

COLÉGIO SÃO LUÍS

**ENSINO MÉDIO
CURSO DE METODOLOGIA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA**

Luiz Eduardo Gagliardi Pimazzoni

**Setor Automotivo Brasileiro: o desenvolvimento da Volkswagen nas décadas
de 1940-60**

**São Paulo-SP
2025**

Luiz Eduardo Gagliardi Pimazzoni

Setor Automotivo Brasileiro: o desenvolvimento da Volkswagen nas décadas de 1940-60

Artigo apresentado como requisito de aprovação em “Metodologia de Iniciação Científica”, na 2ª série do EM do Colégio São Luís

Orientador: Prof. Dr. Juliano Custódio Sobrinho, doutor em História Social pela Universidade de São Paulo, mestre e graduado em História pela Universidade Federal de Juiz de Fora.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de prestar meus agradecimentos, primeiramente, ao meu professor de história e orientador, Juliano, que durante os quase 8 meses de produção deste trabalho sempre esteve ativamente me ajudando. Também, quero agradecer a professora Dayse Mara de literatura, o professor José Richardson de química e metodologia de pesquisa científica, o professor Renan Antônio de religião, o professor Graziano Costa de filosofia e o professor Antônio Eduardo de mentoria. Todos eles prestaram muitas ajudas através de atividades e do apoio direto e indireto. Por fim, agradeço aos meus amigos, principalmente ao Gabriel Ferrari, pais e avós que me ajudaram muito na produção deste trabalho, sempre o lendo e me auxiliando com sugestões na escrita e dicas na estrutura do arquivo.

“Daqui a cinquenta anos, o Brasil não será o mesmo: será um país moderno,
industrializado e poderoso.”
— *Juscelino Kubitschek, 1956*

RESUMO

Este trabalho analisa o desenvolvimento do setor automotivo brasileiro entre as décadas de 1940 e 1960, com foco na atuação da Volkswagen do Brasil. A pesquisa parte da seguinte questão central: *Como a atuação da Volkswagen durante a Segunda Guerra Mundial influenciou sua expansão internacional e sua relação com o governo de Juscelino Kubitschek no processo de industrialização do Brasil?* O estudo busca compreender de que forma a trajetória da empresa, marcada por seu envolvimento no esforço de guerra alemão, contribuiu para a consolidação de práticas industriais que seriam posteriormente aplicadas no Brasil. Por meio de uma abordagem qualitativa e histórica, com base em fontes primárias, como jornais do acervo da Biblioteca Nacional, e secundárias, como artigos científicos e relatórios institucionais, foi possível identificar que a instalação da fábrica Anchieta, em São Bernardo do Campo, simbolizou um marco de modernização e integração produtiva. Constatou-se que a Volkswagen teve papel essencial na consolidação da indústria automobilística nacional, atuando em sintonia com as políticas desenvolvimentistas de Juscelino Kubitschek. O estudo demonstra que a presença da empresa foi decisiva para o avanço tecnológico e econômico do país, consolidando o setor automotivo como um dos principais vetores de transformação do Brasil no século XX.

Palavras-chave: Indústria automobilística; Volkswagen; Industrialização; Juscelino Kubitschek; São Paulo.

ABSTRACT

This research analyzes the development of the Brazilian automotive sector between the 1940s and 1960s, focusing on the role of Volkswagen do Brasil. The central research question is: *How did Volkswagen's actions during World War II influence its international expansion and its relationship with the government of Juscelino Kubitschek in Brazil's industrialization process?* The study aims to understand how the company's trajectory, shaped by its participation in Germany's wartime industry, contributed to the consolidation of industrial practices later applied in Brazil. Using a qualitative and historical approach, based on primary sources such as newspapers from the National Library and secondary sources such as scientific articles and institutional reports, the research identified that the establishment of the Anchieta plant in São Bernardo do Campo represented a milestone in Brazil's modernization and productive integration. The results indicate that Volkswagen played a key role in consolidating the national automobile industry, closely aligned with Kubitschek's developmental policies. The study concludes that the company's presence was decisive for the country's technological and economic progress, establishing the automotive sector as a major driver of Brazil's transformation in the 20th century.

Keywords: Automotive industry; Volkswagen; Industrialization; Juscelino Kubitschek; São Paulo.

Zusammenfassung

Diese Arbeit untersucht die Entwicklung des brasilianischen Automobilsektors zwischen den 1940er und 1960er Jahren mit Schwerpunkt auf der Tätigkeit von Volkswagen do Brasil. Die zentrale Forschungsfrage lautet: *Wie beeinflusste die Tätigkeit von Volkswagen während des Zweiten Weltkriegs ihre internationale Expansion und ihre Beziehung zur Regierung von Juscelino Kubitschek im Prozess der Industrialisierung Brasiliens?* Ziel der Studie ist es, zu verstehen, wie die Geschichte des Unternehmens – geprägt durch seine Beteiligung an der deutschen Kriegsindustrie – zur Konsolidierung industrieller Praktiken beitrug, die später in Brasilien angewendet wurden. Auf der Grundlage einer qualitativen und historischen Analyse, die sich auf Primärquellen – wie Zeitungen aus dem Bestand der Nationalbibliothek – und Sekundärquellen – wie wissenschaftliche Artikel und institutionelle Berichte – stützt, konnte festgestellt werden, dass die Errichtung des Werks Anchieta in São Bernardo do Campo einen Meilenstein der Modernisierung und produktiven Integration Brasiliens darstellte. Die Ergebnisse zeigen, dass Volkswagen eine entscheidende Rolle bei der Konsolidierung der nationalen Automobilindustrie spielte und eng mit den entwicklungsorientierten Politiken von Juscelino Kubitschek verbunden war. Insgesamt kommt die Arbeit zu dem Schluss, dass die Präsenz des Unternehmens maßgeblich zum technologischen und wirtschaftlichen Fortschritt des Landes beitrug und den Automobilsektor als wichtigen Motor des brasilianischen Wandels im 20. Jahrhundert etablierte.

Schlüsselwörter: Automobilindustrie; Volkswagen; Industrialisierung; Juscelino Kubitschek; São Paulo.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. HISTÓRIA E CONTEXTUALIZAÇÃO DA VOLKSWAGEN	14
2.1 VOLKSWAGEN BRASIL – BREVE CONJUNTURA ATUAL.....	14
2.2 VOLKSWAGEN HISTÓRIA E INGRESSO NO BRASIL	15
3. A EVOLUÇÃO DO SETOR AUTOMOTIVO BRASILEIRO – OLHOS PARA A VOLKS BRASIL.....	18
3.1 DESENVOLVIMENTO DO SETOR AUTOMOTIVO - FOCO EM 1940-1960...	18
3.2 VOLKSWAGEN E SUA INFLUÊNCIA.....	22
4. VOLKSWAGEN EM SÃO PAULO.....	24
CONCLUSÃO.....	29
REFERÊNCIAS.....	31

Lista de ilustrações

Figura 1: Juscelino apresentando as principais estradas da meta rodoviária do Plano de Metas no Clube Militar, Rio de Janeiro	21
Figura 2: Juscelino Kubitscheck comemorando a inauguração da fábrica da Volkswagen na via Anchieta em 1959	27

1. INTRODUÇÃO

O setor automotivo, também conhecido como indústria automobilística, corresponde a uma das maiores esferas econômicas do Brasil atual. Ele sozinho movimentava bilhões de dólares por ano e impacta no desenvolvimento de diversas outras indústrias, gerando milhões de empregos dentro do país. Nos recentes anos, esse setor obteve uma enorme participação na sociedade e mercado brasileiros, correspondendo a cerca de 5% do PIB brasileiro e 20% do montante arrecadado pela indústria de inovação nacional. Além disso, aproximadamente 1.3 milhões de trabalhadores são empregados por essa indústria indireta e diretamente no país. De acordo com a Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles (OICA), até o ano de 2014, o Brasil se encontrava na quarta posição de mercado consumidor mundial de automóveis e em décima colocação em relação à produção de automóveis, o que faz a nação ser considerada uma protagonista no ramo (DAUBT e WILLCOX, s.a).

Esse status de extrema relevância e tamanho que a indústria automobilística brasileira possui atualmente é resultado de múltiplos manejos econômicos ocorridos, principalmente, no governo Juscelino Kubitschek, que pelo plano de metas e as vontades do presidente de aumentar a frota rodoviária, um forte esforço foi direcionado para a ascensão dessa indústria no mercado interno (DONA 2003 apud BARROS 1996). Também, se deve a pioneira participação da gigante alemã, Volkswagen, internamente no setor automotivo do Brasil, já que, ela, por ter sido beneficiada por investimentos efetuados por JK diretamente e pelos padrões do mercado consumidor brasileiro favoráveis aos seus produtos, rapidamente se tornou não só líder de vendas como principal contribuidora para a fundação do primeiro complexo industrial brasileiro de natureza automobilística (ARAGÃO, 2009).

A partir do que foi dito, é de enorme importância o objeto deste projeto: a análise do desenvolvimento da Volkswagen no setor automotivo brasileiro desde seu ingresso no Brasil até o fim do governo de JK objetivando compreender sua expansão internacional no período e as modificações econômicas e espaciais consequentes do seu ingresso.

Com esse estudo, será possível compreender uma série de transformações tanto na sociedade quanto na economia brasileira resultantes da ascensão da

indústria automobilística e pelas condutas dos governos atuantes no recorte temporal selecionado. Além disso, a partir dele será viável, também, estabelecer uma relação entre grande parte das tantas modificações que o próprio setor automotivo sofreu conforme os anos de sua consolidação e crescimento às políticas de JK e Getúlio Vargas. Dessa maneira, o entendimento do desenvolvimento desse setor desde seu início, aliado com a compreensão da maneira com que se deu a ascensão da Volkswagen no mercado automotivo brasileiro e dos motivos que levaram a essa empresa se tornar uma pioneira na indústria automobilística brasileira, possibilita enxergar uma parte da linha do tempo da indústria brasileira que é definida por um grande salto econômico e diversificação. Assim, parte do passado da administração do crescimento industrial brasileiro feito por políticas de JK, e outras, conseguem ser destrinchadas e analisadas.

Em complemento com o que foi dito, esse projeto também será capaz de compreender as influências que a Volkswagen teve, como uma pioneira, na criação e fortalecimento da própria indústria automotiva brasileira. Ao considerar o papel que marca alemã conquistou dentro do setor automotivo brasileiro, ela realizou uma série de medidas que se desdobraram no estabelecimento de um sólido e independente setor automobilístico interno brasileiro, como a “formação de um dos primeiros complexos industriais do Brasil” (ARAGÃO, 2009), ou então a “nacionalização de 54% da frota de fuscas brasileira” (ARAGÃO, 2009) ou “início da produção de Kombis internamente no Brasil” (ARAGÃO, 2009) etc. Ao analisar os impactos dessas e outras medidas, torna viável uma conclusão sobre qual foi o nível de influência que essa marca teve para o setor automotivo do Brasil e decifra a maneira com que a Volks realizou seu processo de expansão internacional.

Nesse artigo, também é feita a análise sobre a maneira com que o padrão brasileiro de consumo de automóveis mudou nesse período. Ao considerar que as marcas americanas que lideravam o mercado brasileiro por volta de 1940 foram, em pouco tempo, superadas pela Volks por trazer projetos inovadores para o Brasil como a Kombi e o Fusca, e sabendo que a Volkswagen estabeleceu uma série de medidas eficientes que resultaram em não só mais de 40 anos de liderança do mercado brasileiro (PEREIRA e MAIA, 2003) como também na modificação dos métodos de produção usuais aplicados no país até então. Realizar uma análise sobre esses fatores gera a compreensão das razões que justificam o modo atual no qual se

encontra o setor automotivo brasileiro, assim, podendo ter perspectivas de ações futuras para resolução de problemas. (ARAGÃO, 2009)

Ciente do objeto de estudo deste trabalho, o texto buscará responder ao longo de seu desenvolvimento a seguinte pergunta norteadora: **“Como a atuação da Volkswagen durante a Segunda Guerra Mundial influenciou sua expansão internacional e sua relação com o governo de Juscelino Kubitschek no processo de industrialização do Brasil?”**

A pesquisa desse projeto estará pautada em uma abordagem qualitativa analítica de perspectiva histórica, que se focará em materiais como artigos científicos, livros online, revistas e jornais do acervo da Biblioteca Nacional. Na metodologia serão realizadas as seguintes etapas: Primeiramente, haverá o levantamento de alguns materiais que, à primeira vista, possam contribuir com a construção do trabalho. Logo após, será feita a leitura e a peneiragem desses materiais, selecionando apenas aqueles que forem considerados agregadores. Depois, será realizado o fichamento e a análise dos materiais selecionados. Por fim, tanto os conhecimentos quanto as citações adquiridas por todo esse processo serão adicionadas ao trabalho em si.

No primeiro capítulo será apresentada uma contextualização histórica da empresa Volkswagen, buscando compreender como se deu sua criação, sua atuação no exército nazista, sua reestruturação no pós-guerra e seu ingresso no mercado brasileiro. Também será avaliada a imagem que a Volks tinha, num primeiro momento, no Brasil, considerando que, pouco tempo antes de seu primeiro contato com o país, a marca era posse do exército nazista. Além disso, será apresentada uma breve contextualização sobre qual a magnitude da Volkswagen atualmente no setor automotivo brasileiro a fim de compreender a influência da marca no mercado do país.

No segundo capítulo, será contextualizado o crescimento do setor automotivo no Brasil entre os anos de 1950 até 1960, passando, também, por uma rápida explicação de como era a organização deste setor antes desse recorte temporal. Esse capítulo buscará compreender as influências que as políticas de JK e de outros governos tiveram sobre o setor automotivo, buscando relacioná-las, ao mesmo tempo, com a ascensão da Volkswagen no país. Também será analisada as modificações dentro dessa indústria ocasionadas pela Volks Brasil.

No terceiro capítulo, será investigado a fundo a Volkswagen em São Paulo, local onde a primeira instalação da marca foi construída. O bairro Ipiranga em São Paulo foi escolhido como destino e símbolo da chegada oficial da Volks no Brasil. Esse

fato afetou de múltiplas maneiras sociais e, acima disso, industriais o país como um todo e o estado em questão, também. Como objetivo deste capítulo, há a compreensão, identificação e corroboração, através de jornais do acervo da Biblioteca Nacional, de parte dessas mudanças ocorridas na indústria automobilística regional e federal com a chegada da Volks.

2. HISTÓRIA E CONTEXTUALIZAÇÃO DA VOLKSWAGEN

A Volkswagen é uma empresa automotiva de origem alemã pertencente ao Grupo Volkswagen, juntamente com a Porsche e a Audi. De acordo com o Banco de Dados Global de Automóveis, a partir dos anos 2000 o grupo Volkswagen assumiu um papel de extrema participação e relevância mundial, ao obter uma média de receita anual de aproximadamente 270 bilhões de dólares e alcançando o valor de mercado de cerca de 84 bilhões de dólares. Tais fatos colocaram a empresa em segundo lugar global no mercado automobilístico em valor. A Volkswagen é a principal componente desse grupo tanto em receita quanto em hierarquia, por ser a empresa que o fundou, o que demonstra seu tamanho.

2.1 VOLKSWAGEN BRASIL – BREVE CONJUNTURA ATUAL

Por volta do ano de 2003, quando Volkswagen completava mais de 50 anos de atuação no Brasil, o mercado automotivo brasileiro ocupou a posição de o segundo maior comprador de automóveis e autopeças da Volkswagen, apenas atrás do próprio mercado alemão. No mesmo ano, cerca de 9,5% das vendas da marca foram efetuadas em território brasileiro (Pereira e Maia, 2003). Atualmente, com mais de 70 anos de atuação interna no Brasil, a marca possui um total de 13 mil colaboradores e 500 concessionárias e alcançou o número de 24 milhões de automóveis fabricados dentro da indústria brasileira (VOLKSWAGEN, 2025). Só em 2023, a empresa fabricou cerca de 367 mil carros no Brasil de acordo com a Global Reporting Initiative 2023 (GRI, 2023).

Hoje em dia, a Volks Brasil possui 4 fábricas sendo 3 delas encarregadas de produzir veículos e uma com a função de fabricar os motores. A fábrica de Anchieta é responsável pela confecção dos modelos Saveiro, Nivus, Polo e Virtus e em 2023 produziu mais de 166 mil veículos. A fábrica de Taubaté é responsável pelos modelos Polo, Voyage e Gol enquanto a fábrica de Curitiba é responsável pelo modelo T-Cross. Juntas, as duas produziram mais de 200 mil veículos em 2023 (VOLKSWAGEN 2025). A última fábrica, a de São Carlos, é responsável pelos motores e fabricou mais de 400 mil em 2023 (GRI, 2023).

De acordo com os dados de receita da própria Volkswagen, a Volks Brasil representa 80% das vendas de toda a América Latina (GRI, 2025). Foram mais de 149 mil carros emplacados desde o começo de 2025 até junho do mesmo ano, o que faz a empresa ficar em segunda posição dentro do mercado automotivo interno em quantidade de emplacamentos, apenas atrás da Fiat (DETRAN, 2025).

2.2 VOLKSWAGEN HISTÓRIA E INGRESSO NO BRASIL

No ano de 1933, Adolf Hitler, o chanceler da Alemanha, via de alta necessidade diminuir o preço dos automóveis dentro do país com o objetivo de facilitar a construção das famosas AutoBan, estradas que representavam, e representam até hoje, um elemento estratégico do ponto de vista populacional e militar. Assim, expressando essa preocupação, Hitler vai ao Salão do Automóvel em Berlim e discursa em defesa da diminuição de impostos sobre produtos automotivos. Logo após esse discurso o chanceler entra em contato com Ferdinand Porsche, um grande e renomado engenheiro de forte nome na indústria automobilística, e o pede para montar um relatório elencando uma série de características idealizadoras de um carro acessível e versátil. Porsche atende esse pedido e em alguns meses o envia a Hitler, terminado e pronto para se tornar realidade (HUMMES, 2019).

Pouco tempo depois, em 1934, Porsche é chamado por Hitler para se juntar a Indústria Automobilística Alemã do Reich (RDA) e iniciar a laboração de um projeto que se possui exatamente as mesmas características que ele elencou em seu relatório. Com 10 meses de prazo estabelecidos por Hitler, é iniciada a fabricação do primeiro mecanismo do carro. Logo, um problema vem à tona, o mecanismo extrapolou o orçamento instituído para sua fabricação, resultando na suspensão do projeto (HUMMES, 2019).

De acordo com Aragão (2009), apenas no ano de 1937, a ideia de um carro barato e funcional pôde se tornar realidade. Em Wolfsburg, cidade que na época recebeu o nome de Stadt des KdF-Wagens, acontecia uma espécie de cerimônia encabeçada pelo exército nazista que buscava comemorar a inauguração da maior fábrica do mundo sob um só teto. Em meio a essa cerimônia, Adolf Hitler anunciou a criação da KDF-Wagen, empresa responsável pela produção dos famosos fuscas

chamados de KDF. Ainda de acordo com Aragão (2009), o KDF foi um projeto idealizado por Hitler com base no Ford T e projetado por Ferdinand Porsche, que buscava criar um carro de baixo custo, econômico, capaz de transportar 4 pessoas e que fosse refrigerado a ar, sendo essa a idealização funcional do relatório de 1933 de Porsche. No mesmo ano, a empresa foi renomeada, passando a se chamar Volkswagen, nome pensado por um dos diretores do gabinete de Hitler e que significa “carro do povo”.

Ao entrar no período de Segunda Guerra Mundial, a marca passou a ser utilizada para outros fins: “Com a eclosão da Segunda Guerra Mundial o Volkswagen sofreu diversas modificações e passou a ser destinado para diversos usos pelo exército nazista” (ARAGÃO, 2009). O Fusca foi modificado de maneira a atender os requisitos do exército alemão. Foram desenvolvidos projetos anfíbio e blindado muito utilizados no começo da Segunda Guerra, justamente pela sua refrigeração a ar que garantia uma alta capacidade de resistir ao frio intenso sem que houvesse o congelamento do motor, e por sua pequena e resistente carroceria, que aguentava todo tipo de solo e ambiente. Com isso, os fuscas nazistas eram capazes de andar sobre os morros cheios de neve, se camuflando no escuro da noite, ou então nas próprias trincheiras. (ARAGÃO, 2009). Entretanto, na medida que a guerra foi se agravando o governo foi direcionando maior investimento para a compra e produção de equipamentos mais resistentes, otimizados e violentos, como tanques, blindados grandes e aviões. Em decorrência disso, a produção do fusca foi drasticamente reduzida e a Volks quase deixou de existir (HUMMES, 2019).

Assim que acabou a guerra, as instalações da Volkswagen se encontravam nas mãos dos ingleses, que coordenaram sua reabertura e o início de seu funcionamento (ARAGÃO, 2009). Pelo estado físico deplorável que a fábrica se encontrava, com partes destruídas devido a bombardeios do período da guerra, a Inglaterra tentou vender a marca: “A fábrica foi oferecida para os soviéticos que recusaram, e também para Henry Ford, quase de graça, que declarou que a fábrica não valia um níquel.” (ARAGÃO, 2009). Em 1948, a Inglaterra parou de exercer controle em Wolfsburg, assim, deixando a Volkswagen no controle dos alemães novamente, só que dessa vez, de maneira privatizada. (HUMMES, 2019).

Por volta de 1950, no Brasil, José Bastos Thompson, um dos diretores da Brasmotors naquele período, se indagou com o que leu sobre a reconstrução da

fábrica da Volkswagen na Alemanha e, com o objetivo de contribuir com a expansão do setor automotivo brasileiro decadente da época, decidiu apostar em trazer a marca para o Brasil. Então, ele entra em contato com o presidente da Chrysler visando o intermédio da comunicação com a marca alemã. Com êxito, Heinrich Nordhof, presidente da Volkswagen, aceita o “convite” feito por Thompson e ingressa no mercado brasileiro desembarcando, inicialmente, 30 fuscas no porto de Santos. Por sorte, a população brasileira não tinha conhecimento que a marca era posse do exército nazista na época da guerra. Então, a Volkswagen pôde se desenvolver facilmente, livre de preconceitos e ressalvas dos brasileiros (ARAGÃO, 2009).

O fusca foi se sobressaindo em relação aos outros carros e as demandas foram aumentando, o que resultou em 1953, na vinda oficial da Volks para o Brasil. Num pequeno galpão em São Paulo no bairro do Ipiranga foi construída uma fábrica onde se originou a Volkswagen Brasil. Assim, estabelecendo fisicamente a marca dentro da indústria automobilística brasileira, que será drasticamente modificada pela atuação dessa gigante alemã nos próximos anos. (ARAGÃO, 2009 apud Kakatoa e Tavares, 2006).

3. A EVOLUÇÃO DO SETOR AUTOMOTIVO BRASILEIRO – OLHOS PARA A VOLKS BRASIL

De acordo com o Ministério da Infraestrutura (Brasil) a indústria automobilística é um segmento de bens de consumo duráveis que produz automóveis de passeio, veículos comerciais leves, utilitários, caminhões e ônibus. A estrutura industrial é composta principalmente por empresas de grande porte, que operam com alta concentração técnica de produção, gerando significativas economias de escala.

3.1 DESENVOLVIMENTO DO SETOR AUTOMOTIVO - FOCO EM 1940-1960

O período no qual houve a consolidação do setor automotivo no Brasil ocorreu entre os anos de 1956 e 1966 (ELIAS, 2015). No entanto, antes disso exista um sistema considerado como uma espécie de indústria automobilística precária, que fora originada em 1919, com o ingresso da Ford no país. Ela era composta por apenas 2 empresas: a própria Ford e a GM. Ambas adotavam métodos de produção fordistas, que, embora, prezassem por um baixo custo produtivo a comercialização dos automóveis confeccionados por elas era realizada com preços muito elevados em comparação às condições financeiras da população brasileira da época, fato que comprova a ineficiência dessa indústria. Além disso, os carros que essas empresas fabricavam não se encaixavam no perfil consumidor médio do cidadão brasileiro do período, ressaltando novamente a realidade precária do setor automotivo brasileiro da época. Ainda antes de 1919, havia um sistema de importações automotivas, que compreendia tanto as autopeças quanto os automóveis em si, iniciado em 1898, com o primeiro carro importado ao Brasil, um Peugeot. Esse sistema não é considerado um elemento de uma indústria automotiva interna, inclusive, era considerado um empecilho para a criação dela. (FIRME, PAGANI e SANTOS, 2022).

Como já exposto nesse trabalho, a indústria automobilística brasileira é, atualmente, um dos mais importantes campos do setor secundário do país. Entretanto, essa indústria demanda muitos investimentos privados e, principalmente, públicos para se manter competitiva no mercado internacional. Entre os anos de 1994 e 2012, por exemplo, os gastos destinados Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) do setor automotivo superaram o valor bruto de 68 bilhões de reais. (ARAÚJO e VERÍSSIMO,

2015). Quando analisado um recorte temporal mais anterior a esse, é possível se enxergar esse mesmo cenário se repetindo.

Os anos de 1950 a 1980 foram definidos como um período desenvolvimentista do setor automotivo brasileiro. Durante esses anos, muitos investimentos estatais foram direcionados para benefício dessa indústria. Em 1960, por exemplo, durante pleno governo de Juscelino Kubitschek, foi instituída, a partir da criação do Grupo Executivo da Indústria Automobilística (Geia), uma política de proteção de mercado para os veículos manufaturados nacionalmente, com facilidades para a importação de seus insumos industriais (ELIAS, 2015). No campo da regulação cambial, regras como a Instrução Normativa 113, da Superintendência da Moeda e do Crédito - SUMOC, permitiam às montadoras a importação de bens de capital essenciais na montagem dos automóveis, sem necessitar de uma cobertura cambial, o que representava um grande benefício ao setor (SHAPIRO, 2017). Não só isso como também:

as empresas estatais, encarregadas da produção local de insumos garantiram um fornecimento a baixo custo e os bancos públicos atuaram como provedores financeiros, ofertando recursos a taxas subsidiadas para as empresas do complexo automotivo. (SHAPIRO, 2017)

Ainda antes disso, por volta de 1951, no segundo governo de Getúlio Vargas, os primeiros passos para o estabelecimento e a impulsão de uma indústria automobilística independente e desenvolvida no país foram feitos (ELIAS, 2015). Na década anterior, a comercialização de automóveis ainda se dava pela atuação de agentes, pessoas de alto poder aquisitivo que entravam em contato com empresas automobilísticas objetivando negociar a importação de seus automóveis divididos em partes para serem montados dentro do Brasil. As únicas empresas ingressas no país até então eram a Ford cujo ingresso ocorreu em 1919, dando origem a indústria automotiva brasileira ainda não desenvolvida, e a GM, cujo ingresso ocorreu em 1925 (PAGANI, FIRME e SANTOS, 2022). Com o final da segunda guerra mundial, as importações de teor automotivo ficaram extremamente caras e os agentes não conseguiam mais lucrar com a comercialização de automóveis (SCAVARDA e HAMACHER, 2001). Posto isso, Getúlio anunciou a criação da Comissão de Desenvolvimento Industrial (CDI), a Subcomissão de Jipes, Tratores, Caminhões e Automóveis e a Comissão Executiva da Indústria de Material Automobilístico (Ceima). (ELIAS, 2015, apud LATINI 2007). Essa ação, aliada à criação do primeiro complexo industrial de teor automotivo, ocorrida em 1956 seguindo as ideias do Plano de Metas

do governo JK, fez grandes marcas multinacionais do ramo ingressar no mercado do país, consolidando a dita indústria automobilística brasileira independente e desenvolvida.

O Plano de Metas de JK contribuiu de múltiplas outras maneiras com o setor automotivo do Brasil. Através dele, a rede de distribuição de eletricidade, a própria rede de geração de energia elétrica e a porcentagem de energia disponibilizada para a indústria se tornou massivamente maior. Esses fatores energéticos culminaram no aumento da capacidade produtiva de várias indústrias brasileiras, principalmente, pois um dos resultados dessas melhorias foi a baixa no preço da energia. A partir disso, e, tendo em vista que a indústria automobilística já ocupava um bom tamanho dentro do setor secundário da nação, essa reforma refletiu diretamente no aumento da produção de automóveis no país (ELIAS, 2015, apud LATINI 2007).

Outro reflexo do Plano de Metas sobre o desenvolvimento do setor automotivo foi instituir um aumento da verba da rede de transportes urbana brasileira, investindo mais dinheiro no mercado automotivo. Aliado a isso, a conduta do plano fez com que o tema mobilidade urbana se tornasse um tópico de maior relevância na política brasileira. Assim, ocorreu a popularização do consumo de carros, caminhões, ônibus e até de aviões no Brasil, atraindo empresas do ramo automotivo para dentro do país. Ademais, o plano de JK garantiu o crescimento do consumo e exportação petrolífera, mais do que sextuplicando ambos durante o período. Isso favoreceu, e muito, o setor automotivo por ter tornado os combustíveis fósseis, na época os únicos que podiam abastecer os automóveis, um item de consumo popular.

Por último, o plano teve como influência de maior impacto no desenvolvimento do setor automotivo a ampliação das vias estaduais e federais através da meta do plano rodoviário. No período de atuação desse plano, as rodovias federais e estaduais aumentaram em mais do que 48%. Além disso, houve o crescimento de cerca de 55% da rede pavimentada brasileira decorrente da inauguração de novas rodovias. Como consequência de tais fatos, houve um aumento do consumo de carros, motos, caminhões entre outros automóveis terrestres, coisa que impulsionou a visibilidade do mercado brasileiro propiciando o ingresso de novas automotivas no país e a ascensão das que já estavam ingressas, como a Volkswagen. (ELIAS, 2015, apud LATINI 2007)

Figura 1: Juscelino apresentando as principais estradas inauguradas com a meta rodoviária do Plano de Metas no Clube Militar, Rio de Janeiro



Fonte: Acervo Min. Indústria e Comércio/CDI, 1959

Além do plano de metas, Juscelino favoreceu o setor automotivo ao elencá-lo como uma das peças mais importantes da industrialização brasileira (DONA, 2003). De acordo com Oliveira (2020), as relações que a indústria automotiva realiza são imensas. Indiretamente essa indústria ativa muitas outras ao se relacionar com postos de gasolina, oficinas de lacres e placas, seguradoras, consórcios entre outras. Ela também faz uma conexão com os setores primário e terciário por contribuir com a indústria de extração de matéria prima (aço, borracha, alumínio etc.) e com a de serviços (transporte, tecnologia da informação, comunicação etc.). Por isso, inteligentemente, JK deu a essa indústria um bom protagonismo e visibilidade.

Outro ponto de extrema relevância adotado pelos governos da década de 1950, foi a adoção de políticas públicas que visavam a substituição da importação pela produção. Nessa época, a economia brasileira era completamente defasada no setor secundário. Assim, os produtos circulantes no mercado brasileiro eram, praticamente, todos oriundos das indústrias de outros países. Ao perceber isso, tanto Getúlio Vargas quanto Juscelino Kubitschek, iniciaram programas de incentivo à produção/industrialização, que beneficiaram diretamente o setor automotivo e acabaram por diminuir massivamente a atuação dos agentes na comercialização de automóveis (HAMACHER e SCAVARDA, 2001).

Os governos pós-Juscelino mantiveram na década de 60 e começo da década de 70, as políticas de substituição de importação, continuando com a atração de

grandes empresas para dentro do país. Houve, então, no ramo automotivo o ingresso da Fiat, a ascensão da Toyota, que inclusive influenciou a disseminação dos métodos de produção toyotistas na indústria brasileira, e a ascensão, principalmente, da Volkswagen Brasil. (PAGANI, FIRME E SANTOS, 2022). Pode-se dizer, portanto, que todo esse conjunto de manejos econômicos promoveu um resultado relativamente bem-sucedido: “entre os anos 1950 e os anos 1980, o setor tornou-se um dos mais relevantes, chegando a representar 15,6% do PIB industrial, em 1975.” (SHAPIRO, 2017).

3.2 VOLKSWAGEN E SUA INFLUÊNCIA

A Volkswagen, mesmo tendo sido a terceira empresa a ingressar no mercado brasileiro, atrás das já citadas Ford e GM, foi a que mais se beneficiou dentre essas durante esse período. A Volks tirou muito proveito de todos os benefícios das coberturas cambiais instituídas pela SUMOC, de financiamentos públicos a partir de subsídio dos juros bancários, dos baixos impostos adicionados nas matérias primas necessárias para seus produtos e do mercado brasileiro favorável ao seu investimento pelo perfil consumidor apresentado para poder expandir sua fábrica e a produção de veículos internamente no Brasil. Como já mencionado no primeiro capítulo, os projetos da Volkswagen se adequavam muito mais ao perfil consumidor da população brasileira do que os projetos das suas únicas concorrentes a Ford e a GM, justamente por eles serem mais baratos, menores, mais adequados às condições das ruas esburacadas brasileiras, extremamente versáteis, mais econômicos e com uma fácil manutenção. Aliando isso a técnicas industriais e no ramo de marketing eficientes, a Volks Brasil se tornou uma líder de mercado durante o período, alcançando em 1968 a participação de 55% do mercado automotivo, mantendo essa dominância nos demais anos. (KOPPER, 2020)

Segundo Kopper (2020), a atuação da Volkswagen nas décadas de 1950 e 1960 culminou em várias consequências sociais, ocupacionais e econômicas pelo seu protagonismo. Em âmbito social, pode-se dizer que a empresa foi uma das responsáveis por tornar mais acessíveis os carros para a população brasileira. Antes dela, suas concorrentes americanas só produziam carros gigantes e de alto custo, o que não condizia com a realidade populacional brasileira da época. Após a chegada do fusca, esse cenário se modificou por completo, como já apresentado no capítulo

anterior. Além disso, por estar na posição de maior companhia automotiva do mercado interno brasileiro, até então, e por produzir uma enorme quantidade de carros, a Volks demandava de muita mão de obra, ou seja, provia uma grande quantidade de empregos, e ainda provê atualmente.

No âmbito econômico, a Volkswagen também teve muita influência. Evidentemente, pela sua liderança no mercado do período, a Volks contribuiu com o crescimento da indústria automobilística de maneira financeira, tecnológica, estrutural, social, entre muitas outras. Consequentemente, gerando o crescimento do setor secundário da economia brasileira e, ao mesmo tempo, o enriquecimento da nação. Além do mais, como já dito, a indústria automobilística ativa uma série de outras indústria que não necessariamente estão conectadas com o setor secundário econômico. Por isso, é possível se dizer que indiretamente a Volkswagen contribuiu para o crescimento das atividades de serviço no país e nos negócios de extração de matéria prima, bem como a mineração. Assim, a gigante alemã auxiliou no crescimento econômico do Brasil como um todo.

Outra influência que a marca teve internamente na indústria do Brasil, foi a popularização do automobilismo no país. Segundo Elias (2015) o crescimento do setor automotivo gerou por consequência a impulsão e implantação do automobilismo no Brasil. E ao considerar que a Volkswagen foi pioneira no desenvolvimento desse setor, então, ela indiretamente foi um ator que acarretou o ingresso do automobilismo no país, contribuindo para a economia da nação por trazer uma nova fonte de arrecadamento industrial pro Brasil.

4. VOLKSWAGEN EM SÃO PAULO

De acordo com o jornal *Brasil-Oeste* (1960) a Volkswagen do Brasil foi fundada no dia 23 de março de 1953, iniciando sua produção de automóveis em outubro do ano seguinte. No começo, a média diária de carros montados pela marca era de apenas 8 por dia, e realizado em um galpão alugado no bairro do Ipiranga em São Paulo. Seis anos após, quando a Volkswagen-Brasil já havia construído suas próprias instalações no município de São Bernardo do Campo, na via Anchieta, já haviam produzido mais de 31 mil automóveis com um elevado índice de nacionalização.

Esse crescimento produtivo brusco não se deu de maneira simples, a empresa passou por vários momentos difíceis nesse meio tempo. Voltando para 1953, a Volkswagen havia inicialmente desistido de montar sua fábrica própria no Brasil por encontrar dificuldades na inversão cambial (JORNAL EU SEI TUDO, 1953). No entanto, houveram ações políticas, que já foram apresentadas no segundo capítulo, cruciais para a desistência de tal decisão, bem como: o forte investimento no ramo automotivo oriundo dos planos dos governos de Vargas e JK, que fizeram o mercado brasileiro se tornar, no período, extremamente propício para o desenvolvimento de empresas automotivas; as muitas vantagens financeiras referentes a indústria automobilística implementadas através das políticas cambiais da SUMOC e de baixas nos impostos e nas taxas de juros para empresas do ramo automotivo; a inauguração de múltiplos órgãos e sub organismos que tinham como objetivo facilitar a integração das automobilísticas no mercado e efetuar investimentos diretos, como o Ceima e o CID. Essas ações, aliadas a um investimento que JK efetuou diretamente na Volkswagen a partir de uma verba mobilizada a ela e com o fato de os carros da empresa terem caído no gosto do povo foram os principais fatores que ocasionaram a perpetuação da Volks no Brasil (JORNAL O OBSERVADOR, 1958).

Importante de se mencionar que, ainda em 1953, é inaugurado um novo projeto econômico no Brasil que consistia em estabelecer a exportação de 25 unidades de veículos do tipo “Jeeps” ao Chile, com a meta de alcançar no ano seguinte o montante de 2500 unidades exportadas ao país (JORNAL O OBSERVADOR, 1958). Tal projeto é a clara prova de que todas as políticas direcionadas para a ascensão da indústria automobilística supracitadas no parágrafo anterior tiveram êxito, caso contrário, o Brasil ainda seria um simples importador de veículos terrestres e não um produtor capaz até de exportá-los. Isso corrobora que, de fato, as empresas automotivas, bem

como a Volkswagen, se beneficiaram das múltiplas ajudas dos investimentos governamentais no mercado e conseguiram catapultar sua produção e, conseqüentemente sua arrecadação. (JORNAL O OBSERVADOR, 1958)

Após superar os desafios que levaram a desistência da Volkswagen construir sua fábrica no Brasil, a empresa no ano de 1955, convencida de que o país representava um promissor mercado, compra no Km 23,5 da Via Anchieta seu primeiro terreno. Em outubro do mesmo ano as obras do prédio principal da marca no país se iniciam, sendo concluídas um ano depois, em 1956. Durante esse período, a Volkswagen tinha uma média de produção diária de 20 automóveis, sendo esses compostos por apenas 25% de materiais oriundos da indústria nacional (JORNAL BRASIL-OESTE, 1960).

Durante os anos de construção do prédio da Volks, o setor automotivo passou por uma série de transformações e ganhou força. O Geia anunciou o início de produção de múltiplas empresas, a chegada da Alpha Romeu, a ascensão da Mercedes-Benz, Toyota, Honda entre muitas outras. Também houve o aumento de produção de chapas de aço, que barateou fortemente o custo de produção de todos os tipos de automóveis do Brasil, fazendo o país se tornar o nono maior produtor de automóveis mundial (JORNAL O OBSERVADOR, 1958). Aliado a tudo isso, ocorreram dois grandes marcos para o setor automotivo em 1957, que se relacionam diretamente com a Volkswagen. O primeiro deles foi o início da consolidação do primeiro complexo industrial de teor automotivo do país, em São Bernardo do Campo, na Via Anchieta justamente região que se localizava o terreno da Volkswagen. Tal complexo teve o início de sua consolidação no ano de 1956, mas, foi apenas inteiramente proclamado com o fim da construção da fábrica da gigante alemã. E o segundo marco, foi a implantação da, antes, inimaginável meta da produção de automóveis 100% nacionalizados até 1960 do Plano de Metas. Esse marco fora unicamente protagonizado pela Volkswagen graças as visionarias políticas de JK que enxergaram que a marca era a automotiva mais adequada ao perfil brasileiro e investiu diretamente nela para que ela crescesse (JORNAL ILUSTRAÇÃO BRASILEIRA, 1957).

Dessa maneira, em 1959, quando foi concluída a construção da fábrica da Volkswagen e consolidado o primeiro complexo automotivo do país, a marca quintuplica sua antiga produção, chegando a 100 veículos feitos diariamente completamente nacionalizados. (JORNAL BRASIL-OESTE, 1960).

A partir de 1960, a Volkswagen começou a decolar dentro dos mercados paulista e nacional. Só para se mensurar, no mesmo ano, a Volks-Brasil pagou em impostos o equivalente a mais que o montante individual arrecadado pelos seguintes estados: Mato Grosso, Sergipe, Alagoas, Paraíba, Rio Grande do Norte, Piauí, Maranhão, Pará e Amazonas (JORNAL BRASIL-OESTE, 1960). Além de contribuir, e muito, diretamente para a prosperidade do estado de São Paulo e da nação, a marca também impactou tecnologicamente o Brasil. A Volkswagen importou uma tecnologia ainda não presente no país chamada de Remac-305, uma espécie de computador utilizado na sede principal da Volks na Alemanha. Assim, profissionais brasileiros foram treinados para operar esses dispositivos e automatizar a produção e venda da empresa, acarretando a mudança dos padrões de organização de trabalho presentes no Brasil, até então, pela automatização e independência de parte da mão-de-obra humana, sem contar que tal fato resultou na especialização do trabalho de múltiplos profissionais brasileiros, especialmente os engenheiros paulistas (JORNAL O OBSERVADOR, 1959).

De acordo com Albuquerque (2013), a revista carro antigo e a matéria Motor1 uol. no dia da inauguração da fábrica, JK esteve presente e passeou pela sede em um dos primeiros fuscas conversíveis de produção inteiramente nacional. A imagem a seguir captura esse exato momento:

Figura 2: Juscelino Kubitschek comemorando a inauguração da fábrica da Volkswagen na via Anchieta em 1959



Fonte: Acervo histórico da Volkswagen Brasil, 1959

Esse momento diz muito mais do que uma simples comemoração da inauguração de uma fábrica, esse momento é a captura de um novo período tanto para a Volkswagen quanto para o próprio setor automotivo brasileiro. Ao relacionar essa imagem com tudo o que foi visto no primeiro e segundo capítulos, é possível concluir que a inauguração dessa fábrica em São Bernardo do Campo foi o mais claro exemplo da evolução econômica que o país estava passando na época. Todos os programas econômicos implementados com as políticas de JK que presavam pela industrialização e crescimento econômico do país, e todo o esforço governamental em prol da indústria automobilística culminaram na construção dessa sede da, até então, dona de mais do que a metade do mercado automotivo brasileiro, a Volkswagen.

Juntamente a isso, o estado de São Paulo se vê mais uma vez como figura importante na história, servindo de cenário para o progresso brasileiro. Afinal, a via Anchieta foi escolhida por JK como o local de origem do primeiro complexo automotivo do país, não só por ser um ponto estratégico perto da metrópole paulista e, consequentemente, de muitas outras indústrias e refinarias de matérias primas, como também pela própria Volkswagen ter escolhido essa localidade como ponto para a construção do seu prédio principal. Heinrich Nordhof, presidente da Volkswagen mundial e diretor da Volkswagen-Brasil, havia apostado em levar a marca para o bairro

do Ipiranga em 1953, justamente por conta de São Paulo, tanto como município quanto como estado, ser a maior referência nacional de progresso. Ou seja, toda essa narrativa gira em torno da ideia de São Paulo como o estado da evolução (JORNAL BRASIL-OESTE 1960).

Com tudo isso, de um modo geral, a atuação da Volkswagen em São Paulo acarretou, mais uma vez na história, o protagonismo do estado pelo mesmo desempenhar o papel de “local do progresso brasileiro” e servir como um marco da industrialização automotiva. Além disso, promoveu a concentração de empresas automotivas em São Bernardo do Campo, já que a marca contribuiu com a consolidação do complexo de Anchieta. Ademais, levou especialização da mão de obra paulista, considerando que a Volkswagen tinha posse de tecnologias ainda não encontradas em outras fábricas do mercado local.

CONCLUSÃO

A partir de tudo o que foi dito neste trabalho é possível se concluir, em primeiro lugar, que o processo de desenvolvimento do setor automotivo brasileiro ocorrido nas décadas de 1940 a 1960, representou um enorme símbolo na formação da economia do país. O ingresso da Volkswagen e sua ascensão no mercado do Brasil durante esse período foram fatores de grande relevância para que tal fato acontecesse. A chegada da montadora alemã, incentivada pelas políticas de industrialização de Getúlio Vargas e Juscelino Kubitschek, impulsionou a modernização produtiva e tecnológica do país, contribuindo para a consolidação de um complexo industrial sólido e competitivo.

A Volkswagen desempenhou um papel fundamental na integração do Brasil à lógica industrial, ao mesmo tempo em que patrocinou financeiramente o crescimento econômico e a geração de empregos na região do ABC paulista. Assim, o estudo evidencia que o avanço do setor automotivo foi determinante para a transição do Brasil, fazendo o país sair de uma economia predominantemente agrária e majoritariamente pautada na importação de produtos, para uma nação industrializada, consolidando a indústria automobilística como ator de transformação e desenvolvimento nacional.

Também, pode-se concluir que os anos de expansão internacional da Volkswagen dentro do Brasil culminou em um absurdo crescimento da própria empresa. A marca conseguiu se desenvolver dentro da indústria brasileira de forma que em menos de 5 anos após seu ingresso ela superou as antigas líderes de mercado locais, a Ford e GM, e em cerca de 15 anos de atuação ela se tornou a detentora de mais de 55% das vendas de todo o mercado do ramo automotivo. Tais fatos, fizeram com que a visibilidade da marca, e a sua influência mundial se tornassem maiores.

A partir disso, foi possível enxergar que como principais motivações que ocasionaram esse crescimento abrupto da Volkswagen, fazendo a empresa em pouco tempo se tornar a maior automotiva da indústria automobilística brasileira, há, em primeiro lugar, as múltiplas políticas públicas articuladas tanto por Vargas quanto por JK que deram às empresas do setor automotivo uma série de ajudas para se desenvolverem sem dificuldade internamente no país, como facilitações na inversão

cambial, a diminuição de impostos perante insumos necessários para tais empresas, baixas nos juros dos empréstimos feitos por companhias do ramo, a criação de múltiplos órgãos e sub organismos que tinham como propósito serem vetores para financiamentos estatais direcionados para a integração das automotivas ao mercado etc. A Volks usufruiu muito dessas políticas, bem como demais empresas, para conseguir se desenvolver rapidamente e alavancar sua produção.

Em segundo lugar, o crescimento da Volkswagen também se explica pelos investimentos efetuados diretamente na empresa. JK, inteligentemente, mobilizou uma verba para ser quase que doada a Volkswagen, como mencionado no segundo e terceiro capítulos. Tal ação só foi realizada pois o presidente percebeu que os projetos da Volks se adequavam muito bem as demandas populacionais brasileiras, sendo carros baratos, de médio/pequeno porte, versáteis, econômicos em comparação a outros do mercado, de fácil manutenção, resistentes entre outras características. Dessa maneira, a empresa pode se desenvolver muito mais facilmente e, para melhorar sua situação, com uma preferência do mercado aos seus produtos.

Ademais, o Plano de Metas e todas as suas reformas na infraestrutura territorial, econômica e política brasileira, bem como na rede de geração e distribuição de energia, na verba da rede de transportes urbana aumentada, na impulsão do tema mobilidade urbana na política brasileira, no crescimento do consumo e exportação petrolífera e na ampliação das vias estaduais e federais a partir da meta do plano rodoviário, são fatores que justificam esse crescimento extremo da Volks. Junto a isso, há também as políticas de substituição da importação, que alavancaram, através de medidas favoráveis ao crescimento industrial, a produção interna do setor secundário brasileiro como um todo, repercutindo positivamente no setor automotivo e na maior empresa que o compunha, a Volkswagen.

Aliado a tudo isso, ainda há um outro fator que foi crucial para a justificativa da ascensão da Volks. O fato de a marca ter escolhido São Paulo como ponto de chegada e local de estabelecimento de sua sede. Tal ação gerou variadas vantagens para a empresa, como: estar próxima de uma metrópole que oferece bastante mão-de-obra especializada e não especializada; um ponto estratégico próximo de várias indústrias do setor primário e secundário; um grande mercado consumidor; condições ocupacionais e políticas favoráveis ao desenvolvimento industrial etc.

REFERÊNCIAS

Fontes Primárias:

BRASIL. Ministério da Infraestrutura. *Projeção de demanda e carregamento da malha*. Disponível em: <https://www.gov.br/infraestrutura/pt-br/centrais-de-conteudo/2-8-pdf/%40%40download/file/2-8.pdf>. Acesso em: 20 out. 2025.

JORNAL BRASIL-OESTE. Em fase de expansão a Volkswagen do Brasil. *São Paulo*, p. 50, 1960. Disponível em: https://hemeroteca-pdf.bn.gov.br/081370/per081370_1959_00050.pdf. Acesso em: 06 set. 2025.

JORNAL EU SEI TUDO. 29 - Quinta-feira. *São Paulo*, p. 439, 1953. Disponível em: https://hemeroteca-pdf.bn.gov.br/164380/per164380_1953_00439.pdf. Acesso em: 06 set. 2025.

JORNAL ILUSTRAÇÃO BRASILEIRA. O Brasil vai fabricar automóveis. *São Paulo*, p. 248, 1957. Disponível em: https://hemeroteca-pdf.bn.gov.br/107468/per107468_1957_00248.pdf. Acesso em: 06 set. 2025.

JORNAL O OBSERVADOR. A Volkswagen terá o Remac-305. *São Paulo*, p. 281, 1959. Disponível em: https://hemeroteca-pdf.bn.gov.br/123021/per123021_1959_00281.pdf. Acesso em: 06 set. 2025.

JORNAL O OBSERVADOR. Chapas de aço. *São Paulo*, p. 272, out. 1958. Disponível em: https://hemeroteca-pdf.bn.gov.br/123021/per123021_1958_00272.pdf. Acesso em: 06 set. 2025.

JORNAL O OBSERVADOR. Jeeps para o Chile. *São Paulo*, p. 272, out. 1958. Disponível em: https://hemeroteca-pdf.bn.gov.br/123021/per123021_1958_00272.pdf. Acesso em: 06 set. 2025.

JORNAL O OBSERVADOR. Navios para reter dólares. *São Paulo*, p. 272, out. 1958. Disponível em: https://hemeroteca-pdf.bn.gov.br/123021/per123021_1958_00272.pdf. Acesso em: 06 set. 2025.

VOLKSWAGEN DO BRASIL. *Site institucional da Volkswagen Brasil*. Disponível em: <https://www.vw.com.br/> Acesso em: 9 jun. 2025.

Fontes Secundárias:

ALBUQUERQUE, Carlos. *Volkswagen completa 60 anos de atividades no Brasil*. Revista DW, 22 mar. 2013. Disponível em: https://www.dw.com/pt-br/volkswagen-completa-60-anos-de-atividades-no-brasil/a-16648168?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 24 ago. 2025.

ARAGÃO, Danilo Forte. *Marcas amadas: caso Fusca*. Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas – FATECS, Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, Brasília, DF, 15 de junho de 2009. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1948/2/20533750.pdf>. Acesso em: 8 abr. 2025

ARAÚJO, Vanessa Marzano e VERÍSSIMO, Michele Pollin. Desempenho da indústria automobilística brasileira no período 2000-2012: uma análise sobre a hipótese de desindustrialização setorial. *Economia e Sociedade: Campinas*, v. 24, n. 1 (53), p. 151-176, abr. 2015. DOI: 10.1590/1982-3533.2015v24n1art6. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ecos/a/tkK8zVrF3bhqhC3gkf4kmWt/?format=html&lang=pt>. Acesso em: 24 ago. 2025.

CARROANTIGO. Curiosidades sobre carros nacionais e a chegada da Volkswagen no Brasil. Disponível em: https://carroantigo.org/portugues/conteudo/curio_nacionais_vw.htm. Acesso em: 24 ago. 2025.

DAUBT, Gabriel e WILLCOX, Luiz. Indústria automotiva S.A. In: PUGA, Fernando Pimentel; CASTRO, Lavínia Barros de (Org.). **Visão 2035** : Brasil, país desenvolvido : agendas setoriais para alcance da meta. 1. ed. Rio de Janeiro: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, 2018. Disponível em: [Biblioteca Digital do BNDES: Visão 2035: Brasil, país desenvolvido : agendas setoriais para alcance da meta](#) Acesso em: 23 jun. 2025.

DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO DE SÃO PAULO (Detran.SP). *Novo Portal Detran-SP*. Disponível em: <https://www.detran.sp.gov.br/detransp> Acesso em: 9 jun. 2025.

DONAS, Janaina de Paula Pereira Carrilho. *Ganhos em competitividade em função de políticas estratégicas: um estudo de caso do setor automotivo brasileiro*. 2003. Monografia (Graduação em Relações Internacionais) — Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, Brasília, 2003. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/9772/1/20016943.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2025

ELIAS, Rodrigo e TELLES, Silvio. A indústria nacional de automóveis e o automobilismo brasileiro: contrastes entre o Rio de Janeiro e São Paulo de 1956 a 1966. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, São Paulo, v. 37, n. 2, p. 299-318, abr.-jun. 2015. DOI: 10.1016/j.rbce.2015.02.004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbce/a/4fhyk7m8RWBVdypvd7Ft5rx/?lang=pt>. Acesso em: 23 ago. 2025.

FIRME, Vinícius, PAGANI, Pedro e SANTOS, Matheus . Determinantes da demanda do setor automobilístico brasileiro: uma análise empírica. *Estudos Econômicos*, v. 40, n. 1, p. 157-188, jan./mar. 2010. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0101-41612010000100007>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ee/a/KVvZX4x63tRKsGJZxFqthNb/?lang=pt>. Acesso em: 23 ago. 2025.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE. Site institucional da GRI. Disponível em: <https://www.globalreporting.org>. Acesso em: 9 jun. 2025.

HAMACHER, Sílvio e SCAVARDA, Luís . Evolução da cadeia de suprimentos da indústria automobilística no Brasil. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 5, n. 2, p. 7-32, mai./ago. 2001. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1415-65552001000200002>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/GwLRhvp36JFMg4kFbs9nsdx/?lang=pt>. Acesso em: 23 ago. 2025.

HUMMES, Anna Paula. *A influência da tecnologia da montadora alemã Volkswagen no setor automotivo brasileiro*. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comércio Internacional) — Universidade de Caxias do Sul, Campus Universitário da Região dos Vinhedos (CARVI), Bento Gonçalves, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/5073/TCC%20Anna%20Paula%20Hummes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 14 jun. 2025

MAIA, Marta e PEREIRA, Susana. *Os modelos de relacionamento adotados na indústria automobilística brasileira: o caso vw*. 2003. Disponível em: https://www.academia.edu/26907867/Os_Modelos_De_Relacionamento_Adotados_Na_Ind%C3%BAstria_Automobil%C3%ADstica_Brasileira_O_Caso_VW Acesso em 9 jun. 2025.

MOTOR1 UOL. Volkswagen comemora os 65 anos de seu complexo industrial na Via Anchieta. Disponível em: <https://motor1.uol.com.br/features/741403/volkswagen-65-anos-anchieta/>. Acesso em: 24 ago. 2025.

OLIVEIRA, Maximiliano Gonetecki de. *Identificação dos fatores críticos de sucesso das concessionárias de automóveis de passeio*. 2020. Tese (Doutorado em Administração) — Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-13102020-151243/publico/MaximilianoGoneteckideOliveiraCorrigida.pdf>. Acesso em: 23 ago. 2025.

SCHAPIRO, Mario G. O estado pastor e os incentivos tributários no setor automotivo. *Revista de Economia Política*, São Paulo, v. 37, n. 2, p. 299-318, abr.-jun. 2017. DOI: 10.1590/0101-31572017v37n02a10. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rep/a/H6TPfZBvdSt46x36RSnFDfr/?lang=pt>. Acesso em: 23 ago. 2025.

KOPPER, Christopher. *A VW do Brasil durante a ditadura militar brasileira 1964-1985: uma abordagem histórica / Relatório conjunto “Direitos Humanos, Empresas e Justiça*

de Transição: O papel da Volkswagen do Brasil na repressão política durante a ditadura militar". São Paulo: Ministério Público do Estado de São Paulo / Ministério Público Federal, out. 2020. Disponível em: https://www.estadao.com.br/blogs/blog/wp-content/uploads/sites/41/2020/09/relatorio-christopher-kopper-1_230920201413.pdf. Acesso em: 24 ago. 2025.