



Jornal

40 ANOS

Savassi

www.jornaldasavassi.com.br

Life Style
Sociedade
Cultura
Gastronomia



IMPRESSO & ONLINE - Desde 1985 - Ano XL - Nº 706 - O Jornal de Belo Horizonte - Semanas de 01/10 a 15/10/2025

PHV Engenharia e CSul lançam Hyde Park na Lagoa dos Ingleses



Uma tarde especial no restaurante “Topo do Mundo”



AUTO
review

Novo Nissan Kicks

Lançamento



Halloween Rock Experience



O Clube Labareda, em Belo Horizonte, se prepara para receber o Halloween Rock Experience, na sexta-feira, 31 de outubro, a partir das 20h, com uma programação que vai até as 4h da manhã. A noite promete ser uma das mais marcantes do ano para os amantes do rock e das festas temáticas.

Com uma ambientação totalmente inspirada no Halloween, o evento contará com personagens realistas, decoração imersiva e um

line-up de peso, que reúne grandes nomes da cena musical mineira. O destaque da noite será Podé, voz que marcou uma geração à frente da banda Tianastácia, trazendo um show eletrizante com os maiores sucessos da sua trajetória. Completando o line-up, sobem ao palco as bandas Cash, uma das referências do pop rock em BH, e Sinal Vermelho, garantindo um repertório cheio de energia e nostalgia.



Grupo JS de Comunicação

Editor Diretor Presidente - Publisher
João Euclides Prata Salgado

Editora - Diretora Executiva
Danielle Fink Salgado - DRT/MG 16.872

Fotografia
João Salgado - Alberto Wu

Executivo de Publicidade
Mauro Camporallis

Serviços de Diagramação
Eduardo Leite

Coordenação Geral
Sueli Araújo

Diretor Jurídico
Dr. Aprígio Salgado Filho

Jornal da Savassi®
Fundador: João E. P. Salgado



Editor e Diretor
João E. P. Salgado

Diretor Comercial
Mauro Camporallis

Editora - Diretora Executiva
Danielle Fink Salgado - DRT/MG 16.872

Editorias/Colaboradores
Lena Brandão - Alberto Wu - Cadu Brandão

Comercial - Contato
js@jornaldasavassi.com.br

Editoração
Eduardo Leite

Coordenação Geral
Sueli Araújo

www.jornaldasavassi.com.br
www.autoreview.com.br

Distribuição: Assinantes (Belo Horizonte, São Paulo, Brasília, Rio, Curitiba, Salvador, Belém, Manaus), Lojistas da região da Savassi, maisons, restaurantes finos, pubs, cafés, clubes, academias, salões de beleza, Shoppings - Pátio Savassi, Estação Sul, Falls, Wood's, 5ª Avenida, Diamond Mall e Residências "VIP" das regiões da Savassi, Mangabeiras, Lourdes, São Pedro, Carmo, Sion, Anchieta, Belvedere, Santa Lúcia, São Bento, Luxemburgo, Cidade Jardim, Santo Antônio, Santo Agostinho e Condomínios da região de Nova Lima, Pampulha e Lagoa Santa

Jornal da Savassi, Savassi News, Flash Vip, Savassi FM e TV JS são marcas devidamente registradas no INPI desde 1986 e NICBr desde 1996

JS Comunicação Sociedade Civil LTDA
Copyright © 2025

CNPJ: 73.999.252/0001-40 - Insc. Municipal: 200.248/001-4
js@jornaldasavassi.com.br

As matérias assinadas são de inteira responsabilidade de seus autores

Redação: Avenida 31 de Março, 1060 - Loja 12
Coração Eucarístico - Belo Horizonte - MG
Telefone: 31 97201-0018

Oktoberfest do Forja



A Forja Taverna Medieval anuncia seu Oktoberfest programado para acontecer no domingo, 26 de outubro, a partir do meio dia, com diversas atrações. Além da atmosfera que te faz viajar aos tempos da idade média, a casa oferecerá chopes especiais, como o especial da casa, da cervejaria Uaimi, Padri e Paulaner. No palco, Banda: Kikco Campos e Bardo Pedro e o Lobo com música típica medieval. Haverá drink games, interações com bobo da corte e o tradicional arremesso de machado. Tem ainda sorteio de kits das cervejarias Uaimi, Padri e da Forja. No cardápio, neste dia a casa vai oferecer assados especiais: Joelho, Costelinha, salsichas, coelho, além das opções tradicionais do cardápio.

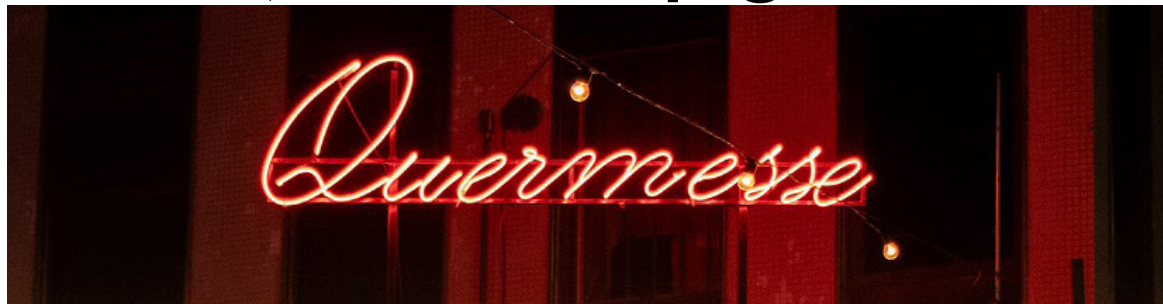
A capital dos bares e restaurantes tem uma casa que promete ser diferente de tudo o que já se viu por aqui. É uma autêntica taverna medieval, e quando se fala autêntica é no sentido real da palavra.

A ideia veio do sócio Igor, que após passar uma

temporada no exterior estudando, voltou com esse desejo latente de abrir um restaurante que remetesse às origens medievais. Logo os dois que são apaixonados pela cultura e história medieval, abraçaram o sonho e encararam o plano. Até o ponto onde será o PUB foi pensado de forma a se ter uma esfera da época.

O nome é a Forja Taverna Medieval. "Escolhemos esse nome pelo fato de uma forja ser o lugar onde os ferreiros fabricavam armas, armaduras, ferraduras, entre outros e era um ofício comum e característico por toda era medieval, tornando-se um elo conceitual entre todos os povos desse período que buscávamos. Queremos proporcionar uma experiência medieval aos clientes. Desde um cardápio que contempla pratos do ocidente ao oriente, sempre tentando ser o mais fidedigno historicamente com o período, até nas decorações, com características de vários povos e culturas diversas da era medieval", explica Igor.

Quermesse repaginado



O Quermesse está de cara nova e de cardápio novo. O boteco raiz que nasceu em Curitiba e conquistou o coração dos mineiros foi totalmente reformado, está com cardápio mais completo, novo sistema de atendimento, agora com garçom e conta na mesa, além de outras novidades.

O novo visual com o charmoso letreiro agora ganha a esquina mais movimentada, valorizando a atmosfera da Praça Tiradentes. Sobre as mudanças,

vamos começar pela trave de chope. Agora a casa conta com o cremoso chope Brahma e Patagônia. O Quermesse também tem os baldes de cerveja, com até cinco unidades de 600ml, com marcas como Corona, Stella, Spaten, Original, Brahma e Budweiser, com preços mais vantajosos. O cliente não precisa se preocupar, caso o gelo derreta, o garçom repõe para deixar a cerveja sempre geladinha. A carta de cachaças é outro destaque, com rótulos de diversas partes do Brasil.

O Melhor Restaurante Tradicional de Belo Horizonte por vários anos

www.restaurantecasadoscontos.com.br



CASA
dos
CONTOS
RESTAURANTE



Terraço Niê e Montê Bar colocam Belo Horizonte no circuito global dos mocktails

O Terraço Niê e o Montê Bar foram os escolhidos para representar Minas Gerais no Mocktail Movement, campanha internacional da Monin que valoriza a coquetelaria sem álcool. A iniciativa reúne bares e restaurantes em diversas regiões do Brasil e coloca Belo Horizonte no mapa de um movimento que celebra criatividade, sabor e consciência no preparo de drinques.

Criado pela Monin, marca francesa fundada em 1912 e referência global em xaropes, purês e concentrados, o Mocktail Movement tem como objetivo difundir o conceito dos drinques sem álcool como alternativas sofisticadas e cheias de personalidade. Hoje, a tendência ganha força em todo o mundo, acompanhando mudanças de comportamento do público consumidor. Pesquisas recentes apontam que a chamada Geração Z (nascidos entre 1995 e 2010) consome significativamente menos álcool do que gerações anteriores: levantamento da MindMiners mostra que apenas 45% desse público bebe bebidas alcoólicas, enquanto estudo da Mind & Hearts indica que 88% dos jovens de 18 a 25 anos pretendem reduzir ou abandonar o consumo alcoólico. No cenário internacional, a OMS aponta que apenas 8% dos adolescentes da geração Z consomem álcool semanalmente, um terço do que era registrado em 2006.

No Terraço Niê, instalado no topo do edifício projetado por Oscar Niemeyer na Praça Sete, a experiência do público vai muito além da vista panorâmica da cidade. Para o Mocktail Movement, a casa apresenta três criações exclusivas: o Pôr do Sol Picante, de Adriano Dias que, leva suco de abacaxi, Monin Agave, suco de limão-tahiti, Paragon Timur Berry e Monin Grenadine; o Soursop Fresh, de Paola Reis, combina Monin de maracujá e manga, Monin laranja sanguínea, Paragon Vetiver e suco de graviola; já o Jardim Rubra, assinado por Luis Vieira, mistura Monin lichia, suco de limão-tahiti, soda de grapefruit e água de hibisco.

Adriano Dias, mixologista e chefe de bar do Terraço Niê, reforça a relevância da tendência: “Eu acredito que esse movimento está vindo para ficar. Cada vez mais vemos clientes pedirem drinques não alcoólicos ou com menos álcool. E, nessa ideia, conseguimos criar várias bebidas cheias de sabor que não precisam de álcool em sua composição.”

No Montê Bar, instalado no histórico edifício Cento e Quatro e referência na nova boemia de Belo Horizonte, o público conta com três receitas autorais que fazem parte do movimento. O Margô, de Willian Robert, leva paragon Timur berry, Monin de frutas vermelhas, Monin le fruit jabuticaba e é finalizado com tônica que equilibra o doce das

frutas com um leve amargor. O Origem, de Kis Dias, leva Monin de pêssego, damasco e Monin de Menta, em uma receita totalmente sem açúcar adicionado, refrescante e de baixa caloria. Já o Raízes, de Luiz Fernando, aposta em notas de maple, frutas vermelhas e pimenta-rosa, com Paragon Rue Berry, Monin de frutas vermelhas e Monin Maple, além de especiarias, resultando em um mocktail doce, picante e altamente refrescante.

Pedro Lobo, sócio do Grupo Marchê, responsável pelas operações das duas casas, destaca a importância da participação mineira: “Estar ao lado da Monin neste movimento é motivo de grande satisfação. Queremos mostrar que os mocktails podem ser tão complexos e prazerosos quanto os drinques tradicionais, e dialogar com um público que busca experiências inovadoras, sofisticadas e saudáveis.”

Com a presença do Terraço Niê e do Montê, Belo Horizonte se soma a capitais como São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília em uma campanha que já movimentou a cena de bares e restaurantes em todo o país. A participação mineira reforça não apenas a vocação da cidade para a boa mesa e para a coquetelaria criativa, mas também o alinhamento com um movimento internacional que redefinem a forma de beber e socializar.



Prefeitura de Belo Horizonte apresenta nova marca turística de BH

A nova marca turística de Belo Horizonte foi apresentada na última semana pelo prefeito Álvaro Damião durante o 9º Salão Nacional do Turismo, em São Paulo. O posicionamento “Te Encontro em BH” será utilizado para valorizar e fortalecer o turismo da cidade, além de orientar as estratégias de marketing e promoção de Belo Horizonte nacional e internacionalmente.

“BH é a cidade do sim. Sim, eu posso te encontrar. Sim, eu te encontro em BH. Te encontro no Mercado Central, te encontro na Pampulha, te encontro em Venda Nova, te encontro no Barreiro. O importante é que a gente se encontre em BH”, disse Álvaro Damião.

A criação da nova marca turística busca posicionar a capital de forma mais clara e contemporânea para turistas, investidores e moradores. Com o crescimento da visibilidade do Carnaval, do calendário

de eventos e da gastronomia reconhecida internacionalmente, Belo Horizonte passa a contar com um importante ativo de place branding que reflete sua essência: acolhedora, criativa e vibrante.

O desenvolvimento da marca envolveu grupos focais com moradores, turistas de lazer e negócios, belorizontinos que residem em outras cidades e representantes da indústria do turismo. O estudo revelou percepções, vínculos afetivos e expectativas em relação à cidade, apontando a necessidade de uma identidade que integrasse o nome institucional “Belo Horizonte” e o apelido íntimo e afetivo “BH”.

O conceito do posicionamento traduz a cidade como espaço de encontros, relações e experiências. “BH” representa o sentimento; “Belo Horizonte”, o lugar. Ao unir os dois registros, a marca cria um convite universal, conectando moradores e visitantes por meio da hosi-

talidade e da diversidade da capital. A identidade reforça a imagem da capital como um destino contemporâneo, hospitaleiro e vibrante, pronta para receber visitantes de todos os lugares do mundo.

“‘Te Encontro em BH’ traduz o espírito da nossa cidade. Dizemos que a capital mineira é um local de encontros porque aqui as conexões acontecem de verdade. O turista vem para Belo Horizonte e sai apaixonado por BH. É nesse encontro entre gastronomia, tecnologia de gente para gente, hospitalidade, afeto e cultura que a cidade conquista cada visitante”, afirma a presidente da Belotur, Bárbara Menucci.

Uso compartilhado da marca

A nova identidade visual será de domínio público e contará com um guia de aplicação acessível a hotéis, bares, restaurantes, mercados e iniciativas privadas. A proposta é que



todo o trade turístico adote a marca na promoção de Belo Horizonte em diferentes pontos de contato e serviços. A identidade “Te Encontro em BH” será utilizada em campanhas promocionais, feiras internacionais,

eventos estratégicos, como a Copa do Mundo Feminina em 2027, da qual a capital mineira será uma das sedes, e em materiais oficiais de divulgação turística.

Honda Brasil apresenta o novo HR-V 2026 na Banzai Honda de BH

A Banzai Honda, concessionária do Grupo Carbel e a Honda, reuniram os jornalistas automotivos da capital e clientes para apresentar o novo HR-V 2026, que chega ao mercado reafirmando sua posição como referência absoluta no segmento de SUVs urbanos.

“É uma enorme satisfação em apresentar o novo HR-V 2026. Preparamos condições especiais, com atendimento personalizado. Quem busca um SUV urbano, moderno, com linhas arrojadadas e muita inovação, não pode perder esta oportunidade”, conta Felipe Pessoa, Diretor da Banzai Honda.

O HR-V 2026 oferece duas opções de motorização que aliam

desempenho excepcional à eficiência energética. As versões EX e EXL contam com motor 1.5 i-VTEC Flex de 126 cv, enquanto as versões Advance e Touring são equipadas com o potente motor 1.5 VTEC Turbo Flex de 177 cv. Ambas as motorizações utilizam jato direto e transmissão CVT com Paddle Shifts, garantindo o equilíbrio perfeito entre consumo consciente e desempenho dinâmico.

O novo HR-V 2026 já pode ser conferido nas unidades da Banzai Honda, tanto da Contorno (Av. do Contorno, 10.331 – Barro Preto) quanto da Pampulha (Av. Pres. Antônio Carlos, 7.635 – São Luiz).



Consulado da Itália em Belo Horizonte apresentou a programação cultural do último trimestre

O Consulado da Itália em Belo Horizonte realizou uma coletiva de imprensa no “Clube do Jazz” da Savassi para apresentar a programação dos eventos que serão promovidos pela instituição no último trimestre deste ano. O encontro foi aberto pela Cônsul-Geral da Itália, Nicoletta Gomiero, que deu as boas-vindas aos presentes, agradecendo aos parceiros pela colaboração no calendário cultural e conduzida pela responsável pelo setor de Promoção Cultural, Ana Elisa Dias que destacou os principais eventos já confirmados. Em seguida, representantes das

instituições parceiras compartilharam as motivações e objetivos de suas colaborações com o Consulado, reforçando a importância das iniciativas conjuntas para o fortalecimento dos laços culturais entre Itália e Minas Gerais.

Entre os parceiros e colaboradores estiveram presentes no evento: * Eliane Parreiras, Secretária Municipal de Cultura de Belo Horizonte * Marilina Parziale – Leitora Ministerial de língua italiana * Márcia Naves, diretora da Fundação Torino * Patricia Pinheiro, vice-diretora

da Escola de Design da UEMG * Ana Vilela, gestora de experiência cultural da Casa Fiat de Cultura * Andrea Lombardi, relações institucionais do Instituto Inhotim * Massimo Bataglini, chef italiano * Stela Barbieri, artista da exposição “Pausa para o Devir” •João Euclides Prata Salgado, jornalista, Editor Chefe do Jornal da Savassi

A programação apresentada contempla exposições, concertos, conferências e atividades gastronômicas que integram o calendário de celebrações do Consulado



Dalmóbile símbolo de bom gosto, estilo e inovação!



Com um refinado coquetel a Dalmóbile inaugurou na Vila da Serra sua bela loja! O evento contou com a presença de Walnei Fiorin representante da loja em BHte e região, de importantes pessoas do setor moveleiro, da arquitetura, decoradores, empresários e presenças da sociedade local. O gerente de engenharia da Dalmóbile Alcioni Bernardes falou sobre a trajetória de sucesso da empresa.

Logo após, a artista plástica Maria Aparecida Morais da Mata entregou uma de suas exuberantes peças à Adriana Alves e Ricardo Pereira proprietários da loja. Momentos de descontração ao som de um magnífico violino ao vivo, e a amabilidade da gerente Marina da Mata Guerra, a referência e o padrão do espaço, contribuíram sobremaneira, para o sucesso do evento!

Sucesso da Odontologia

O cirurgião dentista José Bernardes das Neves, foi um dos precursores da implantodontia em nosso estado. Muito elogiado pela crítica internacional, seu livro foi traduzido em Dinamarques e recentemente em árabe. A propósito somos o país mais avançado na área da Odontologia!!!!



Top do Momento!

A barbearia Rofrigues Situada na rua Fornaciari 117 no caçara é o sucesso do bairro! Muito bem decorada, chama atenção pela modernidade, profissionalismo, eficiência e aguça a curiosidade. Seu proprietário Wesley Rodrigues Ferreira depois de uma experiência de anos, adquirida na Inglaterra, inovou seu trabalho nos cortes masculinos, incluindo infantis bem modernos! Além de barba terapia, limpeza de pele, progressiva, sobrancelhas selagem, platinado, relaxamento e outros benefícios.

Os funcionários tem muita experiência, e vive lotado!!! Vale conferir!





Pizzarella



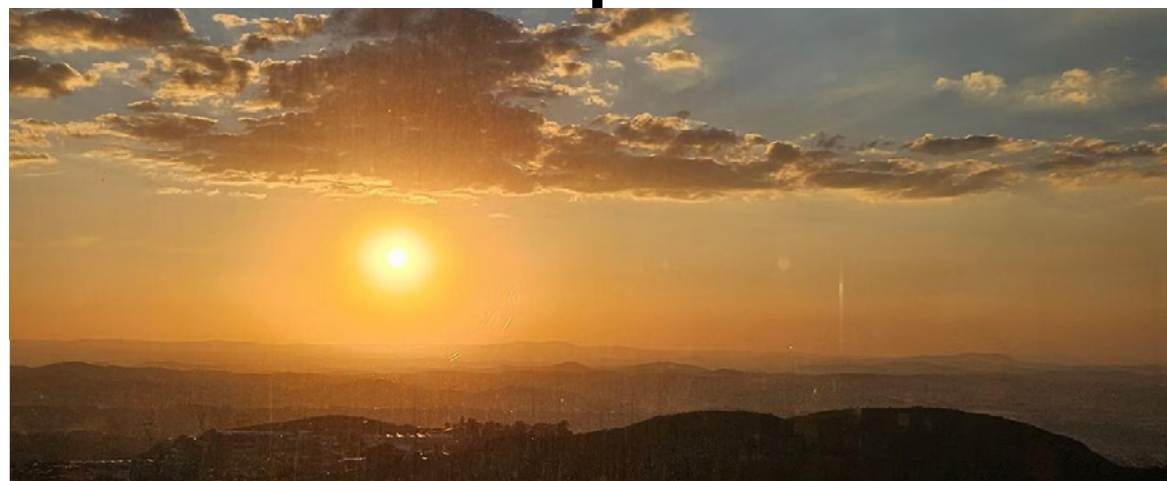
**As delícias do Pizzarella
você recebe rapidinho
no conforto de sua casa
DELIVERY**

LOURDES - 3292.3000 SÃO BENTO - 3344.2200

Uma tarde especial no restaurante “Topo do Mundo”

Uma tarde especial no restaurante “Topo do Mundo” degustando o já famoso vinho brasileiro e mineiro, 127 Syrah da Vinícola Estrada Real, safra de 2024- Primeira Estrada; aliás, delicioso com notas de frutas vermelhas e especiarias, unindo taninos leves o que faz dele um vinho versátil e de acidez equilibrada.

Recebendo aos amantes do vinho, Ludmilla Retore e sua competente equipe que nos brindou também com um menu dos deuses! Para finalizar a degustação, o maravilhoso pôr do sol de nosso Belo Horizonte! As fotos são de João Carlos Amaral e João Salgado.



PHV Engenharia e CSul lançam Hyde Park na Lagoa dos Ingleses

A PHV Engenharia, em parceria com a CSul Desenvolvimento Urbano, apresentou, o Hyde Park, um dos primeiros empreendimentos totalmente residenciais em formato vertical na Lagoa dos Ingleses. Integrado ao projeto CSul Lagoa dos Ingleses, o lançamento registrou 70% das unidades comercializadas no sábado e no domingo, o que representou R\$ 200 milhões em Valor Geral de Vendas (VGV). O VGV total estimado para o empreendimento é de R\$ 287 milhões.

O lançamento oficial foi marcado por um evento, realizado na Fundação Dom Cabral, que reuniu cerca de 500 convidados entre clientes, parceiros e representantes do setor. O primeiro lançamento imobiliário da PHV na região está localizado no ponto mais alto da Lagoa dos Ingleses e combina modernidade e infraestrutura completa em um cenário natural singular, com vista panorâmica para a lagoa de um lado e, do outro, para a Serra da Moeda.

Com quatro torres residenciais distribuídas em um terreno de quase 19 mil m², o Hyde Park reúne 248 apartamentos: sendo 240 unidades tipo, de 2 e 3 quartos, e oito coberturas duplex com até cinco suítes, terraços e piscinas privativas. A proposta alia exclusividade e diversidade, com plantas que va-

riam de 70m² a 407m², com o objetivo de atender diferentes estilos de vida e necessidades familiares.

O Hyde Park reúne um time de parceiros renomados. Com coordenação de vendas pela Cia Multiplataforma Imobiliária, o projeto conta com arquitetura e urbanismo assinados pela Dávila, enquanto os interiores levam a assinatura de Estela Netto Arquitetura e Design. O paisagismo ficou a cargo do Mercado Verde, reforçando a conexão entre natureza e bem-estar, e os apartamentos decorados foram desenvolvidos por Manuela Sena. A comunicação do empreendimento é conduzida pela 300 Comunicação.

“O Hyde Park representa um marco para a Lagoa dos Ingleses. É um empreendimento totalmente residencial concebido em formato vertical, fruto da parceria entre a CSul e a PHV. Além de oferecer uma vista privilegiada da Lagoa e da Serra da Moeda, o projeto foi pensado para valorizar o contato com a natureza e proporcionar um estilo de vida que une comodidade, bem-estar e integração com o ambiente ao redor”, destaca Maury Bastos, CEO do Grupo CSul.

Segundo o diretor comercial da PHV Engenharia, Cristiano Madeira, o empreendimento já está com a metade da sua estrutura desenvolvida, com previsão de entrega



em três anos para todo o complexo. No primeiro fim de semana de vendas, 170 apartamentos foram comercializados.

O executivo destaca que a escolha do ponto mais alto da Lagoa dos Ingleses também reforça a exclusividade do projeto. “Hoje, quem deseja viver aqui muitas vezes precisa comprar um lote e construir. O Hyde Park traz a possibilidade de ter um apartamento pronto, em um endereço nobre, com toda a praticidade de um condomínio vertical”, explica o diretor. “O morador passa a usufruir de todo o conforto que a região oferece, sem as preocupações de manter uma casa, como piscineiro ou caseiro.”

O executivo conta que esse é o primeiro empreendimento da PHV Engenharia na Lagoa dos Ingleses e foi desenvolvido para marcar pre-

sença de forma robusta. “Nós realmente viemos para começar com o pé direito. É um empreendimento muito moderno, com uma estrutura de lazer completa e ambientes bem definidos”, afirma. O empreendimento soma mais de 5 mil m² de estrutura para lazer, incluindo piscinas aberta e aquecida, academia, salão de festas, espaços gourmet independentes, brinquedoteca, salas de reunião, fire pit, churrasqueira e áreas dedicadas ao bem-estar, como sauna, espaço de massagem e beauty care.

Segundo Renato Teixeira, CEO da Cia Multiplataforma Imobiliária, a aceitação imediata do Hyde Park reforça o potencial da Lagoa dos Ingleses como polo de desenvolvimento urbano, onde tranquilidade, segurança e natureza caminham ao lado de infraestrutura de alto pa-

drão. Sobre o sucesso de vendas, ele destaca que mais de 400 corretores e 60 imobiliárias foram mobilizados para o lançamento.

“Mapeamos que cerca de 80% dos clientes são da Grande BH. São pessoas que já conheciam e gostavam da região, mas aguardavam uma oportunidade como essa para finalmente se mudarem para cá. O Hyde Park torna esse desejo mais acessível e atrativo, e acreditamos que haverá um movimento real de migração de moradores da cidade para a Lagoa dos Ingleses”, explica Teixeira.

Ele destaca ainda que o preço competitivo do metro quadrado aliado ao conceito de vida oferecido pelo empreendimento potencializaram a receptividade do mercado. “É um endereço com lifestyle gigantesco, rodeado de opções de lazer, que o cliente reconheceu rapidamente como uma oportunidade rara”, complementa.

Destaques do Hyde Park

► Terreno e estrutura: ocupa quase 19 mil m² com quatro torres de 17 pavimentos, totalizando 248 unidades residenciais e mais de 500 vagas de garagem, incluindo para visitantes.

► Configurações e metragem: apartamentos com 2 e 3 quartos, com áreas entre 70 e 109 m². Coberturas exclusivas com até 5 suítes e metragem de até 407 m², com terraço e piscina privativos.

► Lazer completo: mais de 5.000 m² de área de lazer, com piscina coberta e descoberta, quadras de beach tennis e poliesportiva, academia, brinquedoteca, salão de festas, espaço gourmet em cada torre, sauna, pet place, playground, salão de jogos, beauty care, massagem, fire pit, bicicletário e muito mais.

► Sustentabilidade e segurança: guarita com eclusa e previsão para sistema de energia fotovoltaica para áreas comuns, além de medição individualizada de água.

► Projeto arquitetônico e paisagismo: idealizado pela Dávila Arquitetura e design de interiores por Estela Netto, o projeto prioriza linhas atemporais, uso de materiais nobres como madeira, linho e couro, além de fachadas curvas e peitoris amadeirados que promovem conexão visual com a natureza.

Espazio Solare — Onde o Bem-Estar Encontra a Experiência

Localizado no coração do Belvedere, na Rua Jornalista Djalma Andrade, 1505, o Espazio Solare é um ambiente que une sofisticação, bem-estar e propósito. Um espaço multiuso criado para inspirar equilíbrio, beleza e conexão, integrando saúde, longevidade e experiências memoráveis.

Com estrutura completa, o Espazio Solare está pronto para receber eventos empresariais, encontros corporativos, palestras, cursos, talks e confraternizações de final de ano. Cada detalhe foi pensado para oferecer conforto, versatilidade e charme em um ambiente acolhedor e inspirador.

O espaço conta ainda com uma vista privilegiada e um pôr do sol único, cenário perfeito para momentos inesquecíveis — o que faz do Espazio Solare também um destino ideal para casamentos ao pôr do sol, celebrações intimistas e eventos sociais de alto padrão.

Em breve, o Espazio Solare

ganhará uma nova dimensão com a inauguração de seu SPA, preparado para experiências especiais como o Day Spa da Noiva, um momento exclusivo de autocuidado e celebração com madrinhas em um ambiente de paz e sofisticação.

E em 2026, será inaugurada a Ala Médica, ampliando o conceito do espaço e oferecendo atendimentos integrativos voltados à saúde, ao equilíbrio e ao bem-estar.

Na gestão do espaço dos eventos e Spa, a direção é de Leandro Marques, responsável por toda a curadoria de experiências e ativações, enquanto a Dra. Cláudia Solmucci lidera a frente médica, unindo ciência e cuidado humano em uma proposta completa de saúde e vitalidade.

Mais do que um local, o Espazio Solare é um conceito de vida — um ponto de encontro entre o bem-estar, a estética, a saúde e a arte de viver bem.



A Unimed- BH é a primeira instituição de saúde do Brasil a ser acreditada pela ONA nível 2 em rede assistencial

A Unimed-BH é a primeira instituição de saúde do Brasil a ser acreditada com nível 2 pela ONA em rede assistencial.

“Este é um marco normativo essencial para consolidar a maturidade do Sistema Brasileiro de Acreditação. A acreditação em rede assistencial responde diretamente aos desafios contemporâneos da organização da assistência em saúde, especialmente nos contextos de governança integrada e jornadas complexas dos pacientes. Estamos orgulhosos pelo engajamento da Unimed-BH, por ser a primeira instituição de saúde do Brasil a receber este modelo de acreditação em rede assistencial”, ressalta Fábio Leite Gastal, presidente da ONA.

Segundo o presidente, a nova norma traz um olhar sistêmico e estruturado sobre como avaliar redes de saúde, respeitando as especificidades de cada unidade, mas garantindo uma visão integrada. Esta metodologia inova ao considerar critérios como coprodução do cuidado, letramento em saúde, cuidado compassivo e experiência do usuário, alinhando-se aos princípios

da qualidade em saúde e às diretrizes do SUS e do setor suplementar. “É um passo importante para promover a qualidade com foco na experiência do paciente e nos resultados assistenciais”, pontua.

Em um processo cuidadoso, a Unimed-BH e a DNV - uma das mais importantes Instituições Acreditadoras Credenciadas (IACs) pela ONA - trabalharam ininterruptamente para alcançar este êxito. A DNV avaliou, de forma integrada, nove unidades próprias, os serviços de Atenção Domiciliar e Atendimento Móvel, além da unidade administrativa da Unimed-BH.

“A certificação da ONA é um marco importante na nossa trajetória. Ela não apenas atesta que seguimos padrões rigorosos de qualidade e segurança, mas também demonstra que somos uma cooperativa que coloca o cuidado no centro de tudo. Essa conquista é fruto de um trabalho coletivo, construído com dedicação, competência e, acima de tudo, com propósito”, declara o diretor-presidente da Unimed-BH, Frederico Peret. “A ONA nos desafia a olhar para dentro, a revisar prá-

ticas, a aprimorar fluxos e, principalmente, a garantir que a qualidade assistencial seja uma constante, não apenas um objetivo, mas uma cultura. E isso tem impacto direto na experiência dos pacientes e dos profissionais, que é e sempre será o nosso maior foco”, reforça.

“Na DNV, temos orgulho de ter colaborado com a Unimed-BH nesta conquista pioneira da acreditação em rede assistencial nível 2 (acreditação plena) — um marco que comprova não apenas a conformidade, mas também o compromisso com a melhoria contínua e o cuidado centrado no paciente. Nosso modelo de avaliação integrada, baseado em padrões globais e adaptado à realidade da saúde no Brasil, valoriza a governança, a gestão baseada em riscos, o cuidado compassivo, a experiência e segurança do paciente e a entrega consistente de resultados de qualidade. Parabenizamos a Unimed-BH por liderar esse avanço na acreditação em rede no país”, disse Adriano Duarte, vice-presidente da DNV Business Assurance Brasil.



PARRILLA Savassi 158

Em cada corte uma EXPLOÇÃO DE SABORES

(31) 99896-4357
R. PROFESSOR MORAES, 158 - SAVASSI

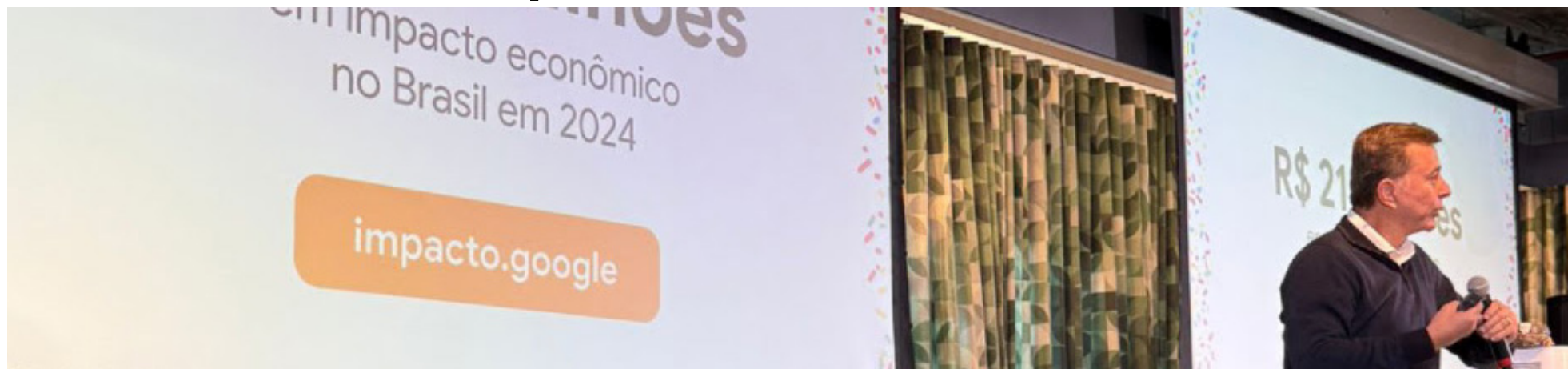
Temos serviço de manobristas

pontocertobrindes
pontocertobrindes6@gmail.com

Faca seu orçamento 31 3351-7765

31 99307-1538

Expansão do Google em BH reafirma tecnologia como potencial de mercado



O Governo de Minas, por meio da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico (Sede-MG) e de sua agência vinculada Invest Minas, esteve presente na comemoração dos 20 anos do Google, no escritório da gigante da tecnologia em Belo Horizonte. A empresa vai inaugurar a expansão da sede na capital mineira, localizada no Boulevard Corporate Tower, no Bairro Santa Efigênia. A big tech chegou ao Brasil em 2005 e instalou, na capital mineira, o primeiro centro de engenharia na América Latina e a primeira sede fora dos Estados Unidos.

“Temos trabalhado para construir um ambiente de negócios cada vez mais competitivo em Minas Gerais. Já são três projetos de processamento de dados confirmados para operar no estado. Essa expansão do Google vem para somar e contribuir para que Minas se torne polo nacional na transformação digital e na atração de investimentos estratégicos”, destaca a secretária de Estado de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais, Mila Corrêa da Costa.

O diretor-presidente, João Paulo Braga, e o diretor de Gestão e Novos Negócios, Gustavo Garcia Vieira de Almeida, representaram a Invest Minas e acompanharam o anúncio da ampliação. Para o Governo, o movimento comprova o potencial do estado como um centro de excelência e conexão para a indústria de tecnologia da informação. “Minas Gerais vem se consolidando como um hub para empresas de TI e tem vocação para se posicionar como líder em tecnologia e inovação na América Latina. Somos um estado referência em número de startups, institutos de pesquisa e universidades no Brasil”, afirma o diretor Gustavo Garcia, apontando dados da Sede-MG.

Janela de oportunidades para o futuro

O Governo tem atuado para consolidar o setor no estado e identificar as oportunidades para atrair startups, empresas e novos modelos de negócio que possam ter interesse em Minas. Para isso, a Invest Minas, que atua estrategicamente na atração desses novos negócios, criou a Tese de Investimentos para

Data Centers.

A tese elaborada é composta por sete argumentos: o potencial de mercado em Minas; o ecossistema em evidência que sustenta uma sólida cadeia de suprimentos; a presença de data centers em operação no estado, que geram um efeito em rede e favorecem a instalação de novos empreendimentos; a disponibilidade de talentos e programas de qualificação para escalar as operações; a matriz elétrica renovável, alinhada à visão de descarbonização; a infraestrutura disponível e mapeada; e a coordenação com stakeholders voltada ao desenvolvimento de uma política pública de atração de investimentos.

Minas como referência

São mais de 1,4 mil startups e empresas baseadas em solo mineiro, dando ao estado o segundo lugar do Brasil. Minas Gerais possui nove parques tecnológicos; cinco já foram instalados e quatro estão em fase de implantação. Estão em Minas gigantes como Totvs, ArcelorMittal e Vallourec. Além delas, gigantes globais também instalaram no estado núcleos como o 2º Centro de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) do Google, fora dos Estados Unidos, e o Centro de Referência Mundial para desenvolvimento de soluções em IoT, Big Data, Robótica e Inteligência Artificial da Stellantis.

O setor de TI emprega mais de 36 mil trabalhadores no estado. São mais de 800 empresas apenas no segmento de licenciamento de software. Santa Rita de Sapucaí e Itajubá despontam como um dos grandes pólos tecnológicos do Brasil, nos setores de automação, eletrônica, e telecomunicações. Na capital, o destaque é San Pedro Valley, ecossistema com mais de 500 startups. Os dados comprovam a evolução tecnológica no estado frente aos investimentos do Governo de Minas e à atuação da Invest Minas.

Data Centers: três projetos confirmados em Minas

Atualmente, três centros estão confirmados para operar em solo mineiro. O parque da Supernova e da Mapa, previsto para 2026,

será o primeiro projeto de instalação desses centros de processamentos de dados. Localizado em Leopoldina, na Zona da Mata, significa um investimento privado de R\$300 milhões e a geração de 1,1 mil empregos diretos.

Em agosto, foi anunciada a planta de operação da empresa mineira Sourei, em Varginha, no Sul de Minas. O investimento

estratégico soma R\$23 milhões e vai criar 30 empregos diretos. Em junho, a Century anunciou a construção do seu segundo data center, em Contagem. Um investimento de R\$150 milhões, que vai criar 57 empregos diretos. As obras devem começar ainda este ano e o início da operação é prevista para 2026.

Venha conhecer o Topo do Mundo

Av. SENADOR MILTON CAMPOS, 145/2º ANDAR - TORRE ALTA VILA
31 3575-5545 - 31 98771-2884 - WWW.TOPODOMUNDO.COM

Chapéu de crochê é o novo queridinho para o verão 2026

O crochê, que há décadas evocava a nostalgia do feito à mão, retorna com força às passarelas internacionais, agora em uma roupagem sofisticada. Os modelos e as paletas de cores são variados e diversas marcas de luxo como Prada e Loro Piana vêm apostando em peças artesanais, como o icônico bucket hat, para o verão 2026, elevando o crochê a um novo patamar, o do luxo contemporâneo.

No Brasil, mais do que acompanhar o movimento das grandes maisons, o país incorpora o crochê como expressão de criatividade e autenticidade. E o diferencial dessa onda é que, além das passarelas, é possível criar seu próprio chapéu de crochê, desde que se tenha técnica. É o que explicam as especialistas Ana Claudia Souza e Cristina Sasaki, sócias do Empório das Lãs, localizado no bairro do Campo Belo, em São Paulo, onde lecionam a arte do tricô e do crochê.

“Hoje, um chapéu de crochê pode compor um look de verão tão elegante quanto

qualquer acessório de alta moda. O que vemos nas passarelas internacionais, e que muitos alunos também buscam, são peças autorais, sofisticadas e com identidade”, explicam elas. Há 18 anos nesse mercado, elas destacam que, para os interessados em se aventurar na confecção do próprio chapéu, o ideal é ter conhecimento intermediário de crochê. Portanto, com o verão chegando, o recomendável é começar a praticar agora e se dedicar ao aprendizado para criar sua peça exclusiva a tempo da estação.

It-girl

Celebridades ao redor do mundo já incorporaram com estilo os chapéus de crochê, nomes como a cantora Dua Lipa, Bella Hadid e Hailey Bieber foram fotografadas usando as peças artesanais em looks de verão. No Brasil, a trend também ganhou força com a cantora Anitta e com influenciadoras como Jade Picon, que se destacou com seu modelo colorido e cheio de personalidade.



klus.com.br @kluis_alfaiataria

REDE MATER DEI CELEBRA 45 ANOS COM 15º SEMINÁRIO DE GESTÃO EM SAÚDE

Para celebrar seus 45 anos de história, a Rede Mater Dei de Saúde promoveU,, a 15ª edição do seu tradicional Seminário de Gestão em Saúde. Com o tema central “O amanhã já começou: 45 anos liderando o presente que transforma”, o evento será realizado em formato híbrido, com participação presencial no Auditório 1 do Hospital Mater Dei Contorno (Av. do Contorno, 9000 – Barro Preto) e transmissão online para todo o Brasil.

Consolidado como um dos encontros mais relevantes do setor, o seminário espera reunir entre 400 e 500 participantes, incluindo gestores, médicos, líderes de operadoras e profissionais da saúde, para uma tarde de debates, troca de experiências e discussões sobre as melhores práticas que moldam o futuro da saúde.

“O Seminário de Gestão em Saúde é um marco na nossa história desde sua criação, em 2010. Nesta edição especial de 45 anos, queremos não só destacar o protagonismo e a trajetória de inovação

da Rede, mas também inspirar todos os participantes com discussões estratégicas sobre sustentabilidade, modelos de remuneração, cultura de valor e desfechos assistenciais. Nosso objetivo é construir e compartilhar conhecimento, mostrando como nossa jornada de 45 anos é exemplo de liderança que se antecipa, se transforma e se posiciona para os desafios do amanhã”, afirma Renata Salvador Grande, Vice-Presidente Comercial e de Marketing da Rede Mater Dei.

A programação foi elaborada para abordar temas estratégicos, desde a inovação tecnológica até a sustentabilidade financeira do setor. Um dos destaques deste ano será a palestra magna com o triatleta Thiago Vinhal, referência nacional em performance, resiliência e propósito no esporte e na vida, que simboliza, com sua trajetória, a liderança que transforma o presente para construir o amanhã.



Clínica
NaturCenter

Núcleo especializado em
Saúde e Terapias Integradas

Equilíbrio físico, emocional e energético
segundo todos os protocolos de
segurança e sanitários

- ✓ Reiki (atendimento e cursos)
- ✓ Acupuntura (técnica para equilíbrio, fortalecimento, harmonização da energia interna, problemas dermatológicos, ansiedade e estética)
- ✓ Auriculoterapia (tratamento utilizando os pontos de irrigação nas orelhas)
- ✓ Fisioterapia
- ✓ Pilates (aulas personalizadas individuais e em dupla)
- ✓ Nutrição (Nutrição clínica e esportiva para todas as idades; fitoterapia; palestras; coaching)
- ✓ Massagem (redutora, relaxante e drenagem linfática)
- ✓ Aromaterapia
- ✓ Ventosaterapia (técnica para alívio de dores musculares e liberação miofascial)
- ✓ Psicologia (equipe de psicólogas nas abordagens cognitiva comportamental, analítica antiestresse e transpessoal)
- ✓ Constelação familiar

Promoções para sessões de Massagem com Reiki

Av. Dom José Gaspar, 997 A - Coração Eucarístico
2551-4335 / 9 9204- 7359

PHD PACE HOSPITAL ESPECIALIZADO EM CIRURGIAS ELETIVAS.



NÍVEIS DE INFECÇÃO PÓS-OPERATÓRIO
PRÓXIMOS DE 0%.

Respeitamos políticas internas rigorosas e fazemos uso de equipamentos avançados, treinamentos contínuos da equipe multidisciplinar e produtos de alto nível.

☎ (31) 3343-6600

📱 @phdpacehospital

🌐 linkedin.com/company/phd-pace-hospital/

🌐 www.phdpacehospital.com.br





AUTO review

www.autoreview.com.br



Editor: João Euclides R. Salgado

Edição 706

Ford anuncia picape elétrica com plataforma inédita

A Ford anunciou um novo salto revolucionário em engenharia e manufatura para colocar uma nova família de veículos elétricos acessíveis e de alta qualidade ao alcance de milhões de pessoas em todo o mundo.

A nova Plataforma Universal de Veículos Elétricos da Ford e o Sistema Universal de Produção de Veículos Elétricos da Ford, apresentados hoje, nasceram de uma equipe que combina a disciplina, a experiência e a escala de uma empresa com 122 anos de história com a velocidade e a inovação de uma start-up do Vale do Silício.

O resultado: um ecossistema simples, eficiente e flexível para entregar uma família de veículos elétricos acessíveis e definidos por software – começando com uma picape elétrica média de quatro portas que será montada na Fábrica de Louisville da Ford para os mercados dos EUA e de exportação. Seu lançamento está programado para 2027.

“Adotamos uma abordagem radical para um desafio muito difícil: criar veículos acessíveis que agradem os clientes em todos os aspectos importantes – design, inovação, flexibilidade, espaço, prazer de dirigir e custo de posse, com trabalhadores americanos”, disse Jim Farley, presidente e CEO da Ford.

“Todos nós vivemos muitas ‘tentativas universitárias’ das montadoras de Detroit de fazer veículos acessíveis que acabam em fábricas paradas, demissões e incerteza. Portanto, este tinha de ser um negócio forte, sustentável e lucrativo. Desde o primeiro dia, sabíamos que não havia atalhos para o sucesso. Demos poder a uma pequena força-tarefa, distante três fusos horários de Detroit. Descartamos o conceito de linha de montagem móvel e projetamos um melhor. E encontramos um caminho para ser a primeira

montadora a fabricar baterias LFP prismáticas nos EUA.”

A Ford planeja investir quase US\$ 2 bilhões na Fábrica de Louisville para montar a picape elétrica média. Junto com os US\$ 3 bilhões anunciados anteriormente no BlueOval Battery Park Michigan, que construirá as baterias LFP prismáticas para a nova picape a partir do próximo ano, os investimentos totalizam cerca de US\$ 5 bilhões.

Nova plataforma

Os números falam por si, segundo Farley. A plataforma tem 20% menos peças comparado a um veículo típico, 25% menos fixadores, 40% menos estações de trabalho na fábrica e o tempo de montagem é 15% mais rápido.

O chicote elétrico na nova picape média, por exemplo, será mais de 1,3 quilômetro mais curto e 10 kg mais leve que o usado no SUV elétrico de primeira geração da marca.

As baterias prismáticas de fosfato de ferro-lítio (LFP), além de economia de espaço e peso, oferecem menor custo e maior durabilidade para os clientes. Elas são livres de cobalto e níquel e formam um subconjunto estrutural que também serve como piso do veículo. O seu baixo centro de gravidade melhora a dirigibilidade e cria uma cabine silenciosa com surpreendente espaço interior.

A nova picape média deve oferecer mais espaço para os passageiros, sem contar o porta-malas dianteiro (frunk) e a caçamba. É possível transportar pranchas de surfe ou outros equipamentos na caçamba sem a necessidade de bagageiro de teto ou reboque.

Mas não se trata só de espaço e versatilidade. A Ford fabrica produtos com paixão e esta plataforma de veículo elétrico com baixo centro de gravidade, torque instantâneo e engenharia de chassi



refinada foi feita para proporcionar uma condução divertida. A picape média vai acelerar de 0 a 100 km/h tão rápido quanto um Mustang EcoBoost e com mais força descendente.

“Nos inspiramos no Modelo T – o carro universal que mudou o mundo”, disse Doug Field, diretor de EVs, digital e design da Ford. “Reunimos uma coleção realmente brilhante de mentes em toda a Ford e as liberamos para encontrar novas soluções para problemas antigos. Aplicamos a engenharia de primeiros princípios, forçando os limites da física para torná-la divertida de dirigir e competitiva em termos de custo. Nossa nova arquitetura elétrica zonal abre possibilidades que a indústria nunca viu. Não é um veículo tradicional simplificado.”

Outras especificações da picape elétrica média – incluindo data de lançamento, preço, autonomia, tamanho e tempo de carregamento da bateria – serão anunciadas posteriormente.

Novo sistema de produção

O time da Ford focou também na eficiência na produção, transformando a linha de monta-

gem tradicional em uma “árvore de montagem”. Em vez de uma esteira longa, três subconjuntos correm simultaneamente em linhas próprias e depois se juntam.

Grandes peças unitárias de alumínio fundido substituem dezenas de peças menores, permitindo que a frente e a traseira do veículo sejam montadas separadamente. A frente e a traseira são então combinadas com o terceiro subconjunto, a bateria estrutural, que é montada separadamente com os bancos, consoles e carpetes para formar o veículo.

As peças são transportadas pela árvore de montagem até os operadores em um kit. Dentro dele, já vêm todos os fixadores, scanners e ferramentas elétricas necessários para o trabalho, assim como a orientação correta de uso.

O Sistema Universal de Produção de Veículos Elétricos da Ford melhora drasticamente a ergonomia dos operadores, para que não tenham a necessidade de se torcer, alongar ou curvar e possam se concentrar na tarefa.

A integração do Sistema Universal de Produção de Veículos Elétricos da Ford com a platafor-

ma tornará a montagem da nova picape elétrica até 40% mais rápida que a dos veículos atuais da fábrica de Louisville. Parte desse tempo será reutilizada na produção e automação para melhorar a qualidade e o custo, resultando em uma melhoria de velocidade de 15%.

“Colocamos nossos empregados no centro e recriamos a fábrica do zero”, disse Bryce Currie, vice-presidente de Manufatura das Américas da Ford. “Vivemos e respiramos melhoria contínua, mas às vezes você precisa de um salto dramático. Esperamos que as inovações ergonômicas e a redução da complexidade – através da eliminação de peças, conectores e fios – resultem em ganhos significativos de qualidade e custo.”

A fábrica será expandida em cerca de 4.800 metros quadrados e terá fluxos de logística mais eficientes. As atualizações da infraestrutura digital darão à Fábrica de Louisville uma rede mais rápida e com maior número de pontos de acesso que qualquer outra planta da Ford globalmente, permitindo mais escaneamentos eletrônicos de qualidade.

Shell apresenta coleção de carros da Ferrari em miniaturas que são controlados por aplicativo

A Shell lança no Brasil sua nova edição de carrinhos colecionáveis da Ferrari, que une a paixão pelo automobilismo à interatividade digital. Os modelos podem ser controlados diretamente pelo celular por meio do aplicativo exclusivo Shell Racing Legends, que também permite acessar jogo com pistas virtuais.

Desenvolvidos em parceria com a Burago, referência mundial na produção de miniaturas automotivas de alta qualidade, os carrinhos reproduzem em escala os clássicos da Ferrari, com acabamento fiel e atenção aos detalhes. São 04 modelos exclusivos, com a conectividade via bluetooth pelo aplicativo, no qual o consumidor pode transformar o celular em volante e colocar os modelos em

movimento, criando momentos de interação para todas as idades.

“A coleção Shell reforça o vínculo entre tradição, entretenimento e a conexão emocional que a marca busca proporcionar aos seus clientes. Mais do que um simples brinquedo, as miniaturas Shell foram pensadas como itens de coleção que unem design, nostalgia e interatividade. É uma oportunidade de viver de forma divertida a paixão pelo automobilismo”, destaca Ricardo Berni, diretor de Marketing & Digital da Raizen.

Os consumidores poderão adquirir as miniaturas da promoção exclusiva “Lendas colecionáveis” a partir de 22/09 no estado de São Paulo e 1º de outubro em todo o Brasil. As mecânicas para conquistar os mode-

los envolvem o abastecimento a partir de R\$ 50 com a linha de combustíveis aditivados Shell V-Power, ou consumir R\$ 50 nas lojas Shell Select ou, ainda, realizar uma troca de óleo com lubrificantes Shell Helix ou Shell Rimula, somado ao investimento de R\$ 139,99. O consumidor também poderá adquirir o colecionável por R\$189,99. Para consultar mais informações e os postos participantes, os consumidores podem consultar pelo site oficial Link.

Para celebrar o lançamento da coleção, a marca promoveu um jantar exclusivo que reuniu imprensa, influenciadores e o embaixador da promoção Fred Bruno, em um cenário totalmente inspirado no universo automobilístico. A experiência foi pen-



sada para transportar os convidados à adrenalina da velocidade e à emoção das pistas, criando uma conexão única e memorável. Essa imersão não apenas reforçou o vínculo emocional

da marca com seus fãs, como também potencializou a visibilidade da campanha, garantindo impacto e desejo em torno da novidade.

Honda CRF 300F 2026: Evolução natural para continuar sendo referência

No ano de 2006 a Honda introduziu no lineup a CRF 230F produzida em sua fábrica em Manaus, AM. A fórmula do modelo imediatamente conquistou os fãs do off-road: a proverbial confiabilidade das Honda aplicada a uma motocicleta versátil, que poderia ser usada tanto para prática esportiva – enduro, rally, cross country – como para o lazer de trilheiros de final de semana. Além disso, também poderia atuar como genuína ferramenta de trabalho e locomoção em sítios e fazendas.

Simples, forte e leve, a CRF brasileira fez fama como válida herdeira das CRF importadas “de briga”, mas com custo de aquisição e gestão muito abordável. Seu sucesso imediato foi devido não apenas à fórmula técnica adequada – motor robusto aplicado a uma ciclística competente – como também à sede dos usuários por ter uma Honda verdadeiramente off-road sem ter que recorrer a adaptações dos modelos trail, ou então às exclusivas CRF importadas, direcionadas a competições de alto nível.

Em 2018 a Honda dobrou a aposta através da CRF 250F, modelo que seguiu o rastro da antecessora conciliando facilidade de uso, custo de aquisição e manutenção ínfimo, mas com importantes aperfeiçoamentos: motor 20% mais potente em relação ao da CRF 230F, ciclística evoluída por meio de um chassi

100% inédito, suspensões e freios majorados e um design para Red Rider nenhum colocar defeito.

Agora, a Honda segue sua tradição de jamais deixar de aperfeiçoar seus modelos e traz a novíssima CRF 300F 2026, que incorpora às reconhecidas qualidades de suas antecessoras um bem estudado upgrade. A modernização foi importante e profunda, mas não desvirtuou o caráter de um modelo, unanimemente reconhecido pelo acerto de sua proposta e eficiência máxima qualquer que seja o tipo de utilização.

Generalidades do modelo

Do ponto de vista estético e prático a CRF 300F 2026 traz evolução marcante, com elementos que conciliam a necessária modernidade do design com facilidade de manutenção e resistência, características fundamentais nas motos off-road. Exemplo disto são as novas aletas laterais do tanque de combustível, com formato e grafismo que segue o estilo das poderosas Honda CRF 450R/RX. Outra novidade é o sistema de fixação das laterais, agora por meio de parafusos, assim como o cavalete lateral reposicionado.

Importante passo à frente na CRF 300F é o novo motor, um monocilíndrico OHC arrefecido a ar, de 293,5 cm³, que estreou equipando a CB 300F Twister em 2023 e, na

sequência, ganhou versões ajustadas para equipar a XRE 300 Sahara, lançada no fim de 2024 e a XR 300L Tornado, em 2025.

Esta uniformização dos motores de modelos campeões na preferência dos clientes exalta a eficiência de tal motor no aspecto puro – o da potência e torque superiores, assim como na confiabilidade e economia. Outra evolução positiva no aspecto técnico da CRF 300F é a transmissão de seis velocidades ante a de cinco velocidades do modelo que a antecedeu.

Quanto à parte ciclística, a CRF 300F traz novo ajuste de suspensões, sistema de freio dianteiro atualizado e vários componentes novos visando maior eficiência e contenção de peso mesmo com a elevação da capacidade do motor.

A sigla CRF aplicada a um modelo Honda remete a um universo de desafios, onde a busca da plena eficiência prática – condição essencial para motos off-road e/ou aventureiras – se sobrepõe ao simples aspecto estético.

Nem por isso o visual das CRF está aquém das expectativas, e o exemplo desta CRF 300F deixa claro que a busca da plena funcionalidade não traz impactos negativos no trabalho dos designers da Honda.

Ágil, agressiva e ao mesmo tempo essencial: nada em uma



CRF é supérfluo, e assim é nova CRF 300F, digna integrante de uma estirpe de motos literalmente campeãs. Aliás, as recentes vitórias na mais importante prova do off-road nacional, o Rally dos Sertões 2025, no qual a CRF 450 Rally conquistou a categoria geral e a CRF 250F a categoria Brasil, comprovam plenamente tal afirmação.

A adoção de aletas laterais ao tanque com novo desenho, que visou abrigar o radiador de óleo e também aproximar o design da off-road Made in Manaus ao das CRF importadas, é destaque. Outra inovação de caráter prático/estético vem das laterais, agora fixadas por meio de parafusos.

No que diz respeito ao incremento da praticidade/funcionalidade, a CRF 300F traz um cavalete reposicionado que permite a mesma estabilidade em estacionamento, mas melhora a distância em relação ao solo e reduz a chance de o componente raspar no solo ou em obstáculos com facilidade.

A ergonomia, sempre um fator de grande importância, preserva a receita de sucesso da família CRF. O assento, estreito e longo, permite a devida movimentação do piloto em busca da maior eficiência na condução. A distância mínima em relação ao solo é generosa, 290 mm, enquanto o peso a seco está contido a 119 kg.

Seu novo Toyota está na **OSAKA**



Hilux SRX Diesel 4x4

BÔNUS DE 15 MIL*

No seu seminovo ou em acessórios

SW4 SRX Platinum 7L

6 REVISÕES GRÁTIS*

Toda linha Toyota com até
10 anos de garantia para
modelos a partir de 2020.



**TOYOTA
SERVIÇOS
CONECTADOS**



Imobilização de veículo



Assistência 24 horas



Cerca geográfica



Notificação de alarme

OSAKA
EXCELÊNCIA QUE TE MOVE

**GRUPO
AGUIABRANCA**



Desacelere. Seu bem maior é a vida.



*Ofertas válidas para veículos faturados entre 04 a 31 de Julho de 2025 ou até durarem os estoques. HILUX DIESEL SRX 4X4 2.8 AUTOMÁTICA 25/25 (cinza granito) 0 Km R\$ 344.400,00 à vista. Bônus: O cliente receberá um bônus no valor de R\$ 15.000,00 (quinze mil reais) que poderá ser utilizado para avaliação do seminovo ou compra de acessórios comercializados pela concessionária. SW4 SRX PLATINUM 7 Lugares 4X4 2.8 DSL 16V AUT. 25/25 (preto atilude 0km R\$ 419.090,00 à vista. 6 Revisões Grátis: A validade se iniciará a partir da emissão da Nota Fiscal de compra e será válido por 6 anos ou até atingir os 60.000km, o que ocorrer primeiro. A promoção contempla gratuidade nos itens previstos nas revisões de 10.000K, 20.000Km, 30.000Km, 40.000Km, 50.000Km e 60.000Km conforme o manual do proprietário. Promoção válida apenas para revisões a serem realizadas na concessionária onde o veículo foi adquirido, mediante agendamento prévio. Sob nenhuma hipótese será admitido o ressarcimento do valor em dinheiro ou para utilização em outros produtos no caso do bônus e caso a revisão seja feita em outra oficina e/ou concessionário, mesmo que seja do grupo Aguiabranca. A promoção é válida apenas para o primeiro proprietário cujo nome estiver na nota fiscal do veículo novo, não se estendendo a outros proprietários que por ventura adquiram o veículo. Para ter direito ao benefício é imprescindível apresentação do voucher recebido, assinado e carimbado pelo Gerente de Vendas da concessionária. Estoque: 2 unidades para cada modelo descrito acima. Condições sujeitas à alteração sem prévio aviso. Saiba mais em www.osakaveiculos.com.br.

Alfa Romeo patrocina evento “Tutto Bene”

A Alfa Romeo patrocinou a segunda edição do “Tutto Bene Hillclimb”, um desfile emocionante de carros clássicos que reúne entusiastas do mundo todo em um cenário único. O evento aconteceu na quarta-feira, 10 de setembro, na estrada particular Strada Borromea, de Gignese, logo acima de Stresa, na província de Novara, até o topo do Monte Mottarone. Cerca de 80 carros participaram, tanto contemporâneos quanto clássicos: dos modelos mais icônicos do automobilismo italiano a veículos mais simples, porém marcantes, todos unidos pelo lema “somente carros excepcionais permitidos”.

Um dos participantes mais aguardados foi a Alfa Romeo, que exibiu seu histórico Tipo 33/2 “Periscopica” de 1967 e o moderno Giulia Quadrifoglio, símbolos de uma paixão atemporal. Organizado pelo estúdio de design BorromeoDeSilva em colaboração com a agência criativa americana Race Service, o evento “Tutto Bene” propõe um novo formato para encontros automobilísticos: dinâmico,

porém seguro, com a possibilidade de aproveitar o ambiente local. Sem provas cronometradas ou corridas de velocidade, o espírito do evento é sintetizado no slogan “desacelere para ir mais rápido”, apresentando o prazer de dirigir como uma experiência consciente, imersa na paisagem e compartilhada entre entusiastas.

A estrela da edição de 2025 é um dos carros mais icônicos da história da Alfa Romeo: o Tipo 33/2 “Periscopica” de 1967, conhecido como “Fléron”. Um modelo lendário que marcou o retorno oficial da marca às competições internacionais: em sua estreia, venceu a subida de montanha de Fléron com Teodoro Zecoli ao volante. Sua extraordinária carreira esportiva começou em 12 de março de 1967 e culminou com os títulos do Campeonato Mundial de Rali em 1975 e 1977.

Considerado o precursor do 33 Stradale, o Periscopica representa uma das obras-primas mais autênticas do legado da Alfa Romeo. Equipado com um motor V8 de 2

litros e 270 cv e um chassi tubular de liga de magnésio leve, pesando apenas 580 kg, ele é o epitome da engenharia italiana de competição. Ao longo dos anos, competiu nas lendárias pistas da Targa Florio, Sebring e Nürburgring, destacando-se por sua agilidade e potência.

Atualmente, o carro é mantido pela Scuderia del Portello, fundada em Arese em 1982 como a equipe oficial de corridas históricas da Alfa Romeo. A Scuderia preserva e compete com alguns dos carros mais icônicos da marca, transformando-os em um verdadeiro “museu sobre rodas” que participa de eventos prestigiosos como a Mille Miglia, o Le Mans Classic e o Festival de Velocidade de Goodwood. Juntamente com a fábrica de Portello, a Scuderia oferece serviços excepcionais de restauração, logística e suporte técnico para manter vivo o legado automotivo e o apelo atemporal da Alfa Romeo em todo o mundo.

Por fim, o evento exclusivo no Lago Maggiore também contará com um Alfa Romeo Giulia Qua-



drifoglio especial, o modelo que brilhou nas telas de Hollywood no filme “Esquadrão 6” de Michael Bay, em 2019, percorrendo as ruas estreitas de Florença em sua espetacular carroceria verde fluorescente, em uma das sequências de ação mais memoráveis da história recente do cinema. Além disso, com seu coração pulsante — um V6 biturbo que produz mais de 500 cv — este Giulia Quadrifoglio

específico não é apenas um ícone da potência e do design italianos, mas também a estrela indiscutível do evento, pronto para deslumbrar o público com sua presença.

Em resumo, a Alfa Romeo combina em Mottarone a lenda do Tipo 33/2 “Periscopica” e a potência do Giulia Quadrifoglio numa expressão única do Biscione, uma marca capaz de transformar a sua história em paixão e emoção intemporais.

Adidas se torna parceira oficial da futura equipe Audi F1 Team

A futura equipe Audi F1 e a adidas anunciam uma parceria plurianual que tornará a fabricante alemã de artigos esportivos a parceira oficial de vestuário da equipe das quatro argolas na principal competição de automobilismo do mundo. A coleção, que será lançada antes do início da temporada de 2026, tem como objetivo combinar design elegante — que impressionam pela clareza e precisão — com tecnologia de ponta.

Como parte da parceria, a adidas e a futura equipe Audi F1 estão trabalhando em estreita parceria para desenvolver uma robusta coleção de equipamentos de alto desempenho — a fim de atender a requisitos específicos para os pilotos, mecânicos, engenheiros e outros membros da equipe em pista. O objetivo comum é criar produtos funcionais que ofereçam o melhor suporte possível à equipe em suas atividades diárias, promovendo máximo rendimento. Em um esporte que prospera com o progresso contínuo, a coleção também define novas tendências na cultura do automobilismo — caracterizada pela tecnologia de ponta da adidas e uma abordagem nova e inovadora para além do paddock.

Como os fãs estão no centro des-



ta parceria, a adidas e a futura Audi F1 Team abraçaram sua paixão pelo esporte desde o início, moldando uma colaboração que vai além do mero desenvolvimento de roupas. Unidas por uma paixão cultural comum pelo esporte, pela inovação e pelo design emocional, as duas marcas lançarão uma linha exclusiva de roupas, calçados e acessórios em todo o mundo — mesmo antes da primeira corrida — dando aos fãs a oportunidade de mostrar sua união com a equipe.

Para Gernot Döllner, CEO da

AUDI AG e presidente do Conselho de Administração da Sauber Motorsport AG, “a adidas e a Audi têm décadas de colaboração no esporte de alto nível, baseada em valores compartilhados e no desejo de inspirar por meio do desempenho. Nossa parceria na Fórmula 1 vai muito além da busca pela inovação e pelo desempenho máximo: ela combina os pontos fortes e as visões de duas marcas progressistas.” A próxima coleção da adidas será caracterizada pela clareza e precisão, assim como a

nova filosofia de design da Audi. “O fato de estarmos moldando a entrada da nossa marca na categoria principal do automobilismo junto com a adidas ressalta a grande confiança e apreço que temos pela nossa colaboração.”

Para Bjørn Gulden, CEO da adidas, “estamos muito orgulhosos da parceria com a futura equipe Audi F1 e em apoiar sua estreia no mais alto nível da competição esportiva. Reunir as icônicas quatro argolas e nossas três listras no paddock de 2026 marca um novo e empolgante capítulo

no automobilismo. Como parte de nosso compromisso contínuo com a F1, essa parceria demonstra nosso foco em colaborar com marcas que compartilham nossas crenças e perspectivas inovadoras, dentro e fora das pistas. Estamos muito ansiosos para revelar tudo o que planejamos, com o objetivo de ajudar os pilotos e a equipe a terem sucesso e atrair uma nova geração de fãs do automobilismo!”

Para Jonathan Wheatley, diretor da futura equipe Audi F1, “esta parceria reúne duas marcas icônicas — as quatro argolas e as três listras — em um palco global e representa um passo ousado em nossa jornada para a grade de largada como equipe Audi F1. Com a adidas, estamos equipando nosso time com equipamentos esportivos técnicos de elite que melhoram o desempenho onde mais importa. Além das corridas, compartilhamos o compromisso de causar impacto fora das pistas por meio da inovação, do estilo e da busca incansável pela excelência. Juntos, criaremos ativações de marca ousadas e experiências inovadoras.

Hyundai Motor Brasil é reconhecida como empresa do ano em excelência ambiental em premiação internacional

A Hyundai Motor Brasil foi reconhecida pela primeira vez como “Environmental Excellence Company of the Year 2025” pela Global Energy & Environment Foundation (GEEF), uma organização internacional sem fins lucrativos que incentiva a implementação de soluções inovadoras e sustentáveis para a indústria global. A premiação destacou o projeto “Sustentabilidade no Processo de Produção”, desenvolvido pela fabricante sul-coreana em sua planta em Piracicaba (SP), pela abordagem inovadora na redução do consumo de recursos naturais, como água, energia e matérias-primas, além de promover uma cultura organizacional voltada à sustentabilidade.

“Esse prêmio internacional reforça nosso compromisso com a sustentabilidade e valida os esforços contínuos da Hyundai em transformar seus processos produtivos com responsabilidade ambiental e impacto positivo na sociedade. Estamos orgulhosos por ver que nossas iniciativas, que envolvem desde a reutilização de materiais até ações sociais com a comunidade, estão sendo valorizadas globalmente. Saber que esta é a primeira vez que uma montadora atuante no Brasil

recebe esse reconhecimento na história desta categoria da premiação torna o feito ainda mais especial para todos nós. O resultado mostra que estamos no caminho certo para construir um futuro mais equilibrado e consciente”, aponta Ricardo Martins, vice-presidente administrativo da Hyundai Motor Brasil.

Nos últimos anos, a montadora tem obtido resultados expressivos a partir deste trabalho voltado à otimização do uso de recursos naturais. A redução no consumo de água no processo de lavagem de veículos já soma 17 milhões de litros. Mais de um milhão de quilos de aço foram reutilizados no processo produtivo, gerando um retorno financeiro superior a R\$ 900 mil. Também se estabeleceu um processo de eficiência energética que registra economia de 2.500 MWh/ano, volume que seria suficiente para abastecer mais de mil residências. Outro destaque são os mais de R\$ 260 mil economizados em custos operacionais relacionados ao descarte de resíduos, além das ações sociais e comunitárias, com doações ao Corpo de Bombeiros e a entidades que constroem brinquedos com materiais reutilizados.



Gontijo reforça importância da empatia no transporte rodoviário

Ao embarcar em um ônibus, cada passageiro leva consigo muito mais do que malas: carrega sonhos, despedidas, conquistas e desafios pessoais. É com esse olhar que a Empresa Gontijo de Transportes, responsável por transportar cerca de 5 milhões de pessoas todos os anos em rotas pelo Brasil inteiro, reforça a importância da empatia e do atendimento humanizado no transporte rodoviário.

Neste mês de setembro, marcado tanto pelo Dia Nacional do Trânsito (25/9) quanto pela campanha Setembro Amarelo, de prevenção ao suicídio, a empresa chama atenção para um aspecto essencial: a segurança nas estradas vai além da condução responsável. Ela envolve também gentileza, acolhimento e respeito com cada passageiro.

“Quando pensamos em transporte rodoviário, falamos de centenas de histórias diferentes que dividem o mesmo espaço. Por isso, incentivamos nossos motoristas e colaboradores a manterem um olhar atento não apenas nas estradas, mas principalmente nas pessoas”, afirma Fernanda Gontijo, gerente comercial da empresa.

Os destinos mais procurados



pelos clientes da empresa incluem o interior de Minas Gerais, as praias do sul da Bahia e do Espírito Santo, além das rotas que ligam São Paulo e Rio de Janeiro ao Nordeste — muito buscadas tanto por lazer quanto por trabalho ou visitas familiares.

Escuta e empatia

Para garantir que a jornada seja acolhedora em todos os sentidos, a Gontijo realiza treinamentos periódicos com motoristas e equipes de atendimento, reforçando práticas de escuta ativa, empatia e humanização no contato com o passageiro. Neste mês, a empresa inicia

uma série de campanhas internas voltadas para a valorização da vida e o cuidado com o próximo.

“Temos protocolos de atendimento que priorizam não apenas a segurança, mas também o respeito e a escuta. O que buscamos é que cada viajante se sinta visto, respeitado e acolhido. Afinal, cada assento ocupado é uma história que merece atenção”, reforça Fernanda.

Com milhões de passageiros transportados anualmente, a Gontijo acredita que cultivar empatia dentro e fora da estrada fortalece sua cultura organizacional e contribui para uma experiência de viagem mais humana.

**SONHAR É MUITO BOM,
REALIZAR É MELHOR AINDA!**

Sua próxima conquista está há poucos cliques de distância.



Conquiste agora!

BAMAQ
digital



Acesse nosso
site e saiba mais
bamaqdigital.com.br

Renault recebe duas certificações no Prêmio MESC 2025

A Renault do Brasil foi reconhecida no Prêmio MESC 2025, o maior estudo comportamental auditado de experiência do cliente do Brasil, como a “Melhor Empresa em Satisfação dos Clientes de 2025” em seu segmento, pela atuação de sua rede de concessionárias. A fabricante também recebeu o prêmio por ser uma das “100 Melhores Empresas em Satisfação do Cliente em 2025”, dentre todas as empresas auditadas pelo estudo no Brasil.

“Cada prêmio conquistado representa o resultado do nosso empenho em ir além: colocar o cliente no centro do negócio, antecipar suas necessidades e oferecer uma experiência excepcional em todos os momentos de interação com a Renault”, reforça Renan Nishioka, diretor de pós-vendas da Renault do Brasil.

O estudo anual conduzido pelo Instituto MESC coletou mais de 22 milhões de impressões espontâneas em todo o Brasil, por meio das plataformas Google Opinion e MESC360 e traz auditoria tripla, com con-

fiança estatística de 98%. Nesse estudo, mais de 10 mil marcas são avaliadas em 380 categorias e, destas, 1.500 são auditadas em uma pesquisa com multimétricas, que abrange 22 dimensões comportamentais da experiência do cliente.

A Renault foi eleita por seis anos consecutivos (2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025) como melhor montadora em satisfação ao cliente pelo instituto MESC, em parceria com o Google. Também é a melhor montadora na pontuação de reputação no Google desde 2022 (conforme avaliação dos próprios clientes na plataforma).

A marca também consolida sua reputação no Reclame AQUI por alcançar pelo terceiro ano consecutivo, o selo RA1000, a reputação máxima na plataforma, reconhecendo as empresas que possuem excelentes índices de atendimento. No Reclame AQUI, a Renault é a marca com a melhor posição dentre todas do setor automotivo.



Versão XTR da Citroën para Aircross e C3 entrega mais robustez

A Citroën incorpora em sua gama de produtos as novas versões Citroën Aircross XTR 7 e Citroën C3 XTR. Do inglês “eXTReme”, a linha XTR, que estreou na Citroën nos anos 2000, retorna agora à marca com nova estilização e convida o cliente para se aventurar a relaxar, seja perto da natureza ou escapando para algum lugar especial, dentro ou fora da cidade. As novas versões mantêm o DNA da marca: design marcante, espaço interno, conforto e acessibilidade.

Em comum, os Citroën Aircross XTR 7 e Citroën C3 XTR trazem em seu interior bancos, painel, apoio de braço das portas e volante com revestimento premium e detalhes da costura na cor Light Green. A tonalidade de verde pistache exclusiva do modelo faz alusão a uma vida voltada mais ao ar livre e cria um contraste elegante com o interior escurecido.

“Com a chegada da versão XTR, a marca reforça seu compromisso em oferecer veículos que unem acessibilidade, robustez e conforto, entregando um pacote completo para quem busca um carro versátil, equipado e acessível”, destaca Felipe Daemon, vice-presidente da Citroën para a América do Sul.



A central multimídia Citroën Connect touchscreen de 10,25” passa a ter novas bordas ultrafinas em preto brilhante — tonalidade que também se estende à moldura das saídas de ar, proporcionando um visual frontal mais leve e uniforme. O sistema mantém o nível de navegação imersiva e moderna, com espelhamento sem fio via Android Auto e Apple CarPlay, garantindo praticidade e integração total com smartphones. O Citroën C3 XTR conta com porta USB tipo A e duas portas USB tipo C para a segunda fileira e, no caso do Citroën Aircross XTR 7, mais 1 porta USB tipo C para a terceira fileira.

**COM A CENTAURO,
ATÉ O CENÁRIO
FICA MAIS BONITO!**

**TRANSPORTE DE
FUNCIONÁRIOS**

www.centauroturismo.com.br

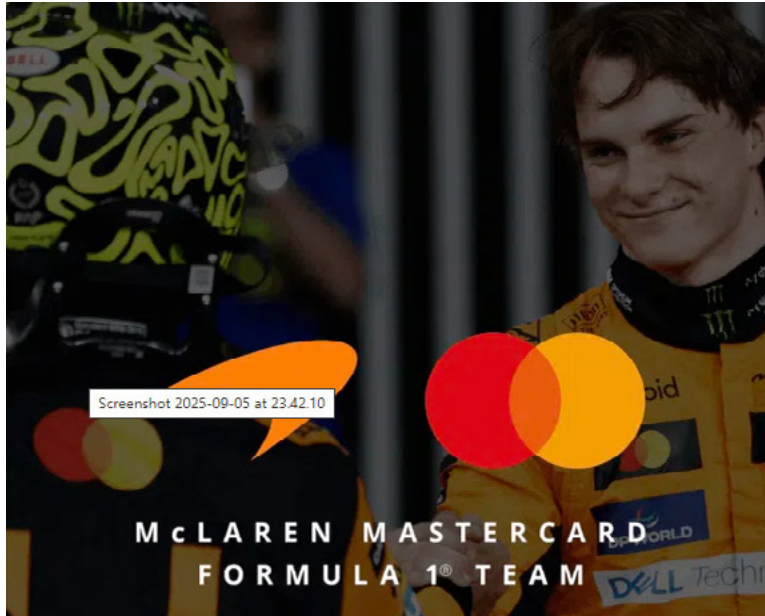
CENTAURO 35 ANOS

31 3474 7014

McLaren Racing anuncia Mastercard como parceira oficial de nomenclatura da equipe de Fórmula 1 a partir de 2026

A partir da próxima temporada, a equipe será conhecida como McLaren Mastercard Formula 1 Team, com a mudança representando uma nova era não apenas para a parceria, mas também para os fãs da equipe em todo o mundo. Essa colaboração expandida abrirá mais oportunidades para os fãs desfrutarem de experiências únicas e de acesso exclusivo aos bastidores. Cumprindo sua promessa de priorizar os fãs, a Mastercard lançará o Team Priceless, uma iniciativa global que permitirá que os fãs da equipe “Papaya” se aproximem da equipe e da ação ao longo do calendário de corridas, além de vivenciar uma programação selecionada de atividades. Em determinados dias de corrida, fãs selecionados desfrutarão de experiências diferenciadas, desde voltas rápidas na pista até encontros com pilotos e Experiências Priceless que destacam a cultura local da cidade-sede. Mais detalhes sobre o Team Priceless e o processo de recrutamento serão anunciados em breve.

O novo capítulo da parceria foi anunciado em um evento ao vivo



para fãs em Amsterdã na noite de quarta-feira, 27 de agosto, antes do Grande Prêmio da Holanda que acontecerá neste fim de semana. O evento teve participações dos pilotos da McLaren Formula 1 Team, Lando Norris e Oscar Piastri, além de apresentações musicais ao vivo.

Zak Brown, CEO da McLaren Racing, disse: “Não há ninguém

mais importante para nós do que nossos incríveis fãs, então eu não poderia estar mais feliz em entrar neste próximo capítulo da nossa parceria com a Mastercard com uma promessa à nossa Família Papaya em todo o mundo: que continuaremos a colocar nossos fãs em primeiro lugar, a aproximá-los ainda mais da equipe e a oferecer ex-

periências incríveis. A Mastercard é uma parceira fantástica que compartilha nossas paixões e valores. Tê-los a bordo como parceiros de nomeação nos oferecerá a plataforma de lançamento perfeita para continuarmos avançando dentro e fora das pistas – e mal posso esperar para ver o Team Priceless ganhar vida em 2026.”

Raja Rajamannar, Diretor de Marketing e Comunicação da Mastercard, acrescentou: “Nossa parceria tem como objetivo colocar os fãs na liderança desde o primeiro dia, e

nos tornarmos o Parceiro Oficial de Nomeação da Equipe McLaren de Fórmula 1 leva esse compromisso a um novo patamar. A McLaren Racing representa o ápice da inovação, precisão e desempenho, valores que refletem os nossos, à medida que ultrapassamos limites e proporcionamos experiências vencedoras. Colaborações como o Team Priceless refletem esses valores e dão aos fãs muito o que esperar desta temporada e de muitas outras.”

Toyota Hiace revoluciona segmento com conjunto mecânico e DNA da Hilux



A Toyota do Brasil estreia no estratégico mercado de vans com a Hiace, modelo consagrado globalmente pela companhia – são 58 anos de tradição e mais de 6 milhões de unidades vendidas em mais de 150 países ao longo de seis gerações. Reunindo a robustez do DNA da Hilux ao baixo custo de propriedade, o modelo traz consigo os programas Toyota 10, até 10 anos de garantia, e Revisão Facilitada, que oferece as três primeiras manutenções gratuitas.

Neste primeiro momento, a

Hiace será ofertada na versão Minibus com 15+1 lugares por R\$ 364.990 – e as demais opções Furgão, Ambulância e Refrigerada/Isolada chegarão ao País a partir de novembro. Alinhado à visão de mobilidade da Toyota, o modelo foi desenvolvido para atender às necessidades de diferentes perfis de clientes e se destaca pela altura de 2,28 m, abaixo do vão livre que costuma ser adotado para garagens de edifícios comerciais e residências (2,40 m), facilitando o uso urbano.

Toyota do Brasil anuncia mudanças em sua estrutura Comercial

A Toyota do Brasil anuncia mudanças, vigentes a partir de hoje (25/08), no comando de sua área Comercial. Fabio Lage despede-se da empresa após 11 anos de atuação, tendo contribuído para a área Comercial e para os negócios da empresa no país.

Soraya Battistini assume o cargo de Gerente Geral Comercial no Brasil, reportando-se diretamente a José Ricardo Gomes, Diretor Comercial Brasil e Diretor Regional de Atendimento ao Cliente & Cadeia de Valor LATAM.

Com mais de duas décadas de atuação no setor automotivo, a executiva iniciou sua carreira no Pós-Vendas da Scania, teve passagem pela Iveco e, há 20 anos, constrói uma sólida trajetória na Toyota do Brasil. Ao longo desse período, Soraya atuou em áreas estratégicas como Pós-Vendas, Desenvolvimento de Rede e Vendas, experiências que lhe conferiram uma visão abrangente do ne-



gócio e do mercado.

A atualização na área Comercial da Toyota do Brasil reflete o compromisso com a direção estratégica da empresa, focada no incremento da retenção e no desenvolvimento da cadeia de valor, entre a

melhoria de negócios tradicionais e o desenvolvimento de novos negócios. A nova estrutura fortalece a visão centrada no cliente e o crescimento sustentável da companhia no país.

Bridgestone inaugura novo Centro de Distribuição em Mauá



A Bridgestone, líder global em pneus premium e soluções de mobilidade sustentável, anuncia a inauguração de seu novo Centro de Distribuição (CD) na cidade de Mauá, região metropolitana da cidade de São Paulo. Localizado no condomínio logístico Golgi Mauá II, o novo espaço centraliza a distribuição de pneus em uma estrutura moderna, eficiente e alinhada às melhores práticas ambientais, sociais e de governança.

O evento de inauguração contou com a presença do Presidente da Bridgestone América Latina, Agustin Pedroni, do Country Manager no Brasil, Lafaite Oliveira, além de representantes das equipes de Supply Chain e Comercial da companhia, clientes, parceiros e autoridades locais, incluindo o Prefeito de Santo André, Gilvan Junior e o Prefeito de Mauá, Marcelo Oliveira.

Batizado de CD Alenza, em homenagem à linha homônima de pneus de alta performance da marca, o novo centro é um marco na logística da empresa no Brasil. A mudança representa uma evolução estratégica que amplia a capacidade de armazenamento e otimiza a gestão de estoques, sem impactar nos prazos de entrega, uma vez que o novo espaço está a menos de 10 km da planta industrial de Santo André e possui rotas de fácil acesso a todo o país.

“Esta unidade simboliza um

novo capítulo para a Bridgestone no Brasil, unindo inovação, sustentabilidade e excelência operacional. Estamos prontos para atender nossos clientes com ainda mais agilidade, eficiência e qualidade”, destaca Lafaite Oliveira, Country Manager da Bridgestone Brasil. “Estamos em um país de dimensões continentais, e a eficiência logística é essencial. Este centro chega para reforçar nossa atuação”, completa. Para Lafaite, a inauguração do CD Alenza é mais uma demonstração concreta do compromisso da companhia com o Brasil. “Este investimento é parte da nossa estratégia regional de crescimento sustentável. Com estrutura moderna, localização estratégica e foco em ESG, seguimos conectando fábricas, parceiros e consumidores com eficiência e responsabilidade”, disse.

Com a centralização das operações no CD Alenza, a Bridgestone espera ampliar sua capacidade de inventário e maximizar o aproveitamento de cargas, aumentando a disponibilidade de produtos e melhorando o nível de serviço aos distribuidores e clientes finais. A nova unidade também é responsável pela geração de 220 empregos indiretos na região.

Estrutura e diferenciais operacionais

O CD Alenza ocupa uma área construída de mais de 116 mil m²,

sendo distribuído em dois módulos principais com cerca de 59 mil m² e 46 mil m², totalizando 107 vagas para carros, 95 para caminhões e 178 docas com niveladoras automáticas.

O espaço ainda conta com restaurante para colaboradores e motoristas, escritórios exclusivos para a equipe logística e layout otimizado para armazenagem e recebimento de matéria-prima.

A operação do centro será conduzida pela TPC Logística Inteligente, empresa do grupo JSL, responsável também pelas operações da Bridgestone na Bahia.

Sustentabilidade e inovação

Projetado com foco em sustentabilidade, o novo centro conta com equipamentos e veículos movidos a gás e eletricidade, reduzindo significativamente a emissão de CO₂. Além disso, o condomínio Golgi Mauá II possui certificação LEED Gold, iluminação natural e sistema de renovação de ar, promovendo conforto térmico e eficiência energética.

Outros diferenciais ambientais incluem uso de energia solar para aquecimento da água, sistema de reuso para lavagem de pátios, vagas com carregadores elétricos, bicicletário e política de reciclagem de resíduos

Postos Petronas chegam ao Brasil com sua primeira campanha oficial



NEXTA, subsidiária da SIM Distribuidora (SIM), estreia neste mês a primeira campanha publicitária para os Postos PETRONAS no Brasil. Com criação da Milà, agência de publicidade da Galeria.holding, a comunicação com a assinatura “Postos PETRONAS. Nossa fórmula é única.”, destaca a experiência dos motoristas por meio da alta qualidade dos produtos e serviços encontrados nos Postos de combustível.

Em 2024, PETRONAS lançou o primeiro licenciamento da marca em parceria com a SIM para oferecer aos consumidores brasileiros acesso a seus combustíveis e lubrificantes de alto desempenho – PETRONAS Primax™, com tecnologias proprietárias de aditivos, e lubrificantes PETRONAS Syntium™, desenvolvidos a partir de aprendizados e tecnologias vindos das pistas de Fórmula 1.

“A partir dessa campanha estamos escrevendo um novo capítulo no segmento no Brasil, uma oportunidade única para destacarmos para os consumidores

uma nova experiência em postos de combustível, com serviços e produtos de altíssima qualidade”, conta Ian Dobereiner, CEO da NEXTA.

Com filme de 60 segundos, desdobrado em diferentes formatos e versões para veiculação no ambiente online, a campanha é também a estreia da Milà como agência full-service para a marca no Brasil. A agência é a responsável pelo planejamento, estratégia e criação de campanhas publicitárias, ativações institucionais e de produtos, além da gestão e produção de conteúdo para os canais proprietários @ PostosPETRONASBrasil.

“Na Milà, visão e ambição são sempre o que buscamos em nossos clientes. O que mais nos deixou felizes com essa conquista foi ter encontrado, nessa nova parceria, pessoas que comungam nossos valores e tem a energia para construir um negócio que, tenho certeza, marcará de forma muito positiva um segmento tão consolidado em nosso país”, acrescenta Léo Balbi, CEO da Milà.

Novo Nissan Kicks

A Nissan do Brasil reuniu a imprensa especializada para apresentar mais um novo lançamento; o NOVO NISSAN KICKS!

O modelo chega todo renovado; um Suv esportivo mais dinâmico e confiável!

As mudanças foram grandes e realmente excelentes!

Tudo isso foi o resultado de um projeto pensado para redefinir os padrões do segmento de SUVs, trazendo um design robusto e sofisticado com tecnologias que garantem segurança e conforto, muito espaço e versatilidade.

“Tenho certeza de que o novo Nissan Kicks trará um grande impulso para a nossa marca no mercado brasileiro, assim como em todos os outros lugares onde foi lançado. Será um verdadeiro sucesso aqui no Brasil. É um SUV super bem projetado, com tecnologia avançada, e tenho certeza de que as pessoas vão adorar!”, afirmou Christian Meunier, Chairman da Nissan Américas, que veio ao Brasil, para o lançamento do novo carro da marca.

Para se adequar às necessidades de cada motorista, o modelo é oferecido em quatro versões: Sense, Advance, Exclusive e Platinum. Cada versão surge com seu pacote de equipamentos específicos, mas todas elas trazem como base um conjunto moderno e disruptivo, onde se destacam:

Design robusto e impactante

Na visão frontal, o desenho é geométrico moderno e ousado. Os faróis dianteiros têm assinatura exclusiva, luzes diurnas em filetes, para criar uma frente icônica, contrastando formas para acentuar o porte robusto.

O design da traseira é igualmente expressivo, mas elegante, com um discreto spoiler no teto, antena tipo tubarão e lanternas de LED aplicadas na moldura preta que se sobressai em toda a parte de trás do carro. Essa peça divide a tampa do porta-malas em dois segmentos.

As caixas de rodas salientes, por sinal, emolduram as exclusivas rodas desenvolvidas para o modelo, que tem aro 19 nas versões Exclusive e Platinum, tamanho inédito em um modelo desse segmento. A pitada extra de personalidade é

garantida por vários easter eggs-que estão espalhados pela carroceria, como na base dos retrovisores externos e colunas C.

Dentro, o novo Nissan Kicks tem visual tão moderno e arejado como o do exterior.

No painel, que forma uma espécie de monólito tecnológico, uma tela para acomodar os instrumentos e outra para o sistema de infoentretenimento, ambas de alta definição, ficam lado a lado. Para as versões Sense e Advance, são de 7 polegadas, enquanto na Exclusive e na Platinum são de 12,3 polegadas.

O desenho do painel diferenciava-se também ao adotar uma base na parte inferior, como uma prateleira. Uma iluminação discreta em linha contínua, que começa nas laterais das portas dianteiras e está em toda extensão do painel, dá um toque diferenciado à cabine da Platinum.

O teto solar panorâmico, com abertura e fechamento com acionamento elétrico, traz luz e leveza adicionais para o interior.

Interior espaçoso e funcional

O novo Nissan Kicks foi desenvolvido para otimizar o espaço interior para o conforto dos passageiros e a boa acomodação da carga, mantendo um tamanho exterior compacto que torna a condução e o estacionamento na cidade uma tarefa fácil.

Além da garantia de conforto para os passageiros, o novo Nissan Kicks também é generoso com a carga; com 470 litros de capacidade, o porta-malas tem a maior capacidade de seu segmento.

Para atender às crescentes necessidades da vida conectada, a Nissan equipou o novo Kicks com um sistema de infoentretenimento com soluções que facilitam o manuseio e a vida a bordo. Tudo projetado no painel em estilo de monólito tecnológico.

Nas versões Exclusive e Platinum, cada tela de alta resolução tem 12,3 polegadas – que saudam os ocupantes na sua abertura – e trazem todas as informações do sistema de áudio e de aplicativos como Apple Car Play e o Android Auto, acessados por conexão sem fio além das informações do veículo. O equipamento permite salvar até três perfis de usuários diferen-



tes com as configurações de volume, brilho, interfaces, etc.

Em um mundo cada vez mais multitelas, para carregar ou conectar outros aparelhos, o interior do carro tem quatro entradas USB Tipo C, sendo duas na frente e duas na traseira. Há, ainda, um carregador sem fio para telefones celulares embutido no console central a partir da versão Advance.

Reforçando o posicionamento topo de linha da versão Platinum, o sistema de som conta com a exclusiva tecnologia de áudio Bose® Personal Plus com dez alto-falantes, que proporciona um som nítido e realista em toda a cabine. A imersão oferecida pelo equipamento atinge um patamar único no segmento graças aos apoios de cabeça dos bancos dianteiros – motorista e carona – com alto-falantes embutidos. Eles garantem a difusão surrounding do som para envolver os usuários.

Como recurso extra para garantir o bem-estar no interior, o novo Nissan Kicks é equipado com acionamento do motor e do ar-condicionado à distância, um item disponível também no sedã Nissan Sentra. Assim, o aparelho de climatização opera com as configurações deixadas na última utilização, permitindo que a cabine esteja em uma temperatura agradável para os ocupantes antes deles entrarem no veículo. O acionamento é feito a distância, pelo botão na chave.

Escudo de segurança

Um dos pilares da vanguarda do novo Nissan Kicks está na segurança. A proteção começa pela estrutura reforçada da sua moderna plataforma, a mesma utilizada pelo Nissan Juke europeu. Versão de topo da família de plataformas CMF-B, por isso denominada High Spec, ela garante alta rigidez torsional, tem suspensão com elevada capacidade de absorção de impacto e circuitos desenvolvidos para atuar com eletrônica avançada.

É exatamente a tecnologia embarcada um dos grandes diferenciais do novo utilitário esportivo brasileiro da Nissan. No total, são 23 equipamentos de segurança e conforto intuitivos e de assistência ao motorista. Fazem parte do “escudo de segurança” Nissan Safety Shield, um conjunto de sistemas avançados que monitoram, respondem e protegem.

Como primeira linha de defesa do carro e seus ocupantes, o novo Nissan Kicks vem equipado com um robusto pacote de equipamentos para o monitoramento, que inclui, de acordo com a versão: Alerta Avançado de Colisão Frontal (PFCW); Alerta de Tráfego Cruzado Traseiro (RCTA); Alerta Inteligente de Atenção do Motorista (DAA); Alerta Inteligente e Assistente de Prevenção de Mudança de Faixa (LDW+LDP); Faróis com Ajuste Inteligente de Altura e Intensidade (HBA); Sistema de Monitoramento de Pressão dos Pneus (TPMS); Visão 360° Inteligente e

Detector de Objetos em Movimento (AVM + MOD) e sensores de estacionamento nos para-choques dianteiro e traseiro.

A proliferação de equipamentos avança nos sistemas de resposta (reação). Além dos obrigatórios ABS e controle de estabilidade (VDC), o modelo conta com Monitoramento Inteligente de Ponto Cego com Intervenção (BSWI); Assistente Inteligente de Centralização em Faixa (LKA); Alerta de Colisão Frontal com Assistente Inteligente de Frenagem e Detecção de Pedestre (FCW/FEB); Assistente Inteligente de Frenagem Traseira com Detecção de Pedestres (RAEB) e Sistema de Auxílio à Condução Semiautônomo (ProPILOT). O FCW/FE e o RAEB apresentam recursos importantes na segurança com a intervenção no sistema de freio em função do movimento do carro da frente e no caso da detecção de pedestres avançando em direção ao veículo na frente ou atrás.

Pela primeira vez no Brasil, a Nissan disponibiliza o seu sistema de direção ProPILOT, que, no novo Kicks, é posicionado no nível 2 da Norma SAE, o mais avançado regulamentado no Brasil em relação ao apoio à condução. Esse sistema da Nissan foca não somente na prevenção de acidentes, mas também no conforto e na conveniência para o motorista.

Assim, o ProPILOT mantém, de acordo com a estrutura de pa-



vimentação, o novo Nissan Kicks dentro das faixas de rolamento das ruas e rodovias sem intervenção direta do condutor. Ele analisa e compreende as situações de tráfego e executa a direção de forma precisa, permitindo que o veículo trafegue naturalmente entre as faixas de rolamento ao corrigir desvios da rota – funciona a partir dos 32 km/h. Para manter o veículo dentro das faixas, também é acionado o Assistente Inteligente de Centralização em Faixa (LKA), que controla o sistema de direção.

Outra novidade importante desse sistema para o conforto e a segurança é o Controle de Cruzeiro Adaptativo de Velocidade e Distância (ICC), equipamento que mantém uma distância segura do carro à frente. Quando identificada

a desaceleração desse veículo, a velocidade do novo Kicks é reduzida automaticamente até uma eventual parada completa e, logo após, a aceleração é retomada novamente (versão Platinum).

Complementando o escudo de segurança, ainda há os itens de proteção, como seis airbags (frontais, cabeça e laterais); sistemas Isofix e Tether de fixação de cadeiras infantis; cintos de três pontos em todos os assentos e com pré-tensionador e limitador de carga atrás também. Além deles, o modelo ainda conta com recursos como Sistema Inteligente de Partida em Rampa (HSA) e Freio Eletrônico de Estacionamento com Auto Hold (EPB + Auto Hold).

O novo Nissan Kicks também incorpora uma tecnologia da mar-

ca japonesa que ajuda a evitar esquecer animais, crianças e objetos no veículo: o Alerta de Objetos no Banco Traseiro. O sistema é acionado ao abrir uma das portas de trás. Chegando ao destino, caso o motorista saia e tranque as portas sem abrir uma das traseiras, esse recurso tecnológico, então, emitirá seis alertas sonoros e visuais para lembrar que algo não foi retirado e ficou esquecido no banco traseiro. É um item de série em todas as quatro versões.

Powertrain ágil e inovador

O propulsor do novo Nissan Kicks é o novíssimo 1.0 turbo de 3 cilindros e 12 válvulas com injeção direta, que é produzido no Complexo Industrial da Nissan em Resende (RJ), onde também é fabricado

o novo SUV da marca japonesa. Esse motor desenvolve 125 cv de potência, com etanol, e 120 cv, com gasolina, ambos a 5 mil rpm. O torque é de 22,4 kgfm a 2.500 rpm, com etanol, e 20,4 kgfm a 2 mil rpm, com gasolina.

Com anos de expertise no desenvolvimento de produtos para o consumidor brasileiro, a engenharia da Nissan do Brasil trabalhou seu novo motor para atender aos gostos locais. Um exemplo está na rápida resposta ao comando do pedal de aceleração em retomadas em situações urbanas, como após passar por uma lombada.

A agilidade do novo Nissan Kicks é ressaltada pelo trabalho em harmonia do propulsor com a transmissão de dupla embreagem DCT banhada a óleo, mesmo siste-

ma utilizado pela Nissan em carros como icônico GT-R. Com ela, as mudanças de marchas ficam mais rápidas, com sensação direta e nenhuma interrupção do torque. A dupla embreagem e a dupla caixa de velocidades deixam a próxima engrenagem sempre pronta para o engate, evitando perda de força entre as mudanças. Com o sistema "WET", essas trocas são mais suaves, mais silenciosas e oferecem maior durabilidade do que as embreagens secas.

O modelo conta também com sistema Stop/Start, que liga e desliga o motor em congestionamentos, paradas no sinal e religa automaticamente ao retomar a aceleração, colaborando para a economia de combustível.

Novo Honda City Touring

O test drive desta quinzena é do Novo Honda City Touring que reúne conforto, elegância e muita tecnologia! Estes detalhes mostram por que o modelo continua sendo uma das melhores opções entre os sedãs premium.

Com um motor 1.5 turbo, transmissão CVT, ótimo desempenho e consumo eficiente, o City Touring oferece uma condução suave, silenciosa e cheia de personalidade. O interior impressiona pelo acabamento refinado, central multimídia moderna e pelo espaço interno digno de categorias superiores.

Um sedã pensado para quem busca sofisticação, segurança e economia no dia a dia; um carro para quem exige um toque a mais de sobriedade!

Dados técnicos:

* Motor: 1.5L 4-cilindros, DOHC i-VTEC (1.497 cm³).

* Potência: 126 cv (gasolina/etanol).

* Torque: ~15,5 kgf·m (gasolina) / 15,8 kgf·m (etanol) a 4.600 rpm.

* Câmbio: CVT com simulação de 7 marchas e paddle-shifts.

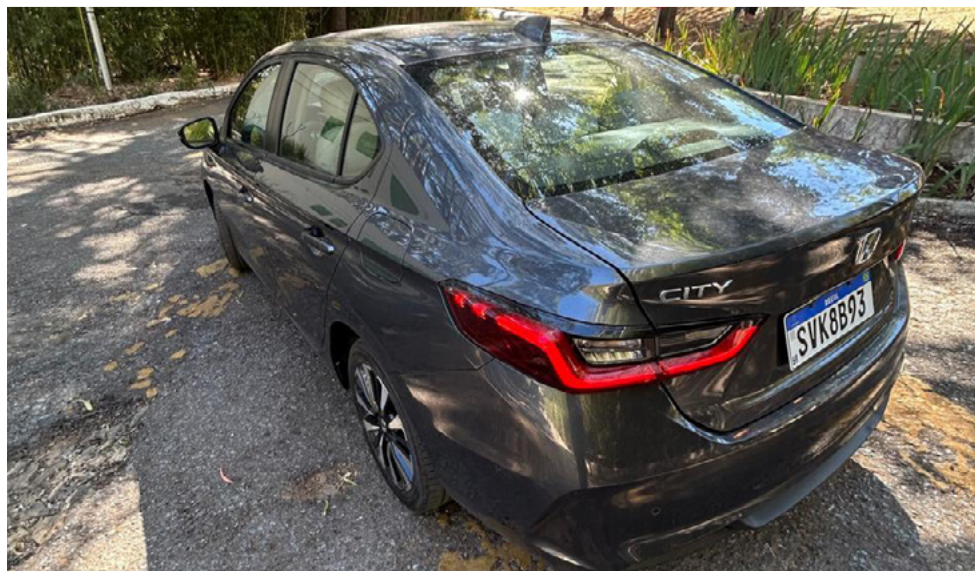
* Consumo (PBE / Inmetro — referência brasileira): Etanol: ~9,3 km/l (cidade) / 10,4 km/l (estrada). Gasolina: ~12,8 km/l (cidade) / 15,5 km/l (estrada).

* Porta-malas: 519 L — um dos pontos altos para quem viaja com a família e tem muita bagagem!

* Entre-eixos: 2.600 mm; rodas aro 16" (dependendo da versão).

* Itens de série relevantes na versão Touring: Honda SENSING (assistências de segurança), multimídia 8" com conexão sem fio, sensores dianteiros/traseiros e LaneWatch.

Mais detalhes no Instagram [autoreviewbrasil](#), nas páginas do Jornal da Savassi e no caderno AutoReview de nossos jornais.



Sertões MTB Nova Lima premia vencedores após três dias do puro mountain bike

Foram três dias de muita força nas pernas e técnica por um dos paraísos nacionais do esporte. As trilhas em torno do CSul Lagoa dos Ingleses desafiaram mais de 360 ciclistas de todo o país na primeira edição do Sertões MTB Nova Lima. Ao mesmo tempo, proporcionaram visuais únicos e uma experiência que ficará na memória, como comprovam os sorrisos e a satisfação ao concluir o percurso deste domingo (6/7). Um sinal de que a prova, realizada pelo Instituto Sertões, chegou para ficar.

Os 43 quilômetros que fecharam a competição levaram os atletas a algumas das trilhas mais conhecidas e lendárias de Nova Lima, como Milk Shake e Véio Doído. Um percurso bastante fluido e divertido, mas que também reservou algumas subidas fortes pelo caminho. E alguns contratempos para os líderes de categorias, nas bicicletas convencionais e E-Bikes (com assistência elétrica).

Caso de Albert Guenter Morgen, na E-Bike Elite Masculino. Sem contar com o freio traseiro



na parte final do dia, o fluminense fez valer toda a sua experiência e a vantagem acumulada na sexta-feira e no sábado para assegurar mais uma vitória. No Feminino Elite, Roberta Kelly Stopa, mineira de Juiz de Fora, levou a melhor no duelo à parte com Isabella Ribeiro, que competia em casa. Uma disputa entre amigas concluída com satisfação para as duas e boas histórias.

Na Open, que permite a troca da bateria, Robert Pereira Peres largou com a camisa de líder, mas um problema no motor o obrigou

a usar apenas a força das pernas pelos 15 quilômetros finais. A garra e a determinação o fizeram completar o percurso, mas o troféu de vencedor foi para as mãos de Kléber Guedes, por apenas seis segundos. Diferenças mínimas e disputa acirrada também em categorias como a E-Bike até 40 anos, vencida por Luiz Guilherme Pretti. Paulo Sérgio Borges, o Paulete, levou a melhor na Golden 50, enquanto Wander Garcez terminou à frente na 60+, entre um pelotão que esbanjou jovialidade e fôlego.

Geely Auto inaugura a sua primeira concessionária no Brasil

A Geely Auto inaugurou, a sua primeira concessionária no Brasil, a Geely Globo, localizada em São José dos Pinhais, no Paraná. É a primeira de uma rede que contará inicialmente com 23 representantes em 18 cidades até o final de 2025. Além dessa concessionária, a Geely já marca presença em 22 pontos de venda localizados em shoppings, inaugurados em julho.

“Estamos ampliando a presença da Geely no mercado, trazendo uma concessionária com os padrões globais, mas com um toque brasileiro, explica Maurício Silveira Junior, Head de Vendas e Desenvolvimento da Rede de Concessionários da Geely Brasil.

A tropicalização do showroom incorporou o padrão global da marca com um toque brasileiro em seu design, resultando em um ambiente elegante e contemporâneo, cuidadosamente planejado para ofe-



recer uma experiência diferenciada de vendas e pós-vendas ao cliente da Geely.

O espaço conta com a exposição de sete veículos, organizados de forma estratégica para valorizar o design e a tecnologia de cada modelo. A concessionária foi planejada para elevar a experiência do cliente em vendas e pós-vendas, demonstrando o que há de melhor em tecnologia, design e inovação que só o Geely EX5 é capaz de entregar no

seu segmento. A presença do painel de LED e o projeto luminotécnico preciso, destacam os detalhes dos carros e tornam a visita ainda mais envolvente.

Para garantir o máximo de conforto, o showroom de 402 m2 oferece um lounge aconchegante, com uma área de espera confortável para os clientes da marca. Aos finais de semana, a concessionária terá experiências de welcome coffee para seus clientes.

Fiat Toro com novo design, mais tecnologia e conforto na linha 2026



A Fiat Toro, responsável por revolucionar o segmento de picapes no Brasil e liderar a categoria por 10 anos consecutivos, apresenta na linha 2026 um novo design inspirado por tendências que priorizam linhas retas, precisas e geométricas. Ao mesmo tempo, o modelo preserva sua identidade e o valor emocional de seu design icônico. Com novos equipamentos e um visual ainda mais robusto e sofisticado, a Fiat Toro 2026 chega para atender os consumidores que buscam um veículo versátil, com espírito aventureiro, mas que também entrega sofisticação, conforto e tecnologia.

Por fora, a Toro ganhou alterações significativas. Começando pelo DRL (Daytime Running Light), elemento marcante desde o lançamento do modelo, agora passa ter um novo desenho, com assinatura em formato de pixels segmentados. A nova grade em formato trapezoidal reforça o design com temas geométricos e precisos, cortada por linhas retas e verticais. O conjunto de faróis permanece full-led e posicionados acima das novas saídas de ar nas extremidades do para-choque, que tornam o aspecto da dianteira mais largo e imponente, isso é reforçado pelo novo skidplate que também foi alargado. Assim, a Toro entrega

um novo visual frontal, onde os elementos centrais se conectam e formam um design ainda mais robusto e ao mesmo tempo sofisticado para a picape.

Para o novo desenho na traseira, novas lanternas full-led seguem a linha de assinatura em formato de pixels segmentados, ressaltando um aspecto mais afilado e contemporâneo. A maçaneta de abertura da caçamba passa a ter formato wide, permanecendo com a mesma forma inteligente de abertura com duas portas traseiras. Assim como na dianteira, as saídas de ar são posicionadas nas extremidades para ressaltar a largura do modelo, e estão posicionadas acima do novo para-choque traseiro que agora é mais horizontal. Da mesma maneira, as linhas precisas no visual traseiro se conectam e formam um visual mais musculoso para a Toro.

No interior, as mudanças deixaram a Toro ainda mais tecnológica e sofisticada: o painel digital de 7" ganhou nova grafia e fontes em todas as versões. O modelo agora conta com um desenho do câmbio mais moderno e freio de mão eletrônico que proporciona mais conforto e praticidade ao motorista, além do auto hold. Para maior comodidade, a picape ganhou nova USB traseira com entradas para cabos tipos A e C.

Honda CB 650R E-Clutch 2026

A filosofia da Honda exige constante pesquisa e inovação, tanto em termos de design quanto à tecnologia. Exemplo deste empenho é a evolução do estilo café racer para alcançar um visual ultraminimalista e de vanguarda, que recebeu o nome “Neo Sports Café”, cujo modelo pioneiro foi a CB 1000R, lançada no Brasil em 2019.

O passo seguinte deste conceito estético veio com a CB 650R apresentada no final de 2021, oferecendo desempenho empolgante através de seu motor de quatro cilindros em linha, que aliado à leveza do conjunto garante excelente maneabilidade e reconhecimento por ser uma motocicleta homogênea e equilibrada, que oferece potência e agilidade em doses exatas.

A evolução da Honda CB 650R, ora apresentada, preserva integralmente suas qualidades,

mas traz uma renovação estética precisa, que moderniza o conceito Neo Sports Café sem descaracterizá-lo, e uma inovação radical sob o ponto de vista tecnológico: trata-se da primeira Honda a ser oferecida com a tecnologia E-Clutch, sistema projetado para tornar a pilotagem da motocicleta, seja por iniciantes quanto pelos mais experientes ao guidão, uma experiência ainda mais prazerosa e emocionante.

O conceito Neo Sport Café da Honda deriva do modelo CB4 Concept apresentado no Salão de Milão, o EICMA, de 2015, que em síntese reinterpretava as mágicas café racers dos anos 1950-1960, trazendo para motocicletas modernas um design clássico mas com toque atual. Um dos principais expedientes usados para a criação das Honda Neo Sports Café foi dar protagonismo à ‘Arte



Mecânica’, explorando a beleza de elementos como o motor, ao qual a Honda sempre deu grande im-

portância não só no aspecto técnico mas também estético. Neste contexto, a nova CB 650R E-Clut-

ch é um perfeito exemplo da fusão entre alta tecnologia, inovação e o conceito Neo Sports Café.

MINAS PNEUS

Oficina Automotiva

Desde 1959

SEGURANÇA EM CADA QUILOMETRO: CHECK-UP DO SEU VEÍCULO GRATUITO NA MINAS PNEUS



Na Minas Pneus, revendedora oficial Bridgestone e Firestone, cuidar da sua segurança é prioridade. Com 65 anos de tradição e profissionais qualificados, realizamos um Check-up Gratuito de 35 itens para garantir que seu veículo esteja em perfeitas condições para rodar com confiança e desempenho.

Verificamos pneus, freios, suspensão, fluidos, luzes e muito mais tudo feito por profissionais qualificados e com tecnologia de ponta.

Evite imprevistos e gastos desnecessários com manutenção preventiva.

Acesse: www.minaspneus.com.br

Ligue: (31) 2103-4488

Siga: @minaspneus

Venha para a Minas Pneus. Segurança se faz com cuidado!