

SÃO PAULO, 26 DE JANEIRO DE 2022

# mobilidade



## ESTADÃO

 /MobilidadeEstadão

 /mobilidadeestadão

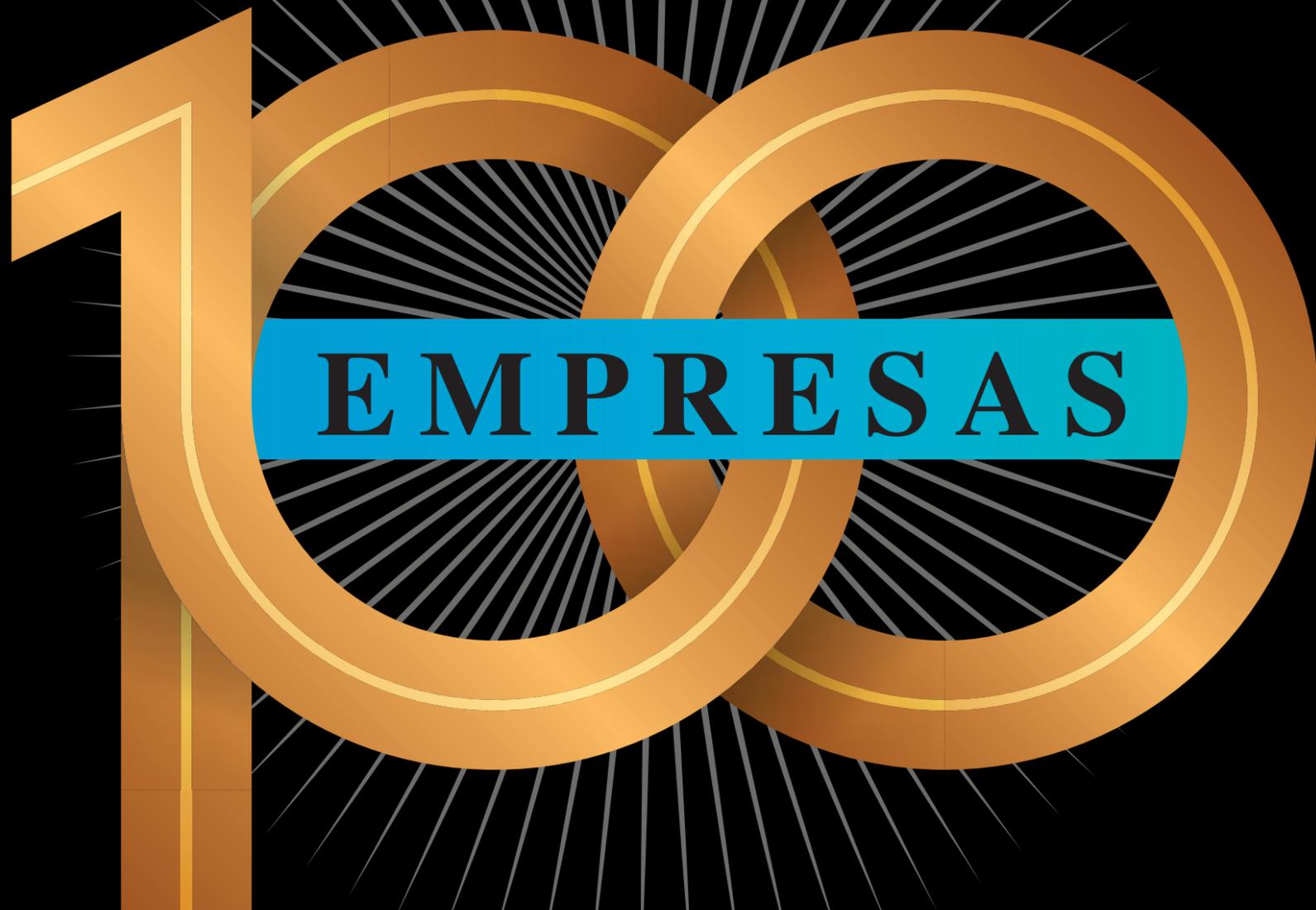
 /estadaomobilidade

 /mobilidadeestadão

Edição especial

Produzido por  
**ESTADÃO  
BLUE STUDIO**

# AS



## + INFLUENTES EM MOBILIDADE DE 2021

Em uma parceria pioneira, Mobilidade Estadão e Connected Smart Cities perguntaram a 30 profissionais que atuam no segmento quais foram as 100 empresas que mais influenciaram o setor em 2021. Com base em uma seleção inicial de 288 companhias dos mais variados portes, de pequenas startups a grandes montadoras, eles escolheram as mais representativas do segmento. Além disso, publicamos, a seguir, um panorama com as principais tendências para 2022

PATROCÍNIO



Marcopolo

veçoe

REALIZAÇÃO

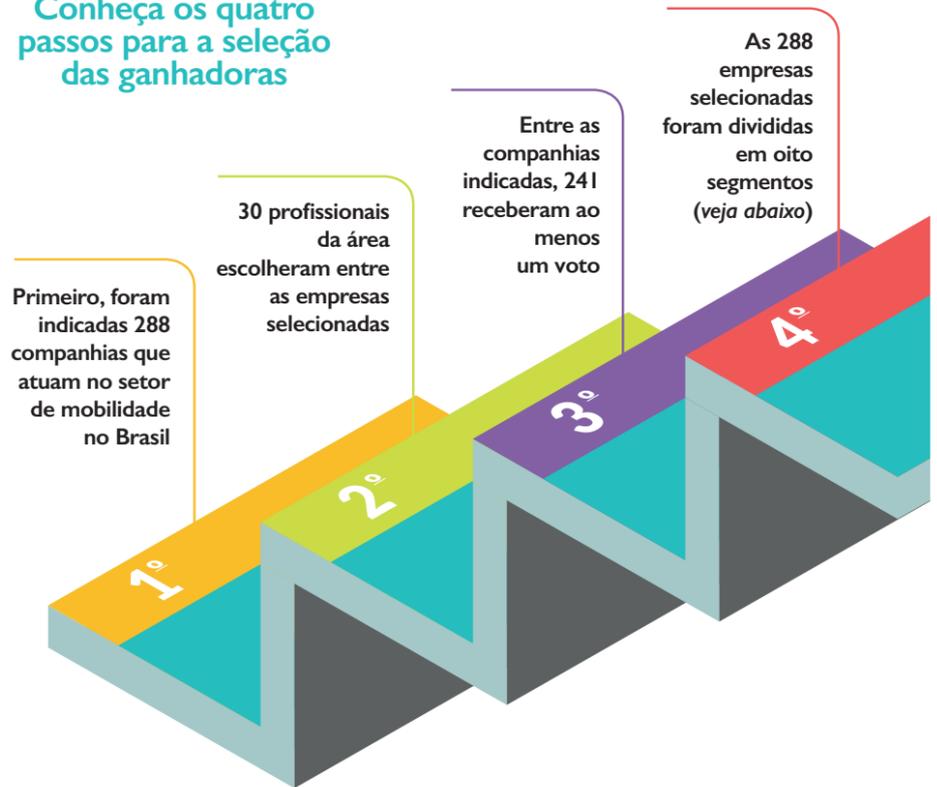


 mobilidade  
ESTADÃO

# Como foram definidas as vencedoras

Coube a 30 jurados escolher as marcas que fizeram a diferença no setor de mobilidade em 2021

Conheça os quatro passos para a seleção das ganhadoras



Veja a tabela com todas as empresas campeãs na pág. 5

FALE CONOSCO ▶ Se você quer comentar, sugerir reportagens ou anunciar produtos ou serviços na área de mobilidade, envie uma mensagem para [mobilidade@estadao.com](mailto:mobilidade@estadao.com)

# VIVA A GENTE VAI CUIDANDO DAS PESSOAS. E VC, COMO VC VAI?

Para a CCR, o que importa é a mobilidade humana. E mais do que oferecer serviços e infraestrutura, a CCR leva renda, saúde, segurança, cuidado, desenvolvimento e respeito ao meio ambiente.

## É ASSIM QUE A GENTE VAI:



Já são 17.000 colaboradores diretos e 30.000 indiretos e terceirizados. O suficiente para encher 650 ônibus.



São 362 toneladas de lixo recolhido por mês em nossas rodovias. Peso equivalente a 90 elefantes.



126 toneladas de alimentos distribuídos em 55 comunidades em parceria com a Cufa. O equivalente a 7 mil famílias alimentadas.



Apoiamos o Instituto Butantan com R\$ 8 milhões para a reforma de um centro de produção de vacinas. Esse centro visa produzir imunização para vários tipos de doenças, inclusive a covid-19.



VIVA SEU CAMINHO.



Dados relativos ao ano de 2021.

# PMU inova discussão no setor

Levantamento, publicado nesta edição, compõe uma das ações do Parque da Mobilidade Urbana

A crise da mobilidade exige a orquestração de diferentes iniciativas que dialoguem com todos os atores da esfera urbana. Esse foi um dos fatores que fizeram com que o Connected Smart Cities e o **Mobilidade Estadão** se unissem para produzir o levantamento, publicado nesta edição, que estará presente nas ações do Parque da Mobilidade Urbana (PMU), que será realizado no Memorial da América Latina, em São Paulo, entre os dias 23 e 25 de junho. O evento é uma das ações que vão compor, ao longo do ano, a oitava edição do Evento Nacional Connected Smart Cities & Mobility.

“Criamos esse levantamento para identificar boas estratégias que contribuam para o progresso da mobilidade no País, incentivando uma mudança no setor. Na medida em que as cidades estão crescendo, aumenta também a necessidade de pensar a

mobilidade como parte essencial do planejamento urbano”, ressalta Marcelo Godoi, diretor do **Mobilidade Estadão**.

Com o desenvolvimento de novas tecnologias, a mobilidade exige um processo dinâmico na formulação de soluções inteligentes para problemas urbanos. Por muito tempo, questões relacionadas a esse setor eram consideradas demandas associadas ao deslocamento de pessoas, com intervenções técnicas e neutras. “Hoje, entendemos que a mobilidade engloba bem mais do que, apenas, congestionamento. Discutir esse tema é também debater bem-estar, sustentabilidade, acessibilidade e praticidade. É falar, por exemplo, sobre um futuro com drones e veículos aéreos autônomos”, ressalta Paula Faria.

A criação do PMU, realizado pelo Connected Smart Cities em parceria com o **Mobilidade Estadão**, permeia os diferentes atores que fazem parte desse contexto e permite que o assunto seja abordado por meio de diversas esferas.

Com uma única proposta, o evento tem como objetivo inovar a discussão desse ecossistema. Ele conta com exposição de produtos, serviços e tecnologias; demonstrações interativas; test drive e test ride; atividades recreativas; espaços de convivência; e muito conteúdo relevante sobre esse universo.



Foto: Getty Images



**Mobilidade exige soluções inteligentes para problemas urbanos**

Este material é produzido pelo Estadão Blue Studio.

## MUDANÇAS EXPONENCIAIS ESTÃO ACONTECENDO NA MOBILIDADE URBANA!

Experiências, conexões e entretenimento: condições especiais para participação até o dia **31/01/22**, consulte-nos:

📞 11 97654-2987

✉️ pmu@nectainova.com.br

parque da  
**mobilidade**  
urbana

Disruptivo, Sustentável e Inclusivo

**23 a 25 de junho de 2022**

Memorial da América Latina - São Paulo - SP



REALIZAÇÃO



**mobilidade**  
ESTADÃO



## + INFLUENTES EM MOBILIDADE DE 2021

No amplo universo da mobilidade, aparecem negócios de todos os tipos: centenárias fabricantes de veículos, incluindo os micromodais, startups diversas, companhias de sistemas de transporte público de massa, transporte particular, mobilidade elétrica, seguradoras, consultorias, empresas ligadas à infraestrutura, entre outras. E foi de um mergulho profundo nesse complexo ecossistema que se destacaram as 100 empresas mais influentes em mobilidade, uma difícil tarefa para os jurados. Eles, 30 especialistas com rica experiência no segmento, elegeram as companhias mais representativas de 2021. Confira ao lado.



Acesse todos os conteúdos desta edição no link:



1	99	51	ITAÚ
2	ABB	52	IVECO
3	ADDAX	53	KAWASAKI
4	AEROMOVEL	54	KIDO DYNAMICS
5	ALELO	55	KPMG
6	ALSTOM	56	LEV
7	ARCADIS	57	LIME
8	AUTOPASS	58	LOCALIZA
9	BEEPBEEP	59	MARCOPOLO
10	BENTLEY SYSTEMAS	60	MERCEDES-BENZ
11	BLABLACAR	61	METRÔ RIO
12	BLIV	62	METRÔ SP
13	BMW	63	MINI
14	BOSCH	64	MOBHIS
15	BRILHON	65	MOOVIT
16	BUSER	66	MV AGUSTA
17	BYD	67	PB E ASSOCIADOS DE TRÁFEGO
18	BYND	68	PORSCHE
19	CAF	69	PORTO SEGURO
20	CALOI	70	QUICKO
21	CAOA CHERY	71	R2F REBOCADORES ELÉTRICOS
22	CARUN	72	RAPOSO 66 TRÂNSITO
23	CCR	73	RENAULT
24	CCR METRÔ BAHIA	74	RIBA
25	CEPA SAFE DRIVE	75	SCANIA
26	CICLOWAY	76	SCOO
27	CITTAMOBIL	77	SEM PARAR
28	CONNECTCAR	78	SEMEXE
29	COPEL	79	SIEMENS
30	CPTM	80	SOUSA MOTOS
31	DAFRA	81	STRATA ENGENHARIA
32	DELOITTE	82	SYSTRA
33	DIGICON	83	TEMBICI
34	DROP	84	THALES
35	DUCATI	85	TOYOTA
36	EDP	86	TURBI
37	EGIS	87	UBER
38	ELEKTRA	88	UCORP
39	ELETRA	89	VELA BIKES
40	EMOVE	90	VELOE
41	E-MOVING	91	VIAQUATRO
42	ENEL X	92	VISA
43	ENGIE	93	VLT CARIOCA
44	ESTAPAR	94	VOLARE
45	GARUPA	95	VOLKSWAGEN
46	GREEN 4T-SCIPOPULIS	96	VOLTA EBIKE
47	GWS	97	VOLTZ
48	HARLEY-DAVIDSON	98	VOLVO
49	HONDA MOTOS	99	WAZE
50	IMTRAFF CONSULTORIA	100	YAMAHA

As empresas acima estão relacionadas em ordem alfabética

# Opinião de quem votou

Leia comentários dos jurados sobre as iniciativas de algumas empresas vencedoras

*“A Imtraff Consultoria fez um bom trabalho na construção do PlanMob (Plano de Mobilidade) da região metropolitana de Belo Horizonte (MG).”*

Daniel Guth, diretor executivo da Associação Brasileira do Setor de Bicicletas (Aliança Bike)

**“A BLIV SE POSICIONOU PARA OFERTAR BICICLETAS ELÉTRICAS MAIS ACESSÍVEIS A ENTREGADORES, ESPECIALMENTE OS QUE TRABALHAM POR APLICATIVO. ISSO TEM AUXILIADO A ATIVIDADE, AJUDADO OS CICLISTAS E, TAMBÉM, REVELADO UM DIFERENCIAL DE MERCADO E DE INOVAÇÃO DA EMPRESA.”**

Daniel Guth, diretor executivo da Associação Brasileira do Setor de Bicicletas (Aliança Bike)

**“Com foco na mobilidade ativa e na parceria com a sociedade civil, a Raposo 66 Trânsito contribui diretamente para a agenda social e ambiental.”**

Clarisse Cunha Linke, diretora executiva do Instituto de Políticas de Transporte & Desenvolvimento (ITDP Brasil)

“

**“A EGIS DEMONSTRA AMPLA CAPACIDADE TÉCNICA E DE INOVAÇÃO NOS PROJETOS DESENVOLVIDOS, TRAZENDO APRENDIZADOS INTERNACIONAIS ÀS PRÁTICAS BRASILEIRAS.”**

Gustavo Partezani Rodrigues, fundador da URBR Estratégias Urbanas

*“PARA QUALQUER INOVAÇÃO, É NECESSÁRIO TER INFORMAÇÃO. A DELOITTE FORNECE ANÁLISE DE DADOS QUE PODEM SER A BASE DE PROJETOS DELA PRÓPRIA OU DE OUTRAS EMPRESAS.”*

Roberta Knopki, gerente da GIZ

**“A Addax resgata o que nunca deveria ter saído da pauta da sociedade, que é a mobilidade de massa em trilhos.”**

Renata Falzoni, cicloativista

“

**“Projeto ModalGR, da E-Moving, cria negócios preocupados com a sustentabilidade do planeta e garante que mais pessoas utilizem a bicicleta no seu dia a dia de trabalho.”**

Lilian Azevedo Frazão, fundadora da Startup Quero Pedalar

*“A Cicloway desenvolveu um design interessante e uma boa variedade de veículos elétricos com preço que torna a tecnologia mais acessível à população. Consequentemente, apresenta impacto positivo – sobretudo no meio ambiente e na sociedade.”*

Myriam Tschiptschin, gerente de smart cities do Centro de Tecnologia de Edificações (CTE) do Mackenzie

*“A CALOI É UMA DAS MAIORES EM SEU SEGMENTO NO BRASIL E É RESPONSÁVEL POR BOA PARTE DO MERCADO NACIONAL DE BICICLETAS.”*

Victor Callil, coordenador de pesquisa do Cebrap



*“A ELEKTRA POSSUI AÇÕES DE COOPERAÇÃO COM A CADEIA PRODUTIVA NO MODELO DO E-CONSÓRCIO E O RETROFIT, INICIATIVAS COM GRANDE IMPACTO NA ALAVANCAGEM DE PROGRAMAS E METAS VINCULADOS AOS COMPROMISSOS ESG.”*

**Juliana DeCastro,**  
coordenadora de planejamento urbano da Tembici



**“A Caf possui uma história relevante, fabricando trens que contribuem para uma mobilidade sustentável.”**

**Sergio Avelleda,** coordenador do laboratório de cidades Arq.Futuro, do Insuper

**“A CCR está sempre buscando novas tecnologias, tanto na operação quanto nos sistemas, como ITS.”**

**Rodrigo Tortoriello,** especialista em mobilidade urbana e mobilidade ativa



*“A BUSER CONTRIBUI CONSIDERAVELMENTE PARA O ACESSO A UM TRANSPORTE DE QUALIDADE A UM CUSTO COMPETITIVO, PERMITINDO A TODOS O BENEFÍCIO DA MOBILIDADE.”*

**Janayna Bhering Cardoso,** inovação aberta, ICTs e relações governamentais da Fundep



**“A BYD FAZ APLICAÇÃO DE SISTEMAS SUSTENTÁVEIS, PREOCUPA-SE COM O IMPACTO SOCIAL DE SUAS SOLUÇÕES, ALÉM DE TER UMA GESTÃO EXTREMAMENTE EQUILIBRADA.”**

**Zeno Luiz Lensen Nadal,** mestre em desenvolvimento de tecnologia

Este material é produzido pelo Estadão Blue Studio.

## ESTADÃO BLUE STUDIO

O mercado nacional de frotas e frete movimentado em torno de R\$ 365 bilhões anualmente, segundo projeções da Veloe, empresa especializada em soluções de mobilidade urbana. Com o crescimento do delivery e do comércio online, o setor deve ganhar cada vez mais relevância na economia brasileira, apontam especialistas.

De olho nesse mercado, a Veloe, unidade de negócios da Alelo, integrou o Alelo Frota ao seu portfólio há mais de um ano. “Fazia muito mais sentido concentrar o Frota sob a bandeira da Veloe, especializada em mobilidade urbana. Dessa forma, conseguimos oferecer uma solução mais completa e centralizada para os clientes PJ”, explica Mauro Telles, superintendente de Produtos B2B da Veloe.

Apesar do montante expressivo movimentado pelo mercado de frete, poucas empresas investem em soluções de gestão de frota. Segundo estimativas da Veloe, apenas 15% usam dados e tecnologia para gerir frotas e entregas. “Existe um grande mercado potencial para uma gestão inteligente, que pode aumentar a eficiência e reduzir custos”, acredita Telles.

Como exemplo, o executivo da Veloe aponta a gestão de abastecimento, uma das funcionalidades do Frota, que pode ajudar na economia de combustível – um

## Gestão de frota gera eficiência e reduz custos

Plataforma completa em mobilidade e gerenciamento pode diminuir gastos com combustível e manutenção dos veículos, mas também otimizar rotas e simplificar a burocracia do frete



Mauro Telles, superintendente de Produtos B2B da Veloe: a intenção é profissionalizar o setor

APRESENTADO POR

**veloe**

dos maiores gastos das empresas do setor. Além de descontos no custo do combustível, por meio da negociação direta entre o cliente e o posto, o valor negociado já entra automaticamente no momento do checkout, tornando os gastos mais transparentes e simplificando a gestão dos custos. “Em alguns casos, temos clientes que chegam a economizar até 25% nos gastos com abastecimento”, revela Telles.

### SOLUÇÃO COMPLETA E PERSONALIZADA

Mas a gestão de abastecimento é apenas uma das facilidades oferecidas pelo Frota. Com a incorporação do sistema, a Veloe passou a oferecer uma plataforma completa que integra manutenção, frete, abastecimento e pedágio, além de telemetria, roteirizador e gestão de documentos e notas fiscais.

O objetivo, segundo o superintendente de Produtos B2B da Veloe, é oferecer uma solução personalizada e modular para pequenas e grandes empresas. Dessa forma e com o auxílio dos consultores da Veloe, o cliente pode contratar serviços adicionais de acordo com a sua demanda, o tipo de frota e a carga.

A unificação dos serviços sob a bandeira da Veloe já tem dado frutos. Em pouco mais de um ano de atuação, o Frota aumentou significativamente seu volume financeiro na divisão B2B. “Nossa intenção é profissionalizar o setor de gestão de frotas”, conclui o executivo da Veloe.

Este material é produzido pelo Estadão Blue Studio com patrocínio da Veloe.

# SUVs deverão aumentar seu domínio

Estudo da Bright Consulting também conclui que hatchs e picapes compactas perderão mercado

POR HAIRTON PONCIANO VOZ



Os SUVs deverão continuar sua trajetória de crescimento no mercado ao longo deste ano. Estudo da Bright Consulting demonstrou que, dos 33,8% de participação, em 2021 (o que já faz do segmento o mais importante do País), os utilitários esportivos poderão alcançar 45,1%, em 2025, e 46,2%, em 2030. Isso significa que, em oito anos, um a cada dois veículos vendidos, no Brasil, será SUV. Na contramão, os segmentos que mais devem perder participação serão os hatchs e as picapes compactas (confira a tabela abaixo).

Quando ao mercado total (considerando carros de passeio e comerciais leves), Paulo Cardamone, CEO da Bright Consulting, prevê que o ano pode encerrar com, aproximadamente, 2,3 milhões de unidades, cerca de 15% a mais do que em 2021. Ele ressalta que a limitação será de produção (devido à falta de componentes), e não por falta de compradores. "O mercado estaria comprando 200 mil carros por

mês fácil." Isso significa que, apesar da crise, se houvesse oferta suficiente, 2022 poderia fechar com, pelo menos, 2,4 milhões de unidades, na opinião do executivo.

O consultor alerta para o fato de que a indústria ainda irá conviver com a crise de abastecimento de semicondutores durante todo o ano. Pelas suas estimativas, a normalização de fornecimento de chips deve ocorrer só no início de 2023.

## PREÇOS EM ALTA

Por causa da demanda maior do que a oferta, Cardamone também acredita que a escalada de preços verificada ao longo de 2021 deverá continuar: "Quanto mais o estoque demorar para se recuperar, maior a procura e maior o preço", resume.

De acordo com ele, os automóveis eletrificados (o que compreende híbridos e puramente elétricos) deverão saltar de cerca de 35 mil unidades, no ano passado, para algo entre 90 mil e 100 mil, neste ano,

## Carroceria

	2021	2025	2030
Hatchback	29,2%	20,6%	19,1%
Sedã	14,6%	13,3%	14,6%
SUV	33,8%	45,1%	46,2%
Picape média	10,6%	11,4%	11,6%
Picape compacta	7,8%	5,9%	4,9%
Monovolume	2,7%	2,3%	2%
Comerciais	1,3%	1,5%	1,5%

## Tipo de propulsão

	2021	2025	2030
Combustão	97,6%	88,5%	76,6%
Híbrido leve	0,4%	5,4%	9%
Híbrido	1,2%	3,9%	6,8%
Híbrido plug-in	0,7%	1,2%	3%
Elétrico	0,1%	1%	4,7%

Fonte: Bright Consulting

## O que deve acontecer em 2022

- Crescimento de 15% nas vendas de automóveis
- Vendas de modelos SUV em alta
- Continuidade na crise de abastecimento de semicondutores



ou quase o triplo, em relação a 2021. "Isso ocorrerá em função do forte crescimento dos híbridos", afirma.

A exemplo da Toyota, que produz o Corolla e o Corolla Cross com propulsão híbrida flex, outras marcas se preparam para adotar a tecnologia, caso de Volkswagen e Jeep, por exemplo.

As vendas dos automóveis 100% elétricos também deverão dar um salto significativo em relação às de 2021 (saiba mais na reportagem "Veículos elétricos em expansão"). Contra as cerca de 2 mil unidades de 2021, o consultor estima que, neste ano, a categoria chegue a algo entre 5 mil e 6 mil veículos. No entanto, apesar da possibilidade da grande evolução, em relação a 2021, Cardamone ainda considera que se trata de um mercado "incipiente, que cresce devagar". "O grande problema dos elétricos é que eles são absurdamente caros, no Brasil. Custam de três a cinco vezes mais do que o ticket médio do mercado brasileiro, estimado em R\$ 110 mil", compara.

Por isso, Cardamone julga que esse tipo de veículo "é nicho e vai continuar sendo nicho por um bom tempo". "Mesmo com imposto de importação zero, o preço de um carro elétrico, no Brasil, é bem maior do que em outros mercados", diz. Segundo o executivo, para que o mercado de carro

elétrico cresça, a infraestrutura precisa chegar primeiro, e, em sua opinião, no Brasil, isso vai demorar para acontecer.

## NOVA FASE DO PROCONVE

Cardamone chama atenção para um fato crítico, neste início de ano, relacionado à entrada em vigor da fase L7, do Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores (Proconve). Pela norma, que passou a valer no dia 1º de janeiro, veículos produzidos em 2021 (portanto, antes da vigência dos novos limites) que estejam em estoque podem ser vendidos apenas até março deste ano. Depois disso, têm de ser destruídos. Mas o consultor chama atenção para o fato de que muitas fabricantes têm automóveis incompletos nos pátios, esperando componentes. "Mesmo faltando coisas simples, como uma borracha, carros PL6 [fase vigente até dezembro de 2021] terão de ser escapecados, ou reciclados, se não ficarem prontos nesse prazo, o que é um absurdo." Ele estima mais de 50 mil automóveis nessas condições, de diversas marcas.

"Se o Proconve vem para melhorar o meio ambiente e pressionar com números fortes de redução de emissões de poluentes, escapecar carro é uma barbaridade. Esse é o grande problema que a indústria vive, hoje."

377



Não perca a nossa live, todas as quartas, às 11h, pelas redes sociais do Estadão ou no portal Mobilidade



Pelas normas do Proconve, carros produzidos no ano passado, e que atendiam aos limites anteriores de emissões, só podem ser vendidos até março deste ano

Fotos: Getty Images

Este material é produzido pelo Estadão Blue Studio.

Veloe também é **alelo**

## A ROTA MAIS INTELIGENTE PARA SUA FROTA

Veloe conta com a solução completa para um controle mais eficiente da sua frota.

Além de caminho livre em pedágios, estacionamentos e Vale-Pedágio, é possível, através do Alelo Frota, realizar toda a logística de abastecimento e incluir serviços como gestão de manutenção, assistência 24h e telemetria. Economia e praticidade para sua carga chegar com mais segurança e agilidade aonde precisa.

Saiba mais em:



**veloe**



# Veículos elétricos em expansão

Marcas desenvolvem programas de eletrificação e planejam lançamentos em 2022

POR MÁRIO SÉRGIO VENDITTI



O compacto Fiat 500e foi um dos modelos lançados em 2021, ajudando a aumentar as vendas de veículos elétricos no País

## GUIA DO PRIMEIRO CARRO ELÉTRICO OU HÍBRIDO



### Tendências para 2022

- Lançamento de carros elétricos mais compactos e acessíveis
- Baterias com maior autonomia
- Crescimento da infraestrutura de recarga



O segmento de automóveis eletrificados ganhou grande impulso em 2021. De janeiro a dezembro, foram emplacados 34.990 veículos, expressivo aumento de 77%, em comparação ao ano anterior. O desempenho é resultado de uma série de lançamentos interessantes da indústria e, também, do avanço da infraestrutura de recarga, no Brasil. Desse volume de vendas, é verdade que apenas 2.851 unidades são de carros 100% elétricos.

Mesmo assim, os dirigentes das montadoras são unânimes em dizer que, com o tempo, os preços dos veículos movidos a bateria tendem a cair. "Trata-se de um mercado muito promissor; no País", define Ricardo Gondo, presidente da Renault do Brasil, que, em abril, lançou a nova geração do Zoe E-Tech, um dos modelos mais vendidos na Europa.

O Zoe, porém, teve a companhia de vários novos concorrentes elétricos, que querem conquistar o consumidor brasileiro. Um dos lançamentos mais aguardados foi o Fiat 500e, o icônico subcompacto da marca italiana que recebeu motorização elétrica. O principal entrave é o preço, capaz de dar um choque no consumidor: R\$ 249 mil. Até que a previsão dos executivos se confirme, os veículos elétricos ainda terão valores exorbitantes.

### BYD ESTREIA NO PAÍS

A Volvo é uma das fabricantes que mais investem em soluções e tecnologias para automóveis eletrificados e estuda bem o terreno onde pisa, antes de qualquer decisão. Ela já havia apresentado, no Brasil, o SUV XC40 híbrido, e, em setembro, lançou o modelo totalmente elétrico. "Vender carro elétrico, no Brasil, nos deixa em outro patamar", afirma João Oliveira, diretor-geral de operações e inovações da Volvo Car Brasil.

Em 2019, a Toyota começou a oferecer o inédito Corolla híbrido flex, que ajudou

o sedã a se consolidar ainda mais na liderança, em sua categoria. Em 2021, ela ampliou o portfólio com o Corolla Cross – configuração SUV do Corolla –, com propulsão elétrica e combustão a gasolina/etanol. A montadora japonesa estuda cada passo, antes de lançar um carro elétrico. "Enquanto isso não acontece, estamos mostrando que o carro híbrido flex é totalmente viável", diz Rafael Chang, presidente da Toyota no Brasil.

Aos poucos, todas as montadoras entram no tabuleiro da eletrificação, porque sabem que não dá para ficar fora desse jogo. A Kia é representada pelo híbrido Stonic, ao passo que a JAC Motors aposta tudo nos elétricos para tentar ganhar competitividade no País. Depois do SUV iEV40 e da picape iEV330P, ela ampliou sua oferta com os compactos E-JS1, o sedã E-J7 e o utilitário esportivo E-JS4.

E quem ainda não mergulhou a fundo na disputa se prepara para chegar com novidades em 2022. A General Motors, que adota a filosofia de não desenvolver híbridos, pretendia mostrar a nova geração do Bolt em 2021, mas o plano foi adiado para corrigir alguns detalhes do projeto. A gigante chinesa BYD marcará sua estreia, no Brasil, no mercado de automóveis de passeio. Recentemente, ela anunciou que lançará, no primeiro semestre deste ano, o Tan, utilitário esportivo de sete lugares.

Como parte do investimento de € 73 bilhões em projetos de automóveis eletrificados, a Volkswagen importará para o Brasil o ID.3 e o ID.4. Para Pablo Di Si, chairman executivo da Volkswagen América Latina, "os dois entregam o que existe de melhor e mais moderno em termos de eletrificação".

Nos últimos anos, a Volks atualizou seu portfólio e iniciou a chamada "ofensiva SUV", com as vindas de Nivus, T-Cross e Taos. Agora, essa estratégia inclui o lançamento de modelos com motorização elétrica para tentar dominar o mercado nacional.



Fotos: Divulgação Fiat e Volkswagen

# Muito além do centro, uma galeria de arte ao ar livre

Com mais de 300 obras, as ruas da Vila Flávia 'respiram a arte', gerando impacto, novos olhares e o resgate da autoestima dos moradores, entre eles os jovens grafiteiros

Fotos: Luan Kalil



**A**o ar livre, retratos e outras imagens que abordam o cotidiano, a identidade, a diversidade e o dia a dia da população da periferia em paredes, fachadas, portões e postes. Com mais de 300 obras de artistas, o projeto Favela Galeria imprime nos muros da Vila Flávia, em São Mateus, na zona leste da capital, entre quatro e cinco quilômetros de grafite: a arquitetura da comunidade virou tela agigantada.

Os muros da Vila Flávia sempre serviram de tela para os grafites dos pioneiros da iniciativa: Toddy e Val Opni, do coletivo Objetos Pixadores Não Identificados (Opni). Criado na década de 1990, o Opni era formado por 20 jovens moradores do bairro de São Mateus que se reuniram para usar a arte para desconstruir ideias ruins vinculadas a quem vive longe dos centros urbanos. Foi em 2009 que surgiu a ideia de

concentrar os murais em alguns trajetos e cobrir uma sequência de espaços na Vila Flávia.

#### Combate aos estereótipos

Os artistas costumam dizer que os muros da favela falam. Gleyson Klein, que atualmente é um dos responsáveis pelo projeto, reforça que o Favela Galeria existe e foi criado na intenção de combater estereótipos. "Nas nossas comunidades não existem apenas crime, bar e igrejas. Existe também a influência da arte, algo primordial para nossas crianças e a juventude", afirma.

O objetivo é gerar impacto, ecoar olhares diferentes para a própria existência e resgatar a autoestima dos moradores, entre eles jovens grafiteiros que começam a se expressar nas vielas, nos arredores dos córregos, nos muros da região. Os passeios na Favela Galeria começam na Rua Archângelo Archina, 587. Saiba

mais em contato.favelagaleria@gmail.com.

#### Formas de inclusão e novos caminhos

A arte urbana tem tudo a ver com as periferias, as favelas, as comunidades. São Paulo, por exemplo, começou a ganhar o colorido dos grafites nos anos 1980. Hoje dá para chamar muitas regiões de galerias a céu aberto. Para a geógrafa Jamila Reis Gomes, que pesquisa em seu mestrado a relação entre geografia, arte e espaço na Universidade Federal da Bahia, a cultura urbana se conecta com periferias e favelas brasileiras por meio de valores como amizade, solidariedade, respeito e humildade. "A cultura de rua vem dos guetos. É a juventude, a radicalidade, a vontade de transformação, a complexidade da vida jovem de favela", diz. "É a arte que dá sentido e oferece possibilidades para construção de caminhos de vida."

Além da Vila Flávia, na zona leste, São Paulo tem diversas regiões de galerias a céu aberto, com obras que combatem estereótipos sobre os bairros mais afastados e expressam amizade, solidariedade, respeito e humildade

Para acessar outros conteúdos, aponte a câmera do celular para este QR code:



Este material é produzido pelo Estadão Blue Studio com patrocínio da 99.

O compromisso por cidades mais femininas também é por mais liberdade e segurança.



Se cuida, vai de 99.

# Mais motos e conectadas

Impulsionado pela alta dos combustíveis, mercado de duas rodas deve manter crescimento em 2022

POR ARTHUR CALDEIRA



Honda criou app e assistente de voz próprio para motos

Foi o crescimento de vendas de motos e scooters, em 2021, em comparação ao ano anterior

26,4%

## O que pode acontecer em 2022

- Motos e scooters mais conectadas
- Novos modelos elétricos
- Motocicletas menos poluentes



As motocicletas assumiram um papel de destaque com a chegada da pandemia de covid-19, em março de 2020. Com as pessoas em casa, restaurantes e comércios em geral encontraram na agilidade das motos uma alternativa para continuar em funcionamento, realizando entregas de refeições e das mais variadas mercadorias. O movimento impulsionou a venda de motos naquele primeiro momento de isolamento social.

Mas, com a retomada das atividades e o avanço da vacinação no ano passado, as vendas se mantiveram em alta. O aumento no preço dos combustíveis e o temor das pessoas em se aglomerar no transporte público foram os fatores responsáveis pelo emplacamento de 1.157.369 motos e scooters, em 2021 – crescimento de 26,42%, em comparação ao ano anterior.

O curioso é que esse número poderia ser bem maior. Mas a crise logística internacional e a falta de insumos limitaram a produção nacional de motos e causaram longas filas de espera por novas motos nas concessionárias.

Como o preço dos combustíveis não deve baixar e a pandemia ainda está por aí, o viés de crescimento na produção e venda de motocicletas deve continuar neste ano, acreditam os especialistas. A Fenabrave, entidade que reúne os distribuidores de veículos no País, projeta aumento de 6,2% nas vendas de motocicletas em 2022.

“Nossos estudos apontam para o crescimento de todos os segmentos automotivos neste ano. Mas é claro que situações conjunturais podem afetar essas estimativas, considerando que a indústria ainda sofre com a falta de insumos e componentes eletrônicos, que estamos diante de uma economia turbulenta e iniciando um ano em que teremos eleições, que costumam criar um cenário de incertezas”, afirma José Maurício Andreta Júnior, presidente da Fenabrave.

Exceto pela falta de insumos e componentes, as motocicletas costumam “vender bem” em períodos de crise. Afinal, motos e scooters de baixa cilindrada, como a imensa maioria dos modelos mais vendidos no Brasil, são mais acessíveis do que os automóveis para grande parcela da população, além de econômicas. E não deve ser diferente neste ano.

## MAIS “INTELIGENTES” E LIMPAS

O mercado em alta estimula fabricantes a apresentarem novidades para disputar a preferência do consumidor que procura uma nova moto ou scooter. Já há diversos lançamentos no radar da indústria.

A Honda, líder do mercado com 76% das vendas, deverá ter quatro lançamentos para o ano que se inicia. Duas motos de alta cilindrada e duas scooters, segmento que se fortaleceu como opção de mobilidade urbana por sua facilidade de pilotagem.

Entre eles, destaque para a naked CB 1000R e a scooter X-ADV, pois ambas trazem um inédito sistema de controle de voz, desenvolvido pela marca, para que o motociclista consiga “navegar” pelo seu smartphone enquanto pilota. As vantagens vão da segurança de manter as mãos no guidão à possibilidade de usar aplicativos de navegação, com direções mostradas diretamente no painel. Uma boa notícia tanto para os motociclistas urbanos quanto para aqueles que viajam por aí.

Também devem desembarcar no País scooters de marcas luxuosas, como a BMW Motorrad, que prometeu entrar em um segmento no qual ainda não atua no Brasil. No exterior, a marca alemã já mostrou uma nova scooter de 400 cc e outro modelo elétrico.

Aliás, as elétricas também devem continuar ganhando espaço nas ruas, embora os grandes players do mercado não estejam apostando tanto assim na eletrificação da frota, por ora. Enquanto isso, empresas como a chinesa Niu, listada na Bolsa de Valores de Nova Iorque e que já abriu duas lojas no País para vender suas scooters elétricas, e a brasileira Volt seguem investindo nas motos elétricas.

Além do bom momento do mercado de duas rodas, em 2023 entra em vigor a quinta fase do Programa de Controle da Poluição do Ar por Motociclos e Veículos Similares (Promot). Com isso, fabricantes e importadores deverão renovar sua linha de motocicletas e scooters, com novas gerações de modelos menos poluentes e mais inteligentes.



Fotos: Divulgação Honda

Bradesco Seguro Auto apresenta:

Oficina  
**mobilidade**  
ESTADÃO

**Conheça o canal  
para te ajudar nas  
dúvidas e nos  
cuidados com  
seu carro. 24 horas  
por dia, 7 dias  
por semana  
e sem custo.**



Acesse e  
acompanhe!

Patrocínio

 **bradesco seguros**

Produção

**ESTADÃO**  
BLUE STUDIO

Viabilização

**mobilidade**  
ESTADÃO

Realização

**ESTADÃO** 



# Pedal em alta

Mesmo com desafios na cadeia de abastecimento, setor atravessa 2021 com elevação nas vendas e boas perspectivas para 2022

POR DANIELA SARAGIOTTO

Foi o aumento nas vendas de bikes elétricas nos primeiros oito meses de 2021

Fonte: Aliança Bike

24,5%

## O que pode acontecer em 2022

- Crescimento nas vendas de e-bikes
- Protagonismo das bicicletas na logística urbana (delivery)
- Popularização de modalidades como cicloturismo e ciclismo de estrada



Expectativa para este ano é de que o aquecimento nas vendas continue, inclusive de e-bikes

No mercado de bicicletas, 2021 começou com as vendas aquecidas, principalmente por causa dos reflexos da elevação na procura ainda no último trimestre de 2020. A alta foi de 34,17%, no primeiro semestre do ano passado, na comparação com o mesmo período de 2020, de acordo com monitoramento realizado pela Aliança Bike, a Associação Brasileira do Setor de Bicicletas, que ouviu 180 lojistas de 20 Estados do Brasil e portes distintos.

O mesmo movimento foi confirmado pela Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares (Abraciclo), entidade que representa as indústrias instaladas no Polo Industrial de Manaus (PIM), e registrou alta de 22% em julho, na comparação com o mesmo mês de 2020, totalizando 74.760 unidades fabricadas.

Com procura fortemente impulsionada pela pandemia de covid-19, quando as pessoas viram na bicicleta uma alternativa ao transporte público e uma forma segura de praticar exercícios, o segmento registrou recordes, desempenho que só não foi melhor por causa do desabastecimento de toda a cadeia, dos equipamentos às peças, que também marcou 2021.

### MAIS ESTOQUES

“Se, em 2020, faltavam bikes no mercado, naquela ocasião os lojistas saíram fazendo pedidos, que chegaram a levar até um ano para serem entregues. Isso gerou um descompasso entre oferta e procura”, diz Daniel Guth, diretor executivo da Aliança Bike. A tendência, segundo ele, é que as lojas trabalhem com estoques, o que é positivo para o consumidor.

“Quem comprou uma bicicleta de entrada pode querer trocar em 2022, quando haverá um maior número de modelos disponível. Acredito que o faturamento será superior, com vendas iguais às de 2021”, afirma Guth.

O maior vilão, de acordo com a Abraciclo, continua sendo a cadeia de suprimentos e peças manufaturadas, pois em torno de 60% ou mais do que é necessário para montar o equipamento vem de fora, da Ásia, principalmente para sistemas como transmissão, freio, suspensão e componentes menores. Mesmo assim, a associação está otimista.

“Apesar da falta de insumos, a indústria obteve, em julho passado, o melhor resultado do ano pelo terceiro mês consecutivo. Esse ritmo de retomada levou a associação a rever para cima a expectativa para este ano e acreditamos que a produção de bicicletas deverá registrar alta de 27,8%, em relação ao ano passado”, afirma Cyro Gazola, vice-presidente do segmento de bicicletas da Abraciclo.

### O QUE VEM FORTE

O aumento no número de ciclistas em todo o Brasil é um dos fatores destacados como mais positivos destes dois últimos anos. “O crescente interesse das pessoas pelas bikes pressiona vários campos, com impacto na ampliação e melhoria da estrutura cicloviária, aumento de praticantes de modalidades como cicloturismo e ciclismo de estrada, principalmente com abertura de parques e outras iniciativas fora das capitais”, afirma Guth. Para ele, em 2022 serão esperados, também, avanços em políticas públicas que acompanhem esse movimento.

As e-bikes são grandes apostas. De acordo com o executivo da Abraciclo, as bicicletas elétricas representam, ainda, apenas 2% das vendas no País, mas o potencial desses equipamentos é enorme, pois são inclusivos e muito eficientes para quem faz trajetos longos, como os cicloentregadores. “Acredito que o Brasil tem condições de triplicar suas vendas de e-bikes em três a cinco anos”, afirma Gazola.



Fotos: Getty Images



# 89%

## DOS MOTORISTAS DA 99 APROVAM AÇÕES SOCIAIS DA EMPRESA NA PANDEMIA

Levantamento\* reforça a importância de ações sociais em meio à crise sanitária e econômica mundial, causada pela pandemia, e como o setor privado pode e deve ser atuante para levar mais acesso e segurança para a população em vulnerabilidade.

\*Pesquisa feita em parceria com Núcleo de Pesquisa em Filantropia da **Fundação José Luiz Egydio Setúbal (FJLES)**



## PERCEPÇÃO DOS PASSAGEIROS

**98%** avaliaram as iniciativas como “muito boas” ou “boas”

**89%** avaliaram o impacto como “muito bom” ou “bom”

## PERCEPÇÃO DOS MOTORISTAS

**89%** avaliaram as iniciativas como “muito boas” ou “boas”

**86%** avaliaram o impacto como “muito bom” ou “bom”



### INICIATIVAS CONTRA A COVID-19



Fundo de apoio financeiro a motoristas e entregadores parceiros diagnosticados com a doença;



Pacote de Segurança: **Sanitização dos carros certificada pela Anvisa; distribuição de 550 mil máscaras e álcool em gel; instalação de escudos de proteção** (barreiras plásticas que separam motorista e passageiro);



Ferramenta de **inteligência artificial para identificar o uso de máscara** pelos motoristas;



**Comunicação sobre prevenção**, orientações e informações sobre a doença, com a participação de especialistas;



**Doação de 4 milhões de corridas** destinadas ao transporte de profissionais da saúde na linha de frente do combate ao vírus, com 100% dos ganhos repassados a motoristas parceiros.



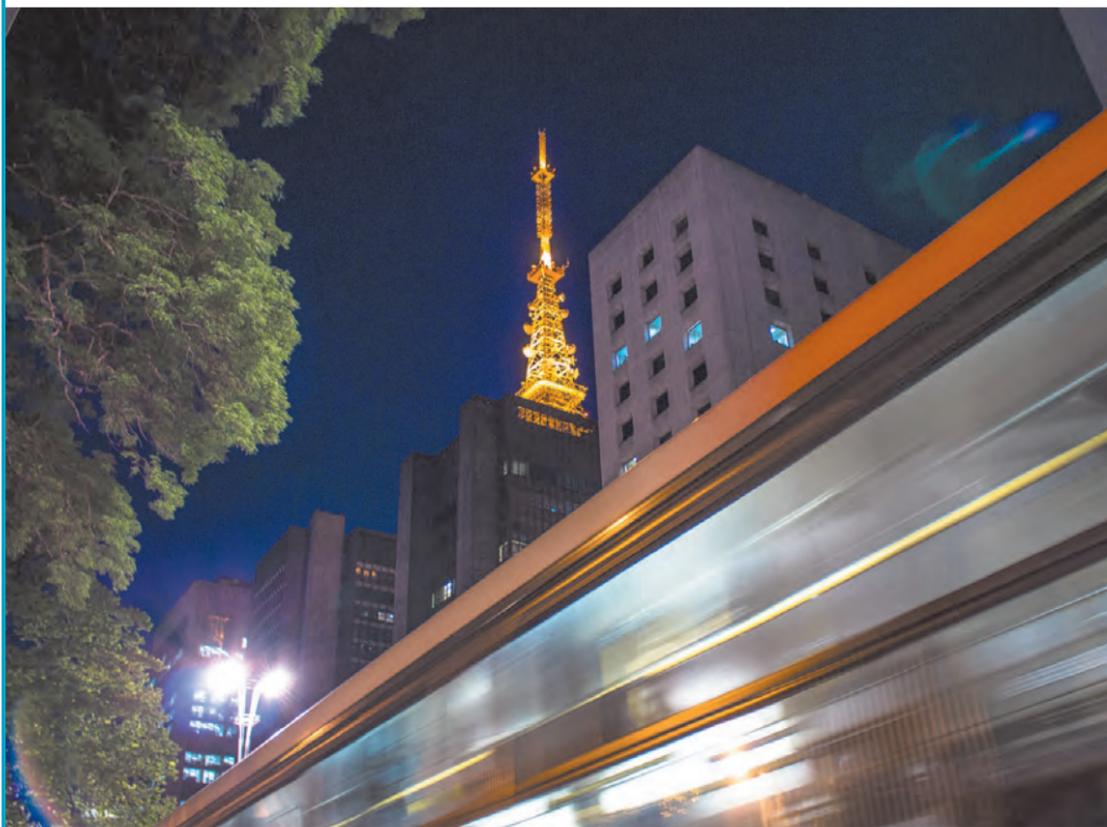
R\$ 4 milhões destinados a governos municipais, resultando em 284 mil corridas para que as pessoas conseguissem ir e voltar dos centros de vacinação em segurança.

**99** Se cuida, vai de 99.

# Sistema em xeque

Crise agravada nos dois últimos anos escancara desafios do transporte público, ao mesmo tempo que estimula a implementação de novas tecnologias

POR DANIELA SARAGIOTTO



Formas inéditas de financiamento do sistema são apontadas como soluções para a crise



Fonte: Instituto Clima e Sociedade (iCS)/2020

## O que pode acontecer em 2022

- Pagamento por aproximação
- Transporte público coletivo sob demanda
- Avanço da eletrificação da frota de ônibus



A pandemia de covid-19, com a qual convivemos desde março de 2020, revelou as fragilidades do nosso transporte público coletivo, que, mesmo antes dela, já vinha sofrendo com a perda de passageiros, causada por aumento nas tarifas, concorrência do transporte por aplicativo, entre outros fatores, e se intensificou com a exigência de continuar operando com número reduzido de pessoas. Mas a mesma crise sanitária acabou, também, impulsionando a incorporação de inovações com potencial para melhorar o sistema em todo o Brasil.

“O pagamento por aproximação é uma dessas tecnologias que já estavam disponíveis, mas, se não fosse a necessidade de reduzir o contato físico, acredito que demoraria para ser implementada. Na cidade do Rio de Janeiro, o sistema já funciona em 4 mil ônibus, de uma frota total de cerca de 6 mil veículos”, afirma Pedro Palhares, gerente-geral da Moovit, aplicativo de mobilidade que reúne informações sobre o transporte público. Ele acredita que a adoção dessa funcionalidade, não apenas nos ônibus mas em todos os demais modais coletivos, é uma das apostas para este ano.

Outra tendência que Palhares aponta é o transporte coletivo sob demanda. “Ele acabou trazendo uma solução aos sistemas, pensando, principalmente, nas pontas dos trajetos, passageiros que se dirigem aos grandes terminais e regiões pouco adensadas”, diz. Palhares explica que essa modalidade, que funciona em Fortaleza, Goiânia e outras cidades, tem se mostrado opção interessante para alguns desafios dos deslocamentos.

“É óbvio que não resolve todos os nossos problemas, mas é muito positivo quando atua com o BRT, corredores exclusivos e outras soluções que funcionam bem”, afirma.

Se é nos momentos de crise que lições importantes são aprendidas, as administrações perceberam, durante a pandemia, a necessidade de flexibilização dos contratos, especialmente os firmados com empresas de ônibus. “Vejo como tendência novos modelos de contrato para o transporte coletivo que separam a operação da provisão da frota. Isso é realidade em países como Bogotá, Cingapura, Londres e Estocolmo”, diz Cristina Albuquerque, gerente de mobilidade do WRI Brasil.

Por aqui, um case nesse sentido é o de São José dos Campos (SP), que, além dessa separação, vai permitir uma flexibilização por causa de eventos extremos, como a pandemia. “O edital de convocação separa em operação, tecnologia e financeiro, incentivando a participação de empresas especializadas em cada uma dessas áreas”, explica Paulo Guimarães, secretário de Mobilidade Urbana da cidade.

Outro desafio é a necessidade de os municípios buscarem novas formas de financiamento para o transporte coletivo. “Precisamos de um novo marco regulatório, mas é muito importante não vermos como responsabilidade única do governo federal. Muita coisa pode ser feita e está ao alcance das cidades”, diz Albuquerque.

### MUDANÇA DE MATRIZ

A eletrificação do transporte coletivo também é apontada pelos especialistas como tendência, embora o momento de crise do setor dificulte ainda mais a medida. Com apenas 18 ônibus elétricos circulando, a cidade de São Paulo é destaque por, ao menos, ter metas nesse sentido. “Para 2021, era esperado mais de 2.600 ônibus elétricos em nossa frota. Outros países vizinhos estão avançando, como Bogotá e Colômbia, e precisamos também acelerar esse movimento que traz tantos benefícios à sociedade”, afirma a gerente de mobilidade do WRI Brasil. 

Fotos: Getty Images

# BIG STOCKCAR PRO SERIES NUMBERS



**24 corridas**

durante a temporada, distribuídas em 12 etapas e 10 eventos.



**6 cidades**

e quatro estados receberam a Stock Car Pro Series em 2021.



Todas as provas transmitidas **AO VIVO**, em tv aberta, pela Band.



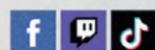
Todas as provas transmitidas **AO VIVO**, bem como os treinos classificatórios, nos canais fechados, pela SporTV.



O canal oficial da categoria faz a transmissão **AO VIVO** dos segundos treinos livres, classificações e corridas.



Parceria com o Motorsports.com, maior site de automobilismo do planeta, que faz a transmissão das provas para **mais de 80 países**, em português, inglês, espanhol e russo.



A transmissão das corridas também acontece em outras plataformas digitais: Facebook, Twitch e TikTok.



**20 mil**

pessoas estiveram no Autódromo de Interlagos, na primeira corrida com presença de público 100% liberado desde o começo da pandemia.

Retorno de mídia <sup>2021</sup>

**R\$ 1,5 bilhão!**

**57,5%** Crescimento em relação ao ano anterior.



**+ de 1.000**

pessoas envolvidas em cada evento, considerando as equipes de todas as categorias.

Além disso, também são criados mais de mil empregos temporários para montar toda a estrutura dos eventos de grande porte, como São Paulo.

Mais 200 pessoas fazem parte do staff fixo da organização.



A estimativa de custo operacional para a produção de cada etapa é em torno de R\$ 2,5 milhões.

Em etapas especiais, como as provas de rua ou a corrida que será realizada neste ano de forma inédita no Aeroporto do Galeão, este valor pode triplicar.

**Mais de 200**

marcas estão envolvidas no evento entre patrocinadores da categoria e das equipes.

Os investimentos variam de R\$ 100 mil a cerca de R\$ 10 milhões, considerando ativações, hospitalidade, eventos, camarotes, salários, e outras ações de marketing.



Saiba mais no Instagram @stock\_car, Facebook @stockcaroficial, YouTube @stockcarchannel ou site [stockproseries.com.br](http://stockproseries.com.br)

Patrocínios

Montadoras



Transmissão ao vivo

Media Partner

Apoios / Parceiros



# Stock Car acelera (também) nos números

Há uma enorme estrutura por trás de cada etapa da categoria

POR ALAN MAGALHÃES  
FOTOS: DUDA BAIROS



Fernando Julianelli, no comando da retaguarda da Stock Car



**Acesse**  
**Compartilhe**  
**Marque os amigos**

## O batalhão que gera as imagens

Quem liga a TV na Band ou no Sportv para assistir às etapas ou acessa a internet para ver as provas, que também são transmitidas pela TV Estadão, não imagina a quantidade de gente e recursos necessários para que as imagens cheguem às telas dos telespectadores e ouçam as narrações de Sérgio Maurício e Luiz Carlos Jr. e os comentários de Reginaldo Leme, Max Wilson, Luciano Burti e Rafael Lopes. Isso sem contar a plataforma motorsport.com, disponível em todo o mundo, que transmite as provas em português, inglês, espanhol e russo. Tradicional parceira da Stock Car, a Master TV, de Cascavel (PR), desloca, para cada etapa, duas carretas e dois ônibus, abarrotados de equipamentos, para geração de imagens e som. São 40 profissionais e 18 câmeras utilizadas, em média, por transmissão, sendo duas super slow, mais duas ou três microcâmeras, interligadas por 9 quilômetros de fibra ótica, que abastecem três microlinks. “É uma equipe que já tem mais de 30 anos de experiência, pioneira em geração de automobilismo, no Brasil. O pessoal trabalha duro e sempre entrega o melhor a nossos parceiros”, afirmou Jorge Guirado, CEO da Master TV.



**A MasterTV produz e leva as imagens da Stock Car ao mundo inteiro**

Engana-se quem acredita que automobilismo é feito, apenas, por pilotos, engenheiros, técnicos, pessoal da cronometragem e a turma que trabalha nas transmissões de televisão e internet, muito maior do que sugere um locutor e dois comentaristas (veja ao lado).

Os eventos da categoria estão cada vez mais sofisticados e há bastante tempo extrapolaram a área esportiva, invadindo, de forma vigorosa, o setor de entretenimento e, principalmente, de ativação de patrocínios.

E, por falar neles, à medida que a categoria cresce em importância, os investimentos nela aumentam. Uma coisa é certa, quem manda nisso tudo é o retorno publicitário e promocional que as marcas envolvidas experimentam ao se unirem ao esporte. Em 2022, além da manutenção dos grandes patrocinadores, se somará a ArcelorMittal, mais nova patrocinadora da Stock Car Pro Series nesta temporada. Para a empresa, o projeto vem atender a um novo cenário mundial, mais focado na sustentabilidade. “A indústria automotiva global está se movimentando com a consciência verde, por meio de ações que visam a descarbonização em todo o ciclo de vida dos veículos”, explica João Bosco Reis da Silva, gerente-geral de sustentabilidade e relações institucionais da ArcelorMittal Tubarão.

E, mais uma vez, foram eles, os números, que atraíram mais esse parceiro. Segundo o Ibope Repucom, o retorno de mídia da categoria, em 2021, foi de R\$ 1.551.371.257: crescimento de 57,5%, em relação ao ano anterior.

Nas redes sociais, importantíssimas para o esporte, são 4,9 milhões de seguidores, somando pilotos e evento, que totalizam mais de 10 mil postagens por ano. O site oficial da Stock Car Pro Series ([www.stockproseries.com.br](http://www.stockproseries.com.br)) registrou crescimento de 342%, nas visitas diárias. Nas 24 etapas disputadas em dez eventos, foram utilizados 5 mil pneus (incluindo a série de acesso, a Stock Series).

## UM EXÉRCITO NA RETAGUARDA

São cerca de 200 pessoas lideradas pelo publicitário Fernando Julianelli, CEO da Vicar, que responde pela organização. Em etapas maiores, como as de São Paulo e Rio de Janeiro, a Vicar movimenta mais de mil pessoas, incluindo os 70% de contratados locais temporários.

A produção de cada etapa custa, em média, R\$ 2,5 milhões. Existem etapas especiais, como provas de rua, ou a corrida que será realizada de forma inédita no aeroporto do Galeão, em 2022, nas quais esse valor chega a quadruplicar. “Nosso evento é uma operação logística, que viaja pelo Brasil e envolve milhares de profissionais especializados. Lidamos com milhões de fãs, no mundo inteiro. Nesse cenário, o crescimento que registramos em 2021, com a pandemia em andamento, foi bastante significativo. Nada seria possível sem um time entrosado e competente”, frisou Julianelli.

A estrutura promocional que gera receita se divide em diferentes aportes, que variam de R\$ 1 milhão a cerca de R\$ 10 milhões, por cotista. A diferença se dá de acordo com a exposição solicitada de cada empresa. Para divulgar sua marca em uma equipe, o patrocinador investe de R\$ 100 mil, para cotas pequenas, a até R\$ 10 milhões, para ser o principal.

Na temporada de 2021, estima-se em 220 mil pessoas envolvidas diretamente nos eventos. Foram consumidas 330 mil latas de cerveja nos camarotes e setores de alimentação e bebidas, a organização utilizou 12 mil diárias de hotel e precisou de 3.600 trechos de voo para se deslocar por ar e 1.900 diárias de locação de veículos por terra.

Pelos camarotes, passaram 20 mil convidados especiais, e 30 mil tiveram o direito de visitar os boxes, juntamente com milhares de ativações de marca feitas pela organização e as equipes, ao longo do ano.