

REVISTA DIGITAL INTERATIVA

DIRIJA AUTO

WWW.TERRAMAGAZINE.COM.BR

#EDIÇÃO 80

DEZEMBRO / 2025



RENAULT **BOREAL**

SOFISTICAÇÃO E RECONHECIMENTO IMEDIATO



EUROVIA

A MAIOR RENAULT DO NORDESTE

VOLVO XC90



QUANDO O TEMPO
JOGA A FAVOR

GWM HAVAL H9



QUANDO TRADIÇÃO DEIXA
DE SER ARGUMENTO

PEUGEOT 208
GT HYBRID



TECNOLOGIA URBANA
COM ATITUDE GT

RENAULT
KARDIAN



O INÍCIO DA NOVA
RENAULT NO BRASIL

FOLHEIE A DIRIJA AUTO ONDE QUISER.

DISPONÍVEL NO
GOOGLE LIVROS

12:45

REVISTA DIGITAL INTERATIVA
DIRIJA AUTO
WWW.TERRAMAGAZINE.COM.BR

#EDIÇÃO 1
TERRA

GABRIEL BORTOLETO
TALENTO BRASILEIRO
NA FÓRMULA 1

RAMPAGE LARAMIE
TURBO DIESEL PRONTA
PARA AVENTURAS

PORSCHE TAYCAN SILENCIOSO,
MAS DEVASTADOR

DESCUBRA O
RENAULT KARDIAN

A edição 72 disponível para leitura

Novidade

Dirija Auto Terra Magazine

DIRIJA AUTO DIRIJA AUTO DIRIJA AUTO

EDIÇÃO 72 EDIÇÃO 71 EDIÇÃO 70

DIRIJA AUTO DIRIJA AUTO DIRIJA AUTO

EDIÇÃO 68 EDIÇÃO 67

É PRÁTICO. É DIRIJA AUTO.

WWW.TERRAMAGAZINE.COM.BR

Com o app Dirija Auto, você tem
acesso às edições digitais, notícias
atualizadas e uma rede de serviços
para quem vive a estrada.

Baixe agora e explore cada página.

V O L V O

Espaço para todos, pronto para tudo.

Volvo XC90, nosso SUV de 7 lugares
perfeito para a sua família.



Motor

T8 AWD
Híbrido Plug-in

47 km

autonomia elétrica
(Inmetro)

995 L

Capacidade de carga (máx.)
Segunda fileira acima

462 hp

potência

5.3 s

Aceleração
(0-100km/h)

O Volvo XC90 é um SUV híbrido que combina luxo escandinavo, tecnologia inteligente e desempenho impecável. Cada detalhe foi pensado para oferecer conforto, segurança e elegância em cada viagem. Com motorização híbrida e design imponente, ele eleva o conceito de dirigir com propósito. Volvo XC90, excelência que inspira cada jornada.



V O L V O



Desacelere.
Seu bem maior é a vida.

Tel (81) 3471 5003
rotapremium.com.br

Av. Mascarenhas de Morais, 2837
Imbiribeira Recife

Rota Premium

DIRIJA AUTO #80



Cláudio Barreto
Direção e Edição – Revista Dirija Auto

Chegar à edição 80, no ano em que a Dirija Auto completa seis anos, é antes de tudo um exercício de gratidão. Gratidão a quem lê, a quem acompanha e a quem entende que a revista nunca foi apenas sobre carros, mas sobre escolhas, caminhos e histórias que se cruzam com o ato de dirigir.

O mercado automotivo mudou rapidamente. Mais do que novos modelos ou discursos sobre eletrificação, mudou o olhar do consumidor. Hoje, quem compra um carro quer entender o porquê, perceber coerência entre promessa e entrega e sentir que aquela escolha faz sentido na sua rotina.

Esta edição nasce exatamente desse olhar mais atento. A nova fase da Renault é tratada aqui como uma reconstrução feita passo a passo. Kardian, Boreal e o que vem pela frente mostram que consistência segue sendo um dos ativos mais valiosos da indústria. A GWM reforça que tradição não pode ser desculpa para estagnação e que o consumidor percebe isso com clareza.

A Volvo, por sua vez, mostra que amadurecer também é evoluir. O XC90 permanece atual não por tentar parecer novo, mas por continuar fazendo sentido em um mercado cada vez mais acelerado.

No centro de tudo, estão as pessoas. Histórias como a de Vicente Lopes lembram que o setor automotivo é feito por gente de trabalho, paixão e propósito.

A edição 80 encerra 2025 como um retrato do agora e também como um marco de seis anos de estrada. Um tempo mais consciente, mais exigente e, acima de tudo, mais humano.

Obrigado por seguir dirigindo conosco.



EUROVIA

KARDIAN

O PONTO DE PARTIDA DA NOVA FASE DA RENAULT NO BRASIL

A nova Renault já é realidade no Brasil, e o Kardian é o ponto exato onde essa transformação começa a ganhar forma concreta. Mais do que um novo modelo, ele representa uma mudança profunda de mentalidade da marca, que passa a atuar de maneira mais estratégica, conectada ao mercado e atenta ao comportamento do consumidor brasileiro. O Kardian não chega para preencher uma lacuna: ele inaugura uma nova fase.

Inserido no segmento mais competitivo do país, o dos SUVs compactos, o Kardian assume um papel essencial dentro da estratégia da Renault. É justamente nesse território de alto volume e forte concorrência que a marca escolhe se reposicionar. O modelo apresenta uma nova linguagem de design, mais robusta e contemporânea, abandonando qualquer traço de neutralidade excessiva do passado. O visual comunica modernidade, confiança e identidade própria — elementos fundamentais para reconquistar relevância. Mas o impacto do Kardian vai além da estética. Ele marca uma evolução clara em percepção de qualidade, tecnologia embarcada e proposta de valor. O carro

dialoga com um consumidor mais exigente, que busca conectividade, eficiência e sensação de produto bem resolvido. A Renault entendeu que não basta ser acessível: é preciso ser desejável. E o Kardian entrega exatamente isso.

Os números de mercado confirmam essa leitura. Mês a mês, o Kardian vem registrando crescimento consistente em participação, reflexo direto da boa aceitação do público. Esse desempenho não é fruto de promoções agressivas ou estratégias de curto prazo, mas de um produto alinhado ao que o mercado pede. O consumidor reconhece quando há coerência entre discurso e entrega — e esse reconhecimento se traduz em vendas.

Outro ponto importante é o simbolismo interno do Kardian. Ele estabelece um novo padrão dentro da própria Renault. A partir dele, muda-se a régua de qualidade, posicionamento e comunicação. É o modelo que redefine o que se espera da marca no Brasil, funcionando como base para tudo o que vem depois. Não por acaso, ele é tratado internamente como o primeiro passo de uma reconstrução planejada.

Em um mercado cada vez mais competitivo, onde marcas precisam ser claras em sua proposta, o Kardian cumpre um papel estratégico fundamental: recolocar a Renault no jogo com argumentos sólidos. Ele não tenta reinventar o segmento, mas faz o essencial com competência, equilíbrio e inteligência. E isso, hoje, é um diferencial poderoso.



ASSISTA
O VÍDEO

EUROVIA

BOREAL

SOFISTICAÇÃO, DESEJO E RECONHECIMENTO IMEDIATO

Se o Kardian marca o início da nova Renault no Brasil, o Boreal é o modelo que consolida essa virada de imagem. Ele chega como uma afirmação clara de que a marca não quer apenas competir em volume, mas também em percepção, status e sofisticação. O Boreal não é um complemento de portfólio — é um statement.

Desde o primeiro contato, o Boreal transmite uma proposta mais madura. O design é elegante, bem resolvido e alinhado a padrões globais de sofisticação. Não há excessos, tampouco concessões visuais. Cada elemento comunica cuidado estético e intenção clara de posicionamento. É o tipo de carro que eleva instantaneamente a percepção da marca onde quer que esteja.

Internamente, essa evolução é ainda mais evidente. Materiais, acabamento e soluções tecnológicas reforçam a ideia de um produto pensado para um consumidor que valoriza conforto, conectividade e experiência. O Boreal

conversa diretamente com um público que antes talvez não considerasse a Renault como primeira opção — e esse é um dos seus maiores méritos estratégicos.

O reconhecimento do mercado veio de forma rápida. Prêmios importantes, incluindo títulos de Carro do Ano, não surgem por acaso. Eles refletem uma leitura precisa do que o consumidor busca e uma execução competente por parte da marca. Mais do que troféus, esses reconhecimentos funcionam como validação pública de que a Renault acertou o tom.

Outro ponto relevante é o papel simbólico do Boreal dentro da gama. Ele reposiciona a Renault emocionalmente. Se antes a marca era associada principalmente à racionalidade, agora passa a ocupar também o território do desejo. Isso muda completamente a dinâmica de relacionamento com o consumidor e fortalece a imagem institucional.

O Boreal também atua como ponte entre o presente e o futuro da Renault. Ele mostra que a marca é capaz de entregar produtos sofisticados hoje, sem precisar recorrer apenas a promessas futuras. Isso gera confiança, fidelização e, principalmente, credibilidade.



KOLEOS

O PRÓXIMO GRANDE SALTO DA RENAULT

Com a base consolidada por Kardian e Boreal, a Renault prepara seu próximo movimento estratégico: o Koleos Hybrid, com lançamento confirmado para o primeiro semestre de 2026. Trata-se de um passo decisivo não apenas para a marca, mas para o próprio mercado nacional, ao introduzir o primeiro híbrido da Renault produzido no Brasil.

Esse lançamento carrega um simbolismo forte. Ele posiciona a Renault no centro da discussão sobre eletrificação acessível, eficiente e adaptada à realidade brasileira. Diferente de abordagens puramente experimentais, o Koleos Hybrid nasce com a missão de ser relevante em escala, conectando tecnologia e viabilidade comercial. A escolha pelo sistema híbrido reflete uma leitura

pragmática do mercado. Em um país de dimensões continentais e infraestrutura desigual, a eletrificação precisa ser inteligente, progressiva e funcional. O Koleos Hybrid surge como resposta direta a esse cenário, oferecendo eficiência energética sem romper com a lógica de uso do consumidor brasileiro.

A expectativa em torno do modelo é alta — e não apenas entre consumidores. A própria indústria acompanha de perto esse lançamento, consciente do impacto que ele pode gerar. Há projeções de que o Koleos Hybrid seja um dos grandes destaques de 2026, inclusive com forte potencial para premiações e reconhecimento técnico.

Do ponto de vista estratégico, o modelo completa o tripé da nova Renault no Brasil: volume com Kardian, imagem com Boreal e futuro com eletrificação. Essa construção não é aleatória; é resultado de um plano claro, progressivo e bem executado.

Mais do que um novo produto, o Koleos Hybrid simboliza a confiança da Renault no mercado brasileiro. Produzir localmente, investir em tecnologia e disputar protagonismo em eletrificação são decisões que exigem convicção — e a marca demonstra ter.

EXPERIÊNCIA



RNLT RECIFE INAUGURA A PRIMEIRA LOJA CONCEITO DA RENAULT NO BRASIL

A Renault inaugurou no Shopping Recife a primeira loja-conceito RNLT (Renault New Lifestyle Technology) do Brasil, marcando uma nova etapa da marca no país. Mais do que um espaço de exposição, a RNLT representa uma mudança clara na forma de se relacionar com o consumidor, priorizando experiência, design e tecnologia, com o Nordeste assumindo protagonismo nessa estratégia.

Inspirada nas lojas-conceito da Renault em cidades como Paris, Milão e Buenos Aires, a RNLT Recife adota o formato de boutique automotiva. O ambiente é moderno, aberto e interativo, pensado para atrair o público urbano e conectado. Telas digitais, iluminação cênica e um layout sofisticado criam uma atmosfera

que convida o visitante a conhecer a marca de forma mais leve, distante do modelo tradicional de concessionária.

Um dos grandes atrativos da RNLT Recife é a presença do Renault Koleos, cedido pela própria montadora para exposição. O SUV, que ainda não é comercializado no Brasil, antecipa o futuro da marca no país e chama a atenção do público por seu porte, nível de sofisticação e proposta global. O modelo tem lançamento previsto para o primeiro semestre de 2026, funcionando como uma prévia concreta do que a Renault prepara para os próximos anos.

A operação da loja está sob o comando da Renault Eurovia, maior grupo Renault do Nordeste. Com forte atuação regional, a Eurovia lidera o projeto, garantindo padrão de excelência, atendimento consultivo e proximidade com o consumidor, reforçando o posicionamento da RNLT Recife como um novo ponto de contato entre a marca e o público brasileiro.



GWM HAVAL H9

QUANDO O MERCADO DESCOBRE QUE TRADIÇÃO NÃO É SINÔNIMO DE EVOLUÇÃO

Durante muitos anos, o segmento de SUVs grandes no Brasil foi dominado por poucos nomes. Modelos consagrados, especialmente da Toyota, ocuparam esse espaço quase sem contestação, sustentados por uma reputação construída ao longo do tempo. Mas o mercado mudou. O consumidor mudou. E foi exatamente nesse cenário que o GWM Haval H9 entrou em cena — não como promessa, mas como ruptura.





OH9 não chegou pedindo licença. Ele chegou questionando certezas. Questionando preços elevados, pacotes de equipamentos limitados e a ideia de que apenas a tradição basta para manter a liderança. O resultado foi imediato: um SUV grande, robusto e tecnologicamente avançado que passou a atrair, inclusive, proprietários fiéis de marcas tradicionais, dispostos a olhar para algo novo — e melhor.

Visualmente, o Haval H9 impõe respeito. É um SUV de porte real, com presença marcante, linhas sólidas e proporções que deixam claro que ele foi projetado para enfrentar tanto o asfalto quanto o fora de estrada. Mas o impacto do H9 vai muito além do design. O que realmente incomoda o mercado é o conjunto.

A proposta da GWM foi clara: entregar mais. Mais tecnologia, mais conforto, mais equipamentos e mais conteúdo de série. Enquanto concorrentes ainda apostam em listas de opcionais e versões escalonadas, o H9 oferece um pacote completo desde o início. Recursos de conectividade, assistências à condução, acabamento refinado e soluções pensadas para o uso familiar e aventureiro convivem em harmonia.

No interior, o Haval H9 reforça a sensação de estar em um produto de categoria superior. O espaço interno generoso, inclusive para quem ocupa a

terceira fileira, o nível de conforto e a experiência tecnológica colocam o modelo em um patamar que muitos consumidores não estavam acostumados a encontrar nesse segmento — especialmente nessa faixa de preço.

Mas talvez o maior mérito do H9 esteja no seu posicionamento estratégico. A GWM entendeu algo fundamental: o consumidor brasileiro amadureceu. Hoje, ele pesquisa, compara, questiona e exige. Não compra apenas pelo logotipo no capô. Compra pelo conjunto, pela entrega real e pela percepção de valor. E é exatamente aí que o H9 ganha força.

Não é coincidência que muitos proprietários de SUVs tradicionais estejam migrando para o Haval H9. A decisão não é emocional, é racional. É a constatação de que o mercado finalmente oferece uma alternativa que não faz concessões. Um SUV que entrega robustez, capacidade, conforto e tecnologia sem cobrar um preço inflado apenas pela história da marca.

O Haval H9 também representa um marco para a própria GWM no Brasil. Ele consolida a imagem da marca como uma autotech que entende o mercado local e que não tem receio de enfrentar gigantes. Ao contrário de estratégias tímidas, a GWM aposta em produtos fortes, competitivos e alinhados com o que o consumidor realmente espera.



GWM HAVAL H6

EVOLUÇÃO CALCULADA DO SUV HÍBRIDO QUE VIROU REFERÊNCIA

Desde que desembarcou no Brasil, o GWM Haval H6 não demorou a se tornar um dos principais protagonistas do segmento de SUVs eletrificados. A linha 2026 chega para consolidar essa posição, trazendo uma atualização que não rompe com a fórmula de sucesso, mas refina o conjunto em pontos estratégicos: design, tecnologia, experiência a bordo e eficiência.



POR CLAUDIO BARRETO



O primeiro contato visual já deixa claro que houve evolução. O Haval H6 2026 adota uma nova identidade frontal, com grade redesenhada, assinatura luminosa mais moderna e um visual que transmite maior sofisticação. Não é uma mudança radical, mas suficiente para manter o modelo atual e alinhado às tendências globais, sem perder o reconhecimento imediato que o carro conquistou no mercado brasileiro.

Por dentro, o avanço é mais perceptível. O interior segue o conceito minimalista e tecnológico que já era um dos pontos fortes do H6, agora com melhorias na interface e na usabilidade. A central multimídia de grandes proporções domina o painel, com gráficos mais refinados, respostas mais rápidas e integração total com smartphones. O painel de instrumentos digital também evoluiu, oferecendo melhor leitura das informações e mais opções de personalização.

A sensação de qualidade a bordo continua sendo um diferencial. Bons materiais, encaixes precisos e um ambiente silencioso reforçam a proposta premium que a GWM vem construindo com o H6. O espaço interno segue generoso, tanto para quem vai na frente quanto para os passageiros do banco traseiro, mantendo o SUV como uma opção confortável para famílias e viagens longas.

Na parte mecânica, o Haval H6 2026 mantém sua principal virtude: a diversidade de opções eletrificadas. A linha contempla versões híbridas autorrecarregáveis e híbridas plug-in, atendendo a diferentes perfis de uso. Para quem busca praticidade

e eficiência no dia a dia, o HEV segue como uma alternativa equilibrada, sem necessidade de recarga externa. Já as versões PHEV ampliam o alcance elétrico e entregam mais desempenho, com a vantagem de rodar boa parte do tempo sem consumir combustível, especialmente em uso urbano.

A condução reflete os ajustes feitos pela marca com base no uso real dos clientes brasileiros. A suspensão foi recalibrada para oferecer mais conforto em pisos irregulares, sem comprometer a estabilidade em estrada. A direção mantém boa precisão, enquanto o conjunto híbrido entrega respostas suaves, silenciosas e progressivas — características que reforçam a proposta de um SUV moderno e fácil de conviver.

Outro ponto de destaque é o pacote de tecnologia e segurança. O H6 2026 traz um conjunto completo de assistências à condução, incluindo controle de cruzeiro adaptativo, assistente de permanência em faixa, frenagem autônoma de emergência e câmeras com visão 360 graus. Na prática, isso se traduz em mais tranquilidade ao volante, especialmente em trajetos urbanos e rodoviários.

No mercado brasileiro, o GWM Haval H6 2026 segue como um dos SUVs híbridos mais completos da categoria. Ele não aposta apenas no apelo da eletrificação, mas entrega um pacote consistente, bem ajustado e competitivo frente a rivais tradicionais. A estratégia da GWM é clara: oferecer tecnologia de ponta, eficiência energética e uma experiência premium por um custo-benefício agressivo.



NOVA FASE DA ROTA PREMIUM VOLVO CONSOLIDA PERNAMBUCO COMO VITRINE DA MARCA NO BRASIL

POR CLAUDIO BARRETO

O ano de 2025 ficará marcado como um dos mais importantes da história da Rota Premium Volvo em Pernambuco. Mais do que pelos resultados comerciais, o período simboliza a consolidação de um projeto construído ao longo de mais de duas décadas de parceria com a marca sueca no estado. A mudança para a nova sede, na Avenida Mascarenhas de Moraes, representa esse novo momento e reforça o posicionamento da concessionária como uma das principais referências da Volvo no Nordeste.

Instalada em um dos corredores automotivos mais estratégicos do Recife, a nova Rota Premium se tornou, literalmente, uma vitrine. Cercada por grandes marcas do setor, a concessionária passou a contar com mais espaço, identidade visual renovada e uma estrutura pensada para oferecer uma experiência mais sofisticada e alinhada aos

padrões globais da Volvo. A nova sede vai além de um endereço: ela traduz o conceito de modernidade, tecnologia e cuidado com o cliente que a marca defende mundialmente.

Um dos grandes diferenciais dessa nova fase está na área de pós-vendas. O espaço foi projetado com foco total em transparência, permitindo que o cliente acompanhe de perto todo o processo de revisão e manutenção do veículo. A comparação é direta: assim como a cozinha de um restaurante bem-concebido, onde tudo fica visível, o cliente pode ver seu carro sendo cuidado, revisado e reparado pelos técnicos da marca. Esse modelo reforça a confiança, valoriza o serviço e eleva o padrão de atendimento.

A mudança também impactou de forma positiva o relacionamento com o público. Além de fortalecer



o vínculo com clientes já fidelizados à Volvo, a nova concessionária atraiu consumidores que ainda não conheciam de perto a proposta da marca. Mesmo com mais de 20 anos de atuação no estado, a Rota Premium passou a alcançar um público mais amplo, impulsionado pela localização estratégica e pelo novo conceito de loja.

No cenário nacional, 2025 também foi um ano histórico para a Volvo. A marca alcançou seu recorde de vendas no Brasil, consolidando o país como um dos mercados de maior crescimento em termos percentuais no mundo. Esse desempenho reforça a importância estratégica do Brasil dentro da operação global da montadora — e a Rota Premium participaativamente desse movimento de expansão.

Grande parte desse sucesso está diretamente ligada ao avanço da eletrificação. Atualmente, a maior parte das vendas da Volvo no país já corresponde a modelos 100% elétricos, refletindo uma mudança clara no comportamento do consumidor. Ao mesmo tempo, a marca segue investindo e ampliando sua oferta de híbridos, atendendo diferentes perfis e

"Encerramos 2025 com orgulho do caminho percorrido e iniciamos 2026 prontos para um novo ciclo de crescimento e inovação."

Marta Queiroz, diretora da Rota Premium Volvo

necessidades em um mercado que ainda vive um processo de transição.

Para 2026, as expectativas são ainda mais positivas. A Volvo prepara novidades importantes, algumas ainda sob sigilo, mas uma já está confirmada: a chegada de uma nova geração do XC60. Um dos maiores ícones da marca, o SUV será totalmente eletrificado, com apresentação oficial prevista para janeiro e chegada às concessionárias no final do ano. A promessa é manter a essência que consagrou o modelo, agora alinhada à nova era da mobilidade elétrica.

Com estrutura renovada, resultados sólidos e um portfólio cada vez mais conectado ao futuro, a Rota Premium Volvo encerra 2025 com a sensação de dever cumprido e inicia 2026 pronta para um novo ciclo de crescimento, inovação e protagonismo no mercado automotivo brasileiro.



VOLVO XC90

QUANDO O TEMPO JOGA A FAVOR

POR CLAUDIO BARRETO

Existem carros que envelhecem. Outros amadurecem com o tempo. Em 2025, o Volvo XC90 pertence claramente ao segundo grupo. Mesmo após anos de mercado, ele segue atual não por tentar parecer novo a qualquer custo, mas por continuar fazendo sentido. Em um momento em que a indústria vive uma transição acelerada para a eletrificação total, o XC90 ocupa um espaço muito próprio — e confortável — entre o presente e o futuro.

O grande mérito do XC90 está justamente na sua coerência. Ele não disputa atenção com excessos visuais nem com discursos futuristas exagerados. Pelo contrário: apostava em uma elegância discreta, em soluções inteligentes e em uma experiência que privilegia quem está dentro do carro. É um SUV grande, sofisticado e silencioso, pensado para longas jornadas, para a família e para quem valoriza conforto real, não apenas números de ficha técnica.

O conjunto híbrido plug-in segue sendo um dos pontos mais interessantes do modelo. No uso urbano, a possibilidade de rodar em modo elétrico traz economia, suavidade e uma sensação clara de evolução tecnológica. Já na estrada, o motor a

combustão garante autonomia e tranquilidade — algo que ainda pesa bastante na realidade brasileira. Essa flexibilidade faz do XC90 um carro fácil de conviver, mesmo em um país de dimensões continentais.

Por dentro, o XC90 entrega exatamente o que se espera de um SUV premium desse porte: espaço de sobra, acabamento refinado e uma atmosfera que transmite bem-estar. A Volvo continua sendo referência quando o assunto é ergonomia e segurança, e isso aparece nos detalhes, desde a posição de dirigir até os sistemas avançados de assistência. Nada ali parece exagerado ou fora de propósito. Tudo está onde deveria estar.

No mercado brasileiro de 2025, o XC90 ocupa um papel estratégico. Ele não é um carro de volume, nem tenta ser. É um modelo de imagem, que sustenta o posicionamento premium da Volvo e dialoga com um público específico — exigente, fiel à marca e cada vez mais consciente. Em meio a concorrentes igualmente sofisticados, o XC90 se diferencia pela abordagem escandinava: menos ostentação, mais conteúdo.

A chegada de modelos totalmente elétricos dentro da própria Volvo não enfraquece o XC90. Pelo contrário. Ela reforça a ideia de que o SUV representa uma escolha racional em um momento de transição. Para muitos consumidores, o híbrido plug-in ainda é o ponto de equilíbrio ideal entre inovação e segurança de uso.

Na RotaPremium Volvo, o XC90 se insere em uma experiência que vai além do produto.. Desde o atendimento personalizado até os serviços de pós-venda, a proposta vai além do carro em si. É uma relação construída com base em confiança, transparência e cuidado em cada detalhe.



O DESTINO CERTO PARA SEU EVENTO OU SUA VIAGEM DE NEGÓCIOS OU LAZER

O Marante Executive Hotel possui uma estrutura moderna e com acomodações confortáveis para tornar a sua estadia mais agradável e seu evento um sucesso.



Localizado a **250 metros da praia de Boa Viagem** e a apenas **10 minutos do Aeroporto Internacional dos Guararapes - Gilberto Freire**, o Marante Executive também está **próximo a shoppings e restaurantes**, tornando-se a melhor escolha para sua hospedagem.



- 141 APARTAMENTOS EQUIPADOS E MODERNOS
- RESTAURANTE E BAR COM CARDÁPIOS INTERNACIONAIS
- SERVIÇO PRÓPRIO DE BUFFET PARA ALMOÇO, JANTAR E COFFEE BREAKS

- CENTRO DE CONVENÇÕES COM 3 SALAS E CAPACIDADE PARA ATENDER DE 30 A 250 PESSOAS PARA REUNIÕES, CONGRESSOS, CONVENÇÕES, TREINAMENTOS, PALESTRAS, EVENTOS SOCIAIS, ENTRE OUTROS.



Acesse o QRCode e conheça a estrutura completa do nosso hotel. Faça sua reserva!



Av. Domingos Ferreira, 668, Boa Viagem, Recife-PE

Recepção

📞 (81) 3035.8800

www.maranteexecutive.com.br

✉ maranteexecutiverecife

✉ maranteexecutive

Eventos

📞 (81) 3035.8809

✉ eventos.executive@marante.com.br

Reservas

📞 (81) 98213.3143 | (81) 3035.8806

✉ reservas.executive@marante.com.br



PEUGEOT 208 HYBRID GT

REFINAMENTO URBANO SEM PERDER A DIVERSÃO



POR CLAUDIO BARRETO

Depois de rodar exclusivamente em ambiente urbano, a conclusão sobre o modelo é bastante clara: o 208 não muda sua essência. Ele segue sendo um dos compactos mais divertidos de dirigir do mercado brasileiro, agora com um conjunto mais refinado e alinhado à estratégia atual da marca.



PEUGEOT 208 GT HYBRIDO

O 208 Hybrid GT não é um híbrido no sentido tradicional. Ele não roda em modo elétrico, não possui recarga externa e não utiliza motor elétrico para tracionar as rodas. O sistema adotado aqui é o chamado híbrido leve de 12 volts, cuja função está longe de prometer milagres. A proposta é simples e honesta: melhorar o refinamento do carro no uso cotidiano, especialmente na cidade.

E é exatamente no trânsito urbano que essa solução mostra seu valor. O sistema atua de forma discreta, tornando as arrancadas mais progressivas e reduzindo a interferência do start-stop no anda-e-paro. O funcionamento geral fica mais suave, mais silencioso e mais civilizado. Não há discurso de “marketing verde” nem tentativa de vender eletrificação plena onde ela não existe. O ganho é perceptível no conforto e na fluidez da condução diária.

Se o conjunto mecânico ficou mais educado, o comportamento dinâmico segue sendo o grande diferencial do 208. O entre-eixos curto, de 2,54 metros, continua determinante para a personalidade do carro. Ele reage rápido aos comandos, muda de direção com facilidade e transmite uma sensação de controle que anda rara no segmento. Em manobras, retornos apertados e desvios rápidos no trânsito, o carro parece menor do que realmente é. Não por acaso, a comparação com um “kart urbano” surge com frequência entre quem já dirigiu o modelo.

O volante pequeno do i-Cockpit reforça essa característica. Pode causar estranhamento nos primeiros minutos, mas rapidamente se mostra funcional. Os movimentos são curtos, a direção é direta e a conexão entre motorista e carro fica mais evidente — algo que contribui para a experiência ao volante, mesmo em trajetos banais do dia a dia.

Na linha 2026, o interior também evolui. O 208 Hybrid GT passa a adotar a central multimídia herdada do Peugeot 2008, com tela maior, interface mais moderna e funcionamento mais rápido. É uma atualização bem-vinda, que aproxima o hatch dos produtos mais recentes da marca e melhora a experiência de uso no cotidiano.

NEO

B L I N D A D O S

Sua família é a nossa maior prioridade!

Blindar o seu carro é sinônimo de
segurança, tranquilidade e
qualidade de vida.



Quer saber mais?
Acesse o nosso site
através do QR Code
ou do link abaixo!

www.neoblindados.com.br



Na Neo você encontra:

- Blindagem leve e segura
- Mão de obra especializada
- Vidro de alta performance
- Excelência com custo-benefício superior
- Documentação e registro do veículo

(81) 3132.2929

neoblindados

VICENTE LOPES

38 ANOS DE HISTÓRIA NA VICENTE AUTO PEÇAS

POR CLAUDIO BARRETO

Antes de cuidar de motores, Vicente Lopes cuidava de gente. Era vendedor de remédios — representante farmacêutico, daqueles que passam o dia visitando médicos, carregando amostras e boas histórias. “Eu vivia na estrada vendendo saúde pros outros, até perceber que o que me fazia bem mesmo era estar perto dos carros. Aí troquei o remédio pela graxa”, brinca.

Foi assim, em 1987, que ele e o irmão, Ivanildo, decidiram juntar as economias e abrir a Vicente Auto Peças, em Olinda. Nenhum dos dois tinha experiência em mecânica — Vicente vinha da área de vendas e o irmão, do mercado financeiro —, mas ambos tinham vontade de empreender e fazer diferente. “Ele saiu do banco, eu saí da farmácia, e começamos do zero. Só tínhamos coragem e um bom nome. E olha... deu certo.”

O negócio cresceu e, quase quatro décadas depois, a Vicente Auto Peças — Centro Automotivo se tornou referência em manutenção, serviços e peças. Hoje são três unidades — Olinda, Pina e Caxangá — que seguem movimentadas e com o mesmo espírito de quando tudo começou: honestidade, trabalho e bom humor.

Vicente conta que já chegou a empregar mais de cem pessoas, e hoje mantém uma equipe mais enxuta e eficiente. “Com sessenta, a gente faz mais e melhor. A experiência ensina o caminho.”

Vicente é daqueles que gostam de ver tudo de perto. Gosta de sentir o ritmo da loja, conversar com os clientes, observar o movimento. “Meu filho, às vezes, quer pegar na minha mão pra atravessar a rua”, conta, rindo. “Eu digo: deixa que eu me viro sozinho!”



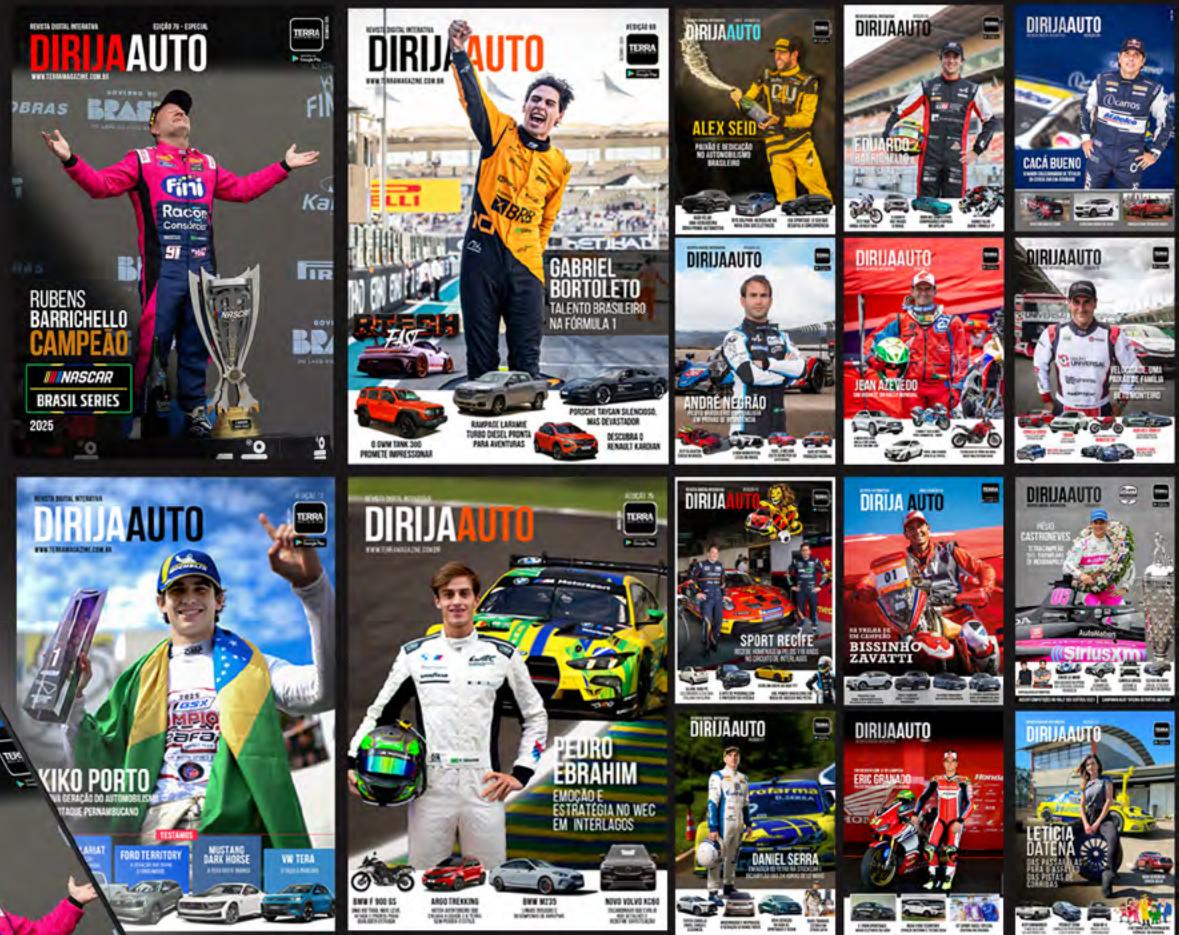
Enquanto eu tiver força pra atravessar a rua, eu trabalho.”

Ele fala isso com uma tranquilidade que só o tempo ensina. “Aos 60, eu achei que já teria o suficiente pra parar, viajar com minha mulher e só aproveitar a vida”, lembra. “Mas quando chegou a hora, percebi que ainda não dava pra largar tudo. Aí empurrei pra 65. Também não deu. E cá estou, com 73, trabalhando e ainda planejando as próximas viagens. Já conhecemos alguns lugares, mas ainda tem muito mundo pra ver. O lado bom é que, quando o trabalho é prazeroso como o meu, não existe tédio. É ele que me faz sair de casa feliz todos os dias.”

Vicente também diz que nunca foi apegado a luxo — e o carro que dirige mostra isso. “Ando num IX35 2018, que pra mim é o melhor carro do mundo. Primeiro porque é meu. Segundo porque me leva pra onde eu quiser. Não faço questão de carro novo, faço questão é de continuar andando, viajando e vivendo bem.”

A empresa também sempre se preocupou com qualidade e responsabilidade ambiental. Foi certificada pelo Instituto da Qualidade Automotiva (IQA) e conquistou o Selo Verde, voltado a negócios que adotam práticas sustentáveis. “Sou chato com limpeza. Oficina tem que ser organizada. É respeito com o cliente e com quem trabalha comigo”, ressalta Vicente.

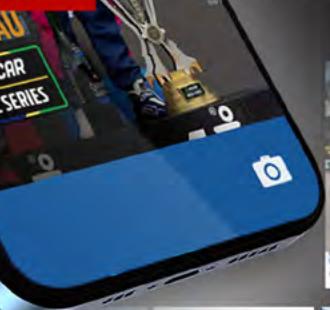
De representante farmacêutico a empresário automotivo, Vicente Lopes construiu uma história movida por paixão, trabalho e dignidade. “Não fiquei rico, mas continuo com saúde, trabalhando e fazendo o que gosto. E isso, meu amigo, é o que realmente vale.”



DIRJA AUTO

6 anos

MAIS QUE CAPAS, MEMÓRIAS
OBRIGADO A TODOS QUE ACELERAM COM A GENTE.



EXPEDIENTE

EDIÇÃO #80
DEZEMBRO/2025

- DIREÇÃO
Claudio Barreto

- PRODUÇÃO DE ARTE
Ricardo Mille

- REVISÃO
PAULO MAIA

- DISTRIBUIÇÃO
Whatsapp 20.000

- PERIODICIDADE
20 DIAS

- PLATAFORMAS
terrasmagazine.com.br

- CONTATO
(81) 9 9504.7550

contato@terrasmagazine.com.br

