



Jornal

40 ANOS Savassi

www.jornaldasavassi.com.br

Life Style
Sociedade
Cultura
Gastronomia



IMPRESSO & ONLINE - Desde 1985 - Ano XL - Nº 702 - O Jornal de Belo Horizonte - Semanas de 01/08 a 15/08/2025

Inauguração Botânico Shopping



Inah Campos & Gustavo Bethonico Mathias



UTO
review

Renault Boreal



HR-V 2026



Test Drive

Jeep Compass Blackhawk 2.0 Turbo



18ª BrasilBier integra a Expocachaça 2025

De 7 e 9 de agosto, Belo Horizonte acontece a BrasilBier, que, ancorada na Expocachaça desde 2017, chega à sua 18ª edição como espaço dedicado às cervejarias artesanais brasileiras. A 34ª Expocachaça é um evento pioneiro do setor e ano após ano vem se consolidando como um hub de fomento cultural, gastronômico e empreendedor integrando palestras e capacitações, lançamento de livros, e, atualmente, ancorando mais dois eventos: a 18ª BrasilBier ampliando a visibilidade das cervejas especiais brasileiras; e a 3ª edição do Minas + Doce, plataforma que traz visibilidade à riqueza cultural da produção de doces do Estado de Minas.

A BrasilBier oferece degustações, harmonizações e oportunidades de negócio em um ambiente que promove cultura cervejeira, diversidade e empreendedorismo. O público poderá vivenciar experiências com IPAs, sours, lagers, stouts e outros estilos que mostram a

qualidade e a criatividade das cervejarias mineiras.

"Com a BrasilBier, fortalecemos a imagem das cervejas especiais e oferecemos uma plataforma sólida para exposição, inovação e crescimento do setor, que em 2007 precisou muito do impulsionamento da Expocachaça, mas hoje caminha mais independente", afirma José Lúcio Mendes, idealizador do evento. "A 18ª BrasilBier não é apenas mais uma parte da Expocachaça, é um evento consolidado, que impulsiona o ecossistema cervejeiro, com resultados de longo prazo em visibilidade, negócios e cultura. Uma experiência imperdível para todos que buscam a essência das cervejas especiais", finaliza o empresário.

O evento acontece todos os dias das 12h às 00h no Center-Minas Expo (Av. Pastor Anselmo Silvestre, 1495 – União) com uma programação intensa nos formatos B2B (feira de negócios) e B2C (festival aberto ao público).



Festival Tomei Gosto por Café



Depois do sucesso da primeira edição do festival que levou aproximadamente 3.000 pessoas ao Mercado de Origem o Tomei Gosto e o Mercado de Origem oferecem mais uma oportunidade para que os amantes de café possam ter mais contato com a bebida. "O público que é curioso. O amante de café sempre está à procura de algo novo: um novo café, uma maneira de experimentar a bebida,

um novo jeito de fazer café... Sendo assim nós percebemos a vontade do público e vamos realizar a segunda edição do festival." Diz Mário Alaska, jornalista, sommelier de cervejas e amante de cafés criador do portal e podcast Tomei Gosto que começa com a pergunta: Cerveja, café ou vinho? Além disso Mário também é criador do guia guia.cafe.com.br um guia com as cafeterias de Belo Horizonte.

Palavra da consultora e sócia do evento Helga Andrade: "Belo Horizonte tem algumas das melhores torrefações e cafés do Brasil e um público entusiasmado em viver a experiência do café especial. Ainda assim, são poucas as ocasiões que promovem o acesso a esse conhecimento de forma democrática, e o Tomei Gosto por Café veio para aproximar os especialistas dos consumidores."



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 Camporallís

Serviços de Diagramação
Eduardo Leite

Coordenação Geral
Sueli Araújo

Diretor Jurídico
Dr. Aprigio Salgado Filho

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



Editor e Diretor
João E. P. Salgado

Diretor Comercial
Mauro Camporallís

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

Editórias/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, lojas, restaurantes, pubs, cafés, clubes, academias, salões de beleza, Shoppings - Pátio Savassi, Estação Sul, Fiala, 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 Vp, Savassi FM e TV JS são marcas devidamente registradas no INPI desde 1986 e NICBr desde 1996

JS Comunicação Sociedade Civil LTDA
Copyright © 2024

CNPJ: 73.999.252/0001-40 - Ins. 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

O Melhor Restaurante Tradicional de Belo Horizonte por vários anos

www.restaurantecasadoscontos.com.br



CASA
dos
CONTOS
RESTAURANTE



Sucesso na quarta edição do EISP Olhar 360°

Grupo Anjos da Guarda anuncia Hub de Tecnologia e reforça segurança como fator estratégico



A quarta edição do EISP Olhar 360° – Estratégias Integradas para a Segurança Privada, promovida pelo Grupo Anjos da Guarda, reforçou seu papel como um dos principais encontros do setor, reunindo centenas de profissionais, especialistas e parceiros para discutir os rumos da segurança privada no Brasil.

O evento foi realizado mais uma vez na Fundação Dom Cabral (FDC), reconhecida internacionalmente como uma das melhores escolas de negócios do mundo e a principal da América Latina. A FDC figura entre as 10 melhores instituições globais no ranking de educação executiva do Financial Times, mantendo de forma consistente a primeira posição entre as escolas latino-americanas.

Ao longo do dia, o público acompanhou uma programação que abordou temas como estratégia, inteligência, tecnologia e legislação aplicada à segurança, com palestrantes de grandes organizações como General Motors, GPA, RG CiberSegurança, Gerdau, Bayer e Polícia Federal, além de painéis que trouxeram cases, desafios e soluções para o setor.

Um dos pontos altos desta edição foi o anúncio oficial do Hub de Tecnologia do Grupo Anjos da Guarda, apresentado por Afonso Oliveira, CEO do Grupo. O projeto consolida um espaço dedicado à pesquisa, desenvolvimento e testes de soluções integradas, com foco em Inteligência Artificial, automação de processos e análise preditiva de riscos, além de par-

cerias estratégicas para ampliar a oferta de serviços inteligentes.

"Segurança não pode ser vista apenas como custo, mas como parte essencial da estratégia de qualquer negócio. O Hub de Tecnologia nasce para aproximar tecnologia, pessoas e resultados, entregando proteção de forma mais ativa e inteligente para nossos clientes", afirma Afonso Oliveira.

Com quase quatro décadas de atuação, o Grupo Anjos da Guarda se consolida como referência em segurança com soluções personalizadas para diferentes setores, mantendo o compromisso de antecipar tendências e impulsionar um ecossistema de segurança cada vez mais moderno, colaborativo e estratégico.

Presidente da AMIG Brasil marca presença no Lithium Business



Até o dia 10 de julho, a cidade de Araçuaí (MG) sedia o Lithium Business, maior evento sobre o mercado de lítio no Brasil, reunindo os principais players da cadeia produtiva mineral. Com foco especial no Vale do Jequitinhonha, o encontro busca promover reflexões profundas sobre o potencial da região, não apenas em termos de riqueza mineral, mas também de oportunidades futuras de desenvolvimento sustentável.

Entre os destaques da programação está a participação do presidente da Associação Brasileira dos Municípios Mineradores (AMIG Brasil), Marco Antônio Lage, que também é prefeito de Itabira (MG). Ele será um dos painelistas no debate "Desenvolvimento Econômico para Além da Mineração", que acontece na próxima quinta-feira, dia 10.

"A mineração transforma a economia local, mas também cria uma dependência perigosa. Precisamos pensar no amanhã, no que acontece com as cidades quando as minas se esgotam. Vamos reforçar, nesse evento, a importância de se planejar o futuro pós-mineral", afirma Lage.

O presidente da AMIG destaca que os municípios mineradores, muitas vezes, moldam toda sua estrutura econômica e

social em torno da atividade mineral. "Quando uma mineradora se instala, influencia diretamente a geração de empregos, o comércio local, a educação, que passa a se voltar para cursos técnicos em mineração. Toda a cidade gira em torno desse setor", explica.

No entanto, Lage alerta que a dependência pode se transformar em vulnerabilidade. "Quando os recursos chegam ao fim e as empresas encerram as atividades, há um verdadeiro colapso socioeconômico. Fica claro que a mineração não pode ser vista como um fim em si mesma, mas como um meio para promover o desenvolvimento diversificado e sustentável das regiões impactadas", completa.

Além do painel com Marco Antônio Lage, o Lithium Business contará com uma programação diversificada, incluindo conferências, palestras, plenárias e estandes dos maiores nomes do setor, consolidando-se como o maior e mais completo evento de lítio do país. O encontro é promovido no Espaço Lithium, em Araçuaí, e promete colocar o Vale do Jequitinhonha no centro das discussões sobre o futuro da indústria mineral no Brasil.

O casamento de Inah Campos com Gustavo Bethonico Mathias

O casamento da médica Inah Campos com o engenheiro Gustavo Bethonico Mathias que aconteceu nos salões da Liac Eventos na Pampulha foi recheado de beleza e romantismo. Des-

taque para o buffet assinado pelos renomados; Jovina Gastronomia e Kei Cozinha Japonesa. A bela decoração em tons de verde e branco by Paula Cortes, deu o ar de singeleza que a ocasião me-

rece; tudo em perfeita harmonia! Pista animada com o Dj Mayrink e a Banda Alume do noivo, que deu um show a parte! O cerimonial foi de Bárbara Bernardes e as fotos de Daniel Goes.



Inah Campos e Gustavo Bethonico Mathias



A noiva entre a avó e o tio Fabio Campos Costa



O delicioso buffet Jovina Gastronomia



Os Tios Frankion e Noris Bethonico



Rafael Bethonice e Andreia Alvares Pallas



O noivo entre os pais Simone e Wallace Ceoto Mathias





Pizzarella



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

LOURDES - 3292.3000 SÃO BENTO - 3344.2200

Tip Top lança a “Terça dos Fundadores”

Às terças-feiras, o Tip Top convida seus clientes a brindarem com estilo. A nova ação batizada de Terça dos Fundadores propõe resgatar um dos maiores símbolos do restaurante fundado em 1929: o chope gelado, servido como poucos em Belo Horizonte desde os tempos em que a bebida era uma raridade. Com início sempre às 17h, a programação especial oferece ao público a chance de adquirir a “Caneca do Fundador” por R\$50, com direito a quatro refis de chope Krug. A ideia é tornar a terça um ritual, reunindo novos e antigos frequentadores em torno de uma tradição que atravessa gerações.

Mais do que uma promoção, a ação aposta no vínculo emocional que o Tip Top cultiva com a cidade. “A gente vê que as pessoas vêm aqui em busca de mais do que um prato ou uma bebida. Elas vêm atrás da lembrança de quando vieram com os pais, com

os avós. A caneca é uma forma de homenagear esse sentimento”, afirma Ludmila Carneiro, atual proprietária do restaurante. Clientes com mais de 60 anos ganham um quinto chope como cortesia, e quem retorna com a caneca nas terças seguintes garante o primeiro da noite por conta da casa.

O chef Leandro Robert, responsável pelo cardápio do restaurante, destaca que a proposta também dialoga com a forma como o Tip Top tem procurado renovar a experiência do público. “Queríamos trazer de volta o clima de bar clássico, aquele encontro sem pressa, em que a bebida acompanha a conversa e não o contrário. O chope é parte da nossa identidade e essa ação reforça isso de um jeito leve, sem precisar reinventar a roda”, comenta o chef. Ele ressalta ainda que a caneca é limitada, o que adiciona um toque colecionável à brincadeira.

Para acompanhar o chope, a



cozinha do Tip Top segue como um atrativo à parte. O cardápio reúne receitas clássicas da casa inspiradas na cozinha alemã, como

o Joelho de Porco, o Kassler e o tradicional schnitzel com salada de batatas. Quem prefere petiscar também encontra boas opções,

como o tabuleiro de salsichas especiais, porções de pastel, croquete, peixe frito e outros acompanhamentos perfeitos para dividir.

PARRILLA Savassi 158

Em cada corte uma EXPLOSÃO DE SABORES

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

Temos serviço de manobristas

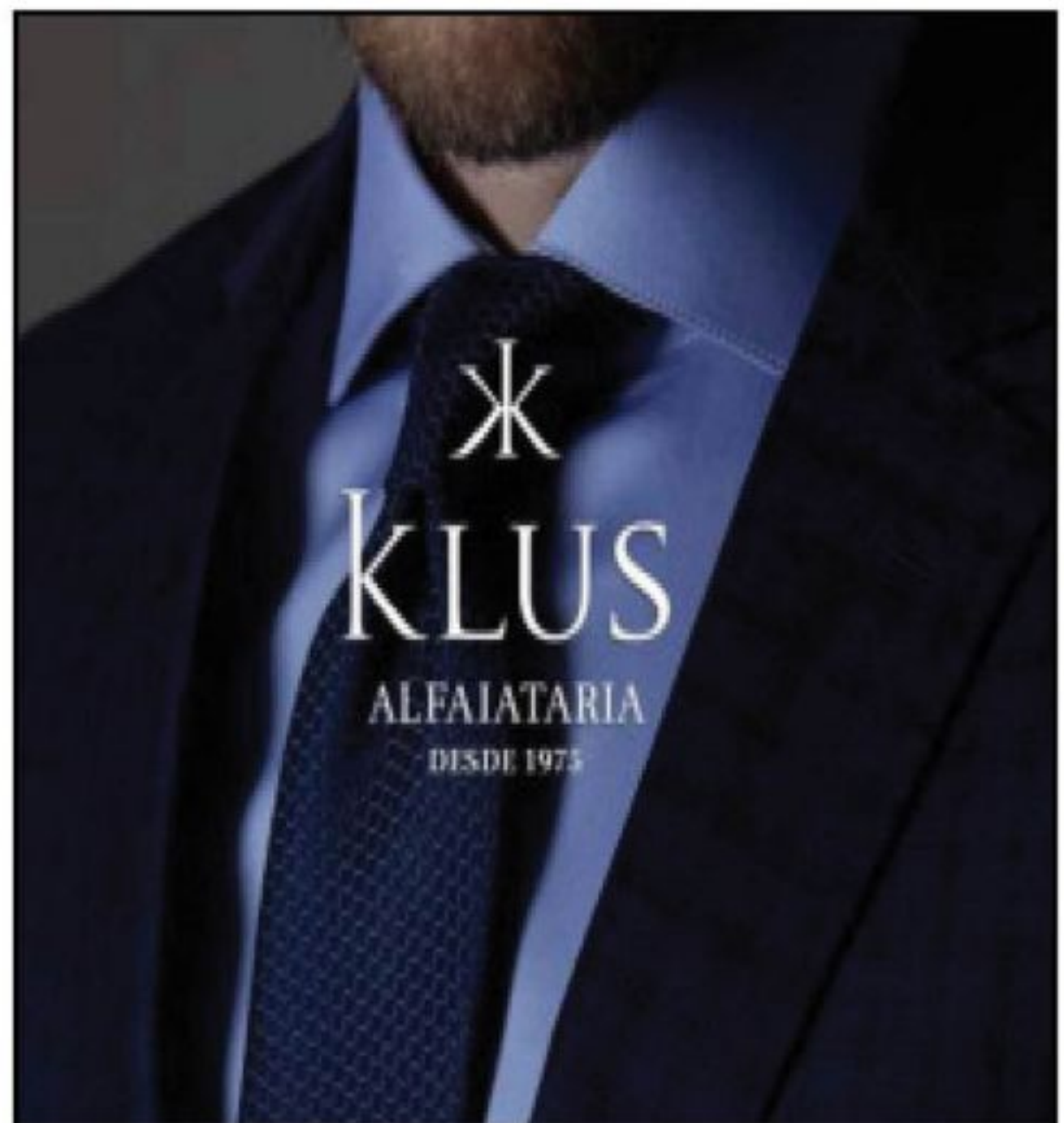
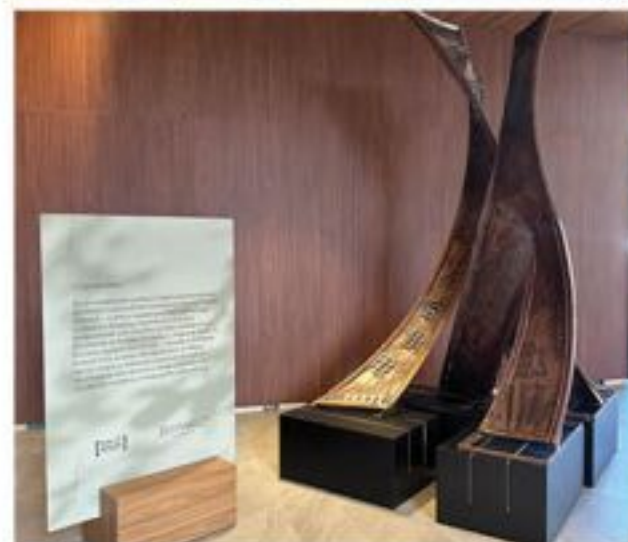
ponto certo brindes
pontocertobrandes6@gmail.com

Faça seu orçamento 31 3351-7765 **31 99307-1538**

Inauguração Botânico Shopping

Foi um sucesso a celebração da chegada do "Botânico Shopping" que aconteceu com a presença do Prefeito da Capital, Álvaro Damião, empreendedores, investidores, amigos e clientes. O empreendimento promete revolucionar a experiência de compras e lazer na cidade. Com um investimento de mais de R\$ 120 milhões, o shopping idealizado pelo Grupo NS Participações e Investimentos, se destaca por ser o primeiro shopping de rua integrado à natureza de Minas Gerais. O resultado é um conceito inovador que une arquitetura afetiva, paisagismo exuberante e uma curadoria exclusiva de lojas Premium! O shopping de grife tem localização estratégica com entradas pelas ruas Jornalista Djalma Andrade e Celso Porfírio, bem no coração do bairro, na região centro-sul de Belo Horizonte. A construção foi realizada pela

Eleven Construtora e a comercialização pela Valore Imóveis. Além disso, o projeto luminotécnico é assinado pela Atiaia, garantindo uma iluminação que valoriza os espaços e a conexão com a natureza. Nesta primeira fase de inauguração, abriram as portas a loja de moda fitness de São Paulo, Lauf; a loja de semijoias de design Camila Hermeto; a loja de vinhos mineiros premiados Casa Geraldo, assim como outras operações inéditas na cidade, a chocolateria Noir, a Drinkeria APTK Spirits, presente nos melhores shoppings de luxo de São Paulo! Ainda estão previstas as inaugurações de grandes marcas com a The Beat Club, primeira academia sete estrelas do país; um espaço de moda autoral que abrigará sete marcas; entre elas, as mineiras- Ana Barroso, Coven, Elisa Atheniense, Essenciale, Printing e Tatiane Queiroz.



klus.com.br

@kluis_alfaiataria

Multiplan unifica marca Multi e reforça experiência digital nos shoppings de Minas Gerais



Em Minas Gerais, clientes do BH Shopping, Pátio Savassi e DiamondMall contam agora com a unificação da marca Multi, que passa a integrar todas as soluções digitais da companhia — o aplicativo Multi, o programa de relacionamento com clientes e o pagamento automático de estacionamento. A novidade chega acompanhada de um rebranding da marca e da criação da categoria Platinum, voltada a consumidores de alta recorrência e engajamento, com mais de 100 mil pontos no programa de relacionamento.

Com o conceito "Multi. É tudo pra você", a nova marca propõe uma experiência mais intuitiva, fluida e personalizada para os consumidores. De acordo com o diretor de Inovação Digital da Multiplan, Richard Svartman, a renovação da marca Multi e a unificação dos serviços sob seu guarda-chuva reforça a ideia de um ecossistema digital completo, que vai do resgate de benefícios à entrada automática no estacionamento, passando pelos eventos e promoções dos shoppings.

"O Multi evoluiu e essa mudança acompanha seu crescimento. A transformação da marca nasceu dentro de casa, foi desenvolvida pela própria equipe da Multiplan como

parte de uma estratégia para modernizar e aprimorar a experiência do cliente. Mais do que um novo layout e conceito, essa é uma iniciativa para conectar ainda mais o consumidor ao nosso ecossistema. A ideia é trazer uma visão ampla em relação ao Multi, que engloba no app, estacionamento, relacionamento e diversas outras facilidades para o cliente no shopping, ou seja, é multifuncionalidades. A unificação consolida a jornada do cliente em um único ponto de conexão", explica Svartman.

Com esses avanços, a marca 'Acesso Multi', antes utilizada para o serviço de pagamento automático de estacionamento, deixa de ser usada. O programa de relacionamento 'MultiVocê' também se torna Multi e chega a quatro categorias, cada uma com atributos específicos: Green, voltada a quem está começando no programa e busca facilidades; Silver, para clientes especiais com acesso a benefícios diferenciados; Gold, que oferece vantagens exclusivas, como pontos em dobro no mês de aniversário e descontos no estacionamento; e Platinum, a nova divisão que será implementada gradualmente e vai trazer benefícios como estacionamento gratuito em todos os shoppings da rede, experiências gastronômicas

personalizadas e acesso a lounges e espaços exclusivos.

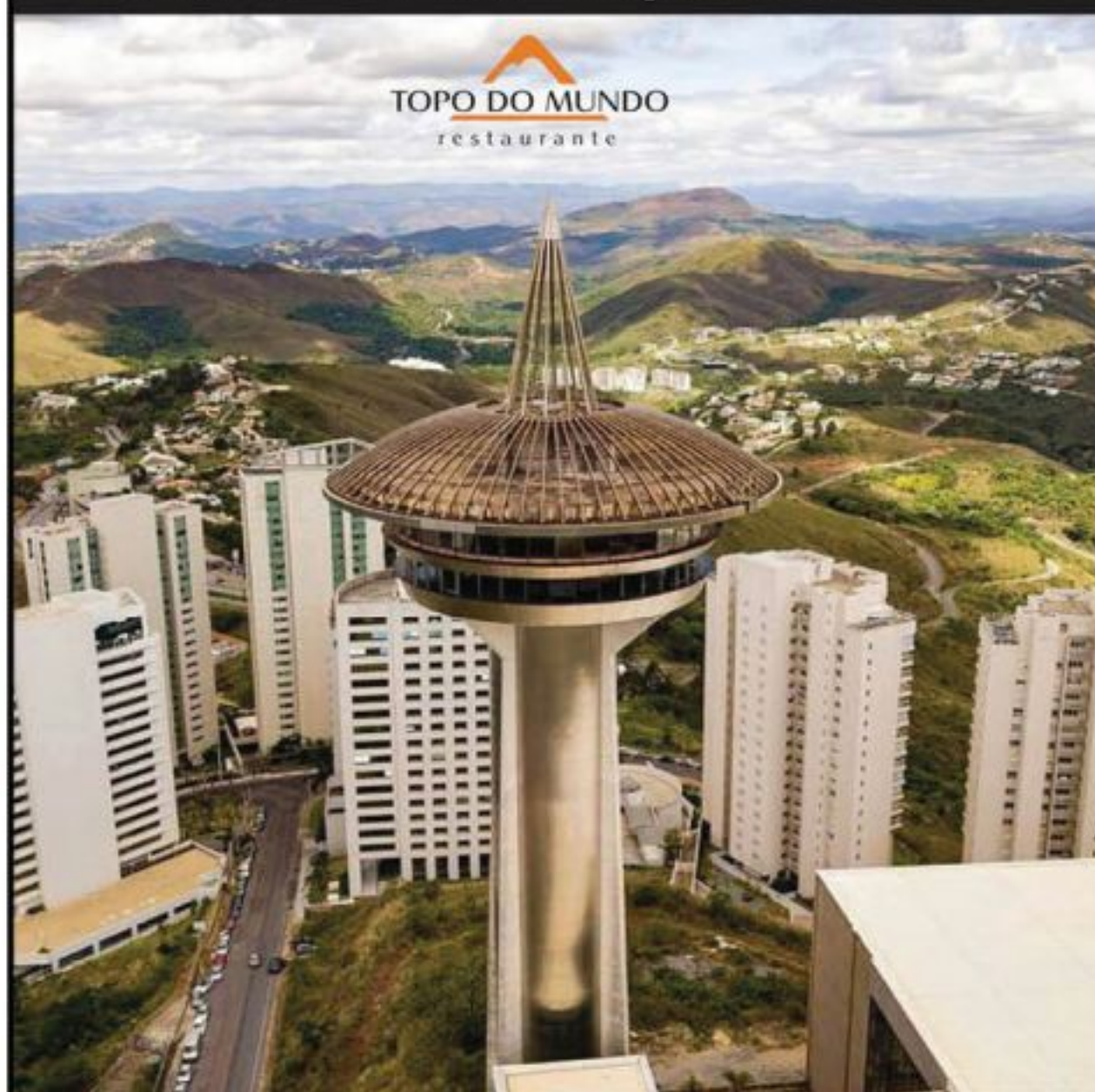
Nova campanha

A nova fase do Multi vem acompanhada da campanha "Entre no Modo Multi", que destaca de forma leve e bem-humorada os principais diferenciais da plataforma, a fim de impulsionar a adesão de novos

participantes. Com vídeos que retratam situações do cotidiano — como não encontrar o ticket do estacionamento —, a campanha reforça os benefícios práticos do aplicativo, como o cadastro de notas fiscais para promoções, as vantagens do programa de relacionamento e o pagamento automático de estacionamento.



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



Trevo Lácteos bate recorde de vendas

A Trevo Lácteos, uma das maiores empresas do setor lácteo do país, foi um dos grandes destaques da 4ª edição da Feira Multishow, realizada de 11 a 13 de julho em Aracruz, no Espírito Santo. O evento, promovido pela Rede Associativa Multishow, reuniu mais de 60 indústrias da cadeia supermercadista.

A participação na feira resultou em um recorde de vendas para a Trevo no Estado, fortalecendo a atuação da marca no mercado capixaba. Segundo Luciano Toneto Resende, gerente regional da Trevo/Ehrmann para o Espírito Santo e Bahia, o evento teve importância estratégica para a companhia.

"A presença em um evento desse porte representa mais do que uma vitrine para nossos produtos e inovações. É uma oportunidade valiosa de estreitar parcerias, abrir novos canais de distribuição e fortalecer o crescimento sustentável do setor lácteo no país", destacou Resende. A expectativa é de crescer 10,3% em vendas no Es-

pírito Santo em 2025, alavancado pelo desempenho da Feira e pela consolidação de suas marcas na região.

Controlada desde 2022 pelo grupo Ehrmann, gigante alemã do setor de laticínios com presença em mais de 70 países, a Trevo Lácteos já detém forte participação no Espírito Santo. O estado é considerado um dos mercados mais relevantes para a empresa, onde lidera nas categorias de iogurtes petit suisse, com a linha Trevo Kids, e leite fermentado, com a marca Pulsi.

Com mais de 30 anos de atuação no mercado, a Trevo Lácteos possui um moderno parque fabril em Sete Lagoas (MG) e oferece um portfólio com mais de 100 produtos, incluindo bebidas lácteas, iogurtes e petit suisse. Além das marcas Trevo Kids e Pulsi, a empresa também comercializa linhas da Apreciare e Ehrmann. Recentemente, passou a produzir no Brasil os iogurtes proteicos da Ehrmann.



Clínica NaturCenter
Núcleo especializado em Saúde e Terapias Integradas

Equilíbrio físico, emocional e energético seguindo 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 (redução, 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

@phdpacemhospital

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

www.phdpacemhospital.com.br





www.autoreview.com.br

AUTO review



Editor: João Euclides P. Salgado



Edição 702

Renault Boreal

O novo suv icônico, elegante e tecnológico da Renault

Com o Boreal, a Renault supera uma nova etapa em sua estratégia de expansão internacional. Este novo SUV destinado aos mercados fora da Europa não se limita a ampliar a gama de produtos da marca. Ele encarna uma estratégia de crescimento centrada em fortalecer a presença da Renault no segmento C de forma durável em mais de 70 países.

"Em outubro de 2023, apresentamos nosso plano para fortalecer a presença mundial da Renault: o Renault International Game Plan. Estamos nos baseando em cinco polos estratégicos — na América Latina, Norte da África, Turquia, Índia e Coreia do Sul — e investindo 3 bilhões de euros para lançar oito novos veículos fora da Europa, com a clara ambição de dobrar nosso faturamento por veículo. E estamos agindo! Nossas vendas fora da Europa avançaram 16,4% no primeiro semestre de 2025, alavancadas pelo sucesso comercial dos nossos modelos Kardian e Koleos. E hoje, tenho o orgulho de anunciar

um novo capítulo desta aventura: o Renault Boreal, um verdadeiro ícone da nossa ambição de elevar a qualidade e a inovação em escala mundial, entregando mais valor aos nossos clientes fora da Europa e fortalecendo nossa estratégia de premiumização".

Expandir a presença da Renault no segmento C nos mercados internacionais

A Renault é a marca de automóveis francesa mais vendida no mundo, com 1.577.000 veículos vendidos em 2024 — quase 40% (560.000 veículos) dos quais foram vendidos fora da Europa. Com o Boreal, a Renault abre um novo capítulo para a marca.

Após o lançamento dos modelos Kardian, Duster e Grand Koleos, o Renault Boreal se insere como um pilar central do plano estratégico International Game Plan 2024-2027. Vale lembrar que, até 2027, a Renault terá investido nada menos que 3 bilhões de euros para lançar oito novos veículos em mercados



internacionais (fora da Europa). Cinco deles, nos segmentos C e D, vão posicionar a marca nos segmentos de maior criação de valor. Em 2027, a Renault tem o objetivo de duplicar o faturamento unitário por veículo vendido fora da Europa em comparação com 2019.

Como ferramenta de conquista, o Renault Boreal se insere plenamente no DNA dos novos produtos da marca e terá a missão de equilibrar o mix de vendas nos mercados fora da Europa, sempre seguindo a estratégia de passar de volumes para o valor, iniciada pelo plano estratégico Renaulution. Ele se destina principalmente às regiões onde a Renault ainda é sub-representada no segmento C, que é extremamente estratégico. Na América Latina, este segmento apresenta forte crescimento na demanda por SUVs para a família. Já na Turquia, Oriente Médio e na Bacia do Mediterrâneo, onde mais de um a cada dois veículos vendidos é um SUV, ele complementa a gama da marca com uma proposi-

ta competitiva.

Grande flexibilidade da plataforma modular do Renault Group Inaugurada no Renault Kardian, a grande flexibilidade da nova plataforma modular do Renault Group permite oferecer carrocerias e silhuetas bastante diferentes aos clientes. Esta arquitetura permite importantes ganhos nos prazos de desenvolvimento e competitividade, bem como maximizar as sinergias nos mercados fora da Europa. Além disso, o Renault Boreal pode ser equipado com novas tecnologias adaptadas localmente a cada mercado.

Produção no Brasil e na Turquia

A estratégia industrial construída em torno do Renault Boreal se baseia em um sistema de produção em dois continentes. Em Curitiba, no Brasil, ele será produzido para 17 países da América Latina. Paralelamente, a planta de Bursa, na Turquia, fornecerá sua produção para 54 ou-

tros mercados, incluindo a Europa Oriental, Oriente Médio e países do Mediterrâneo. Próximos de seus mercados de comercialização, estes polos industriais locais têm o objetivo de aumentar a agilidade da logística e otimizar os custos de produção.

O Renault Boreal começa a ser vendido no Brasil no final de 2025. A partir de 2026, chegará a outros países da América Latina, Turquia e outros mercados.

"Mais do que um novo modelo, o Boreal encarna nossa ambição internacional. Ele foi projetado para satisfazer as expectativas dos clientes mais exigentes e será produzido em Curitiba e posteriormente em Bursa. O Boreal é o quarto lançamento do Renault International Game Plan, marcando uma nova etapa em nossa premiumização e fortalecimento de nossa ofensiva comercial no segmento C".

Ivan Segal, Vice-Presidente Sênior, Renault International Operations



Mercedes-Benz celebra 75 anos da Fórmula 1 no Festival Goodwood



A Mercedes-Benz e suas tradicionais Flechas de Prata marcaram presença no sul da Inglaterra em dois eventos automotivos muito especiais: carros de corrida da marca de diferentes épocas fizeram uma aparição espetacular na 32ª edição do Festival of Speed de Goodwood (FOS). Adicionalmente, a Mercedes-Benz Classic apresentou a dupla de automóveis de corrida mais valiosa do mundo, durante o primeiro Club Concours do Royal Automobile Club (RAC).

lo mundial de Fórmula 1 em 1954 e 1955 com o W196 R. A marca Mercedes-Benz também venceu o Campeonato Mundial de Carros Esportes em 1955 com o 300 SLR. A dupla foi complementada por um W196 R com carroceria aerodinâmica, transportado na icônica plataforma de transporte "Blauers Wunder" de 1955.

Mais um destaque foram a dupla de carros mais caros já vendidos. Em janeiro de 2025, um Mercedes-Benz W196 R com carroceria aerodinâmica foi leiloa-

do por 51,55 milhões de euros – maior valor já pago por um carro de corrida em um leilão. O 300 SLR "Uhlenhaut Coupé" é, inclusive, o carro mais valioso do mundo, vendido em 2022 por 135 milhões de euros.

A frota de Flechas de Prata também contou com o modelo W125 de 1937, considerado o precursor da Fórmula 1, o 300 SL W194 de 1952 e o protótipo C11 de 1990 que disputou o Campeonato Mundial de Protótipos Esportivos.

Três embaixadores da marca Mercedes-Benz Classic assumiram o volante dos modelos históricos: o atual piloto do Safety Car da Fórmula 1 Bernd Mayländer, o pentacampeão do DTM Bernd Schneider e o ex-piloto de Fórmula 1 Karl Wendlinger. O Mercedes-AMG F1 W13 E Performance foi pilotado por Frederik Vesti e Valtteri Bottas.

O Duque de Richmond fundou o Festival of Speed em 1993, no parque da Goodwood House, residência ancestral da família. O

evento é conhecido como a "maior festa motorizada ao ar livre do mundo". Nele, é possível vivenciar o passado, o presente e o futuro do automóvel com muito estilo.

O ex-piloto de corridas da Mercedes-Benz e embaixador da marca Jochen Mass foi por muitos anos um dos favoritos do público em Goodwood. Ele faleceu em 4 de maio de 2025, aos 78 anos. Durante o Festival of Speed, a Mercedes-Benz Classic prestou homenagem a esse grande piloto com o modelo C11.

Festival of Speed Goodwood (FOS): a maior festa motorizada ao ar livre do mundo

A Mercedes-Benz Classic levou cinco Flechas de Prata de diferentes décadas para o Festival of Speed Goodwood de 2025. Um dos grandes destaques na tradicional subida de colina de 1,86 km em frente à Goodwood House foram dos dois carros de Fórmula 1: o W196 R de 1955 e o Mercedes-AMG F1 W13 E Performance de 2022. Ambos integraram o seleto grupo de automóveis que celebraram os 75 anos da Fórmula 1. A primeira corrida da nova categoria do Campeonato Mundial aconteceu em 13 de maio de 1950, em Silverstone, no Reino Unido.

Vale destacar um outro momento marcante que foi a condução do que é possivelmente a dupla de automóveis de corrida mais valiosa do mundo: o Fórmula 1 W196 R ao lado do superesportivo 300 SLR (W196 S). Juan Manuel Fangio conquistou o título



Honda Motos registra crescimento no primeiro semestre

A Honda Motos concluiu o primeiro semestre de 2025 com resultados positivos que refletem o bom momento do setor no Brasil. A empresa registrou crescimento de 6% nos emplacamentos em relação ao mesmo período do ano passado, impulsionada pela demanda aquecida, pelo fortalecimento da moto como solução eficiente de mobilidade e pelo portfólio diversificado da marca, que atende diferentes perfis de consumidores em todo o país.

Esse desempenho reforça o papel da motocicleta não apenas como um meio de transporte ágil e acessível, mas também como ferramenta de trabalho e geração de renda para milhões de brasileiros.

Entre os modelos mais emplacados, destaque para a linha CG, que lidera o ranking com mais de 224 mil unidades, cerca de 32% do total de vendas da Honda. Em segundo lugar, a linha Biz 125, que registrou 131 mil unidades; e a Pop110i, na sequência, com 113 mil emplacamentos.

“Os bons resultados desse primeiro semestre indicam que estamos no caminho certo, com lançamentos e estratégias comerciais que atendem à expectativa do nosso cliente, além do apoio fundamental da nossa rede de concessionárias, com seus mais de 1.100 pontos de vendas pelo país. Por trás desses números, vemos que a motocicleta segue conquistando os consumidores e sendo um importante modal de mobilidade”, destaca Marcos Bento, Head Comercial da Honda Motos.

Produção em alta e marcos históricos

Os resultados da produção também acompanham a tendência e cresceram 18% no volume de motocicletas fabricadas no Polo Industrial de Manaus (AM), em comparação ao primeiro semestre de 2024.

Foram mais de 778 mil unidades fabricadas e esse ritmo de crescimento foi determinante para o alcance de marcos históricos importantes para a operação da marca no país.

Alguns meses após alcançar os 30 milhões de unidades produzidas (em outubro de 2024), a



Honda Motos superou a marca de 31 milhões de motocicletas fabricadas no Brasil, reafirmando sua posição como maior fabricante de motocicletas.

Outro marco relevante é a produção acumulada de 15 milhões de unidades da CG, veículo mais vendido da história do Brasil, superando até mesmo os automóveis mais populares. Lançada em 1976, a CG se consolidou como um verdadeiro símbolo da mobilidade sobre duas rodas, levando milhões de brasileiros ao trabalho, aos estudos e a muitos outros destinos ao longo das décadas. Sua trajetória combina durabilidade, economia e fácil manutenção, atributos que a tornaram referência em confiança e desempenho.

O primeiro semestre também foi marcado pela produção de 7 milhões de motocicletas do segmento CUB, que tem na Biz sua representante brasileira atual. Ícone de praticidade e estilo, a Honda Biz é um dos modelos mais vendidos pela Honda e conquistou um lugar especial na rotina dos brasileiros, especialmente entre o público urbano, sendo reconhecida como um dos modelos de maior sucesso da história da marca.

Lançamentos

Durante o primeiro semestre de 2025, a Honda Motos anunciou importantes lançamentos e confirmação de novos modelos no segmento de alta cilindrada que chegam para complementar o portfólio da marca, que é o maior do segmento.

Entre as oito novidades que a

marca anunciou, dois modelos já estão disponíveis no mercado: CB 500 Hornet, modelo Naked que promove a volta da marca Hornet ao Brasil com muito desempenho, agilidade e estilo urbano; e a NX 500, modelo de entrada ideal no mundo Adventure e na alta cilindrada.

Os demais modelos - CRF 300F, CB 650R E-Clutch, XL 750 Transalp, CB 750 Hornet e CRF 1100L Africa Twin - chegam ao mercado no segundo semestre de 2025. Além disso, a Honda já anunciou um grande lançamento esperado pelo público para 2026: a CB 1000 Hornet.

Serviços Financeiros

Os resultados positivos alcançados pela marca também foram impulsionados pelas iniciativas da Honda Serviços Financeiros.

No Consórcio, a empresa registrou um crescimento de mais de 7%, comparado ao mesmo período do ano passado, com mais de 573 mil cotas vendidas. Destaque para o recorde histórico alcançado no mês de maio, com mais de 46 mil motocicletas 0km entregues.

O Banco Honda também registrou mais de 109 mil operações, o que representa um crescimento de 14% em relação ao período anterior.

Para completar o pilar financeiro, as operações da Seguros Honda cresceram 30%, com mais de 138 mil contratos fechados, reforçando a importância dos serviços financeiros para a expansão da marca e da oferta de motocicletas aos clientes.

Fiat Toro chega a 600 mil unidades produzidas no Brasil



A Vitoriosa FIAT TORO que é fabricada no Polo Automotivo Stellantis de Goiana (PE) e que revolucionou o segmento criando uma tendência entre as picapes quando foi lançada, em 2016, unindo a robustez e performance de uma picape com o conforto e sofisticação de um SUV, e se consolidando como um dos modelos mais desejados no Brasil, alcançou o marco de 600 mil unidades produzidas no Brasil.

Com um design arrojado, a Fiat Toro é dona de uma identidade visual marcante e é oferecida nas versões Endurance, Freedom, Volcano, Volcano Diesel, Ultra e Ranch. O modelo possui sistema de iluminação full LED, rodas de liga leve de até 18" e bancos de couro com ajuste elétrico. A versão Ranch, topo de gama, conta com uma grade exclusiva com moldura cromada e identidade premium brown no friso decorativo, que proporciona uma aparência única e refinada, além de inserções volumétricas que garantem mais robustez e estilo. Por sua vez, a Volcano possui grade cromada de série e carregador de celular por indução (Wireless Charger), que proporcionam personalidade única para a versão.

Recentemente, a picape ganhou nova motorização nas versões Ranch e Volcano, ficando ainda mais potente e econômica. Com o motor MultiJet 2.2 Turbodiesel, o modelo passou

a entregar 200 cv de potência e 450 Nm de torque, o que representa + 18% de potência e + 29% de torque em relação ao motor anterior. O 0 a 100 km/h agora é feito em apenas 9,6 segundos na Volcano e 9,8 segundos na versão Ranch. Já as retomadas de 60 a 100km/h e 80 a 120 km/h, são realizadas em impressionantes 6,0 segundos e 7,8 segundos (Volcano) e 6,1 e 7,9 (Ranch), resultando em mais segurança nas ultrapassagens e desempenho em todos os tipos de terrenos.

No início do ano, a versão Ultra passou a ser uma nova opção no topo de gama entre as versões equipadas com motor Turbo 270 Flex, que entrega alta performance, ampliando a cobertura do modelo no mercado e reforçando a tradição em atender diferentes perfis de clientes. A versão possui central multimídia de 10", rodas de liga leve de 18" escurecidas, capota rígida, para-barro, Santo Antônio integrado, acabamento do interior exclusivos da versão, além do sistema ADAS (Advanced Driver Assistance Systems) para frenagem automática de emergência, assistente de permanência em faixa e farol alto automático.

Sucesso desde o seu lançamento, a Toro foi reconhecida em mais de 30 prêmios nacionais e internacionais; entre eles o PREMIO "OS ESCOLHIDOS" do Grupo JS, por design, qualidade e valor de revenda.

Jeep Compass Blackhawk 2.0 Turbo

Testamos o Jeep Compass Blackhawk 2.0 Turbo (gasolina) nas ruas de Belo Horizonte; na estrada e em Lavras Novas e Ouro Preto!

O Motor é um 2.0 litros turbo "Hurricane" com 272 cv e 40,8 kgfm de torque que acelerou de 0 a 100 km/h em apenas 6,3 s, com velocidade máxima (segundo a montadora), de 228 km/h.

O Câmbio é um automático de 9 marchas, tração integral 4x4 com reduzida que se deu bem; principalmente na estradinha até chegar em Lavras Novas!

No quesito economia, conseguimos; 6,8 a 8,7 km/l na cidade, e entre 9,2 e 12,2 km/l na estrada que liga BH a Ouro Preto

O conforto a bordo combina com o acabamento esmerado com couro e suede, teto solar panorâmico, painel digital de 10,1" e central multimídia de 10,1" com conectividade sem fio (Android Auto/CarPlay), carregador por indução, som premium Beats (506 W / 8 alto-falantes + subwoofer) é top; de primeira; fora os deta-

lhes avançados de segurança ADAS nível 2: controle de cruzeiro adaptativo com Stop & Go (eu particularmente não uso) centralizador de faixa, assistência de estacionamento, frenagem de emergência, monitor de ponto cego, detector de fadiga entre outros.

Dirigibilidade e conforto

A Suspensão foi recalibrada e nas calçadas de Ouro Preto isto ficou patente; muito bom!

Pontos fortes

O desempenho esportivo; a tecnologia embarcada, o conforto, o acabamento refinado e o pacote de segurança ADAS bem robusto fazem do modelo o sucesso nas vendas que ele já tem!

Em resumo, nota 10 sendo um modelo que certamente figurará no Prêmio "OS ESCOLHIDOS" da indústria automotiva deste ano!

Mais detalhes do teste e ficha técnica completa no caderno AutoReview do Jornal da Savassi e também no Instagram autoreviewbrasil



**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

HR-V 2026: esportividade e sofisticação

Ao completar dez anos de produção no Brasil, o HR-V recebe novos aprimoramentos com um design renovado e ainda mais tecnologia. O modelo oferece dois motores 1.5 litro: o 1.5 DI i-VTEC Flex aspirado, disponível nas versões EX e EXL, e o 1.5 DI VTEC TURBO Flex, presente nas versões Advance e Touring — ambos equipados com câmbio CVT.

Com mais de uma década de sucesso e inúmeros prêmios por confiabilidade, segurança e valor de revenda, o HR-V reafirma o compromisso da Honda com a qualidade. A linha 2026 traz atualizações importantes em todas as versões — EX, EXL, Advance e Touring — com destaque para o visual mais imponente, interior refinado e novas rodas de 18 polegadas nas versões topo de linha.

Design renovado

O HR-V 2026 mantém as proporções consagradas da segunda geração, com um visual ainda mais moderno e esportivo. O novo para-choque dianteiro, com desenho exclusivo nas versões

Advance e Touring, traz uma linha em formato de batimento cardíaco que conecta os faróis auxiliares, reforçando a identidade visual marcante do modelo. As grades frontais, sempre em preto brilhante, variam conforme a motorização: elementos horizontais nas versões EX e EXL, e trapezoidais em relevo nas versões Advance e Touring. No HR-V Touring a novidade são os faróis com indicadores de direção sequenciais e lanternas traseiras full LED e com novo desenho. As demais versões trazem as mesmas lanternas com lente fumê aplicadas na versão

Interior com mais conforto e tecnologia

Por dentro, o HR-V eleva o padrão de sofisticação, com mudanças que intensificaram a qualidade do modelo, resultado do apurado estudo ergonômico e uso de materiais e texturas de elevado padrão. A central multimídia

touchscreen de 8 polegadas agora está suspensa por uma estrutura flutuante, que deu ao conjunto maior leveza e elegância sem alteração de



sua funcionalidade. Ela está disponível em todas as versões.

O console, dotado de carregador tipo wireless, tem novo desenho que facilita o acesso ao equipamento tanto pelo lado do motorista como pelo lado do passageiro. Os bancos com sistema de estabilização corporal (tecnologia antifadiga) têm revestimento de couro nas versões EXL, Advance e Touring, sendo que nas duas últimas a tonalidade pode ser preto ou cinza claro conforme a cor da carroceria. Na versão EX o revestimento é de tecido.

O HR-V Advance 2026

é equipado com rodas de 18 polegadas calçadas com pneus 225/50 R18, comuns ao HR-V Touring, que, adicionalmente, oferece banco do motorista com ajuste elétrico, tampa do porta-malas com acionamento elétrico, faróis com indicadores de direção sequenciais e lanternas com iluminação full LED.

O exclusivo sistema Magic Seat, que permite rebatimento do banco traseiro tanto para o aumento da capacidade de carga do porta-malas como para criar espaço vertical atrás dos bancos dianteiros, com modos de utilização Utility, Long e Tall,

é item de série em todas as versões.

Segurança e conectividade

A rigidez estrutural da carroceria do HR-V, obtida através da aplicação de aços especiais de alta resistência, incrementa não apenas a segurança dos ocupantes como também aspectos dinâmicos. O alto nível de estabilidade e handling do HR-V decorre da mencionada estrutura da carroceria e do sistema de direção preciso e suspensões ajustadas para absorver irregularidades do piso, oferecendo conforto e segurança em velocidades de cruzeiro e



Novo BMW Série 2 Gran Coupé chega ao Brasil em duas versões

Conhecido e desejado por suas linhas atraentes e estílicas, o novo BMW Série 2 Gran Coupé já está à venda no Brasil. Disponível nas versões BMW M235 xDrive e BMW 220 M Sport, o modelo tem até 317 cv de potência e amplia o portfólio de modelos M Performance no país.

isualmente, o novo BMW Série 2 é expressivo. Com uma dianteira marcante, silhueta fluida e traseira imponente, o modelo mescla elegância e esportividade, características que identificam um BMW Gran Coupé.

A grade tradicional da BMW é posicionada abaixo dos faróis, com uma estrutura inovadora de barras verticais e diagonais internas. Uma grande entrada de ar inferior dá ao novo BMW Série 2 uma aparência baixa e colada à estrada. Os faróis de LED de série incluem elementos verticais para as luzes diurnas e indicadores de direção. A iluminação de contorno para a grade, chamada de BMW Iconic Glow, é de série em ambas as versões.

A vista lateral é definida pelo capô longo, balanços curtos e uma linha de teto suavemente fluida. Na traseira, no elegante grafismo alongado da janela lateral, um número 2 discretamente gravado em relevo destaca a curva característica da Hofmeister. A traseira tem aparência poderosa e moderna, com lanternas marcantes e ponteiros de escape duplas na versão M235. As rodas têm desenho exclusivo em cada versão, com 18 polegadas no 220 e 19 polegadas no M235.

Por dentro, bancos com novo design proporcionam um alto nível de conforto e apoio em viagens longas. O volante M tem revestimento em couro e conta com marcação de 12 horas na versão M235. Os acabamentos internos com iluminação dinâmica, feitos de alumínio fresado, também contribuem para o ambiente premium, refinado e esportivo do carro. O BMW Curved Display — composto por duas peças, de 10,25" (painel de instrumentos) e 10,7" (multimídia) — e o seletor de marchas com novo design realçam o caráter inovador do interior.

Versão esportiva, o BMW M235 xDrive é equipado com um motor de quatro cilindros TwinPower Turbo de 317 cv e 400 Nm de torque. A transmissão Steptronic tem 7 velocidades e dupla embreagem. Com esse conjunto, o modelo acelera de 0 a 100 km/h em apenas 4,9 segundos.

Já o BMW 220 usa um motor BMW TwinPower Turbo 2.0 litros (1.998 cm³), de quatro cilindros em linha, que gera 204 cv e 300 Nm de torque. O câmbio é o Steptronic de 7 marchas. Com esse conjunto, a versão 220 M Sport acelera de 0 a 100 km/h em apenas 7,3 segundos e tem velocidade máxima de 250 km/h.

No quesito conectividade, o novo BMW Série 2 Gran Coupé conta com o BMW ConnectedDrive, que fornece serviços como: Chamada de Emergência Inteligente, aviso

de manutenção por telemetria, navegação com informação de trânsito em tempo real, portais de notícias, clima e aplicativos. Destaque para Digital Key plus que substitui as chaves físicas do veículo para a abertura das portas e ignição do motor. Contando com a mais nova, rápida e segura tecnologia, chamada de UWB (banda ultra larga), não há mais a necessidade de aproximar o smartphone ou smartwatch da maçaneta do veículo para abri-lo e do carregador sem fio no console para ligar o motor. A tecnologia está disponível para modelos compatíveis da Apple e Samsung. O cliente também pode compartilhar chaves de forma totalmente digital, por envio de mensagem.

Há ainda os serviços remotos que podem ser acionados a partir do app My BMW, como trancar e destrancar as portas, buzinar, climatizar, localizar o veículo e enviar destinos diretamente ao sistema de navegação. Ainda é possível utilizar aplicativos de smartphones, com preparação para Apple CarPlay e Android Auto sem fio.

Entre os equipamentos disponíveis sistema Parking Assistant Plus (que auxilia o motorista a estacionar), ar-condicionado com controle digital automático, BMW Comfort Access 2.0 (destrava e acende luzes de boas-vindas ao se aproximar do carro e tranca o veículo ao se afastar sem necessidade de encostar na chave), Driving Assistant Plus na versão M235 (assistente de condução inteligente em situações de trânsito lento ou em longos deslocamentos, informando o motorista, por meio de alertas visuais e sonoros, mudanças involuntárias de faixa de rolamento e controle e prevenção de aproximação frontal, entre outras funções), Head-Up Display, teto solar panorâmico, sistema de som Harman Kardon (versão M235) e carregador de smartphone sem fio.

Há ainda o Assistente Pessoal Inteligente BMW (Intelligent Personal Assistant, capaz de executar inúmeras funções no veículo ou explicar o funcionamento de equipamentos, sendo ativado por comando de voz com a frase "Olá BMW", ou qualquer outra frase que for programada pelo motorista. O modelo pode ainda se conectar com a Amazon Alexa e casas inteligentes, além de estar apto para receber atualizações remotas de software quando disponíveis.

Os novos BMW 220 M Sport e BMW M235 xDrive já estão à venda nas concessionárias da BMW no Brasil nas cores Branco Alpino, Cinza Skyscraper, Preto Safira, Roxo Thundernight, Azul Portimão, Vermelho Fire e Cinza Brooklyn. Por dentro, o M235 tem como opções revestimento em Veganza preto com vermelho ou revestimento em Veganza/Alcântara preto com costuras azuis. No 220, as opções são sempre em Veganza nos tons preto, marrom, bege ou preto/vermelho.



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

**TRANSPORTE DE
FUNCIONÁRIOS**

www.centauroturismo.com.br

CENTAURO[®] 35

31 3474 7014

Toyota leva inovação e legado ao Festival do Japão 2025 em homenagem aos 130 anos da relação Brasil-Japão



A Toyota do Brasil participa da 26ª edição do Festival do Japão, uma das mais relevantes celebrações da cultura nipônica fora do Japão. Este ano, o evento homenageia os 130 anos de relações diplomáticas entre Brasil e Japão e é realizado no São Paulo Expo, reunindo atrações culturais, gastronômicas e empresariais.

Com um estande de mais de 120 m², a Toyota reforça a conexão entre os países e celebra o Brasil, onde está presente há quase sete décadas.

A participação nesta edição simbólica será marcada por uma série de ativações que evidenciam a integração entre inovação, sustentabilidade e cultura. O espaço da marca contará com experiências imersivas, incluindo áreas temáticas para fotos "instagramáveis" e a exposição do Corolla Híbrido Flex, desenvolvido no Brasil e produzido na planta de Sorocaba (SP).

Além disso, a Toyota também estará presente no espaço FJ-TAON, uma área criativa e imersiva que celebra a cultura pop asiática contemporânea, sem perder de vista os valores que conectam Brasil e Japão há mais de um século. Neste ano, no local, haverá 60 artistas no Artist Alley e ativações como karaokê, quiz, brincadeiras e o irreverente Café do Monstro. A sacola surpresa fukubukuro também retorna como souvenir colecionável.

Outro destaque será a venda dos produtos desenvolvidos pelo Projeto ReTornar, uma iniciativa parceira da Fundação Toyota, que transforma resíduos automotivos — como airbags, cintos de segurança, tecidos de bancos e uniformes — em novos produtos. A ação, que fomenta a economia circular e promove o empoderamento feminino.

"Participar do Festival do Japão neste ano tão simbólico reforça o nosso compromisso com o Brasil e com a construção de pontes entre culturas. Essa conexão está no DNA da Toyota e representa o espírito do nosso propósito de 'Happiness for All', de levar felicidade para todos", destaca Roberto Braun, diretor de Comunicação, presidente da Fundação Toyota e porta-voz de ESG da Toyota do Brasil.

Durante os três dias de evento, o público vivencia uma programa-

ção diversificada que inclui apresentações de taiko, danças tradicionais como Bon Odori e Yosakoi, cerimônias do chá, oficinas de origami e mangá, demonstrações de artes marciais, desfiles de cosplay, concursos culturais e exposições de arte e tecnologia. A praça de alimentação reunirá pratos típicos das 47 províncias japonesas, promovendo uma verdadeira imersão sensorial na cultura nipo-brasileira.

Mais do que uma celebração, o Festival do Japão tem como missão preservar e difundir as tradições e os valores da cultura japonesa, além de promover a integração entre os povos. A Toyota se une a esse movimento reafirmando seu papel como agente de transformação social e cultural, valorizando o legado construído ao longo de mais de seis décadas no Brasil e projetando um futuro cada vez mais conectado, sustentável e inclusivo.



Grupo Emtel se consolida no setor de infraestrutura



O Grupo Emtel que surgiu em Belo Horizonte e possui 700 funcionários diretos e centenas de indiretos, tem 10 filiais localizadas nas cidades de São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Uberlândia, Juatuba, Montes Claros, duas Contagem (MG), Salvador (BA), São Gonçalo do Amarante (CE) e Goiânia (GO) onde um comitê para desenvolver ações ESG (Environmental, Social and Governance) especializado em logística, transporte e locação, investiu R\$ 280 milhões para a compra de máquinas da linha amarela voltadas para toda a cadeia de infraestrutura no País, ou seja, para a construção de pontes, ferrovias, rodovias, estradas, linhas de transmissão, atividades de mineração, energia renovável e silvicultura. O diretor Antônio Firmino Miranda Neto, comenta que a entrada do grupo neste segmento foi uma estratégia consolidada em apenas um ano.

O faturamento bruto da empresa em 2024 no setor, já alcançou R\$ 145 milhões e para 2025 está confirmado o valor inicial de R\$170 milhões, com base em contratos firmados e licitações aprovadas, estimativa que pode aumentar com possíveis contratos que podem ser aprovados até o fi-

nal do ano vigente.

Firmino comenta que em apenas um ano de atuação, o Grupo Emtel triplicou a frota de máquinas (escavadeira retroescavadeira, motoniveladora, carregadeira, patrol, trator de esteira, bicarregadeira) e para 2026, espera dobrar a quantidade, totalizando 200 máquinas. Ele acrescenta que a demanda vem de várias partes do País, mas a concentração de máquinas da empresa atende nichos de mercado principalmente dos estados Goiás, Minas Gerais, Pará, Rio de Janeiro, entre outros.

O Grupo Emtel atende atualmente grandes empresas brasileiras, como a Cemig, Aterpa, Construtora Barbosa Melo, Vilma Alimentos, CNH Industrial, Enel, Copasa, Light, Correios e Telemont, que já adotaram modelos modernos de transporte e logística, além da terceirização e gestão de frotas. Além disso, é responsável pelas operações de logísticas de empresas do setor elétrico do Ceará, Rio de Janeiro, Minas Gerais e de outros estados do País. Em 2024, o faturamento da companhia chegou a R\$300 milhões em 2024.

Bajaj fecha o primeiro semestre com crescimento

A Bajaj do Brasil segue comemorando recordes em sua operação. A marca fechou o primeiro semestre de 2025 com 11.639 motocicletas emplacadas, o que representa 222% de crescimento em relação ao mesmo período do ano passado. Comparando com o segundo semestre de 2024, quando a fábrica da Bajaj em Manaus (AM) já estava em operação, o crescimento é de 80%.

No resultado do primeiro semestre por modelo, foram emplacadas 2.199 unidades da Dominar 160, 2.090 da Dominar 200, 1.919 da Dominar 250 e 5.284 da Dominar 400, além de 147 da nova Pulsar N150, lançada em maio deste ano.

Comparando com a performance do primeiro semestre do ano passado, a Dominar 160 foi o modelo com maior crescimento, com 374% (463 unidades emplacadas de janeiro a junho de 2024). A Dominar 200 cresceu 277% no emplacamento (554 unida-

des no primeiro semestre do ano passado) e a Dominar 400 obteve 103% de crescimento (2.600 unidades nos primeiros 6 meses de 2024).

Na produção, o volume total do primeiro semestre de 2025 foi de 13.905 unidades, o que representa 54% de crescimento em relação ao segundo semestre do ano passado quando produzimos 9.005 unidades. No primeiro semestre de 2024 a unidade ainda não estava em operação. No acumulado desde o início das atividades da fábrica, já foram produzidas mais de 23.000 mil unidades.

O volume total de emplacamentos desde o início das vendas da Bajaj no Brasil, em dezembro de 2022, está em 27.211 unidades. Na venda varejo foram comercializadas 28.097 motocicletas no período.

"Nós do time da Bajaj do Brasil e o board da Bajaj Auto Limited estamos muito satisfeitos e orgulhosos com a consistência do nos-



so crescimento no mercado brasileiro. Como foi nossa estratégia e missão desde o início, estamos focados em realizar um trabalho sólido, criando uma estrutura de produção e vendas que suporte o nosso crescimento gradativo em

tudo o País, para seguirmos entregando produtos de qualidade, excelente custo-benefício, pós-vendas de excelência e mantendo relacionamento próximo com os clientes e com o mercado de motocicletas. Mais uma vez agrade-

cemos aos mais de 28 mil motociclistas que têm confiado em nosso trabalho e a todos os parceiros que têm nos apoiado na construção da marca Bajaj no Brasil", declara Waldyr Ferreira, Managing Director da Bajaj do Brasil.

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!