

## Via Digital Motors

Lucia Camargo Nunes (\*)

## Pulse ganha edição Lollapalooza

A Fiat mantém o patrocínio master do Lollapalooza Brasil pelo segundo ano consecutivo e lança uma edição especial do SUV Pulse para marcar a parceria. O modelo utiliza como base a versão Drive 1.3 CVT e terá a produção restrita a 550 unidades. Além do veículo, a empresa dá nome ao palco Perry's by Fiat no festival, nos dias 20, 21 e 22 de março.

As modificações visuais da série concentram-se em acabamentos escurecidos na cabine e na carroceria. O exterior apresenta teto bicolor, rodas de liga leve de 16 polegadas com acabamento em preto brilhante e adesivos com o logotipo do festival nas laterais. Para identificação das unidades, o veículo recebe uma soleira personalizada e um badge numerado no interior. As opções de cores de pintura externa são Branco Banchisa, Cinza Silverstone e Vermelho Montecarlo.

No conjunto de equipamentos, a edição adiciona câmera de ré, sensores de estacionamento traseiros, faróis e lanternas em led, além de ar-condicionado digital automático. A interface de conectividade é composta por uma central multimídia de 10", que permite o espelhamento de smartphones via Android Auto e Apple CarPlay sem a necessidade de cabos.

A série especial Pulse Lollapalooza custa R\$ 119.980.



Fiat Pulse Lollapalooza.

## Tera de entrada participa de programa e preço despenca

A Volkswagen ampliou a participação no Programa Carro Sustentável com a inclusão do Tera MPI. O modelo,

equipado com motor 1.0 de 84 cv e câmbio manual, passa a ter isenção total de IPI.

Com o incentivo governamental somado a bônus da montadora e concessionários, o preço final foi reduzido para R\$ 103.626.

Um dos destaques desta versão do Tera é seu consumo de 13,2 km/l na cidade e 14,7 km/l na estrada com gasolina, dados do Inmetro.

A versão de entrada conta com seis airbags, frenagem autônoma de emergência, painel digital e multimídia VW Play.

O Polo Track também segue no programa, com valor reduzido de R\$ 95.490 para R\$ 86.375. Desde julho de 2025, a marca comercializou 45 mil unidades dentro desta iniciativa, que agora abrange também vendas diretas para frotistas, produtores rurais e PCD.



VW Tera MPI.

## Nova picape da Volks tem o nome revelado

A Volkswagen, aliás, anunciou o nome de sua nova picape: a Tukan será produzida em São José dos Pinhais (PR) a partir de 2027. O projeto é desenvolvido no Brasil e integra o ciclo de investimentos de R\$ 20 bilhões da marca na América do Sul, que prevê 21 lançamentos até 2028.

O modelo marcará a entrada da fabricante em um segmento inédito no mercado nacional, de picapes compactas, para brigar com Fiat Toro e Chevrolet Montana.

Uma das tonalidades confirmadas para a Tukan é o amarelo Canário, cor que retorna ao portfólio da montadora.

O anúncio oficial ocorreu na sede da CBF, vinculando a revelação ao patrocínio das seleções brasileiras de futebol. De acordo com a Volks, a picape possui vocação regional e global, utilizando a capacidade de engenharia local para o planejamento e execução do projeto.

## Kia Sorento retorna com motor diesel e tração 4x4

A Kia Brasil iniciou a pré-venda do novo Sorento 4x4, SUV de sete lugares, com preço de lançamento de R\$ 399.990 para o lote inicial. O modelo é equipado com motor turbodiesel 2.2 de 194 cv e 45 kgfm de torque, acoplado à transmissão de dupla embreagem de oito marchas. O sistema de tração integral (AWD) inclui modos de condução para diferentes terrenos e superfícies como neve, lama e areia.

O design apresenta faróis verticais em led, grade com acabamento escurecido e rodas de 19 polegadas. Internamente, o veículo traz painel curvo com duas telas de 12,3", ar-condicionado de duas zonas e conectividade sem fio para smartphones.

O porta-malas varia de 179 a 1.996 litros, conforme a configuração dos assentos. O pacote de segurança inclui seis airbags, câmeras 360° e assistentes de condução.



Kia Sorento.

(\*) - É economista e jornalista especializada no setor automotivo, editora do portal [www.viadigital.com.br](http://www.viadigital.com.br) e do canal @viadigitalmotors no YouTube. E-mail: [lucia@viadigital.com.br](mailto:lucia@viadigital.com.br)

## Como a nova lógica de preços impacta a competitividade dos pequenos negócios

*Nova dinâmica de crédito tributário passa a influenciar preços, contratos e a capacidade de competição no mercado*

A Reforma Tributária do Consumo vai além da criação de novos tributos e da simplificação do sistema. Considerada uma das principais mudanças na estrutura econômica do país nas últimas décadas, a reforma altera profundamente a lógica de formação de preços das empresas no Brasil.

De acordo com o sócio-diretor de contabilidade e relações institucionais da Contabilizei, Charles Gularte, a reforma introduz uma diferença que até então tinha pouco peso na precificação de produtos e serviços: o perfil do cliente final. A partir de 2027, a formação de preços precisa considerar se o contratante é pessoa física, microempresa ou empresa de maior porte, um aspecto que muda o custo percebido do serviço e pode definir quem permanece competitivo no mercado.

“Com a ampliação da lógica de débito e crédito de impostos, as empresas passam a tomar crédito apenas sobre o imposto efetivamente pago ao longo da cadeia. Assim, os fornecedores que pagam menos tributo, como

empresas do Simples Nacional, passam a gerar menos crédito para quem contrata”, afirma Gularte.

Essa nova lógica tende a impactar mais os pequenos negócios, que enfrentarão mais dificuldades para gerar crédito tributário na comparação com as grandes empresas. “Se dois fornecedores têm preços parecidos, mas um deles gera mais crédito tributário para o contratante, esse fornecedor se torna mais competitivo, mesmo que o preço nominal seja mais alto”, explica Gularte. “O risco é o pequeno negócio perder contratos sem entender exatamente o motivo”, completa o executivo.

## Impacto maior no setor de serviços

O efeito da reforma não será uniforme entre os setores, explica Gularte. Segmentos da economia como varejo e indústria tendem a sentir menos o impacto, já que operam em cadeias longas de compra e venda, com geração recorrente de crédito tributário. Essa dinâmica permitirá diluir o imposto ao longo da cadeia e tornar o crédito parte natural do custo do negócio, sem afetar de forma relevante a competitividade entre fornecedores.

Por outro lado, o setor de serviços enfrenta mais desafios. Isso acontece porque o segmento opera em cadeias de suprimen-

tos curtas, com poucos insumos tributáveis e baixa geração de crédito ao longo do processo. Como a principal despesa desses negócios é mão de obra, que não gera crédito tributário, o imposto tende a se concentrar na ponta, pressionando margens ou preços.

“No geral, profissionais liberais, desenvolvedores, arquitetos e prestadores de serviços têm poucos insumos que geram crédito de imposto, já que a maior parte dos seus custos está concentrada em mão de obra. Com isso, o tributo tende a se concentrar na ponta da prestação, reduzindo a capacidade de compensação ao longo da cadeia. Na prática, esses negócios podem acabar pagando mais imposto ou tornando-se menos atrativos para empresas que valorizam o crédito tributário na decisão de contratação”, destaca.

## Simples híbrido e decisões antecipadas

Para mitigar parte desse efeito, a reforma cria o chamado Simples Híbrido, permitindo ajustes ao longo do ano. Desenvolvido para proporcionar mais flexibilidade às empresas do Simples Nacional diante da nova lógica de crédito e débito, o modelo autoriza que o empreendedor faça a apuração dos novos tributos do consumo (IBS e CBS) pelo regime regular quando isso for mais vantajoso para a sua operação, proporcionando então a geração de crédito

na sua integralidade para os clientes e, também, a sua tomada de crédito de insumos.

Ainda assim, a escolha do regime tributário continuará exigindo decisão antecipada e maior nível de planejamento porque essa decisão deve acontecer semestralmente, nos meses de setembro e março que antecedem cada semestre, para início em janeiro e julho de cada ano. Para 2027, por exemplo, a definição precisará ser feita já no 2º semestre de 2026, o que obriga o empreendedor a projetar cenários futuros, avaliar possíveis mudanças no perfil dos clientes atendidos e estimar como essas variáveis podem afetar preços, margens e competitividade ao longo do ano seguinte.

“O problema é que o pequeno empresário já tem dificuldade hoje para formar preços corretamente. Muitos não consideram todos os custos, calculam mal a hora trabalhada ou aplicam margens inadequadas. Com a reforma, o erro passa a custar ainda mais caro”, alerta Gularte.

Diante desse cenário, a principal recomendação do especialista ao pequeno empreendedor é começar a tratar a formação de preços e a escolha do regime tributário de maneira estratégica. Vale mapear os tipos de clientes atendidos, entender quais deles podem

apropriar o crédito tributário e simular diferentes cenários de precificação e também de modelo de negócio. Esses passam a ser passos essenciais para evitar perda de margem e competitividade. Mais do que buscar o imposto aparentemente mais baixo, será cada vez mais importante alinhar preço, perfil de cliente e regime tributário à estratégia de crescimento do negócio.

## Competitividade passa pelo preço

Embora a Reforma Tributária do Consumo procure preservar o modelo de tributação do Simples Nacional, o impacto tende a se manifestar indiretamente, principalmente na ponta do mercado, na relação comercial entre quem contrata e quem presta o serviço. “Quem contrata vai olhar o fornecedor de forma diferente. Não é apenas sobre o imposto pago, mas sobre o custo final da contratação após o aproveitamento do crédito tributário”, diz Gularte.

Para o especialista, o debate precisa ir além da explicação da lei ou das mudanças formais no sistema. “A reforma muda o jogo da competitividade. Entender como essa nova lógica impacta a formação de preços, os contratos e o posicionamento no mercado é essencial para que pequenos negócios não percam margem, contratos e sustentabilidade a médio e longo prazo”, conclui.