# Via Digital Motors

Lucia Camargo Nunes (*)

## iCaur vai vender três SUVs no Brasil

A iCaur (pronuncia-se icar), nova marca do grupo Chery International no Brasil, apresentou o V25, novo SUV médio de cinco lugares, no International User Summit 2026, em Wuhu, na China, evento em que a Via Digital esteve presente. No Brasil, a marca começa a vender em março ou abril de 2027, com o V27, topo de linha, como primeiro modelo. V25 e V23 chegam no segundo semestre de 2027.

O design segue a linha future-classic, de faróis redondos, silhueta quadrada, para-lamas salientes e pneus largos. Mede 4,3 m de comprimento e tem 2,82 m de entre-eixos, com bom espaço atrás. A proposta é rodar na cidade e fora dela, com tração integral i-AWD, mais de 20 interfaces para acessórios, reboque de até 1,8 tonelada e descarga externa de 6 kW.

Há versões elétricas (BEV) e híbridas (Reev), mas a marca ainda não cravou qual modelo importará. O híbrido exposto combina motor 1.5 de 156 cv e dois motores elétricos que somam 455 cv. Promete 200 km em modo elétrico (ciclo CLTC) e 1.210 km de autonomia total. A bateria de 33,67 kWh recarrega de 30% a 80% em 15 minutos.



*iCAUR V25 Hero Front Three-Quarter.*

## Compass 2027 ganha versões híbridas-leves

A linha 2027 do Jeep Compass agora traz o sistema MHEV de 48V nas opções Longitude Night Eagle e Série S, gerando redução de consumo, isenção de rodízio em São Paulo e desconto de IPVA. O veículo incorpora rodas de 18" nas configurações Sport e Longitude, e de 19" na Night Eagle, Série S e Blackhawk. O interior das opções Série S e Blackhawk traz tecido suede.

Os preços não tiveram alterações: Sport Flex (R$ 174.990), Longitude Flex (R$ 199.990), Longitude Night Eagle MHEV (R$ 206.990), Série S MHEV (R$ 233.990) e Blackhawk Hurricane 4x4 (R$ 278.990).



*Jeep compass nighteagle.*

## Ram 2500 ganha nova versão

A Ram inicia as vendas da 2500 Laramie Night Edition no Brasil por R$ 569.990. A principal novidade é a troca dos acabamentos cromados por elementos escurecidos. Os para-choques, contornos da grade e molduras dos faróis passam a ter a cor do veículo. O centro da grade, as rodas de 18", os retrovisores, os estribos e os emblemas adotam o preto brilhante.

A picape ainda recebe um novo capô com entrada de ar central, saídas laterais e logotipos reposicionados para a área central elevada. O interior acompanha a estética externa, adotando revestimento totalmente preto nos bancos, painel, portas e volante.

## Maverick tem nova versão de entrada limitada

A Ford lançou a versão Lariat como edição limitada da Maverick e opção de entrada da linha 2026, por R$ 209.900. A novidade une o conjunto mecânico da Lariat Black, com motor 2.0 EcoBoost de 253 cv, câmbio automático de oito marchas e tração AWD, ao visual da Hybrid, com rodas de 19" e grade cromada.

A picape vem equipada com central multimídia de 13,2", câmera 360° e assistente Pro Trailer. A linha 2026 também reposiciona os preços das versões Lariat Black (R$ 219.900), Tremor e Hybrid (R$ 229.900) e estreia a cor laranja Arizona.



*Ford Maverick Lariat.*

## Volvo avança na automatização

A Volvo Cars ampliou sua parceria com a Nvidia (multinacional americana referência no fornecimento de hardware e software de veículos) para desenvolver um novo patamar de condução automatizada. O sistema integrará a arquitetura de sensores e computação Nvidia Hyperion, o sistema operacional Halos OS e o software Alpamayo Stack aos veículos da marca sueca.

O objetivo é viabilizar gradualmente a condução autônoma do tipo eyes-off e mind-off, permitindo navegação sem intervenção humana em rodovias, vias urbanas e manobras de estacionamento. A tecnologia fará sua estreia na próxima geração de modelos da Volvo, combinando o histórico de segurança da montadora com a inteligência artificial da empresa de tecnologia.

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

# Fortalecimento de carros elétricos no Brasil traz novo desafio para complexos comerciais: a geração de valor

**Sergio Amaral (*)**

Números indicam que os carros elétricos estão conquistando os brasileiros. Em setembro de 2026, o país atingiu a marca de um milhão de eletrificados, considerando os emplacamentos acumulados desde 2012, segundo a Associação Brasileira do Veículo Elétrico (ABVE). Esse avanço mostra que a mobilidade elétrica começa a deixar de ser uma discussão restrita ao setor automotivo e passa a ser uma pauta que merece a atenção de todas as esferas sociais.

À medida que esses automóveis ganham mais espaço nas cidades, necessidades relacionadas ao uso desses modelos também ficam em evidência no cotidiano, como é o caso da recarga. Diferentemente do abastecimento convencional, resolvido com uma parada rápida em algum posto de gasolina, motoristas de eletrificados ainda encontram certa dificuldade na busca cotidiana por espaços para carga. Hoje, os chamados eletropostos estão com baixa oferta se comparado a uma crescente demanda, além de ser comum ter esses locais distantes entre si. Esse gap na distribuição de pontos de recarga pelo território nacional limita as opções do condutor durante os deslocamentos.

Mas outro ponto que vale destacar nesse cenário é o tempo de recarga. Enquanto os carros convencionais levam minutos para abastecer, o elétrico pode levar horas, dependendo do tipo de carregador. E diante dessa nova realidade, complexos comerciais como centros de conveniência e shoppings, podem promover uma virada de chave em seus negócios ao transformar a necessidade de uma infraestrutura de recarga de eletrificados em oportunidades que não só geram rentabilidade para o empreendimento, mas também agregam valor na jornada do consumidor, oferecendo espaços inteligentes para quem os usa.

Ainda neste ano, a McKinsey divulgou pesquisa sobre a redefinição do conceito de conveniência. Conforme observou a consultoria, mais de 90% dos consumidores de todas as gerações afirmam que a conveniência da localização em relação à rotina é um fator fundamental na escolha de onde fazer compras. No entanto, para as gerações mais jovens, a conveniência tem menos a ver com proximidade e mais com multifuncionalidade.

Diante desse contexto, 65% da geração Z e 64% dos millennials preferem consumir em um espaço que lhes permita fazer mais do que simplesmente comprar. A ideia é combinar tarefas diárias com experiências, como aula de ioga, consulta veterinária e cafeteria.

Em paralelo a esse movimento, temos no segmento automotivo, que pode fazer com que o momento de carregamento seja locais onde o motorista já planejava parar por um tempo, como hotéis, restaurantes, shoppings e centros de lazer.

Esses dois cenários nos levam a uma proposta em comum: o conceito de parada útil. Do ponto de vista automotivo, estamos falando do automóvel carregar enquanto o motorista faz outra atividade. Ou seja, o tempo de recarga significa mais tempo de permanência nesses locais. Com isso, os complexos comerciais podem repensar a forma como esses ambientes são utilizados para criar áreas inteligentes, feitas sob medida com base nas necessidades desses condutores.

Uma possibilidade está na oferta de serviços relacionados ao próprio veículo, por exemplo. Espaços destinados à manutenção, revisão e outros cuidados específicos para carros eletrificados podem atender uma necessidade que tende a acompanhar o crescimento dessa frota. Enquanto o veículo permanece conectado ao carregador, o motorista resolve uma demanda que, em outra situação, exigiria uma parada exclusiva.

A mesma lógica pode ser aplicada às atividades da rotina. Um empreendimento próximo a escolas, por exemplo, pode contar com um espaço kids onde as crianças permaneçam por um período enquanto o responsável aguarda a recarga do veículo. Em outro contexto, uma praça de alimentação pode atender quem precisa fazer uma refeição, enquanto um coworking ou uma sala de reuniões pode oferecer estrutura para quem precisa trabalhar. A ideia é que o próprio espaço ofereça alternativas compatíveis com as necessidades de quem está ali.

A escolha dessas estruturas, portanto, precisa considerar as características de cada empreendimento e do público que circula por ele. Entender o perfil dos motoristas, os horários de maior circulação e os serviços de interesse ajuda a definir quais soluções fazem sentido para aquela realidade.

No final das contas, não é sobre criar consumo enquanto o motorista espera, mas sobre posicionar a recarga de eletrificados em espaços que já fazem sentido para a rotina dessas pessoas. A geração de valor para o consumidor, nesse caso, para os condutores de carros elétricos, é o que difere quem simplesmente vai acompanhar as mudanças de consumo, daqueles que fazem parte delas.

**(*) Gerente de Exportação e Novos Negócios na Lity.**

# Proclamas de Casamentos

## CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DE PESSOAS NATURAIS
### 15º Subdistrito - Bom Retiro
**Amanda de Rezende Campos Marinho Couto - Oficial**

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **LUCIANO DA SILVA SANTOS,** nascido em Euclides da Cunha, BA, no dia 02/05/2000, profissão cozinheiro, estado civil solteiro, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Sério dos Santos e de Lidiana Santos da Silva. A pretendente: **FRANCISCA SOUSA ARAÚJO,** nascida em Gonçalves Dias, MA, no dia 08/05/1998, profissão camareira, estado civil solteira, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de José Ribamar Oliveira Araújo e de Luzileide Lima da Sousa.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local Jornal Empresas & Negócios

## CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL
### 33º Subdistrito - Alto da Mooca
**Ilzete Verderamo Marques - Oficial**

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **REVELINO SANTANA DOS SANTOS,** estado civil divorciado, filho de José Maria dos Santos e de Joventina Rosa de Santana, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo - SP. A pretendente: **ANA VIRGINIA SOARES,** estado civil divorciada, filha de Joana Soares, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local Jornal Empresas & Negócios

Empresas & Negócios



www.netjen.com.br

Para veiculação de seus Balanços, Atas, Editais e Leilões neste jornal, consulte sua agência de confiança, ou ligue para

TEL: 3043-4171

Este documento foi assinado digitalmente por Jornal Empresas E Negocios Ltda.
Para verificar as assinaturas vá ao site http://assinaturas.certisign.com.br e utilize o código D25B-C8BC-9AF1-D36B.

# PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Certisign Assinaturas. Para verificar as assinaturas clique no link: http://assinaturas.certisign.com.br/Verificar/D25B-C8BC-9AF1-D36B ou vá até o site http://assinaturas.certisign.com.br e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

## Código para verificação: D25B-C8BC-9AF1-D36B

**Hash do Documento**

4D5F0C5FB280EAF0A08843E6664B06D4CFEC9D2DF59458F2550393C1E02BB32F

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 28/10/2026 é(são) :

☑ Lilian Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 28/10/2026 19:45 UTC-03:00
**Nome no certificado:** Jornal Empresas E Negocios Ltda
**Tipo:** Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS LTDA - 05.687.343/0001-90

**Evidências**

**Geolocation:** Location not shared by user.
**IP:** 172.16.4.20
**AC:** AC Certisign RFB G5