

Como 99 e iFood querem construir a 'BYD das motos elétricas' no Brasil

Empresas deixam de investir apenas na eletrificação das frotas para criar uma cadeia industrial, que inclui desenvolvimento e produção de motocicletas

Por **Vinicius Montoia** | 31/07/2026 | 09h00



Com o aumento de entregas por aplicativos, milhões de trabalhadores utilizam motos no dia a dia. Foto: Gabriela Biló/Estadão

A eletrificação das motos no Brasil pode ganhar um impulso parecido com o que a BYD deu ao mercado de carros elétricos. Mas, desta vez, quem está puxando o movimento não é uma montadora tradicional.

Em vez de simplesmente comprar motocicletas para abastecer suas frotas de entregadores e motoristas, 99 e iFood, dentre outras empresas, decidiram atacar um problema maior: a falta de uma indústria — ou o fato de existirem iniciativas ainda muito incipientes — preparada para produzir motos elétricas adaptadas à realidade brasileira.

600 mil motos elétricas

A estratégia passa pela criação de um fundo de investimentos administrado pela YvY Capital, que pretende captar R\$ 304,5 milhões. Com esse montante, as empresas pretendem financiar projetos que, segundo elas, poderão destravar, posteriormente, mais de R\$ 5 bilhões em investimentos industriais na próxima década.

O objetivo é colocar 600 mil motocicletas elétricas em circulação até 2035, além de criar uma cadeia produtiva nacional envolvendo baterias, motores, eletrônica embarcada, infraestrutura de troca de baterias e até novas fábricas.



99 e iFood querem fomentar motos elétricas nas entregas. Foto: Tiago Queiroz/Estadão

Mas, ao contrário do que pode parecer, o dinheiro não será usado para erguer imediatamente uma fábrica de motos.

Segundo Bruno Aranha, Chief Venture Officer (CVO) da YvY Capital — responsável por identificar e desenvolver novos negócios —, a missão do fundo é reduzir o risco de quem pretende investir no setor.

"Quando investimos cerca de 5% a 7% no desenvolvimento de um projeto industrial, conseguimos viabilizar os outros 95%. A lógica do fundo é justamente essa: investir aproximadamente R\$ 300 milhões para destravar algo próximo de R\$ 5 bilhões em investimentos privados."

— Bruno Aranha, CVO da YvY Capital

Hoje, 99 e iFood já aportaram mais de R\$ 45 milhões cada como investidores-âncora do fundo. A gestora, por sua vez, continua negociando a entrada de fabricantes de baterias, montadoras, instituições financeiras e empresas de tecnologia para atingir o valor previsto.

O problema não era vender motos. Era criar uma indústria

Quando lançou sua Aliança pela Mobilidade Sustentável, em 2022, a 99 acreditava que repetir nas motos o sucesso obtido com os carros elétricos seria relativamente simples. Não foi.



Com fundo, 99 quer repetir no setor de motos a eletrificação que fomentou entre os automóveis. Foto: Divulgação/99

Segundo Thiago Hipólito, diretor de inovação da empresa, o maior obstáculo não estava na demanda, mas na ausência de uma cadeia produtiva preparada para atender o mercado brasileiro.

"Nós imaginávamos que seria até mais rápido do que aconteceu com os carros. O veículo custa menos, parecia um negócio mais simples. Mas descobrimos exatamente o contrário: a complexidade operacional da moto elétrica é muito maior."

— Thiago Hipólito, diretor de inovação da 99

A principal diferença, segundo ele, é que o mercado de automóveis já contava com fabricantes globais preparados para fornecer produtos competitivos. Nas motos, isso simplesmente não existia.

"Não encontramos uma 'BYD pronta' para o Brasil. Tivemos que voltar vários passos e começar pelo desenvolvimento do produto", afirma o executivo em exclusividade para o Jornal do Carro.

Nem toda moto elétrica chinesa serve para o Brasil

É justamente aí que entra outro ponto pouco conhecido do projeto. Ao longo dos últimos anos, a 99 passou a colocar diferentes motos elétricas para rodar com entregadores e motociclistas profissionais.

Segundo a companhia, foi criada uma equipe dedicada exclusivamente aos chamados "road tests", submetendo os modelos a condições reais de uso.

As motos enfrentaram ladeiras, ruas esburacadas, transporte de passageiros, jornadas superiores a 100 quilômetros por dia e ciclos repetidos de troca de baterias. Depois, os pilotos eram entrevistados e todas as informações retornavam aos fabricantes.

"O nosso papel não é dizer como fabricar uma moto. Nosso trabalho é entender a experiência do usuário e levar esse conhecimento para quem desenvolve o produto", garante Hipólito.

Foi justamente esse processo que revelou um problema importante: grande parte das scooters elétricas produzidas na China foi desenvolvida para centros urbanos relativamente planos, com deslocamentos curtos e cargas leves.

No Brasil, especialmente em cidades como São Paulo, a realidade é completamente diferente. É preciso transportar passageiros, subir ladeiras, enfrentar asfalto irregular e rodar centenas de quilômetros por dia. E muitas motos ainda são responsáveis pelo transporte de botijões de gás e outros itens ainda mais pesados.

"Precisávamos desenvolver uma moto que respeitasse a infraestrutura brasileira", revela o diretor de inovação da 99. E é aí que deveria entrar uma marca que pudesse desenvolver esse veículo criado exclusivamente para atender demandas locais.

Parceria com a Yadea para motos elétricas

Esse desenvolvimento deverá acontecer em parceria com a chinesa Yadea, uma das maiores fabricantes mundiais de scooters elétricas. A ideia, entretanto, não é simplesmente importar um modelo pronto.

Segundo os executivos, a proposta é adaptar os projetos existentes às necessidades do mercado brasileiro antes mesmo de iniciar uma produção em larga escala. Isso inclui mudanças na autonomia, resistência estrutural, tamanho das rodas, capacidade de carga e integração com sistemas de troca rápida de baterias.

Muito além da motocicleta

Ao contrário do que acontece na indústria tradicional, o projeto não pretende criar apenas uma fabricante ou uma parceria com a Yadea para vendas de motos mais baratas para colaboradores do iFood e 99. A ideia é, segundo Hipólito e Aranha, montar um ecossistema.

Cada iniciativa pode reunir locadoras, fabricantes, bancos, empresas de telemetria, operadores de infraestrutura de troca de bateria, plataformas digitais e investidores.

Segundo Thiago Hipólito, dificilmente um único elo conseguiria desenvolver sozinho esse mercado.

"Quando olhamos uma operação completa, temos fabricante, locadora, financiador, telemetria, infraestrutura para troca de baterias e vários outros participantes. Não faz sentido cada empresa tentar resolver isso isoladamente", diz o executivo.

Por isso, um dos papéis da YvY será justamente conectar esses diferentes agentes e administrar os anseios de cada um.

Um sistema aberto, e não exclusivo

Apesar de o projeto nascer dentro da Aliança pela Mobilidade Sustentável, formada por 99, iFood e dezenas de empresas parceiras, a intenção não é criar uma plataforma fechada.

A lógica é que diferentes fabricantes possam utilizar a infraestrutura criada. É como, por exemplo, se todas as montadoras de carro utilizassem apenas um tipo de carregador, facilitando a vida do usuário.

O objetivo é evitar que cada empresa desenvolva sua própria bateria, sua própria estação de troca e seus próprios padrões tecnológicos. Na prática, a intenção é construir uma plataforma comum capaz de acelerar toda a indústria. É uma estratégia parecida com a que ajudou a consolidar o mercado de carros elétricos lá na China.

Trocar a bateria no lugar de recarregar

A troca de bateria, portanto, vira peça-chave. E isso só foi possível perceber com o aprendizado importante vindo da operação diária. Nos automóveis elétricos, o motorista normalmente recarrega o veículo durante períodos de inatividade.



Projeto aposta em sistema de troca rápida de baterias para dar viabilidade ao uso profissional. Foto: iFood/Divulgação

Nas motocicletas utilizadas por entregadores, isso inviabiliza a utilização dela para trabalho. Quem roda o dia inteiro não pode esperar horas até a bateria carregar. Portanto, a solução encontrada foi apostar na troca rápida de baterias.

Em vez de recarregar, o motociclista substitui a bateria descarregada por outra totalmente carregada em poucos minutos. Segundo Hipólito, esse sistema será essencial para tornar o modelo economicamente viável.

Ao mesmo tempo, ele reconhece que essa dependência cria outro desafio: construir uma infraestrutura suficientemente grande para atender milhares de motociclistas.

Produção nacional ainda está em estudo

Na entrevista, muito se falou em montar uma fábrica no país. Contudo, o fundo (YvY Capital) também ainda não definir onde deverá nascer essa futura cadeia industrial. A Zona Franca de Manaus aparece naturalmente como uma das candidatas, mas não é a única.

Segundo Bruno Aranha, estados como São Paulo e Santa Catarina também estão sendo avaliados. Outro ponto ainda em aberto é o grau de nacionalização.

A tendência é que o projeto comece utilizando componentes importados e, gradualmente, incorpore fornecedores brasileiros conforme o mercado ganhar escala.

"Não acreditamos em um modelo estático. O caminho natural é começar com maior dependência externa e aumentar o conteúdo nacional à medida que a produção cresce", define Aranha.

O foco é renda, não apenas sustentabilidade

Tudo isso parece muito lindo na teoria, mas falta a prática de convencer os profissionais que ficam sentados horas e horas em cima de uma motocicleta para ganhar a vida. Hoje existem cerca de 30 milhões de motos em circulação no Brasil. Desse total, aproximadamente 3 milhões geram renda em plataformas de entrega e transporte, o que corresponde a aproximadamente 10% da frota.

Segundo os dois executivos, são justamente esses usuários que mais podem se beneficiar da redução dos custos operacionais. Segundo estimativas da própria iniciativa, motos elétricas podem reduzir entre 30% e 60% os gastos com combustível e manutenção.

"O benefício ambiental é importante, mas existe outro igualmente relevante: aumentar a renda líquida do entregador e do motociclista profissional", resume Hipólito.