**Alcides Cavalcanti** – As consultas já estão acontecendo e inúmeros negócios já foram fechados com base nesse programa. As condições são bastante atrativas, considerando a oferta de uma taxa mensal de 1,05%, ante 1,25% a 1,35% de um financiamento normal. Então, se você pegar essa diferença de 0,20% a 0,30% ao mês no prazo de 60 meses, é uma diferença absurda. É claro que existe um fator limitador, que é a aprovação do crédito pelos bancos, já que o risco é todo deles.



**Frota&Cia – Voltando ao ano de 2025, o mercado de médios e semipesados acusou alta nos licenciamentos, na contramão de outros segmentos. O que explica esse fato?**

**Alcides Cavalcanti** - Olha, eu realmente estou me perguntando até hoje por que evoluíram tanto. No caso dos semipesados foi um crescimento modesto, da ordem de 5%, puxado pelo setor de distribuição, mas também da construção que puxa muito o caminhão caçamba e principalmente betoneiras. Já os médios avançaram mais, em torno de 33%, na nossa análise por conta do comércio eletrônico, que vem se expandindo a cada ano na casa de dois dígitos. E atraindo o interesse de grandes empresas, que começam a se estabelecer com mais força no Brasil, construindo armazéns e estrutura de distribuição.

**Frota&Cia – Como você avalia o desempenho da Volvo no ano que passou?**

**Alcides Cavalcanti** - Diante desse cenário de queda de mercado, tivemos conquistas importantes. Primeiro, conseguimos manter a liderança no segmento de pesados, apesar da queda de 20%

desse mercado. Também avançamos o nosso market share, chegando a 31%, uma marca que há mais de 10 anos não tínhamos. E alcançamos um crescimento importante de 8% nas vendas da linha VM, acima da média do mercado, aliado à manutenção da nossa participação de mercado no segmento.

**Frota&Cia – Apesar dessas conquistas, o Volvo FH 540 6x4T perdeu o título de Caminhão do Ano para o Volkswagen 11.180, depois de sete anos de supremacia. O que aconteceu nesse caso e como recuperar esse posto?**

**Alcides Cavalcanti** – Isso aconteceu por causa da queda de 20% do mercado de pesados e a forte evolução dos médios no ano passado, que avançaram 33%. Porém, eu acredito que o segmento de pesados vai voltar a ter uma relevância tão grande quanto tinha até o ano retrasado. E os números de janeiro e fevereiro já indicam essa tendência. Vamos trabalhar firme para retomar esse título.

**Frota&Cia – Para finalizar, quais as projeções que você faz para esse ano?**

**Alcides Cavalcanti** - Primeiro, é preciso

“  
**A taxa elevada de juros deixou os transportadores mais receosos de assumir financiamentos**

”

entender que tem fatores positivos e fatores de atenção. O lado positivo é saber que o agro vai ter uma super safra, pouco maior que a safra passada, o que significa que vai ter muito grão para transportar. Além disso, existe uma expectativa de redução de taxa de juros que, no final do ano, deve chegar a 12%/12,5%; hoje está 15%. Temos o programa Move Brasil, com taxas competitivas e atrativas, que pode alavancar esse início de ano aí com vendas maiores. Tem também a Fenatran que deve incrementar as vendas, embora os efeitos só irão aparecer no primeiro trimestre de 2027.

**Frota&Cia – E quais seriam os pontos de atenção?**

**Alcides Cavalcanti** - Como pontos de atenção tem o fato de ser um ano de eleição, que gera muita incerteza política e econômica. Além da taxa de juros que, apesar de estar caindo, ainda vai continuar um nível alto. Por isso, acreditamos que, de forma geral, o mercado deve ficar em torno de 5 a 10% inferior ao do ano passado. As vendas de pesados devem cair, mas não no patamar de 30% do ano passado. **E**

## ENTREVISTA GEORGE CARLOTO – IVECO

# BALANÇO POSITIVO

**MONTADORA COMEMORA AS CONQUISTAS NO ANO, APESAR DO RECUO DAS VENDAS NO MERCADO DE CAMINHÕES. E APOSTA EM DIAS AINDA MELHORES PELA FRENTE**

**M**enos de mês após a sua nomeação como novo diretor Comercial da Iveco no Brasil, George Carlotto foi colocado à prova, ao aceitar o convite de **Frota&Cia** para a entrevista que segue, que trata do balanço do mercado de caminhões em 2025 e as projeções para 2026. Apesar do pouco tempo no cargo, o executivo mostrou seu domínio no assunto, ao tratar o tema com desenvoltura. Como resultado dos mais de 30 anos da experiência acumulada na indústria de veículos comerciais, sempre na área de vendas. Além de comentar o comportamento do mercado no biênio, Carlotto falou do desempenho da Iveco no período, além de outros assuntos que os leitores poderão conferir em formato de texto e de vídeo.

**Frota&Cia - Como você viu o mercado de caminhões no ano passado?**

**George Carlotto** – 2025 acabou sendo um ano um pouco abaixo da expectativa, principalmente pela situação macroeconômica. Os elevados patamares da taxa de juros comprometeram

bastante o mercado de caminhões, sobretudo no segmento de pesados, que caiu acima de 20%. Para a Iveco, em particular, foi um momento bastante positivo, já que alcançamos um bom desempenho no mercado de semileves e leves, onde já somos fortes. Ao mesmo tempo em que ganhamos participação nos pesados, graças ao sucesso do Iveco S Way, que já ultrapassou a marca de 7.000 unidades comercializadas.

**Frota&Cia - O que explica o aumento da procura maior por caminhões médios e semipesados, em particular, no ano passado?**

**George Carlotto** – Pelo fato de ser um investimento um pouco menor, tanto na aquisição do veículo quanto do implemento, esses segmentos estão menos suscetível à questão dos juros elevados. Por outro lado, as entregas fracionadas, de curta e média distância, também se mantiveram muito fortes, o que garantiu aos caminhões que competem nessas categorias de produtos ampliar sua participação no ranking geral.

**Frota&Cia – Ao seu ver, a situação do agro deve melhorar em 2026?**

**George Carlotto** – O setor passou por um grande susto no ano passado, por conta do câmbio, da inadimplência e os juros do financiamento. Mas acreditamos que o agro terá uma previsibilidade melhor esse ano, que deve contribuir para a sua recuperação. A super safra já está chegando e esperamos que isso deve impactar positivamente o mercado de caminhões.

**Frota&Cia – Apesar das dificuldades no ano, a Iveco registrou uma queda de 2% nas vendas em 2025, bem abaixo da média da indústria que recuou 9%,0 que explica esse desempenho em um mercado tão competitivo?**

**George Carlotto** - Como a Iveco tem veículos até 3,5 toneladas no portfólio, temos análise diferente da Anfavea e da Fenabreve. Na nossa ótica, o mercado teve a queda de 3% e nós tivemos um crescimento de 10%. Então isso nos colocou como a quarta marca no ranking de emplacamentos do ano de 2025. Uma posição que, é lógico, que-



“  
**Para a Iveco, 2025 foi bastante positivo, já que alcançamos um bom desempenho no mercado de semileves e leves**  
”

remos manter em 2026 e talvez até superar algum outro concorrente e chegar a terceira ou segunda posição.

**Frota&Cia – Prova dessa afirmação foi o reconhecimento do Iveco Daily pelo Prêmio Lótus Campeão de Vendas 2026 na categoria Camioneta de Carga, veículos na versão chassi cabine até 3,5 t de PBT. Qual importância dessa conquista para a marca?**

**George Carloto** - A importância para nós é muito grande. É a quarta vez que o Daily conquista esse cobiçado troféu, que é fruto de muito investimentos e desenvolvimento em cima do produto. É um veículo de grande adaptabilidade, robustez e versatilidade, que ganhou o reconhecimento dos nossos clientes. Além de contar com uma gama variada de alternativas de propulsão. Seja na versão a diesel, elétrica e mais recentemente no conceito multifuel, na qual pode ser operado com etanol, gás natural e biometano.

**Frota&Cia - Como anda a aceitação dos veículos a gás produzidos pela Iveco?**

**George Carloto** – A demanda vem

crescendo gradualmente, principalmente porque as empresas demandantes desse transporte precisam investir em sustentabilidade. E o caminhão acaba ajudando no conceito, trazendo retorno tanto para o transportador quanto para o embarcador. Recentemente tivemos uma venda significativa para o grupo Reiter Log, de 55 unidades do Iveco S Way e outras 15 unidades multifuel. Já temos outro pedido de mais 30 unidades para outro cliente.


**Frota&Cia - Qual a sua avaliação do programa Move Brasil? E quanto isso vem impactando as vendas da Iveco?**

**George Carloto** – Nós vemos o programa de forma muito positiva. Já estamos com mais de 300 unidades comercializadas e cerca de 200 milhões de crédito gerado. A oferta de juros mais acessíveis tem movimentado o mercado. E ajudado bastante, nesse momento em que a indústria precisava de um impulso adicional.

**Frota&Cia - Como você vê o avanço da eletrificação no mercado de caminhões? E a chegada de novos players, sobretudo asiáticos?**

**George Carloto** - Ainda é uma demanda muito ligada à infraestrutura de abastecimento, o que acaba afetando a decisão de investimento por parte dos operadores logísticos. Já temos algumas unidades da E-Daily no Brasil, em operações específicas e vamos aguardar a evolução desse mercado. Quanto à concorrência, a compra é uma decisão do cliente. É claro que há lugar para todos, mas a nossa posição é que o investimento na produção local sempre deve ser privilegiado.

**Frota&Cia – Como você projeta o mercado de caminhões em 2026? E quais os eventuais pontos negativos e positivos?**

**George Carloto** - O cenário ainda tem algumas incertezas, mas acreditamos nas projeções que já estão sendo mostrados, de um leve crescimento. Incluindo, é claro, a gama total de produtos de 3,5 toneladas. Podem acontecer alguns cenários macroeconômicos no caminho, mas a previsibilidade, o equilíbrio, mostrando uma estabilidade, está um pouquinho melhor e mais favorável nesse momento. 

## ENTREVISTA ALEX NUCCI – SCANIA

# MUDANÇA ESTRATÉGICA

**NO ESFORÇO DE REDUZIR A QUEDA NAS VENDAS INTERNAS EM 2025, MONTADORA AFIRMA QUE DIRECIONOU PARTE DA PRODUÇÃO AO EXTERIOR. MESMO COM A PERDA DE SHARE**

**D**epois de alcançar o pico de quase 20 mil caminhões licenciados no mercado interno em 2024, a Scania viu as vendas desabarem para 13 mil unidades no ano passado. Tudo por conta dos juros altos nos financiamentos, junto com as restrições de crédito aos clientes da marca. A saída para isso, na visão do diretor de Vendas de Soluções da Scania Operações Comerciais Brasil, Alex Nucci, foi direcionar parte da produção para o exterior. Fato que não impediu que o market share caísse de 15% para 11% no mercado geral. É o que conta o executivo na entrevista que segue, concedida com exclusividade para **Frota&Cia**.

**Frota&Cia – Sabemos que 2025 foi muito complicado para o mercado de caminhões, sobretudo nos pesados. Como você avalia o ano que passou?**

**Alex Nucci** - Eu destaco dois pontos principais. O primeiro deles foi a taxa de juros que bateu 15% e é extremamente elevada para o mercado brasileiro. O segundo ponto foi a restri-

ção ao crédito que está conectado a dois grandes fatores: a inadimplência elevada do setor e o fato de algumas empresas que entraram em recuperação judicial nos últimos dois anos. Isso trouxe uma certa cautela ao segmento bancário e, naturalmente, mais restrição ao crédito.

**Frota&Cia – Por que as vendas da Scania, em particular, caíram mais que a média do restante da indústria?**

**Alex Nucci** - Nós fomos bem afetados o ano passado, especialmente pela nossa capacidade produtiva. Quando o mercado caiu, tivemos uma mudança estratégica de produção, jogando mais veículos para o mercado externo. Depois, quando ele estabilizou e voltou a demandar mais veículos, o processo de retomada levou algum tempo. Então, na verdade, a Scania foi um pouco mais afetada, muito mais pela acomodação e adaptação a esse mercado, que caiu e retornou de uma forma muito robusta e muito rápida.

**Frota&Cia – Em consequência do**

**fato, também caiu a participação de mercado da marca. Qual é a estratégia para retomar o market share?**

**Alex Nucci** - Sem sobra de dúvidas é o portfólio que a Scania tem hoje, que é um portfólio muito robusto, focado nos caminhões Super. O Super é o veículo de destaque da marca, com maior nível de entrega de economia de combustível. A ideia sempre foi e continua sendo, posicionar o Super como nosso carro-chefe nos veículos rodoviários. E continuar a nossa jornada rumo a um transporte sustentável. Então, temos plenas condições de recuperar parte do volume que perdemos ao longo de 2025.

**Frota&Cia – Ao contrário dos pesados, os semipesados acusaram uma evolução no ano passado. O que explica esse comportamento?**

**Alex Nucci** - De fato esse segmento cresceu, em razão de estar conectado ao consumo e também ao e-commerce. É um mercado que avança a passos largos ano após ano. Até brincamos aqui na Scania que o e-commerce é o novo agro.



“

*Quando o mercado caiu, tivemos uma mudança estratégica de produção, jogando mais veículos para o mercado externo*

”

**Frota&Cia – Por outro lado, enquanto os semipesados avançaram 5% nos licenciamentos, as vendas da Scania cresceram 17%. O que explica esse bom desempenho?**

**Alex Nucci** – A Scania ficou fora desse mercado por muitos anos. Então, em 2023, trouxemos novos produtos para competir nessa faixa, como os modelos 320 4x2, depois o 320 8x2, o 280 6x2 e o 250 4x2, que até então não estavam disponíveis. Assim, passamos a ter uma representatividade importante, especialmente quando você fala de cargas que precisam de horário, de melhor velocidade média, que exigem robustez, economia e principalmente conforto para o motorista; virtudes que nossos caminhões entregam.

**Frota&Cia – Qual sua avaliação do programa Move Brasil? E qual o im-**

**pacto nas vendas da empresa?**

**Alex Nucci** – É um programa fundamental, se consideramos que oferece uma taxa final de juros de 13%, ante os quase 20% praticados pelo mercado. Isso é especialmente importante para os pequenos e médios clientes, que não tem o mesmo poder de negociação das grandes empresas. Para se ter uma ideia, o programa já representa quase 60% do que a Scania comercializou ao longo dos últimos dois meses.

**Frota&Cia - Como está a aceitação dos veículos a gás, que a Scania foi pioneira em lançar?**

**Alex Nucci** - Desde 2019, o gás é uma aposta da Scania, quando decidiu liderar essa transição para um ecossistema mais sustentável. De lá para cá, mais de 2.500 veículos já foram comercializados e a aceitação tem sido cada dia

maior, tendo em vista que podem rodar com gás natural, de origem fóssil, ou biometano. Porém, entendemos que não temos uma bala de prata. Nem será essa uma solução única. Acreditamos que, no futuro, vamos viver uma realidade eclética, aonde diesel, gás natural, biometano, biodiesel e futuramente elétrico conviverão todos juntos.

**Frota&Cia - Quais as projeções da Scania para 2026?**

**Alex Nucci** - Tudo indica que as compras que foram postergadas nos últimos dois anos vão voltar a acontecer em 2026. Prova disso é que já vendemos quase 30% a mais nos três primeiros meses desse ano, se comparado com igual período anterior. O plano é fortalecer os veículos que temos no nosso portfólio, junto com a nossa rede de concessionários. **E**

# UM RECUO INESPERADO

**PELA PRIMEIRA VEZ DESDE A CHEGADA AO PAÍS, A DAF REGISTRA QUEDA NAS VENDAS DE CAMINHÕES, POR CULPA DO MERCADO E DA FALTA DE UM PORTFÓLIO MAIS ROBUSTO**

**D**epois de registrar um crescimento contínuo desde 2015, a montadora instalada em Ponta Grossa, no Paraná, viu suas vendas acusarem uma queda brutal de 31% no ano passado, bem acima da média da indústria que caiu 9% em volume de licenciamentos. O motivo foi a desaceleração do mercado de caminhões pesados, principal foco da empresa, e a falta de um portfólio mais robusto no segmento de semipesados, que avançou 5% no ano passado. Para comentar esse momento particular da empresa e do mercado de caminhões, bem como as projeções para 2026, a redação de **Frota&Cia** conversou com o diretor Comercial da DAF, Luiz Gambim, cuja entrevista resumida segue reproduzida abaixo, além da versão completa em vídeo, à disposição dos leitores.

**Frota&Cia – A que você atribui as dificuldades que marcaram o mercado de caminhões pesados no ano passado?**

**Luiz Gambim** - Eu atribuo principalmente ao agronegócio. O setor sofreu um

impacto muito grande com a variação de preço das commodities, bem como do aumento de custos, que refletiram em seus fornecedores de transportes. Então, os clientes que tinham 1.000 caminhões e renovavam à média de 400 por ano, acabaram reduzindo as compras em 2025. Ou seja, a instabilidade e a falta de visibilidade resultaram em uma renovação menor da frota.

**Frota&Cia – Mas, além das dificuldades do setor, a elevada taxa de juros e as restrições ao crédito também contribuíram para esse quadro, não?**

**Luiz Gambim** - Não tenha dúvida. A taxa de juros foi outro fator fundamental para a postergação das compras. Então, nesse momento de dificuldades, é muito melhor continuar trabalhando com uma frota mais antiga, do que financiar com juros muito elevados.

**Frota&Cia – Por outro lado, o transporte agrícola fez uma grande renovação de frota nos últimos anos. Esse fato não pesou nessa equação?**

**Luiz Gambim** - Esse é mais um dos

motivos. Quando você olha os anos de 2022, 23 e 24 o volume foi realmente extremamente relevante, já que as empresas preferem trabalhar com frotas novas, sempre que possível.

**Frota&Cia – Ao seu ver, essas dificuldades que o setor sofreu no passado já ficaram para trás? Ou o cenário permanece o mesmo?**

**Luiz Gambim** - Eu acho que ainda existe uma certa preocupação, especialmente por conta da elevada taxa de juros. Outro fato recente é o aumento do valor do combustível, que agora parece mais relevante em função da guerra no Oriente. Sem contar o preço das commodities, que é outro fator que acaba influenciando os negócios.

**Frota&Cia – Em 2025, o segmento de caminhões semipesados mostrou uma evolução de 5.3% nas vendas, enquanto a DAF acusou um recuo de 12%. O que explica esse descompasso da marca nesse mercado?**

**Luiz Gambim** - Extremamente interessante a sua colocação. Esse mercado



“  
**Os clientes que tinham 1.000 caminhões e renovavam à média de 400 por ano, acabaram reduzindo as compras em 2025**  
”

de fato cresceu, mas não tiramos proveito, por causa do nosso line-up de produtos, que ainda não atende todos os segmentos dessa faixa. É o caso dos veículos 4x2 que tiveram um crescimento fantástico, de mais de 30% das vendas. Como não estamos ainda nesse segmento, isso acabou derrubando a nossa participação em 12% no ano de 2025.

#### **Frota&Cia - Como você espera melhorar esse desempenho em 2026?**

**Luiz Gambim** - Esse é um segmento extremamente importante para nós. Vamos ter a Fenatran esse ano e estamos programando vários lançamentos na linha vocacional, que tem um peso grande nesse mercado. Estou falando de caçamba, betoneira e caminhões de lixo que ainda não atendemos. Estamos nos preparando para entrar nesse segmento, para competir de igual para igual com os demais fornecedores.

#### **Luiz Gambim - Um fato relevante**

**para a DAF foi a presença de dois caminhões pesados da marca na lista dos Top 6 mais vendidos no ano passado. Como avançar nesse ranking, em um mercado tão disputado?**

**Luiz Gambim** - Esse é um mercado onde somos realmente especialista. Desde o início da DAF, nossos caminhões são reconhecidos pela qualidade, pelo conforto, por entregar o melhor TCO e inúmeros outros atributos. Então, vamos continuar brigando por esse reconhecimento, para avançar ainda mais no mercado brasileiro.

**Frota&Cia - Vale lembrar que a marca tem uma história muito recente no país.**

**Luiz Gambim** - Infelizmente, essa é a dor de quem chegou por último. A DAF tem 13 anos de operação no Brasil, o que nos torna ainda um adolescente. Crescemos muito nesse curto período e vamos avançar muito mais, sempre com uma visão de longo prazo. Estamos fazendo ampliação na

fábrica, justamente para dobrar a capacidade de produção, com uma visão também para América Latina usando a base do Brasil.

#### **Frota&Cia - Qual as impressões do Programa Move Brasil?**

**Luiz Gambim** - A primeira impressão foi muito positiva. O programa vem gerando uma grande movimentação no mercado, com a liberação de mais de R\$ 5 bilhões até agora, o equivalente a 50% da meta. Talvez não seja a taxa de juros ideal, mas é o que temos de melhor.

#### **Frota&Cia - Quais as projeções para 2026, relativas ao mercado de caminhões?**

**Luiz Gambim** - Quando a gente olha para o segmento acima de 16 toneladas, a queda no ano deve ficar de 5 a 10%, bem menor do que o ano passado. Seja como for, tudo indica que será um ano melhor, seja em volume ou em rentabilidade. **E**

## ENTREVISTA JULIANO MACHADO – RAM

# RETROCESSO FORÇADO

O AQUECIMENTO DO MERCADO AMERICANO DESVIA PARTE DA PRODUÇÃO DA MARCA DESTINADA AO BRASIL E DERRUBA AS VENDAS DO PRODUTO NO SEGMENTO DE SEMILEVES

**D**ono de uma formação acadêmica invejável, com passagens por importantes instituições de ensino superior da França, Espanha e Estados Unidos, o atual vice-presidente da marca RAM para América Latina, Juliano Machado, respira os ares da indústria automotiva desde 2001, quando foi admitido como trainee na Peugeot Citroen. De lá para cá, o executivo acrescentou à bagagem profissional um vasto conhecimento nas áreas de vendas e marketing. Com base nessa expertise, Machado aceitou o convite de **Frota&Cia** para a entrevista a seguir, disponível ainda em formato de vídeo, onde comenta o desempenho da Ram no mercado de semileves em 2025 e as projeções para 2026.

**Frota&Cia – Em 2025, o mercado de caminhões semileves acusou uma queda de 27% no volume de licenciamentos, a maior entre todas as categorias de peso. Por que o segmento foi tão afetado, ao seu ver?**

**Juliano Machado** – Eu posso falar do

lado do agro, que é o principal mercado do nosso produto. Foi um setor que sofreu muitos impactos no ano passado, com a alta dos insumos e a redução do preço das commodities, que causaram dificuldades financeiras e algumas recuperações judiciais. Isso fez com o produtor ficasse mais receoso de investir nesse momento, incluindo a compra de veículos.

**Frota&Cia – Por outro, o desempenho da Ram foi o mais afetado, já que os licenciamentos da marca caíram 41% segmento acima de 3,5 toneladas, bem acima da média da indústria. O que aconteceu nesse caso?**

**Juliano Machado** – Nosso recuo das vendas foi provocado basicamente pelo fornecimento. A maioria dos veículos que comercializamos no Brasil é produzida no México, que também exporta para os Estados Unidos. Com o aquecimento do mercado norte-americano, acabamos recebendo menos carros que a gente tinha contratado. Então, uma parcela importante dessa queda da marca

e do segmento tem geral tem a ver com essa falta de veículos também.

**Frota&Cia – Ao seu ver, como ficará o fornecimento esse ano?**

**Juliano Machado** – Nós acreditamos que foi uma questão pontual e será resolvida. Hoje, já temos uma contratação de veículos alocada para o ano, que é um volume bastante bom para as nossas ações. E que deve garantir nossa posição de liderança nesse mercado.

**Frota&Cia – De fato, apesar da queda nas vendas, a Ram foi reconhecida com o Prêmio Lótus Campeão de Vendas 2026, de Frota&Cia. Pelo domínio no mercado semileves e o fato da Ram3500 ter sido a mais vendida na categoria. O que representam essas conquistas para a marca?**

**Juliano Machado** – Primeiro, eu queria agradecer a Frota&Cia por esse reconhecimento, que é muito importante para a marca e prova nosso comprometimento com o país. A certificação também mostra o engajamento dos nossos funcionários e dos nossos concessio-



“  
*Com o aquecimento do mercado norte-americano, acabamos recebendo menos carros que a gente tinha contratado*  
”

nários. E principalmente dos nossos clientes que, no final das contas, são os que proporcionam a gente receber esse prêmio que muito nos honra.

**Frota&Cia – Como você qualifica o perfil do comprador da Ram, que apesar de ser um caminhão é também um “picapão” de uso misto?**

**Juliano Machado** – Eu acho que essa confusão de linguagens é muito boa, na medida em realmente define o que é esse carro. A Ram é veículo multiuso, multipropósito, cuja grande maioria dos clientes é formada por empreendedores do agronegócio. São profissionais que usam esse carro no trabalho, levando cargas mais leves ou pesadas, mas sempre carregando alguma coisa. E, no final de semana, ainda serve de carro de passeio para levar a família ao shopping ou viajar. É um veículo superlativo em várias aspectos, seja no tamanho, a motorização, o nível de

conforto, além da segurança e a tecnologia dos mais modernos automóveis de passeio. Então, ele é realmente um veículo de propósito.

**Frota&Cia – Como você vê a chegada dos veículos elétricos nesse mercado?**

**Juliano Machado** – No segmento picapes maiores e mais pesadas onde a gente atua, a eletrificação não está próxima ainda. Nosso cliente ainda precisa e usa o diesel como a principal matriz de energia, porque roda em fazendas e tem acesso muito mais fácil a esse combustível. É certo que o momento do veículo elétrico vai chegar. Mas deve passar antes por uma fase de hibridização até chegar ao elétrico puro.

**Frota&Cia – O que acha da entrada de novos players nesse mercado, sobretudo asiáticos?**

**Juliano Machado** – A concorrência é sempre bom, desde que seja leal e ho-

nesta. Nós aprendemos muito com os chineses, principalmente os que estão chegando com mais força. Então eu vejo que isso é um grande desafio para nossa indústria. Mas vejo com bons olhos, porque possibilita ter acesso a novas tecnologias e renovar nossos produtos de maneira mais frequente.

**Frota&Cia – Quais as projeções para o ano em curso? E os pontos altos e baixos que você vê nesse cenário?**

**Juliano Machado** – Estamos sempre traçando cenários e renovando os cenários, já que a cada semana surge um fato novo. Como a guerra que hoje assola o Oriente Médio e pode afetar os preços dos combustíveis, dos fertilizantes, das commodities, que estão bastante ligados ao agronegócio onde atuamos, entre outros possíveis imprevistos. Porém, se mantidas as situações de temperatura e pressão, acho que o ano vai ser bom. **E**

# TEMPO DE AVANÇAR

AS VENDAS DE VEÍCULOS UTILITÁRIOS ALCANÇAM O MELHOR RESULTADO DOS ÚLTIMOS 11 ANOS. E DEVEM EVOLUIR AINDA MAIS COM A AJUDA DO GOVERNO E DO E-COMMERCE

**POR JOSÉ AUGUSTO FERRAZ**

**R**evelando um desempenho bem diferente do mercado de caminhões que regrediu em 2025, o segmento de veículos utilitários representado pelas furgonetas e camionetas de

carga, além dos furgões e minibus, mostrou uma boa evolução no ano que passou. Os emplacamentos superaram a marca de 80 mil unidades, o melhor resultado dos últimos onze anos. Como bem demonstrou o ranking publicado na edição de fevereiro de **Frota&Cia**, que também apontou

os ganhadores do Prêmio Lótus Campeão de Vendas 2026.

Na tentativa de avançar ainda mais sobre o tema, **Frota&Cia** conversou com os principais players da indústria de veículos utilitários, para uma maior compreensão desse mercado no ano que passou e as projeções para 2026.



## ANO HISTÓRICO

Na visão de João Guilherme Gomes, especialista em Produto da gama de comerciais leves da Fiat, o ano foi bastante desafiador, mas também histórico, diante dos bons resultados que alcançou. “Em 2025 nossos volumes foram bastante expressivos nesse mercado, com cerca de 560 mil veículos comercializados das diversas marcas do Grupo”.

Segunda colocada no ranking dos fabricantes, a Renault atribui o incremento das vendas de utilitários nos últimos anos ao avanço do varejo online, entre outros motivos, que está cada vez mais profissionalizado. “Da mesma forma, o microempreendedorismo vem contribuindo para essa boa performance, puxado pelo desejo do brasileiro ter seu próprio negócio com horários flexíveis”, comenta Alex Dias, diretor de Vendas a Empresas da Renault.



## Ajustes na produção

*Mesmo com o avanço do mercado em 2025, o fato não impediu a Mercedes-Benz de ser a única montadora que acusou queda nas vendas e na participação. Fábio Silva explica que o segmento ganhou novos competidores, atraídos pelo incremento do comércio eletrônico e da distribuição urbana, que levou a um aumento da disputa entre marcas. “Para completar, também tivemos de fazer alguns ajustes na produção, que impactaram as vendas. Mas, para 2026, estamos mais preparados para ofertar um volume maior”, completa.*

Na visão do profissional, outro fato colaborou para o sucesso das vendas em 2025. “As grandes empresas voltaram a comprar e houve um plano interessante de expansão e renovação da frota. O mesmo ocorreu com o setor público que começou a locar mais recursos para o segmento de saúde e de segurança pública”.

Para completar, as vendas ao governo também contribuíram para o incremento do segmento em 2025. Bem como as compras efetuadas pelas locadoras de veículos que tiveram uma boa participação nesse mercado, em torno de 15%, de acordo com Fábio Silva, head de Vendas da Mercedes-Benz Cars&Vans. “Por fim, ainda teve muita promoção, muita ação de varejo e isso daí também acabou dando uma impulsionada no mercado, que cresceu de forma bastante linear nos três segmentos de vans, furgões e minibus”.

### PROJEÇÕES PARA 2026

Em relação ao ano em curso, os entrevistados revelam confiança. Alex Dias, da Renault, se mostra bastante otimista com o segmento de turismo que tem crescido muito no Bra-

sil e impulsiona o mercado de vans de passageiros. “O mesmo acontece com o investimento governamental em segurança pública e saúde, que tem sido mais eficiente a cada ano, em benefício dos furgões. Sem contar o avanço do lastmile ou última milha, que também tem impulsionado as vendas de utilitários. Então, vai ser um ano muito bom”.

Mesma opinião tem o representante da Fiat, João Gomes, cujas projeções indicam uma expansão de 5% a 10% dos licenciamentos no ano, porém, com algumas ressalvas. “Por ser um ano eleitoral, alguns empresários seguram um pouco os investimentos. Mas nada que atrapalhe essa rota de crescimento”.

Fábio Silva, por sua vez, acredita que ano promete ser bastante agitado, com eleições, Copa do Mundo, a grande quantidade de feriados e por aí afora. “Mas, apostamos em um ligeiro crescimento em relação ao volume do ano passado. A começar pelo incremento das vendas ao governo e as muitas campanhas que as montadoras irão fazer, voltadas à renovação de frota. Enfim, eu diria que vai ser um ano bastante divertido”.



## ENTREVISTA ALEX DIAS – RENAULT

# NO RITMO DO MERCADO

**EXECUTIVO COMEMORA O AUMENTO DE 41% DAS VENDAS DA MARCA EM 2025. E ESPERA SEGUIR NESSA BATIDA, CONFIANTE EM SUA LINHA DE PRODUTOS**

**C**omo DJ nas horas vagas, o diretor de Vendas a Empresas da Renault, Alex Dias, se acostumou com o frenesi dos shows musicais. E, na vida profissional, com o ritmo frenético do mercado de veículos utilitários, em constante mutação. Por isso, o executivo comemora o sucesso da marca no segmento, cujas vendas evoluíram 41% no ano passado, enquanto o restante da indústria avançou 13%. Junto com o aumento da participação de mercado, que saltou de 20% para 25%. É o que Dias comenta na entrevista abaixo, disponível também em formato de vídeo, concedida com exclusividade para **Frota&Cia**, onde faz um balanço do mercado em 2025 e as projeções para 2026.

**Frota&Cia - Como você avalia o mercado de veículos utilitários em 2025, nos segmentos de furgões, chassi cabine e minibus?**

**Alex Dias** – O mercado como um todo foi muito impulsionado por alguns sub-segmentos da indústria. O varejo online, por exemplo, cresceu muito no

Brasil desde a pandemia e está cada vez mais profissionalizado. Assim como o microempreendedorismo, puxado pelo desejo do brasileiro ter seu próprio negócio com horários flexíveis. E investir em veículos utilitários para gerar emprego e renda. As grandes empresas, por sua vez, voltaram a comprar e houve um plano interessante de expansão e renovação da frota. O mesmo ocorreu com o setor público que começou a locar mais recursos para o segmento de saúde e de segurança pública.

**Frota&Cia - Por que o mercado de utilitários não sofreu tanto com a alta dos juros nos financiamentos, como ocorreu com os caminhões?**

**Alex Dias** – O aumento da taxa de juros, de uma maneira ou outra, sempre gera mais restrição no crédito. Mas no caso dos utilitários, pelo fato de ter um ticket médio menor e atuar mais no meio urbano, onde tem mais demanda, acabou sendo pouco afetada. Por outro lado, os pequenos comerciantes têm dificuldades de manter grandes estoques por causa da taxa de juros e, por isso,

necessitam de reposições diárias. E as vans são os carros perfeito para isso.

**Frota&Cia – A Renault, em particular, teve um aumento expressivo no volume de licenciamentos em 2025, 41% a mais em relação ao ano anterior. E a sua participação de mercado saltou de 20% para 25%. O que explica essa performance em um mercado tão competitivo?**

**Alex Dias** – Estamos muito felizes com nossa participação de mercado do ano passado. Isso é resultado de uma estratégia de longo prazo, que parte desde a concepção do produto. Tanto o veículo de passageiro como o de carga são concebidos com a visão do cliente profissional. Então, reunimos atributos que o cliente profissional enxerga como valor. Como por exemplo a robustez, a versatilidade, os baixos custos de operação e manutenção. E mais, com o reforço de uma rede profissionalizada, a rede Pro+, especializada em cliente profissional. A soma de tudo isso explica os resultados expressivos anos após ano, com a manutenção da liderança nos segmentos de atuação.



“  
***Estamos bastante otimistas com o segmento de turismo que vem crescendo muito no Brasil e deve alavancar muito o mercado de vans***  
”

**Frota&Cia – Não sem motivo, a Master Furgão foi reconhecida mais uma vez com o Prêmio Lótus Campeão de Vendas 2026, de Frota&Cia, por ter sido o veículo mais vendido em sua categoria. Por que o modelo se tornou o preferido dos transportadores brasileiros?**

**Alex Dias** – Em primeiro lugar, porque a Master é o a van genuinamente nacional. Ela é produzida no Paraná, em solo brasileiro, com mão de obra brasileira, com fornecedores em sua grande maioria também de brasileiros. Isso traz mais confiança para o cliente, além de preços mais acessíveis de peças de reposição e maior quantidade e disponibilidade de peça. Sem contar a oferta de uma gama completa de produtos, que vai desde o chassi cabine, a linha de furgões até a minibus de passageiro, e isso faz com que a gente atue em todos os nichos de mercado

**Frota&Cia – Qual sua opinião em relação ao avanço da eletrificação no mercado de utilitários?**

**Alex Dias** – A eletrificação é algo que veio para ficar. Porque traz sustentabilidade e baixo custo de operação. É fato que ainda tem alguns pontos assim avançar. A rede de recarga é restrita e sua expansão é esperada. Obviamente, pode tomar um pouco mais de tempo do que imaginávamos três, quatro anos atrás. Mas, seguramente a eletrificação de vans e de produtos utilitários vai acontecer e os utilitários eletrificados vão fazer a ma atividade ou a última milha de atividade com baixíssimo custo de operação.

**Frota&Cia – Como a Renault enxerga a chegada de novos players, sobretudo asiáticos, no mercado nacional?**

**Alex Dias** – É algo muito comum no meio automotivo. Somos um mercado extremamente maduro e sempre tem alguém de qualidade querendo entrar. Isso traz uma nova dinâmica e exige mais de quem já está no mercado. A Renault como sempre se

prepara com ótimos produtos, com tecnologia de ponta, com desenvolvimento de novas soluções e continua convivendo bem nesse mercado. E se aprimorando para manter a mesma dinâmica de sempre.

**Frota&Cia - Quais as previsões para 2026 nos segmentos de minibus, chassi cabine e furgão?**

**Alex Dias** – Estamos bastante otimistas com o segmento de turismo que tem crescido muito no Brasil e deve alavancar muito o mercado de vans. O mesmo acontece o investimento governamental em segurança pública e saúde, que tem sido mais eficiente a cada ano. E deve alavancar novos volumes de furgões. Sem contar o avanço do lastmile ou última milha, que também tem impulsionado as vendas. Então vai ser um ano muito bom para o segmento de Vans e utilitários. E esperamos continuar na liderança, batendo novos recordes de vendas e participação. **E**

## ENTREVISTA FÁBIO SILVA – MERCEDES-BENZ CARS&VANS

# RECUO ESTRATÉGICO

**MONTADORA ATRIBUI A QUEDA DAS VENDAS DA MARCA EM 2025 A AJUSTES DE PRODUÇÃO. MAS, EMPRESA CONFIA NA RECUPERAÇÃO DOS VOLUMES NO ANO**

**F**ormada em Engenharia de Produção e com mais de 30 anos de bagagem acumulada, sempre na indústria automotiva dedicada a veículos comerciais, o Head de Vendas da Mercedes-Benz Cars&Vans, Fábio Silva, teve de aceitar com resignação o recuo das vendas da marca em 2025, na contramão do restante da indústria que fechou o ano com 13% nos licenciamentos. Na entrevista que segue, concedida com exclusividade para **Frota&Cia**, o executivo explica os motivos do desempenho da empresa. Ao mesmo tempo em que fez um balanço do mercado brasileiro de veículos utilitários no ano que passou e as perspectivas para 2026.

**Frota&Cia – Em 2025, o mercado de veículos utilitários alcançou o melhor resultado dos últimos 11 anos. O que explica esse bom desempenho?**

**Fábio Silva** – No segmento de Large Vans onde atuamos, que envolve os veículos de 3,5 a 5 toneladas, o mercado fechou em torno de 40 mil unidades licenciadas, o que representa um incremento

de 15% em relação ao ano retrasado, provocado por alguns fatores. Primeiro, as vendas ao governo deram uma puxada bastante grande. Depois, as locadoras de veículos tiveram uma boa participação nesse mercado, de cerca de 15%. Por fim, ainda teve muita promoção, muita ação de varejo e isso daí também acabou dando uma impulsionada no mercado. E um crescimento bastante linear nos segmentos de vans, furgões e minibus.

**Frota&Cia – Contudo, apesar do avanço do mercado, a Mercedes-Benz acusou uma queda de 17% nos volumes. O que aconteceu nesse caso?**

**Fábio Silva** – O mercado ficou bastante agitado ano passado e a concorrência ficou mais acirrada. Por outro lado, também decidimos fazer alguns ajustes na produção, que impactou as vendas. Mas, para 2026, estamos mais preparados para ofertar um volume maior.

**Frota&Cia – O fato positivo é a Sprinter Minibus foi reconhecida com o Prêmio Lótus Campeão de Vendas 2026 na categoria, pelo oitavo ano**

**seguido. O que representa essa conquista para a marca?**

**Fábio Silva** – Para nós, foi motivo de muita alegria. Tanto para as equipes internas quanto para a rede de concessionários, que também está no dia a dia junto com os clientes. Esse reconhecimento nós mais entusiasmo para entrar bastante forte nesse ano de 2026.

**Frota&Cia – Os juros altos e as restrições de crédito derrubaram as vendas de caminhões do ano passado. Por que o mercado não sofreu tanto esses impactos?**

**Fábio Silva** – O segmento também teve uma certa dificuldade de crédito em alguns nichos de mercado, como é caso do varejo, por conta do momento econômico do país. Porém, em função das compras governamentais e também do setor de locações, o impacto foi nas vendas foi bem menor.

**Frota&Cia – Por outro lado, pelo fato da linha Sprinter atender diferentes segmentos de mercado, de certa forma, isso reduz as eventuais perdas, não?**



“  
**No segmento de Large Vans, o mercado fechou em torno de 40 mil unidades licenciadas, um incremento de 15% em relação a 2024**  
”

**Fábio Silva** – Sem dúvida. É um mercado bastante dinâmico, já que abrange ambulâncias, furgões, vans de passageiros e veículos na versão chassi-cabine com a Sprinter Truck City. Então, quando existe uma limitação em algum segmento, você consegue dar uma equilibrada nos volumes em outros mercados que vão bem.

**Frota&Cia** – Nesse contexto, como é possível se diferenciar e ganhar maior participação, em um mercado tão competitivo?

**Fábio Silva** – Sobretudo nos últimos anos, esse segmento ganhou novos competidores, atraídos pelo incremento do comércio eletrônico e da distribuição urbana, que levaram a um aumento da disputa entre marcas. Nessa hora é preciso ter diferenciais para se destacar. No nosso caso, temos o histórico da marca, fruto de mais de 30 anos de atuação nesse mercado. Outro ponto que os clientes reconhecem é oferecer um produto de referência em termos de qualidade. Além do atendimento no pós-venda e todo um pacote que vem agregado com o veículo,

como o contrato de manutenção. Sem contar os dois anos de garantia e o suporte de uma rede estruturada. Isso tudo faz com que a gente consiga ter uma participação bastante grande nesse mercado.

**Frota&Cia** – Como você avalia o avanço da eletromobilidade no mercado de utilitários?

**Fábio Silva** - O utilitário elétrico teve um primeiro momento, um certo boom cerca de dois anos atrás, alimentado pelo tema da sustentabilidade e da pressão de muitas empresas de sair na frente com veículos sustentáveis. Os números, agora, mostram que essa curva deu uma desacelerada e por dois motivos principais. Primeiro, a questão da recarga dos veículos, que ainda traz bastante dúvida para o cliente. E a segunda questão é o valor residual do veículo, depois do processo de venda lá na frente.

**Frota&Cia** – Como você vê a chegada de novos players, sobretudo asiáticos, no mercado brasileiro?

**Fábio Silva** - Dentro do segmento do segmento de Large Vans ainda não tem.

Mas para o futuro é muito provável, considerando o tamanho do nosso mercado. É sempre um fator preocupante, porque é mais um player que vai entrar para dividir o mercado. Mas, considerando tudo que o temos para entregar, acho que vamos nos preparar da melhor forma possível para, enfim, continuar atendendo da melhor forma esse mercado.

**Frota&Cia** – Para finalizar, quais as previsões para esse ano nos segmentos de furgões, chassi, cabine e minibus?

**Fábio Silva** - Essa é uma coisa que a gente gostaria de ter uma bola de cristal para acertar 100%. O ano promete ser bastante agitado, com eleições, Copa do Mundo, um monte de feriado e por aí fora. Mas, apostamos em um ligeiro crescimento em relação ao volume do ano passado. A começar pelo incremento das vendas ao governo, as muitas campanhas que as montadoras irão fazer, voltadas à renovação de frota. Sem contar o segmento de passageiro, que também deve gerar bastante oportunidades. Enfim, eu diria que vai ser um ano aí bastante divertido. **F**

## ENTREVISTA JOÃO GUILHERME GOMES - FIAT

# SURFANDO NA ONDA

**O MERCADO DE VEÍCULOS UTILITÁRIOS MANTÉM A CURVA DE CRESCIMENTO DOS ÚLTIMOS ANOS. PARA ALEGRIA DA FIAT, MONTADORA RESPONSÁVEL POR 35% DESSE MERCADO**

**C**om forte conhecimento nas áreas de desenvolvimento de produto, estratégia, inteligência de mercado, pós-vendas e comportamento do cliente, associadas à indústria automotiva, o engenheiro João Guilherme Gomes hoje atua como especialista em Produto da gama de comerciais leves da Fiat. Nessa função, o executivo vive intensamente o mercado de veículos utilitários, um segmento que vem acusando uma forte evolução desde a pandemia, no esforço de atender ao avanço do e-commerce e das entregas urbanas. Nessa condição, João Gomes aceitou o convite de **Frota&Cia** para falar do desempenho desse mercado em 2026 e as projeções para 2027, que o leitor poderá conferir na entrevista abaixo, disponível também em formato de vídeo.

**Frota&Cia - Como você viu o mercado de veículos utilitários em 2025? E quais foram os pontos negativos e positivos do período?**

**João Gomes** – Foi um ano bastante desafiador, com um bom crescimento

nas vendas. Ano passado, nós atingimos volumes em torno de 560.000 veículos comercializados das diversas marcas do Grupo, incluindo Fiorino, Strada, Ducato, Escudo e vários outros modelos que temos nesse segmento. É um mercado que acreditamos que continuará a crescer.

**Frota&Cia - Por que vem crescendo a procura por veículos utilitários?**

**João Gomes** – Os veículos utilitários estão na base de toda cadeia produtiva do transporte. São eles que levam o produto até a casa do cliente, sempre que ele faz um pedido online via e-commerce. Da mesma forma que também atuam como carros de serviços, no atendimento médico, no socorro em geral, como carro de suporte até da padaria. Então eles têm uma vasta gama de atendimentos, que vem crescendo cada vez mais na esteira da transformação da sociedade.

**Frota&Cia – A Fiat, em particular, é uma das grandes beneficiárias desse movimento, já que detém 35% de participação nesse mercado, consideran-**

**do apenas as furgonetas de carga, os furgões e as vans de passageiros. Na sua visão, o que explica o sucesso da marca nesse segmento?**

**João Gomes** – Foi uma construção feita ao longo de muitos anos de presença nesse segmento, A Fiat é parceira dos nossos amigos da indústria, do comércio, dos serviços, ao ofertar veículos que oferecem um excelente custo-benefício para os clientes. O custo total de operação desses carros traz um bom retorno e, por isso, investimos de forma constante na evolução desses produtos.

**Frota&Cia – O próprio Fiorino é um bom exemplo dessa aceitação, já que o modelo fechou com 73% de participação no mercado de furgonetas de carga, no ano passado. Por que o modelo se tornou o preferido dos transportadores brasileiros?**

**João Gomes** – O Fiorino é um produto muito versátil, já que você consegue entrar em qualquer lugar com ele para fazer as entregas, para coletar. É um veículo que atende muito a necessidade de agilidade, velocidade e capacidade



“

**Os veículos utilitários estão na base de toda cadeia produtiva do transporte. São eles que levam o produto até a casa do cliente**

”

de carga. E conta com um conjunto mecânico, um conjunto de itens de segurança muito adequado para aquilo que o cliente hoje espera. Então, é o nível de atendimento que o produto traz, que gera e satisfação para o cliente e se traduz nesse market share que é um case.

**Frota&Cia – Não sem motivo, o Fiat Fiorino foi reconhecido mais uma vez como a Furgoneta do Ano, pelo Prêmio Lótus Campeão de Vendas, de Frota&Cia. Qual a importância dessa conquista para a marca?**

**João Gomes** – É motivo de muita satisfação, já que é o cliente, em última instância, que nos traz esse troféu. O Fiorino é um ícone dentro da nossa empresa e todo o trabalho que fazemos é voltado realmente para satisfazer e atender ao nosso cliente. Isso nos enche de orgulho como marca Fiat.

**Frota&Cia – Vamos falar um pouco da linha Ducato que vocês trouxeram de volta alguns anos atrás, mas vem per-**

**dendo espaço para a concorrência. Qual é a estratégia para ganhar maior participação de mercado e colocar esse produto na liderança do segmento?**


**João Gomes** – A Fiat está executando um plano nesse momento, para incrementar a produção desse produto localmente. A iniciativa, junto com as inovações introduzidos na linha Ducato no ano passado, irão dar mais competitividade ao produto e mais velocidade de resposta às demandas do mercado. A linha ganhou melhorias na forma de um menor consumo de combustível, novos itens de segurança e conforto. Além da revisão de todo o conjunto e uma estratégia de comercialização, para impulsionar novamente esse produto para liderança.

**Frota&Cia - Como você avalia o avanço da eletrificação no mercado de utilitários?**

**João Gomes** – A eletrificação é um caminho sem volta. É uma questão de tempo para chegar ao mercado de utilitários.

Talvez na carga, pela versatilidade e o modo de rotação poderá ser mais lento, mas tende a acelerar. Já no transporte de passageiros, a opção talvez tenha um pouco mais de velocidade. Nós vemos isso com bons olhos e já estamos trabalhando para isso. Já temos projetos, temos produtos desenvolvidos e vamos aguardar o mercado ganhar tração.

**Frota&Cia – Quais as projeções da indústria para 2026, relativas ao mercado de veículos utilitários?**

**João Gomes** – O segmento vem tendo uma evolução constante nos últimos anos e acreditamos que continuará assim, embora seja muito suscetível às variações do PIB. Nossas projeções indicam que podemos avançar na casa de 5% a 10%, talvez menos acelerado do que no ano passado, mas constante. É claro que existem algumas incertezas no ar, por ser um ano eleitoral, que faz com alguns empresários segurem um pouco os investimentos. Mas nada que atrapalhe essa rota de crescimento. 

**de 400 mil  
transportadoras  
esperam a sua  
mensagem**



Somente **Frota&Cia** dispõe de um mailing list de mais de **400 mil empresas de transportes** de todo o país.

Envie sua mensagem direto para esse **público-alvo**, por meio de nossa ferramenta de disparo de e-mail marketing.



Consulte nosso departamento comercial

**Frota  
& Cia**  
MOVIDOS PELA NOTÍCIA

11 99648.7708  
comercial@frotacia.com.br  
www.frotacia.com.br

Nossos Canais:



# Ônibus

CADERNO

ANO XXV | EDIÇÃO Nº 227 | MARÇO DE 2026

EDIÇÃO ESPECIAL



## CRESCIMENTO TRAVADO

*Fabricantes de chassis e carrocerias para ônibus comemoram a recuperação do setor, mas lamentam as altas taxas de juros dos financiamentos, que limitam a renovação de frotas*

# PONTO A PONTO



## COBRANÇA RETOMADA

Os fabricantes de chassis e carrocerias para ônibus foram surpreendidos com a decisão do governo de retomar a cobrança de IPI e PIS/Cofins sobre esses produtos, depois de quase duas décadas de isenção. Além da cobrança do ICMS nessas atividades, isenta desde 2007. Na tentativa de reverter a decisão, a Fabus, que reúne os fabricantes de ônibus, ingressou com ação no Confaz pedindo a retirada da cobrança desses tributos.

## LICITAÇÃO POSTERGADA

Outra decisão que pegou os fabricantes de surpresa, foi a suspensão da licitação bilionária para a compra de 7.470 ônibus para o Programa Caminho da Escola, prevista para o dia 3 de março. Em comunicado, a entidade lamentou o atraso na licitação, que prejudica a entrega e o faturamento tanto dos fabricantes de carrocerias quanto de chassis.



## RECEITA RECORDE

A Marcopolo encerrou 2025 com resultados históricos, consolidando um ciclo de quatro anos de crescimento ininterrupto. A fabricante de carrocerias de ônibus registrou uma receita líquida consolidada de R\$ 9,06 bilhões no ano passado, um avanço de 5,4% em relação a 2024. O lucro líquido atingiu R\$ 1,23 bilhão, impulsionado principalmente pelo forte desempenho das operações fora do país. A produção de 2025 totalizou 15.024 ônibus, 1,7% a menos que do ano anterior.

## LONGE DA META

Com a entrega de mais 110 elétricos para a Prefeitura de São Paulo, no início de março, a frota paulista de ônibus alcançou a marca de 1.299 unidades em operação. Apesar de expressivo, o número continua muito aquém da meta de 2.600 veículos coletivos eletrificados, que deveria ter sido alcançada até dezembro de 2024. Apesar da proibição imposta às empresas de adquirirem novos ônibus à diesel, desde outubro de 2022, a cidade não vem conseguindo acelerar o ritmo da transição elétrica no transporte público.



# EMBARQUE COM A REFERÊNCIA DO SEGMENTO. EMBARQUE COM A MARCOPOLO.

maceau



Por onde passam, os ônibus Marcopolo fazem a diferença, nas estradas e no mercado.

O **DESTAQUE NO PRÊMIO LÓTUS** é um reflexo direto disso. A confiança e a preferência dos clientes conquistaram a categoria Marca de Carroceria Rodoviária.

Um reconhecimento que reforça a força da nossa marca e o impacto da Marcopolo no transporte rodoviário brasileiro.



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.



[onibus.marcopolo.com.br](http://onibus.marcopolo.com.br)  
@onibusmarcopolo

# BENDITA RETOMADA

AS VENDAS DE CHASSIS E CARROCERIAS ALCANÇAM RECORDES HISTÓRICOS EM 2025, EVIDENCIANDO A RECUPERAÇÃO DO SETOR, DEPOIS DE ANOS DE DIFICULDADES

POR JOSÉ AUGUSTO FERRAZ

**D**epois de apresentar o mais completo ranking do mercado brasileiro de ônibus em sua edição de fevereiro, que revelou o desempenho das marcas de chassis e carrocerias que alcançaram o topo das vendas em 2025, **Frota&Cia** retoma esse assunto nessa edição de março. Dessa vez, para explicar o comportamento do mercado no ano que passou e as projeções para 2026, a partir de depoimentos com os principais players do segmento.

Líder histórica no mercado chassis para ônibus, a Mercedes-Benz comemorou o bom resultado do ano em todos os segmentos: micros, urbanos e rodoviários. Os licenciamentos alcançaram 23 mil unidades - o melhor volume da história nos últimos 10 anos – que garantiram à marca 43% de participação. Walter Barbosa, vice-presidente de Vendas, Marketing, Peças e Serviços Ônibus da Mercedes-Benz, atribui o resultado às melhorias incorporadas aos chassis da marca que garantiram um melhor TCO



e eficiência. “Sem contar as grandes renovações que ocorreram no primeiro semestre, tanto no urbano quanto do programa Caminho da Escola”.

### LÍDER NOS MICROS

O executivo também cita o apoio do Refrota, que ajudou a impulsionar o mercado com taxas subsidiadas, especialmente para o urbano. Além dos setores do agro e da mineração, que impulsionaram o segmento de fretamento. “Apenas o rodoviário não foi tão

bem por conta do dólar que chegou a R\$ 5,50, fato que favoreceu o setor aéreo”, explica Barbosa.

Segunda colocada no ranking dos fabricantes, a Volkswagen Caminhões e Ônibus (VWCO) acusou um recuo de 7% no mercado geral, mas avançou nos micros e no rodoviário. Com destaque para o primeiro, em função das muitas entregas feitas ao programa Caminho da Escola. O feito permitiu que a empresa conquistasse pela primeira vez a liderança nesse segmento de entrada. Um mé-



### **Entregas para o Caminho da Escola impulsionaram os micros e médios**

rito que foi reconhecido com a conquista do Prêmio Lótus Campeão de Vendas 2026, de Frota&Cia, na categoria.

Apenas no urbano, a Volkswagen encontrou mais dificuldades no período. Como explica Luciano Cafure, diretor de Marketing da VWCO, que credita o tal desempenho ao processo de consolidação da marca nesse mercado. “Fizemos uma renovação da linha, que é a melhor da história. Mas, está ainda em fase de testes para comprovação do produto. Uma vez que é um mercado conservador, demora algum tempo para o produto ser aceito pelas grandes frotas, onde a troca de marca não é tão simples como no mercado de caminhões”.

### **MOTIVO DE COMEMORAÇÃO**

Do lado dos encarregadores de ônibus, o ano de 2025 foi motivo de comemoração, pelo fato de ter alcançado o melhor resultado dos últimos tempos, depois da crise que se abateu sobre o setor durante a pandemia. A guinada foi ano foi puxada pelos microônibus, por conta das entregas volumosas do Caminho da Escola. O transporte por fretamento, por sua vez, demandou mais ônibus rodoviários, para atender

à demanda crescente da mineração e do agronegócio. Já o mercado urbano quase repetiu o desempenho do ano anterior, mas em níveis elevados na casa de 9 mil carrocerias fabricadas para o mercado interno.

Com isso, a Caio reafirmou o seu domínio no segmento urbano, ao mesmo tempo em reafirmou sua liderança no mercado geral. Segundo Maurício Cunha, diretor Industrial do Grupo Caio, a recuperação do setor atende a uma demanda reprimida desde a pandemia. “Além de outros fatores, como o núme-

ro crescente de governos municipais e estaduais que estão percebendo a necessidade do setor de transporte receber uma subvenção para a operação”, comenta o diretor. Ele acrescenta ainda a ajuda recebida pelo PAC da Mobilidade, que já começa a ter algumas liberações de recursos e deve melhorar ao longo do ano.

O diretor da Caio também avalia o Programa Refrota como uma iniciativa positiva, embora não no ritmo que todos esperavam. “A liberação dos recursos é um pouco demorada e isso produz impactos na produção e no faturamento, tanto do fabricante do chassi quanto da carroceira”. Mesmo assim, o programa vem ajudando relativamente na recuperação do setor, garante Maurício Cunha.

Líder no segmento de carrocerias rodoviárias, a Marcopolo admite que o ano de 2025 foi muito bom para a indústria de ônibus, ao atingir a marca de quase 24 mil unidades encaroçadas no mercado interno. “Mas, o volume está muito aquém do que deveria ser, tendo em vista



### **Mercado de urbanos: baixa das vendas nos chassis e aumento nas carrocerias**

# BALANÇO & PERSPECTIVAS – MERCADO DE ÔNIBUS

a idade média da frota brasileira”, ressalta Ricardo Portolan, diretor de Operações Comerciais da encarregadora gaúcha. Sob a ótica do especialista, o mercado poderia ser bem maior, se as taxas de juros dos financiamentos estivessem em um patamar mais aceitável.

Com relação à recuperação do segmento rodoviário, o diretor faz coro com seu colega da indústria, o representante da Mercedes-Benz, ao admitir que o resultado deve ser visto com cautela. “Com a inclusão do fretamento, de fato, o rodoviário mostrou uma boa evolução, por conta do aumento da demanda do setor de mineração, do agro e também com a volta gradativa do trabalho presencial. Mas, quando se avalia o setor do rodoviário puro, de veículos mais pesados, houve uma retração”, lamenta Portolan.



**Mercado rodoviário: fretamento puxou os licenciamentos para cima**

## CENÁRIOS PARA 2026

Diante desse cenário, as previsões para 2026 indicam um leve recuo nos volumes em relação a 2025, na opinião dos entrevistados. Luciano Cafure, da VWCO, se apoia nas projeções da Anfavea, que indicam uma queda de 5% nos volumes, na comparação com o ano passado. “Embora seja um ano de eleição e ainda permaneçam as dificuldades do crédito e dos juros altos, tudo

indica que o mercado de ônibus ficará próximo dos níveis de 2025. É provável que o rodoviário tenha algum recuo, enquanto o urbano e o segmento de micros ficarão no aguardo da licitação do Caminho da Escola”, afirma o diretor.

Mesma opinião tem o representante da Marcopolo, que aposta em um leve declínio da atividade, embora exista a necessidade de renovação da frota e ainda persistam as dificuldades em alguns grandes operadores. Maurício Cunha, da Caio, acredita que a melhora do quadro vai depender também das condições financeiras. Além da disponibilidade do Refrota e do Projeto Mover, para incentivar a venda de ônibus, sem os quais “será difícil manter os números do ano passado”.

Segundo Walter Barbosa, é cedo ainda para cravar se o ano será bom ou ruim. “O que posso dizer, com toda clareza, é que enquanto a Selic estiver em 14,75% ou 15% será um desafio. Sem contar a questão do preço do diesel, que pode complicar com a guerra”, declara o porta-voz da Mercedes-Benz. **F**

## Culpa do Pró-Transporte

*Sexta colocada no ranking geral, a Volvo amargou uma queda de 22% no volume de licenciamentos, puxada especialmente pelo segmento urbano. André Marques, vice-presidente da Volvo Buses, atribui o recuo ao Pró-Transporte, cujo cadastramento no programa de incentivo consumiu boa parte do ano. “Agora, finalmente, estamos credenciados como operadores do Pró-Transporte e a expectativa é muito boa para o ano. Já no mercado rodoviário, o VP da Volvo culpa a elevada taxa de juros, que impactou bastante os planos de renovação de alguns clientes. “Mesmo assim, conseguimos crescer ligeiramente e fechamos com 21% de participação no rodoviário pesado”, garante o executivo.*

# CAIO É DESTAQUE NO PRÊMIO LÓTUS 2026

Com 80 anos de história, a Caio é referência em soluções de mobilidade, fornecendo ônibus urbanos com o melhor custo-benefício para os operadores e condições seguras e dignas de transporte para os passageiros. A empresa é reconhecida por sua excelência no atendimento, agilidade nos serviços personalizados, ampla disponibilidade de peças de reposição e suporte técnico completo.



No trânsito, enxergar o outro salva vidas.



Consulte o representante de sua região para saber mais sobre os modelos.



SIGA A CAIO NAS REDES SOCIAIS



[www.caio.com.br](http://www.caio.com.br)



[caioinduscaroficial](https://www.instagram.com/caioinduscaroficial)



[company/caioinduscaroficial](https://www.linkedin.com/company/caioinduscaroficial)



[caioinduscaroficial](https://www.youtube.com/caioinduscaroficial)



[caioinduscaroficial](https://www.tiktok.com/caioinduscaroficial)



## ENTREVISTA WALTER BARBOSA – MERCEDES-BENZ

# MELHOR ANO DA HISTÓRIA

### MONTADORA COMEMORA A RECUPERAÇÃO DO MERCADO DE ÔNIBUS NOS ÚLTIMOS ANOS E A LIDERANÇA REAFIRMADA TANTO NO SEGMENTO URBANO QUANTO RODOVIÁRIO

**A**inda sob os efeitos do jet-leg, depois de uma viagem à matriz, na Alemanha, o vice-presidente de Vendas, Marketing, Peças e Serviços Ônibus da Mercedes-Benz, Walter Barbosa, aceitou o convite de **Frota&Cia** para a entrevista abaixo, disponível também em formato de vídeo. Na conversa, o executivo falou da reafirmação da liderança da empresa no mercado de ônibus e os fatos que marcaram o ano que passou - considerado o melhor dos últimos 10 anos – além das projeções para 2026. Também não ficou de fora o impacto do Refrota no segmento e as expectativas para o programa Caminho da Escola, junto com o avanço da eletromobilidade no transporte público brasileiro. Confirmam.

**Frota&Cia – O que explica a recuperação do mercado de ônibus nos últimos anos, considerando que o setor ainda sofre com juros altos e as restrições de crédito?**

**Walter Barbosa** - O ano passado, sem dúvida, foi o melhor da história do ônibus nos últimos 10 anos. Chegou em 23.800 unidades e não foi privilégio de um único segmento. Todos os segmentos perfor-

maram bem, com exceção do rodoviário, que acusou uma queda de 12% em relação ao mesmo período de 2024. Tal desempenho foi basicamente impulsionado pela taxa Selic, que ainda estava boa no começo do ano, em torno de 12% a 12,5%. E também tinha o Refrota, que ajudou e muito a impulsionar o mercado com taxas subsidiadas, especialmente para o urbano. Além disso, teve o agro e a mineração que impulsionaram o segmento de fretamento. E o rodoviário só não foi bem em termos de volume, por conta do dólar, já que a cotação próxima de R\$ 5 ou R\$5,50 para baixo, favorece o setor aéreo, que passa a ser mais atrativo e atrai os passageiros do rodoviário. Então, no contexto geral, foi um ano excepcional para o mercado de ônibus.

**Frota&Cia – Por que mercado de ônibus não foi tão afetado pelos juros altos e a restrição de crédito, como aconteceu nos caminhões?**

**Walter Barbosa** - Na verdade ele foi afetado, mas mais a partir do segundo semestre. Então no primeiro semestre houveram grandes renovações, tanto no

urbano quanto do programa Caminho da Escola. A partir de julho é que começamos a sentir o impacto da Selic de 15% aonde o mercado que chegava a 2.000/2.200 unidades por mês começou a cair para 2.000/1.800. Então, a queda do mercado começou no segundo semestre mais efetivamente a partir de outubro.

**Frota&Cia – Por que o Refrota não colaborou para a mudança desse quadro?**

**Walter Barbosa** – Porque embora o Refrota seja uma excelente iniciativa do Ministério das Cidades, Caixa Econômica com o Banco Mercedes-Benz, ele não consegue abranger todo o setor. Então, não é todo mundo que tem acesso ao Refrota. Então, por isso, uma taxa de 15% , não motiva o operador a fazer renovação.

**Frota&Cia – Mesmo assim, a Mercedes-Benz acusou uma evolução acima da média nos licenciamentos e a participação da empresa aumentou de 41 para 43%. Quais fatores que, ao seu ver explicam esse bom desempenho?**

**Walter Barbosa** - Tanto no urbano como no micro nós crescemos significativamen-



***Embora o Refrota seja uma excelente iniciativa, não é todo mundo que tem acesso ao programa***

te na participação de mercado. No urbano, chegamos a atingir 80% de share no diesel e 77% no elétrico. Isso tem a ver com uma série de melhorias que fizemos no produto, para que tivesse maior eficiência e um melhor TCO. E isso vale também para o microônibus, aonde estávamos com 20% de participação e terminamos o ano na segunda colocação, com 25% de share.

**Frota&Cia – Você comentou há pouco do Refrota. Qual sua avaliação desse programa?**

**Walter Barbosa** - Eu acho um uma excelente iniciativa, como já mencionei; uma grande parceria do Ministério das Cidades com a Caixa Econômica Federal e o Banco Mercedes-Benz, que é um dos agentes do programa. Através dele vendemos mais de 1.500 carros no ano passado, o que representa cerca de 25% das nossas vendas no urbano.

**Frota&Cia – O que esperar do programa para esse ano?**

**Walter Barbosa** - Obviamente, enquanto a taxa Selic estiver acima de 13%, o Refrota se torna uma grande ferramenta para alavancar vendas. E não só o Refrota, mas também o Funge Tour que também vai ter em breve, voltado para o fretamento nos mesmos moldes.

**Frota&Cia – E no caso do programa Caminho da Escola, cuja licitação foi suspensa mais uma vez. Qual a sua expectativa para 2026?**


**Walter Barbosa** - Só para contextualizar, o último pregão foi em 2023 e totalizou 16 mil ônibus, dos quais falta entregar cerca de 2.500 ônibus esse ano. A nova licitação era para acontecer em novembro do ano passado, mas foi postergada diversas vezes. Entendo que o governo precisa fazer essa licitação até o final de junho, porque depois virá a período eleitoral e não pode fazer mais nada. E porque não fez ainda? Porque existe ainda dúvidas com relação à reforma tributária. Até aqui o Caminho da Escola sempre foi isento de todo e qualquer imposto, ICMS, PIS, Cofins, todos. A partir do novo edital ele passa a ter esses tributos. Mas falta esclarecer como será e qual o impacto nos preços.

**Frota&Cia – Como que você avalia o avanço da eletromobilidade no transporte público do país?**

**Walter Barbosa** – O elétrico vem avançando, obviamente, mas não na velocidade que muitos gostariam. Em 2024 foram emplacadas 300 ônibus e mais 800 unidades em 2025, o que representa um crescimento de 160%. É bastante em termos percentuais. Mas é pouco diante

do tamanho do Brasil, se comparamos com outros países latinos como Chile, Colômbia e Uruguai que somados tem 5.000 ônibus elétricos. O que limita é a falta de infraestrutura de carregamento e também o alto custo do veículo. Além, é claro, da falta de uma política pública para fazer essa subvenção ao transporte.

**Frota&Cia – Para finalizar, quais as projeções para 2026 nos segmentos de micro, urbano e rodoviário?**

**Walter Barbosa** – Em todo ano eleitoral como esse, o primeiro trimestre costuma ser forte e vai diminuindo gradativamente. Esse ano, porém, começou diferente. Em janeiro e fevereiro foram vendidos cerca de 2.300 carros, 33% a menos que no mesmo período do ano passado. E isso não é algo pontual de um segmento. Todos os segmentos caíram de forma proporcional. A percepção que eu tenho hoje do mercado é mais cautela. Não dá ainda para gente aqui cravar se vai ser bom ou ruim. O que posso dizer, com toda clareza, é que enquanto a Selic estiver em 14,75% ou 15% é um desafio. Sem contar a questão do preço do diesel, que pode complicar com a guerra. Então, eu acho que o mercado deve ficar menor do que o ano passado, mas ainda tem muita água para rolar. 

## ENTREVISTA LUCIANO CAFURE – VOLKSBUS

# UMA CONQUISTA INÉDITA

**PELA PRIMEIRA VEZ NA HISTÓRIA, A VOLKSWAGEN ASSUME A LIDERANÇA NO MERCADO DE CHASSI PARA MICROÔNIBUS. ENQUANTO APOSTA NO AVANÇO EM OUTROS SEGMENTOS**

**V**ice líder no mercado de ônibus, a Volkswagen conquistou um feito inédito em 2025, ao assumir a liderança no segmento de microônibus, pela primeira vez na história. Para falar desse desempenho e do comportamento do setor no ano que passou e as projeções para 2026, o diretor de Marketing da Volkswagen Caminhões e Ônibus, Luciano Cafure, falou com exclusividade para **Frota&Cia** na entrevista que segue, que o leitor poderá conferir na íntegra também em formato de vídeo. Nessa conversa, o executivo aproveita para destacar o esforço da marca na busca de uma maior participação, sobretudo no segmento urbano. Ao mesmo em que comenta o avanço da eletromobilidade no transporte público brasileiro.

**Frota&Cia – O mercado de ônibus alcançou o melhor resultado dos últimos 11 anos em 2025, com mais de 23 mil unidades licenciadas. Na sua visão, o que explica essa forte recuperação do setor?**

**Luciano Cafure** – Sem dúvida houve

uma boa recuperação, já que o mercado de ônibus esteve muito repressado desde a pandemia. Tivemos muitas entregas do Caminho da Escola no ano passado, que alavancaram o segmento de microônibus e médios. E o mesmo ocorreu nos mercados urbano e rodoviário. Então, mesmo em um cenário macroeconômico, com taxas de juros altos, o mercado reagiu bem. E isso ajudou toda a indústria a se recuperar no ano passado, atingindo esse número de quase 24 mil unidades emplacadas.

**Frota&Cia – A Volkswagen, porém, acusou um pequeno recuo de 1% no volume de licenciamentos no biênio 2024/2025, enquanto o mercado mostrou uma evolução de 7% no período. O que explica essa performance da marca?**

**Luciano Cafure** – Na verdade, crescemos bem nos micros e rodoviários. Mas, no caso do urbano, ainda estamos em processo de consolidação da marca. Fizemos uma renovação da linha, que é a melhor da história. E ainda está em fase de testes para comprovação do produto. Hoje, temos um produto excelente vol-

tado para o mercado urbano. Mas que demora para ser aceito pelas grandes frotas, já que é mercado conservador e a troca de marca não é tão simples como no mercado de caminhões.

**Frota&Cia - Por outro lado, a Volkswagen teve um grande mérito no ano passado, ao liderar pela primeira vez na história o segmento de entrada, de chassis para microônibus; um fato que foi reconhecido com a conquista do Prêmio Lótus Campeão de Vendas 2026, de Frota&Cia, nessa categoria. Quais as razões por trás desse bom desempenho?**

**Luciano Cafure** – Eu sempre comento que nada é por acaso. Como disse, hoje temos o melhor chassi de microônibus do mercado. Agregamos novos eixos, maior capacidade, mais conforto, suspensão pneumática e painéis digitais em toda a gama, entre outras funcionalidades. Então, de novo, nós estamos atacando os pontos principais que o cliente reconhece. Um excelente produto, de excelente qualidade e excelente serviço, que já começa a fazer a diferença no mercado



“  
*Mesmo em um cenário macroeconômico, com taxas de juros altos, o mercado reagiu bem. E isso ajudou indústria a se recuperar*  
”

**Frota&Cia - Vamos falar do Refrota, criado pelo governo Federal para incentivar a renovação de frota de ônibus. O esperar desse programa em 2026?**

**Luciano Cafure** - É um programa super importante para o segmento de ônibus. E o nosso banco, o Traton Financial Services, está apto para atender ao programa. É uma iniciativa que deve ajudar bastante os frotistas, ao ofertar um crédito bem mais atrativo para a compra de ônibus.

**Frota&Cia – Qual sua expectativa também em relação ao Caminho da Escola, relativa à licitação de 2026, que foi suspensa temporariamente?**

**Luciano Cafure** – Essa é uma oportunidade e tanto, já que está em jogo a compra de 7.470 ônibus para uso no transporte escolar. É um programa sério e muito importante para o Brasil pelo seu cunho social. Vale ressaltar que somos pioneiros nesse programa, com mais de 30 mil ônibus vendidos da marca entregues. Desde o início, nossa engenharia

de veículos especiais vem trabalhando em conjunto com o governo, para atender a todas as necessidades do programa. É um esforço dinâmico, já que todo ano tem uma demanda nova. Com relação a esse novo BID, que foi cancelado, estamos aguardando a nova data, convencidos de que estamos aptos para concorrer na maioria dos pleitos.

**Frota&Cia – Como você enxerga o avanço da eletromobilidade no transporte público. E o que esperar daqui para a frente, em relação a essa alternativa energética?**

**Luciano Cafure** – Essa é uma realidade em todo mundo nos dias atuais e também um caminho sem volta. É uma alternativa super importante, sobretudo nas grandes cidades, onde é mais fácil instalar uma infraestrutura de recarga. Foi o que aconteceu em São Paulo, que liderou esse movimento de forma muito incisiva e hoje já conta com mais de 1.200 ônibus em circulação. De nossa parte, não ficamos atrás e desenvolvemos

nosso ônibus 100% elétrico para atender a licitação de São Paulo. Já entregamos mais de 80 veículos dentro do programa. E temos um planejamento grande para esse ano também. São quase 2.500 ônibus na primeira fase do programa, dos quais mais de 1.000 unidades já foram entregues.

**Frota&Cia - Quais as projeções para o mercado de ônibus em 2026 nos três segmentos: micros, urbanos e rodoviários?**

**Luciano Cafure** – De acordo com a Anfavea, a previsão é de uma queda de 5% nos volumes, na comparação com o ano passado. Embora seja um ano de eleição, tudo indica que o mercado de ônibus será estável, mesmo com todas as dificuldades do crédito e dos juros altos. É provável que o rodoviário tenha algum recuo e depois irá se acomodar. Já o urbano e o segmento de micros ficarão no aguardo da licitação do Caminho da Escola. E, caso não aconteça, terá um impacto significativo no mercado. **F**

## ENTREVISTA ANDRÉ MARQUES – VOLVO BUS

# À ESPERA DOS FERIADOS

O GRANDE NÚMERO DE DIAS COMEMORATIVOS EM 2026 ANIMA A MONTADORA, CONFIANTE NO AUMENTO DAS VENDAS DE CHASSIS PARA OPERADORES RODOVIÁRIOS

**D**epois de ingressar no Grupo Volvo, em 1997, na área de desenvolvimento do produto, o engenheiro mecânico André Marques percorreu um longo caminho na companhia, incluindo passagens pela filial mexicana. Hoje, como vice-presidente da Volvo Buses Latin America, Marques tem o desafio de consolidar a presença da marca no concorrido mercado de. Com base nessa experiência, o executivo concedeu a entrevista que segue para **Frota&Cia**, onde fala do desempenho do mercado em 2025 e as projeções para 2026.



**Frota&Cia - Como você avalia o mercado de ônibus em 2025?**

**André Marques** - 2025 foi um ano bastante desafiador para quem atua na indústria de veículos comerciais. O atual nível da taxa de juros impactou bastante os planos de renovação de alguns clientes. E levou o segmento rodoviário onde atuamos a uma contração de 10% em relação ao ano passado. Mesmo assim, conseguimos crescer ligeiramente e fechamos com 21% de participação no rodoviário pesado.

**Frota&Cia – E qual seu balanço do segmento urbano?**


**André Marques** – O balanço também foi positivo, já que contou com incentivo do governo através do programa Pró-Transporte. Porém, utilizamos boa parte do ano para nos cadastrar e ser parte desse programa. Agora finalmente estamos credenciados como operadores do Pró-Transporte e a expectativa é muito boa para o ano.

**Frota&Cia – Como você resume a atuação da Volvo Buses em 2025?**

**André Marques** - Frente a todos os de-

safios que tivemos foi um ano bastante positivo. Continuamos nos consolidando no segmento rodoviário, com uma oferta de produtos que agora vai do 8 litros ao 13 litros, a mesma motorização dos caminhões. Então, é uma gama de produtos bastante robusta, confiável e eficiente em termos de consumo de combustível, o que nos credencia para seguir crescendo no mercado.

**Frota&Cia - Qual a previsão da empresa para 2026?**

**André Marques** – Os níveis da taxa de juros seguem elevados é isso, continua impactando o nosso mercado. O lado positivo ano é que teremos muitos feriados, que movem muito o transporte turístico e intermunicipal. Então isso é oportunidade, já que as passagens aéreas ainda estão bastante caras e isso leva o passageiro a optar pelo ônibus rodoviário. Por outro lado, existe ainda uma necessidade de renovação de frota, tanto no rodoviário quanto no urbano, que é uma demanda reprimida que deve continuar aparecendo. Então, estamos visualizando um mercado similar ao ano de 2025. 

# O Prêmio Lótus Campeão de Vendas 2026 é da Volare!

O reconhecimento vem de quem confia e segue avançando com a gente.

Lideramos a categoria **Marca de Micro-ônibus**, refletindo a escolha dos transportadores brasileiros por uma marca que percorre o trajeto da evolução, sempre na direção do futuro.



[www.volare.com.br](http://www.volare.com.br)





 /ONIBUSVOLARE

**Volare**   
 NA DIREÇÃO DO FUTURO

## ENTREVISTA MAURICIO CUNHA – CAIO

# TEMPO DE COMEMORAR

**O MERCADO DE CARROCERIAS PARA ÔNIBUS ALCANÇA O MELHOR RESULTADO DOS ÚLTIMOS ANOS EM 2025, PARA ALEGRIA DOS FABRICANTES, EM ESPECIAL DE MODELOS URBANOS**

**C**omo diretor Industrial do Grupo Caio, Maurício Cunha convive há anos com os altos e baixos do mercado de ônibus. Por isso, o executivo comemora a recuperação do setor nos últimos anos, depois da crise que se abateu sobre o transporte de passageiros na pandemia. Um triste momento que afastou os passageiros do transporte coletivo e criou enormes dificuldades financeiras para os operadores. À convite de **Frota&Cia**, o executivo aceitou conceder a entrevista abaixo, reproduzida em forma de texto e vídeo, onde comenta o desempenho do mercado de carrocerias em 2025 e as projeções para 2026.

**Frota&Cia - O mercado de carrocerias alcançou o melhor resultado dos últimos anos, depois de período de dificuldades. O explica a recuperação do setor?**

**Mauricio Cunha** – Aqui na Caio, atribuímos a dois principais pontos. Primeiro é uma demanda que vinha reprimida, em função da grave situação financeira enfrentada pela maioria das empresas do Brasil, motivada pela crise da perda de passageiros na pandemia, que compro-

meteu a arrecadação e os resultados. Com a melhoria desse quadro em várias regiões do país, muitas empresas mostraram recuperação. Também teve o impacto das licitações do programa Caminho da Escola que foram feitas no final de 2024, cujas entregas ocorreram em parte de 2025 e irão finalizar agora em 2026.

**Frota&Cia – O mercado urbano teve um desempenho quase igual ao do ano passado, com quase 9.700 carrocerias produzidas. Qual a sua avaliação do segmento no ano que passou e os fatos positivos e negativos do período?**

**Mauricio Cunha** – O que vemos de fatos positivos é um número crescente, lento, mas crescente, de governos municipais e, em alguns casos, estaduais que estão percebendo a necessidade do setor de transporte receber uma subvenção para a operação. Isso também foi ajudado pelo PAC da Mobilidade, que já começa a ter algumas liberações de recursos e deve melhorar ao longo do ano.

**Frota&Cia – Mais uma vez, a Caio foi reconhecida pelo Prêmio Lótus Campeão**

**de Vendas, pela liderança no mercado brasileiro de carrocerias e também no segmento urbano. O que explica essa boa performance da empresa?**

**Mauricio Cunha** - Na nossa visão, isso é um reconhecimento do nosso trabalho, do nosso time, desde a equipe comercial, a equipe de produção, toda a equipe da Caio. O que nós entregamos são ônibus após a montagem da carroceria sobre o chassi, que vão servir para a atividade dos nossos clientes. Por isso, não abrimos mão da segurança, da durabilidade e do preço mais competitivo possível, que constituem os três pilares da empresa associados ao produto.

**Frota&Cia – Como você avalia o Programa Refrota, lançado pelo governo para estimular a renovação da frota de ônibus?**

**Mauricio Cunha** – É uma iniciativa positiva, embora o ritmo não é o que todos esperavam, já que a liberação dos recursos é um pouco demorada e isso produz impactos na produção e no faturamento, tanto do fabricante do chassi quanto da carroceira. Mesmo assim, o programa vem ajudando relativamente na recuperação do setor.



“  
***O Refrota é uma iniciativa positiva, embora o ritmo não é o esperado já que a liberação dos recursos é um pouco demorada***  
”

**Frota&Cia – Ao seu ver, o Refrota tem chances de se tornar permanente?**

**Maurício Cunha** – Sim, eu acho que isso é possível. Mas, não podemos nos apoiar somente nele. O programa depende de verbas do Governo Federal e nós sabemos das dificuldades que o país enfrenta.

**Frota&Cia – Em relação ao Caminho da Escola. O governo já sinalizou a intenção de compra de 7.470 ônibus para essa finalidade, embora a licitação esteja suspensa. Qual a sua expectativa em relação ao programa?**

**Maurício Cunha** – Estamos confiantes que essa licitação irá ocorrer e vamos trabalhar bastante para garantir uma parte desses lotes, já que isso é importante para compor o mix de produção e poder manter um ritmo de trabalho em toda a nossa cadeia produtiva. Então, nós estamos confiantes, mas aguardando as decisões do Governo Federal.

**Frota&Cia – Como você avalia o avanço dos ônibus elétricos no transporte público do país? E o que vem impedindo seu pleno desenvolvimento?**

**Maurício Cunha** - O produto é muito posi-

tivo, mas o seu custo dificulta a sua entrada no mercado, já que é um veículo bem mais caro em qualquer lugar do mundo. Mas, nós consideramos uma tendência e a velocidade da aceitação vai depender das condições dos órgãos gestores, de poder subvencionar parte da compra do veículo.

**Frota&Cia – A Caio também vem investindo na oferta de ônibus elétrico, seja na versão completa ou em associação com terceiros. Como anda a evolução desse programa?**


**Maurício Cunha** – O programa começou com uma parceria com a Eletra e depois se estendeu para outros fabricantes de chassis. Hoje trabalhamos com diversas montadoras instaladas no país, incluindo Mercedes-Benz, Volvo, Scania, Volkswagen e BYD, que já oferecem plataformas elétricas. E estamos desenvolvendo carrocerias para as opções que surgem no mercado, com o propósito de manter nossa liderança.

**Frota&Cia – Do ponto de vista industrial, é muito diferente a produção de uma carroceria elétrica versus uma convencional?**

**Maurício Cunha** – Sem dúvida. Principal-

mente os veículos de piso baixo e piso alto, de grande capacidade. Sua construção exige mais resistência dos materiais, em função do aumento de peso dos componentes elétricos e das baterias principalmente. E seu custo é também bem mais alto, por causa da estrutura robusta do veículo e uma mão-de-obra mais especializada.

**Frota&Cia - Como você projeta o mercado de ônibus para 2026, tanto urbano quanto rodoviário?**

**Maurício Cunha** – Com base nas análises que temos feito com nossas equipes, tanto de marketing como do comercial, entendemos que será um ano um pouco mais fraco no rodoviário, por conta dos altos juros e do alto custo do dinheiro. Não vemos, portanto, como uma recuperação de demanda. No urbano, se acontecerem as licitações para novos lotes do Caminho da Escola, talvez possa repetir o resultado do ano passado, quem sabe um aumento pequeno. Mas, vai depender também das condições financeiras e da disponibilidade do Refrota e do Projeto Mover, para incentivar a venda de ônibus. Sem isso, será difícil manter os números do ano passado. 

## ENTREVISTA RICARDO PORTOLAN – MARCOPOLO

# ESPAÇO PARA CRESCER

**APESAR DA RECUPERAÇÃO DO MERCADO DE ÔNIBUS NOS ÚLTIMOS ANOS, EMPRESA ACHA POSSÍVEL CRESCER AINDA MAIS, DIANTE DA IDADE AVANÇADA DA FROTA**

**C**om mais de 35 anos de experiência no mercado de ônibus, 28 anos dos quais na Marcopolo, Ricardo Portolan conhece como poucos o segmento tanto no país quanto no exterior. Hoje, à frente de um grande time, o executivo atua como diretor de Operações Comerciais da empresa, cargo que possibilita monitorar a cada momento a temperatura do mercado de ônibus. Nessa condição, Portolan aceitou o convite de **Frota&Cia** para ilustrar esse balanço setorial, cujo depoimento o leitor poderá conferir nas linhas abaixo ou através de vídeo, disponível no Youtube e em nosso canal.

**Frota&Cia – O que explica o bom momento do setor de carrocerias para ônibus, que fechou o ano com quase 25 mil unidades produzidas para o mercado interno?**

**Ricardo Portolan** - O ano de 2025 foi realmente muito bom para a indústria de ônibus, a indústria de carrocerias. O mercado cresceu pouco mais de 6% em relação ao ano anterior e foi o melhor mercado desde 2014. O ponto de atenção é que esse crescimento acabou acontecendo no primeiro semestre do ano passado, em uma pro-

porção de mais de dois dígitos, mas sofreu uma diminuição no segundo semestre.

**Frota&Cia - O que está por trás dessa recuperação do setor, tendo em vista as dificuldades que passou no período da pandemia?**

**Ricardo Portolan** - Na minha visão, isso foi reflexo da necessidade de renovação da frota, de uma necessidade de compra muito maior do que em anos anteriores. Porém, apesar de ter alcançado o patamar de 24 mil unidades, o volume é muito aquém do mercado que deveria ser, quando a gente olha a idade média da frota brasileira.

**Frota&Cia – Por outro lado, ainda persistem as dificuldades de crédito e os altos juros dos financiamentos que pesam sobre o setor. Como os operadores tem contornado esse problema?**

**Ricardo Portolan** - Eu vejo como uma adaptação do próprio operador a um cenário que está colocado. É um desafio ainda grande, principalmente em relação às taxas de juros nos níveis que estão, porque são um fator inibidor para uma compra maior. Então, a gente vê que o mercado poderia

ser ainda maior, se as taxas de juros estivessem em patamar mais aceitável.

**Frota&Cia – O dado curioso foi a forte recuperação do segmento rodoviário, cujos volumes avançaram 18% em 2025. Por que esse segmento, em particular foi melhor do que o urbano e o mercado de micros?**

**Ricardo Portolan** – Isso depende de como se faz a avaliação dos segmentos. No caso do rodoviário, com a inclusão do fretamento, de fato ele acabou sendo uma evolução maior. Por conta do aumento da demanda do setor de mineração, do agro e também com a volta gradativa do trabalho presencial. Mas, quando se avalia o setor do rodoviário puro, de veículos mais pesados, houve uma retração.

**Frota&Cia – Seja como for, a Marcopolo foi a maior beneficiária dessa recuperação do rodoviário. A ponto de ser reconhecida com o Prêmio Lótus Campeão de Vendas 2026, de Frota&Cia, pela liderança conquistada nesse mercado. Além do bom desempenho da linha Volare no mercado de micros. O que expli-**



“  
***Se fossemos consolidar os resultados das três marcas, isso corresponderia a cerca de 50% do mercado total***  
”

### **ca essas conquistas para a marca?**

**Ricardo Portolan** - Esse é um bom ponto, aliás, porque atuamos com três marcas no mercado. A própria Marcopolo, além da Neobus e a Volare. Se fossemos consolidar os resultados, isso corresponderia a cerca de 50% do mercado total. Mas, sem dúvida, é sempre uma satisfação sempre receber o reconhecimento da Frota&Ciana categoria de ônibus rodoviários pelo 13º ano seguido. Isso reflete a grande receptividade da Geração 8 de ônibus rodoviário por parte dos clientes. E complementação da linha em 2025 com os novos Viaggio 900 e Viaggio 1050.

### **Frota&Cia – Sem contar a participação da linha Volare, líder na categoria de microônibus....**

**Ricardo Portolan** – Sem dúvida. É uma liderança que se mantém há 12 anos. E se consolida cada vez mais com sua ampla linha de produtos. Incluindo novas tecnologias de propulsão como o gás veicular e/ou biometano, que foi recentemente apresentado ao mercado.

### **Frota&Cia – Qual a sua expectativa em relação às licitações do Caminho da Es-**

### **cola e do Ministério da Saúde para esse ano, voltadas para a compra de ônibus?**

**Ricardo Portolan** – Desde a primeira edição do Caminho da Escola, a Marcopolo é bastante atuante em participar dos editais e nessa nova fase não será diferente. Nossa expectativa é que o programa se mantenha, dada a sua importância para o mercado de ônibus, para a indústria do ônibus e para a educação no transporte de estudantes. Em relação ao Ministério da Saúde, é uma iniciativa que ocorre pela primeira vez, para compra concentrada de veículos para o transporte de pacientes. A Volkswagen foi vencedora, em parceria com a Marcopolo. E nossa expectativa é que esse programa se repita nos próximos anos e gere demanda para o mercado de ônibus.

### **Frota&Cia - Como você avalia o avanço da eletromobilidade no transporte público do país. E a oferta da linha Attivi, para atender a essa demanda?**

**Ricardo Portolan** - Nossa visão estratégica é que essa tendência não é só nacional, mas global. A eletromobilidade vai avançar, mas não será uma solução única. Outras tecnologias também avançarão, como os ônibus a diesel, movidos a biometano, hí-

bridos e outras alternativas que também estão no nosso radar. No caso do elétrico, fizemos um movimento estratégico de ter uma solução própria integral e soluções em parceria com outros fabricantes de chassi, tanto no Brasil como no exterior. E mais: com diferentes configurações, seja na versão Padron, articulada ou biarticulada. Graças a isso, hoje temos mais de 1.000 ônibus elétricos Marcopolo rodando no mundo todo.

### **Frota&Cia - Quais as projeções para 2026, nos três principais segmentos de mercado, tanto micro, urbano e rodoviário?**

**Ricardo Portolan** - Nós vemos o mercado de 2026 de forma bastante positiva em termos de volume. Nossa visão é de que ficará pouco abaixo de 2025, especialmente no rodoviário, por causa da taxa de juros. No urbano, terá uma certa estabilidade em relação a 2025, porque embora exista a necessidade de uma certa renovação nas grandes cidades, ainda persistem dificuldades em alguns grandes operadores. Os micros, por sua vez, acabam acompanhando esses movimentos do demais segmentos e, por isso, também apostamos em uma certa estabilidade. ■

# SEGURANÇA REFORÇADA

MARCOPOLO INAUGURA NOVA PISTA DE TESTES, PARA VERIFICAÇÃO DE FRENAGEM, TORÇÃO DE CARROCERIA E CHASSI, ALÉM DA ANÁLISE DE VIBRAÇÕES E RUÍDOS

POR VICTOR FAGARASSI

**A** Marcopolo inaugurou uma nova pista de testes em sua unidade de Ana Rech, no Rio Grande do Sul. A iniciativa visa aumentar a precisão e a eficiência dos testes dinâmicos e funcionais realizados após a produção dos veículos. E poderá realizar até 40 veículos por dia.

A nova instalação complementa as atividades do Centro Tecnológico Randon (CTR), considerado um dos mais completos da América Latina. Enquanto o CTR é dedicado ao desenvolvimento



de novos veículos e soluções de engenharia, a pista de Ana Rech concentrará os testes realizados na etapa final do processo produtivo.

Projetada com áreas específicas, a pista possibilita a realização de testes de frenagem, torção de carroceria e chassi, além da análise de vibrações e ruídos. O espaço também será utilizado para testar ônibus fabricados na unidade de São Cristóvão, ampliando a cobertura das inspeções antes da entrega aos clientes.

Segundo Luciano Resner, diretor de Engenharia da Marcopolo, o investimento fortalece os processos de qualidade da fabricante. “A nova pista permite que os testes sejam realizados em ambiente controlado, com processos alinhados às melhores práticas de qualidade, reforçando o compromisso da Marcopolo com segurança, inovação e excelência”. **F**

## Perfil dos testes

**- Frenagem** - Avalia a eficiência e a estabilidade do sistema de freios. A área conta com asfalto compactado, reta de aceleração de 120m, área de escape com 100 m<sup>3</sup> de argila expandida e guard-rails;

**- Torção** - Pista de 50 metros com quebra-ondas em concreto industrial. Avalia a resistência do chassi e da carroceria em situações de esforço;

**- Vibração e ruídos** - Trecho de 50m com “costeletas” em concreto industrial que simula condições reais de rodagem, permitindo identificar ruídos e vibrações no veículo.

## SEGUNDA DO MUNDO

Após passar por uma ampla reestruturação, a **Mônaco Diesel**, de Cuiabá (MT) se tornou a segunda maior revenda da Volkswagen Caminhões e Ônibus do mundo. A estrutura conta com 12 mil m<sup>2</sup> de área construída e recebeu investimento de R\$ 95 milhões.



## AJUDA DA IA

Com o objetivo de elevar a eficiência operacional e a previsibilidade na gestão, a **Mundial Logistics** investiu R\$ 5 milhões no desenvolvimento de uma plataforma própria de inteligência artificial, para consolidar dados automatizados de toda a operação.

## LUCRO CONTÍNUO

A **Log-In Logística Integrada** registrou uma Receita Operacional Líquida (ROL) de R\$ 3,08 bilhões em 2025, 10,2% a mais que os R\$ 2,79 bilhões de 2024. Com isso, a companhia registrou o oitavo ano seguido de lucro.



## VAI E VEM



• A **DAF Caminhões** anunciou a nomeação de **Leandro Mello** para o cargo de *Diretor de Pós-Venda no Brasil, responsável pelas áreas de Atendimento ao Cliente, Garantia, Serviços e Projetos.*



• O Conselho de Supervisão da **TRATON SE** decidiu estender o comando do CEO da **Volkswagen Caminhões e Ônibus, Antonio Roberto Cortes, até janeiro de 2029.**



## FROTA EM EXPANSÃO

A **Braspress Air Cargo (BAC)**, que integra o Grupo Braspress, incorporou o terceiro Boeing 737-400 a sua frota. Em nove meses de operação, foram realizados 374 voos, que movimentaram mais de 4,5 milhões de quilos de cargas

## COBERTURA TRIPLICADA

Em 2026, o **Mira Transportes** buscará ampliar sua rede de atendimento de 1.200 para mais de 3.700 cidades. Refletindo o crescimento da demanda por cobertura logística nacional e operações integradas de transporte.

## MÉRITO CERTIFICADO

A **Transportes Gabardo** foi certificada pela Global Certification System (GCS) por conseguir neutralizar 100% das emissões de gases dos veículos da frota, que contabilizaram 7.817,446 toneladas de CO<sub>2</sub>.



## DOBRO DO VOLUME

A **DHL** anunciou um plano de expansão no Brasil que prevê ampliar a presença no país com até 75 pontos de atendimento até 2030. E dobrar os volumes de operação até 2028.