

Você quer vender mais agora, ou prefere esperar?

Edição Digital - EDIÇÃO Nº 91 - 27 novembro a 04 dezembro/20 - Belo Horizonte - MG



[www.webseminovos.com.br](http://www.webseminovos.com.br)

## Veículos Seminovos

### O grande volume de vendas surpreendeu os empresários mineiros



O Jornal é enviado semanalmente By LeadLovers para mais de 20 mil lojistas de carros.



Veja na página 06

### PEUGEOT LANDTREK

Pág.

11



A esperada picape Landtrek é lançada mundialmente

### PASSEIOS DE MOTOS

Pág.

15



Uma pesquisa mostrou que os benefícios de pilotar uma moto são semelhantes aos de exercícios leves

A TV que está nas mãos de todos.  
Transmitida também via  
**Streaming.**

[www.webseminovos.com.br/tvdocarro](http://www.webseminovos.com.br/tvdocarro)



Há 1 ano ajudando as pessoas escolherem seu carro novo!

Portal Auto Shopping

COM  
PLETO PARA  
VOCÊ



*aproveitar  
a liberdade  
do seu  
novo carro.*



As **MELHORES LOJAS** e um dos maiores estoques de BH.



[www.portalautoshopping.com.br](http://www.portalautoshopping.com.br)



► **Conquiste seu novo carro!**

 **(31) 3419.6000**

 **Av. Pedro II, 1.900**

**PORTAL** 25  
AUTO SHOPPING ANOS

## Notas

### CAOA CHERY Lança Inédita Linha de Acessórios Originais

A CAO A CHERY apresenta sua linha de acessórios originais, já disponível em toda a rede de concessionárias. São cerca de 20 itens exclusivos de comodidade, funcionalidade e segurança disponíveis a todos os modelos da marca. Entre os equipamentos oferecidos estão módulo Tilt Down, calhas de chuva, bolsa pet, estribos laterais e sistemas antifurto para estepe e rodas, entre outros.

Com o objetivo de atender e fidelizar os clientes que procuram por produtos originais de qualidade, os acessórios foram desenvolvidos especialmente para os modelos CAO A CHERY para garantir a perfeita integração de estilo e funcionamento, além de fácil instalação e garantia de fábrica. A vantagem de utilizar produtos originais pode ser explicada em uma única palavra: procedência. Muitos itens adquiridos no mercado paralelo podem comprometer o desempenho do veículo, afetando a segurança do motorista e até mesmo invalidar o seguro em caso de acidentes.

Disponível em toda rede CAO A CHERY os acessórios contam com preços e serviços com valores bastante competitivos. Todos os itens foram desenvolvidos, testados e aprovados pela engenharia da CAO A CHERY para atender as características de design e funcionalidade do produto. Segundo Marcio Santos, diretor de pós-venda da CAO A CHERY, a estratégia de lançamento da linha de acessórios da marca está baseada em três pilares: qualidade do produto e do serviço, preço competitivo e aprovação da engenharia brasileira.



### Instituto Renault constrói e doa nova sede para AMARB



O Instituto Renault inaugurou as novas instalações da sede da Amarb (Associação dos Moradores e Amigos da Roseira e Borda do Campo), que foram totalmente reformadas e ampliadas. A instituição tem foco na realização de projetos de geração de renda e cursos profissionalizantes que apoiam o desenvolvimento da comunidade. A associação também atua na intervenção de relações institucionais pelos interesses e direitos dos moradores.

A nova sede de 235 m<sup>2</sup> possui uma cozinha industrial completa, voltada para formações profissionalizantes para as mulheres da co-

munidade da Borda do Campo. O espaço conta ainda com uma sala equipada com computadores e duas máquinas de costura, que serão utilizadas para cursos, oficinas e formações. Outra área da nova sede é o salão de eventos, que contribuirá com a geração de renda por meio da locação.

A decisão de investimento foi tomada a partir da análise dos dados levantados no Mapa Social da Borda do Campo, relatório desenvolvido pelo Instituto Renault em 2018 com objetivo de identificar o nível de desenvolvimento do território, suas necessidades, rede de serviços, tendências e oportunidades.

### BMW Group apresenta plataforma imersiva e interativa Next Brasil



Em 2020, o BMW Group completa 25 anos de presença no Brasil e para registrar essa marca, a fabricante bávara propõe uma imersão em sua história de pioneirismo e uma visão do futuro da mobilidade. Para proporcionar essa experiência a marca apresenta a Next Brasil, uma plataforma digital que conta com conteúdos exclusivos e interativos sobre a história da BMW no país, além de conceitos futuristas de mobilidade, que estão presentes no DNA da empresa. A plataforma, desenvolvida em par-

ceria com a Agência Carbone, estará disponível ao público a partir de 26 de novembro no link BMW-GroupNext.com.br.

Inspiração no formato de séries das plataformas de streaming, o BMW Next Brasil oferece ao usuário a liberdade do conceito "On Demand" que permite percorrer e escolher o que assistir entre os 7 capítulos que contam a história das duas décadas e meia no Brasil e convidam os espectadores a conhecerem os futuros lançamentos de produtos e serviços para os próximos anos.

### Tecfil lança linha de palhetas "Tecfil Max Vision" para limpadores de para-brisa

Com o objetivo de atender cada vez melhor o mercado de reposição automotiva, a Tecfil está diversificando seu portfólio de produtos e anuncia o lançamento da linha de palhetas "Tecfil Max Vision". As palhetas são aplicáveis em mais de 1.000 modelos de veículos nacionais e importados, e recebem a mesma chancela de qualidade da empresa que é líder no mercado de filtros automotivos.

As palhetas estarão disponíveis para venda a partir de dezembro nas ver-

sões Convencional e Flat - um tipo mais moderno, que integra a estrutura à própria borracha que limpa o vidro. Ambas possuem características em comum, como borracha natural e teflon, suporte multifuncional, que possibilita a aplicação em diversos modelos de veículos e favorece uma montagem mais simples e rápida; alta performance para remover o excesso de água, assegurando a máxima visibilidade como item de segurança do veículo, além de serem silenciosas e resistentes.



## Notas

# BMW do Brasil disponibiliza tecnologia de abertura de porta pelo celular e smartwatch para os modelos BMW Z4 e Série 1 M135i

Há 90 anos um roadster entrou em cena para fazer companhia ao pequeno BMW 3/15. A novidade logo ingressou no universo das corridas. Mais elegante, mais leve, mais rápido, aterrorizou os concorrentes em sua categoria. E não demorou muito para que toda uma geração de amantes de carros sonhasse com um em sua garagem. Estamos falando do BMW 3/15 Wartburg. Após desfrutar de sucesso inicial com suas motocicletas altamente tecnológicas, a BMW estendeu o foco para as quatro rodas no final dos anos 1920. Esta versatilidade foi ampliada com a aquisição da fábrica de automóveis DIXI, em Eisenach, que possuía maquiná-

rios de última geração. O pequeno carro fabricado sob licença na fábrica - um Austin Seven - era repleto de detalhes elegantes e ainda muito adequado para o uso, mas não era exatamente uma novidade. Prontamente, os técnicos e engenheiros da BMW trabalharam projetando o futuro. Em julho de 1929 chegou ao mercado o BMW 3/15 PS Type DA 2, com sua frente destacando um novo radiador, carroceria mais larga e sem estribos. O resultado foi mais espaço interno. Destacaram-se também upgrades como freios muito mais eficientes e aprimoramentos no quesito conforto.



# Black Friday CAO A CHERY tem Taxa Zero e FIPE no Valor do Carro Usado

A Rede de Concessionárias da CAO A CHERY, em todo o Brasil, já conta com condições especiais de Black Friday. As ofertas exclusivas são válidas para a linha zero quilômetro 2021 da montadora. Na promoção, todos os veículos CAO A CHERY, que se destacam por sua

Qualidade, Tecnologia e Design, são comercializados com taxa 0% ou preço de tabela FIPE no veículo usado, na troca por um CAO A CHERY.

A oferta inclui ainda Seguro Total a preços especiais para toda a linha. Nesta condição, o seguro do



sedan Arrizo 5 sai por R\$ 1.199,00 à vista, ou 8 x R\$ 149,88, enquanto as condições para o Arrizo 6 incluem oito parcelas de R\$ 237,38 ou R\$ 1.899,00 à vista. No caso dos SUVs, o Tiggo 2 é vendido com seguro a R\$ 999,00 à vista ou 8 x

R\$ 124,88. O Tiggo 5X tem seguro por R\$ 1.999,00 à vista ou 8 x R\$ 249,88. No caso do Tiggo 7 o valor do seguro é de 2.099,00 à vista ou 8 x R\$ 262,38, enquanto os valores para o Tiggo 8 são de R\$ 2.999,00 à vista ou 8 x R\$ 374,88.

## MINI Vision Urbanaut, um novo conceito de espaço



A marca MINI apresenta no #NEXTGen o MINI Vision Urbanaut - uma interpretação totalmente nova de uma visão do espaço. Este veículo de visão digital oferece mais espaço interno e versatilidade do que nunca, mas ainda em um mínimo impacto.

Com um conceito de espaço inovador, o MINI Vision Urbanaut foi projetado de dentro para fora. Os designers criaram a experiência interior de conforto antes de desenvolver o exterior, usando plantas baixas,

peças de mobiliário e maquetes de madeira para fornecer uma indicação de tamanho. Ao longo do projeto, a realidade aumentada foi empregada para criar um modelo digital, que foi então sistematicamente otimizado. Excepcionalmente alto para um MINI, mas com apenas 4,46 m de comprimento, o MINI Vision Urbanaut oferece um espaço interior que pode ser usado de muitas maneiras diferentes e oferece uma facilidade de movimento totalmente nova dentro do carro.

### EXPEDIENTE

O Jomal WSN NEWS digital é uma publicação semanal da Webseminovos Sistemas Ltda, com sede em Belo Horizonte inscrita no CNPJ: 20.035.265/0001.32 todo seu conteúdo pode ser lido também no site de classificados www.webseminovos.com.br.



**Diretores:**  
Carlos Eduardo Silva  
Rafael Almeida Silva

**Editor:**  
Carlos Eduardo Silva  
email: carlos@webseminovos.com.br

**Distribuição:**  
By LeadLovers para mais de 20 mil entre consumidores finais e equipes de vendedores de carros de todo o Brasil.

**Contato com a redação:**  
carlos@webseminovos.com.br  
Whatsapp: 31.99404.6814  
Tel. Fixo: 31.3646.2246

**Contato Comercial:**  
contato@webseminovos.com.br  
Tel: 31.3646.2246 • Celular: 31.9404.6814

**Fotografias:**  
Maurício Vieira

**Redador:**  
Luiz Eduardo Soares

**Empresa:**  
WebSeminovos Sistemas Ltda  
Av. Del Rey, 111 - torre A - sala 101/102- Caiçara - Belo Horizonte - MG - CEP: 30775-240  
Tel: 31.3646-2246

**Conectados para te ajudar Comprar e Vender!**

O Jornal WebSeminovos digital, não se responsabiliza pelos anúncios veiculados nesta edição, todos os preços, estado de cada veículo e documentação é por conta e risco do comprador e do vendedor. As peças de publicidade veiculadas pelos nossos anunciantes são de inteira responsabilidade dos mesmos.

Toda a veracidade dos artigos assinados são de responsabilidades de seus autores.

O Jornal WSN NEWS digital, pede total atenção para o comprador na hora de fechar negócio, sempre as vistas de testemunhas e lugares seguros e de preferência com pagamento via transferência bancária, obviamente depois de checar todas as informações de quem está vendendo o carro. Aqui no WebSeminovos trabalhamos com toda a atenção para te ajudar fazer uma ótima compra e ótima venda!

**Siga-nos!**



# Você vai sair de carro novo aqui da MGA



 (31) 99413-0530   
@mga\_automoveis  
Av. Dom Pedro II, 1900 - Carlos Prates - BH

SÁBADO 7h30m  
DOMINGO 7h 

Claro-net tv 526 HD 24H  
Canal Digital Aberto 32.1



# Aqui as estrelas brilham!



 (31) 2535-1213  
www.estrelamotorsbh.com.br  
Av. Raja Gabaglia, 1213 - Luxemburgo - BH - MG

SÁBADO 7h30m  
DOMINGO 7h 

Claro-net tv 526 HD 24H  
Canal Digital Aberto 32.1



## ■ Mercado e pandemia

# A reação inesperada do mercado de seminovos

O ano de 2020 começou promissor, surgiu a pandemia do coronavírus, o comércio de BH foi fechado e o pessimismo tomou conta de todos. Os lojistas se reinventaram e as vendas ficaram maiores do que as do mesmo período de 2019



**Luiz Eduardo Soares**  
Redator

Neste ano, o Brasil passou por um processo de transformação no mercado de seminovos com a pandemia do coronavírus, o que provocou o surgimento de um fenômeno que ninguém imaginava: uma corrida dos consumidores de forma mais agressiva na busca por automóveis usados, levando a um desequilíbrio na oferta e na demanda. Com a demanda maior do que a oferta, e as montadoras oferecendo poucos veículos zero quilômetro – a indústria esteve paralisada por três meses –, os lojistas do setor de seminovos viram seus estoques sumirem e a reposição dos mesmos ficar comprometida. Além da falta de veículos novos, outros fatores favoreceram esta nova realidade como, por exemplo, o receio das pessoas em utilizar transporte público como medo de infecção pelo vírus, o desejo de

aproveitar mais a vida e adquirir bens de consumo que até então estavam ficando em segundo plano, taxas bancárias reduzidas e mais facilidade de crédito, surgindo, assim, o Novo Normal.

Fomos até aos lojistas do segmento e ouvimos os relatos sobre a crise inicial com o fechamento do comércio em BH, a busca por soluções, os métodos utilizados no processo de compra e venda dos veículos e a projeção para o futuro das vendas.

Verificamos que o comércio de seminovos, a partir de julho deste ano, sofreu um processo de aquecimento responsável por melhorar os índices de vendas em relação ao mesmo período de 2019.

E a tendência é a de melhorar, segundo o presidente da ASSO- VEMG (Associação dos Revendedores de Veículos de Minas Gerais), Glênio Leonardo de Oliveira Júnior, ao informar que a estimativa entre as montadoras é de que, até março de 2021, os estoques das concessionárias estarão normalizados com os veículos 0KM. Mas Glênio reforça que o



**Glênio Leonardo de Oliveira Júnior, presidente da ASSO- VEMG**

momento é de investir. Ainda que aconteça uma estabilização de preços dos seminovos até o início do próximo ano, o mercado conti-

nuará promissor aos negócios. Veremos o que dizem os lojistas revendedores de veículos seminovos:



O Diretor da AutoMAIA e, também Diretor de Marketing e Planejamento da Assovemg, Flávio Maia ressalta esse novo sentimento do brasileiro: “As pessoas estão evitando andar de aplicati-

vo, ônibus e metrô. Com a falta de carros 0KM, a procura pelos seminovos cresceu bastante. Estamos em novas instalações e temos ótimas perspectivas para o futuro do setor”, prevê.



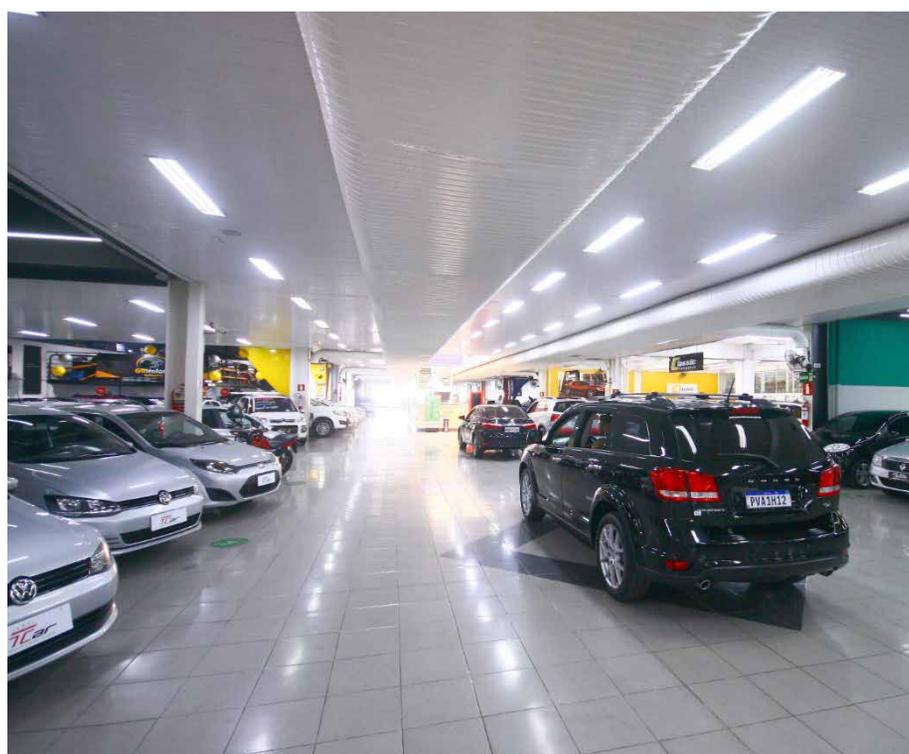
Para o Gerente Geral da 4W Veículos, José Carlos da Silva, ou simplesmente Kaká, o consumidor aprendeu a dar preferência para o seminovo, mesmo porque os carros 0KM estão em

falta pela paralisação das montadoras e seus fornecedores. “Gradativamente, o mercado irá se normalizar e preço deverá seguir o que a relação demanda/oferta determinar”, explica.



O mercado de caminhões parece estar sofrendo maior desabastecimento. Edson Gonçalves, proprietário da 040 Caminhões informa que a falta de veículos no mercado está provocando um aumento de preços: “Existem caminhões que não são encontrados para

venda no mercado e, com isso, o preço pode sofrer um acréscimo de até R\$ 200 mil. Atualmente, o frete está com bom preço e com o retorno da produção, o transporte de mercadorias exige grande oferta de transportadores, o que ainda não está ocorrendo”, revela.



Carlos Barros, Diretor da Auto Garden, resume o que foram as fases desse ano: “Sofremos, lutamos e aprendemos. O maior aprendizado foi quanto ao marketing digital, am-

biente que foi a base de nossos negócios. Com isso, tivemos resultados melhores do que o esperado. Aliás, ainda, estamos aprendendo, pois isso ocorre diariamente”, nos ensina.



Rogério Moreira Diniz é Diretor da HR Automóveis e nos explica como se deu a crise deste ano: “Começamos 2020 com boa expectativa de negócios, seguindo o que vinha acontecendo em 2019. O revés ocorreu em meados de março, quando surgiu a pandemia e o comércio de BH foi fechado. Chegamos a pensar que o mercado de veículos

seminovos demoraria a voltar o que era. Mas, para a surpresa de todos, por volta de julho, graças ao trabalho de reinvenção dos lojistas, o mercado reaqueceu e ficou melhor do que estava antes da crise. Acreditamos que esse processo, que tem base no marketing digital, não tem retorno e o futuro deverá ser ainda melhor”, prevê.



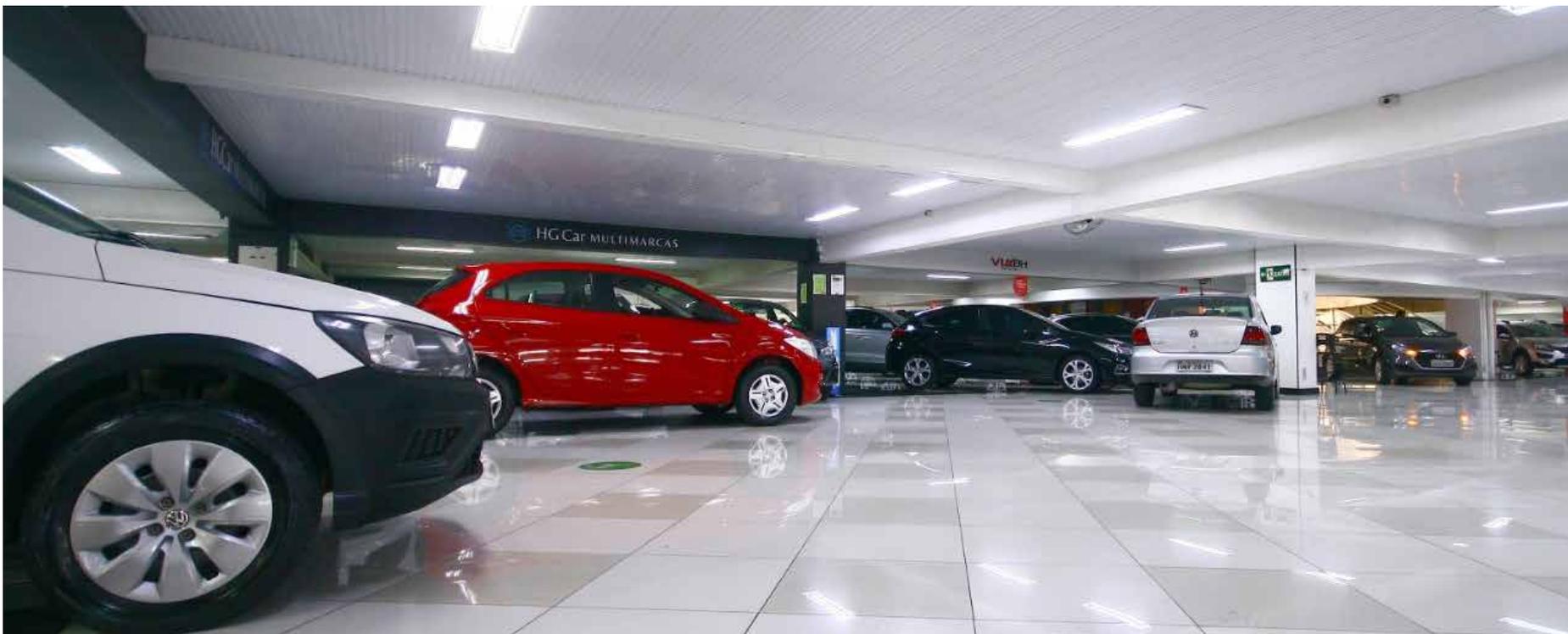
Para o Diretor da AG Automóveis Aloísio Júnior, empresa que possui três lojas no Portal Auto Shopping, a reaprendizagem do negócio de compra e venda de veículos foi fundamental para que o lojista revisse a forma de traba-

lhar. “Verificamos que o caminho do marketing digital é a melhor forma de chegarmos aos nossos clientes e também, para isso, foi preciso capacitar toda nossa equipe de vendedores para essa nova realidade”, completa.



Cristiano Lopes Ribeiro é diretor da Golaço Automóveis, prevê que o primeiro semestre do ano que vem deverá ser muito bom, dando sequência à realidade atual. “Atualmente, o preço do veículo não é um fator tão de-

terminante como era no passado, na compra de um seminovo. O cliente está à procura de bom atendimento e que o veículo seja de boa qualidade e, de preferência, com baixa quilometragem”, explica.



O Carbig é o braço do Grupo Carbel responsável pela comercialização dos veículos captados juntamente às concessionárias que pertencem a este grupo, a garantia de que a confiança do consumidor é uma realidade não está somente associada às vendas, mas também nos altos índices de satisfação dos clientes do Carbig. “Basicamente, fornecemos à Carbig os

veículos que entram em negócios com nossas revendas autorizadas das marcas Honda (Banzai), Fiat e Jeep (Strada), e Audi, além das Carbel Volkswagen, Carbel Japão (Nissan) e Carbel Korea (Hyundai). Também compramos veículos de todas as outras marcas e modelos, desde que possuam boa qualidade e procedência”, afirma o diretor Felipe Pessoa.



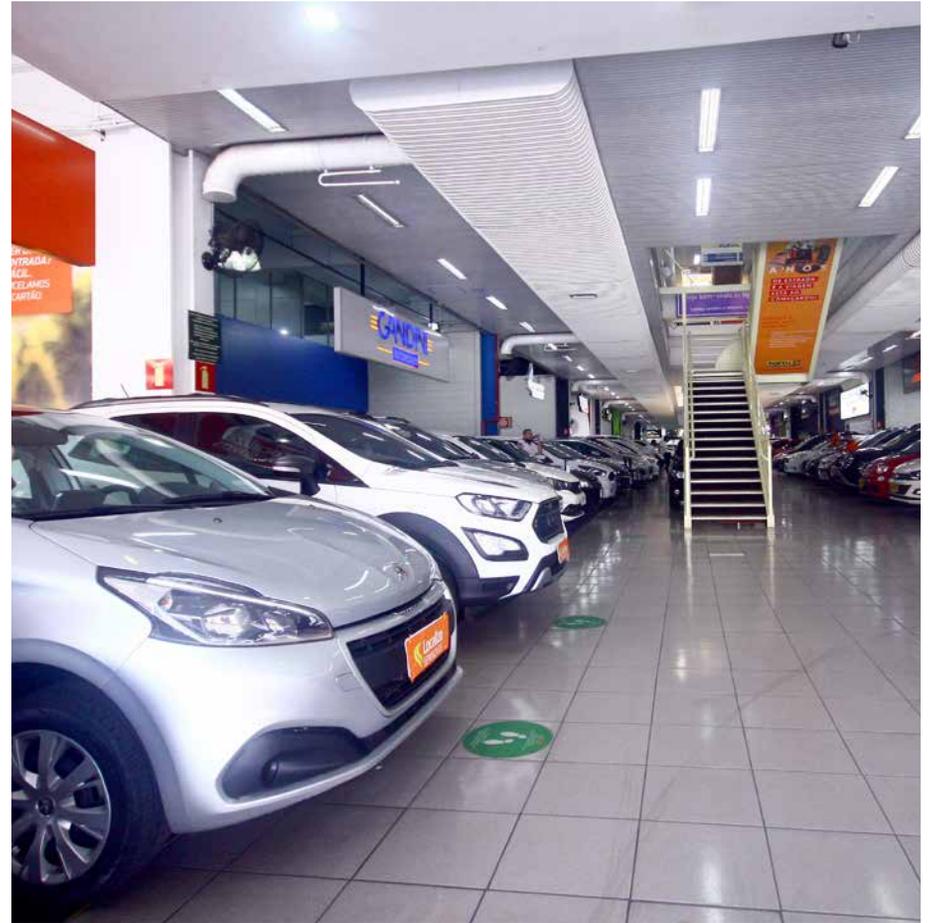
A Autop Veículos está no mercado há 13 anos e seu diretor Rodrigo Eliazar revela que o grande problema atual da empresa é a reposição de estoque. “Nosso estoque normal é da ordem de 60 veículos e hoje temos apenas 65% dessa capacidade.

Nós estamos comprando automóveis basicamente dos clientes que formam a nossa extensa carteira. Trabalhamos com todos os modelos e marcas de veículos leves, desde que sejam de qualidade e tenham boa procedência”, nos conta.



A falta de veículos seminovos também está atingindo as vendas das locadoras. “Giovanni Gonçalves da Silva é gerente comercial do setor de venda de seminovos da Movida Locadora de Veículos e explica como a empresa está sendo afetada. “Nossa locadora trabalha com veículos OKM que são adquiridos preferencialmente das montadoras. Estas, por sua vez,

como ficaram desabastecidas com a paralisação que houve de três meses, está dando preferência para as concessionárias das marcas. Dessa forma, não há troca de veículos na nossa locadora, o que elimina a possibilidade do repasse dos carros já usados para serem colocados à venda. Estamos trabalhando com apenas 40% de nosso estoque”, fala o gerente.



Guilherme Rodrigues é diretor da GR Motors, empresa que se encontra no mercado há três anos. Guilherme nos fala da principal ferramenta utilizada pelos vendedores nesse período de crise: “A internet foi nossa principal aliada para o contato com nossos clientes. Sabendo o que o cliente está

interessado, levamos o veículo até ele e mostramos tanto as condições técnicas do carro quanto as facilidades de compra. Atualmente, metade dos negócios são financiados, uma vez que as taxas de juros estão baixas e os bancos estão facilitando a aprovação das fichas”, justifica.



Roney Fernandes é diretor da Vemig Automóveis e conta com o trabalho de network para um contato mais agressivo junto aos clientes que querem comprar e também vender seus veículos. “Com esse contato constante através das ferramentas oferecidas pela internet estamos conse-

guindo manter nosso estoque de veículos equilibrado, ou seja, cerca de 70 unidades em nosso pátio. Preferimos comprar os carros diretamente das pessoas físicas e escolhemos aqueles com boa procedência, de qualidade, aliadas à idade e também à quilometragem”, dá a receita o executivo.





A tecnologia também é a grande arma da Bless Automóveis, que tem à frente o proprietário Alberto Marques Neto, que já acumula experiência no segmento há 25 anos. “A falta de veículos para a reposição dos estoques está atingindo todos os revendedores. Dessa forma, temos que nos ape-

gar à tecnologia para acharmos os caminhos que irão promover o crescimento do setor. Isso vem ocorrendo e os lojistas estão superando as dificuldades até então encontradas. Esperamos que o ano de 2021 seja muito bom e, para isso, teremos que ter a vacina contra o coronavírus”, justifica.



Com experiência de 20 anos no mercado, Rose Moura é a Diretora da Top Marcas Veículos e nos revela que a crise assustou muita gente. “Todo mundo se desesperou quando a pandemia tomou conta de BH e o prefeito decretou o fechamento do comércio. Parecia o fim dos negócios. Mas as coisas foram se ajustando e,

atualmente, estamos vivenciando um crescimento da ordem de 15% em nossas vendas”. Questionada sobre como isso aconteceu, Rose foi direta: “O emocional das pessoas tem muita influência e a vontade do brasileiro de vencer e superar os problemas tem papel fundamental nessa recuperação”, enfatiza.



Bruno Henrique, diretor da Autobom Multimarcas, empresa que se encontra no ramo de seminovos desde 2007, mostra que com criatividade e vontade de trabalhar as dificuldades são superadas. “O susto com o surgimento da pandemia fez com que muita gente tivesse pensamentos negativos sobre o futuro. Mas a crise nos trouxe o ensinamento de que com es-

forço e criatividade poderíamos encontrar as soluções para os problemas. Vimos que a população mudou o comportamento e também tivemos que mudar a nossa forma de chegarmos até as pessoas. Assim, utilizando a mídia digital, estamos vendendo bem, embora tenhamos alguma dificuldade na aquisição de unidades para reposição”, revela.



Milton Diniz, diretor da Virtus Multimarcas, empresa especializada no comércio de veículos seminovos. Com grande experiência de 20 anos no setor, Milton dá a receita ao dizer que o grande segredo atual para manter as vendas, e também compra para reposição, é investir

em mídia digital, como redes sociais, site e blogs, além de TV. “A fidelização do cliente é fundamental e para que isso ocorra, devemos oferecer um bom atendimento, um pós-venda forte, facilidades de pagamento e também um estoque de qualidade” complementa.



 Lançamento

# Peugeot apresenta sua picape média mundial

A marca francesa resolveu investir em uma picape para mudar a imagem junto ao mercado mundial. Trata-se da Nova Peugeot Landtrek, que terá capacidade para transportar até 1 tonelada de carga



**Luiz Eduardo Soares**  
Redator

**A** Peugeot partiu com tudo para alterar a imagem ruim que a montadora tem perante o mercado mundial quando se fala em picapes. E para isso, decidiu promover um lançamento internacional com um veículo bem acabado, de tamanho médio e com grande capacidade de carga.

Trata-se da Nova Peugeot Landtrek, que representa mais um importante passo na estratégia de internacionalização da marca, que agora entra no segmento de picapes médias com capacidade de carga de 1 tonelada.

De acordo com a Peugeot, a Landtrek integra todos os elementos essenciais do segmento, como a confiabilidade, facilidade de manutenção, versatilidade, capacidade off-road e, claro, capacidade de carga e reboque.

Com um estilo robusto e dinâmico, supera as expectativas dos consumidores mais exigentes, oferecendo uma caçamba espaçosa, modulari-



**Seu estilo robusto é dinâmico e quer superar as expectativas dos consumidores mais exigentes**

dade interna e conforto de rodagem similar ao de um SUV.

#### Vendas

A comercialização da Nova Peugeot Landtrek se dará em duas etapas: a primeira já está começando

no México, Equador, Peru, Guatemala, Panamá, Paraguai, República Dominicana, Uruguai, Haiti e Chile. Em uma próxima fase, está previsto o seu lançamento em outros três mercados de alta relevância: Argentina, Brasil e Colômbia.

Para a Peugeot, a Landtrek será

mais um grande produto a integrar a nossa ofensiva no segmento de veículos utilitários. Ela chegará em um segundo momento ao Brasil e se posicionará com destaque num dos segmentos mais dinâmicos do mercado. Importante, reforçar, ainda, a relevância que o Groupe PSA



**Picapes médias com capacidade de carga de 1 tonelada**

atribui à América Latina com este lançamento.

### **Histórico**

A marca tem uma longa e legítima história dentro do segmento. Em 1938, às vésperas da Segunda Guerra Mundial, a Marca oferecia em seu catálogo um veículo comercial com caçamba, derivado do Peugeot 202. A experiência se repetiu após a guerra, com o Peugeot 203, e seguiu com as versões com capota de lona dos Peugeot 403 e 404. Em 1979, com seu grande êxito comercial, o Peugeot 504 foi o primeiro automóvel da Marca a contar com uma versão picapes, com mais de 375.000 unidades vendidas em todos os continentes. Com a Nova Peugeot Landtrek, a marca assume três objetivos: Dar sequência ao seu crescimento fora da Europa; Aumentar seu vo-

lume de vendas por meio de uma gama completa de veículos utilitários leves, dos quais 77% são picapes na América Latina; Fortalecer sua imagem mundialmente, conquistando novos clientes.

### **Segmento aquecido**

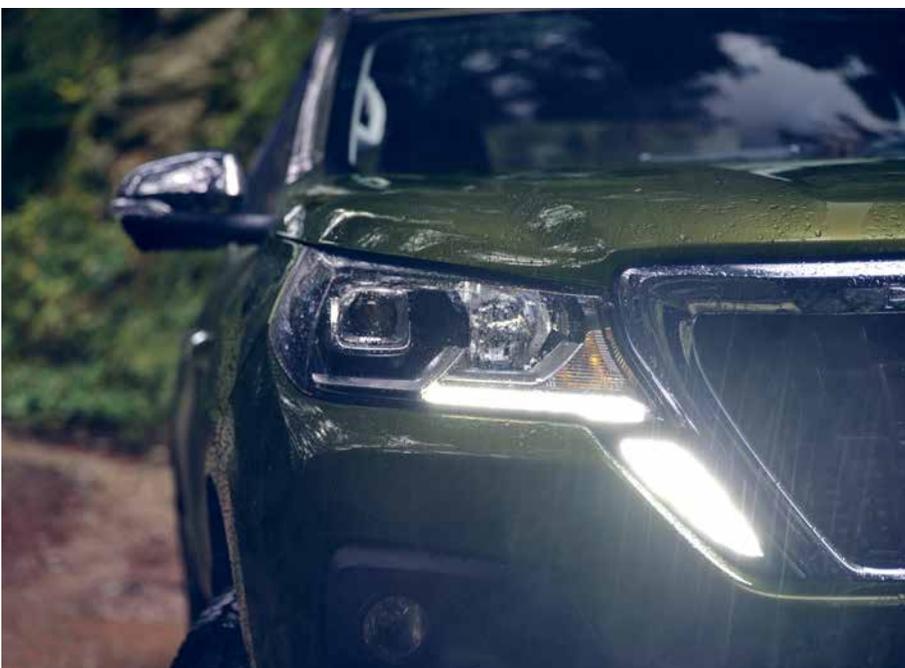
O segmento no qual a Nova Peugeot Landtrek atuará teve, em 2019, 2,5 milhões de unidades vendidas. Dessas, quase 410.000 somente na América do Sul.

A Peugeot rodou com sua nova picape, no período de desenvolvimento, por mais de 2 milhões de quilômetros em uso extremo, nos mais variados tipos de terrenos e climas em países como Argentina, Brasil e México, a fim de garantir a máxima resistência e perfeita adaptação às condições locais.

As exigências da marca levaram a um desenho robusto para que a



**Seu interior com acabamento refinado ponto forte dos carros da Peugeot**



**Faróis em LED dão toque de charme na Pick-up**



**Espaço no banco traseiro de sobra e com rebatimento de banco**

Nova Peugeot Landtrek seja, sim, uma ferramenta de trabalho funcional e confiável, mas também capaz de oferecer prazer ao dirigir nas atividades cotidianas.

### Teste em viagem

A confiabilidade, qualidade, robustez e conforto da Nova Peugeot LANDTREK serão colocados à prova ao longo de uma viagem de 26.000 quilômetros, durante 50 dias, que começará em 25 de novembro, no México, e cruzará o continente.



*Com capacidade off-road e conforto ao dirigir similar a um SUV*

*Uma picape para quem tem um estilo aventureiro*

Três Peugeot Landtrek sairão de Los Cabos para atravessar o México, antes de chegar ao Equador e seguir a rota até a cidade de Ushuaia, a Terra do Fogo, na Argentina. Essa expedição, batizada Nova Peugeot Landtrek Conectando as Américas, unirá culturas, pessoas, ícones regionais e paisagens e será divulgada na redes sociais da Marca até que se encerre, na região também conhecida como “Fim do Mundo”, no Ushuaia, prevista para acontecer em 8 de fevereiro de 2021.#

# COMPRAMOS SEU CARRO PELA MELHOR PROPOSTA

COMPRAMOS CARROS COM DÉBITO OU FINANCIAMENTO

SEGURANÇA E AGILIDADE

PAGAMENTO IMEDIATO



**AVENIDA AMAZONAS, 1518.**

**SANTO AGOSTINHO, BH.**

 (31) 99982-4242

automaiaveiculos.com.br

# Oferta especial pra você na Top Marcas



SÁBADO 7h30m  
DOMINGO 7h



Claro-net tv 526 HD 24H  
Canal Digital Aberto 32.1



# Aqui é o seu lugar!



SÁBADO 7h30m  
DOMINGO 7h



Claro-net tv 526 HD 24H  
Canal Digital Aberto 32.1



 Motos

# Andar de moto aumenta concentração e diminui estresse, revela estudo

Pesquisa, conduzida pela Universidade da Califórnia, mostrou que os benefícios de pilotar uma moto são semelhantes aos de exercícios leves



*Pilotar uma moto por 20 minutos aumentou batimentos cardíacos como em um exercício leve*

**TEXTO: Cicero Lima**

**FOTOS: Divulgação**

Muitos motociclistas não se cansam de afirmar que andar de moto é uma forma de reduzir o estresse e manter uma mente positiva e saudável. Mas, o então senso comum agora pode se apoiar nos resultados de um estudo neurobiológico conduzido pelo Instituto Semel de Neurociência e Comportamento Humano da Universidade da Califórnia em Los Angeles.

Conduzido por três pesquisadores, a pesquisa revelou evidências científicas inéditas sobre os benefícios físicos e mentais de pilotar uma moto. O estudo descobriu que o motociclismo aumentou as métricas de foco e atenção e diminuiu os níveis relativos de cortisol, um marcador hormonal de estresse.

Os pesquisadores registraram a atividade cerebral e os níveis hormonais dos participantes antes, durante e depois de pilotar uma moto, dirigir um carro

e descansar. Ao andar de moto, os participantes experimentaram maior foco sensorial e resiliência à distração.

Pilotar por apenas 20 minutos também produziu um aumento nos níveis de adrenalina e frequência cardíaca, bem como uma diminuição nas métricas de cortisol – reações frequentemente associadas a exercícios leves e redução do estresse.

“Os níveis de estresse, especialmente entre os jovens adultos, continuam aumentando e as pessoas estão procurando formas de melhorar sua saúde mental e física. Até recentemente, a tecnologia para medir rigorosamente o impacto de atividades como o motociclismo no cérebro não existia”, ressaltou o Dr. Don Vaughn, o neurocientista que liderou a equipe de pesquisa. “O cérebro é um órgão incrivelmente complexo e é fascinante investigar rigorosamente os efeitos físicos e mentais que os motociclistas relatam”.

“Enquanto os cientistas estudam há muito tempo a relação entre respostas cerebrais e hormonais à atenção e ao estresse, fazê-lo

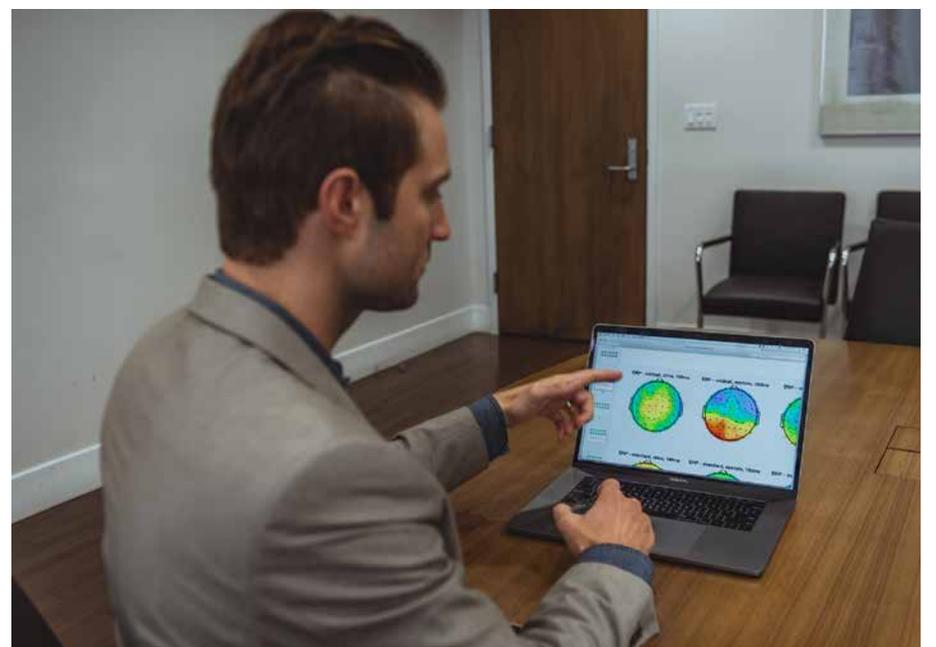
em condições da vida real como essas é raro”, explicou o professor da UCLA e membro da equipe sênior, Dr. Mark Cohen. “Nenhuma experiência de laboratório pode duplicar os sentimentos que um motociclista teria na estrada.”

“As diferenças nas respostas neurológicas e fisiológicas dos participantes entre a pilotagem de uma moto e outras atividades medidas

foram bastante pronunciadas”, continuou o Dr. Vaughn. “O que pode ser significativo para reduzir o estresse do dia a dia.”

## Visão geral da pesquisa

A equipe de pesquisa monitorou a atividade cerebral e a frequência cardíaca dos participantes, bem como os níveis de adrenalina, noradrenalina e cortisol.



*Para o Dr. Don Vaughn, neurocientista que liderou a pesquisa*

Apresentado no início deste ano, o estudo financiado pela Harley-Davidson, intitulado “Os efeitos mentais e físicos de pilotar uma motocicleta” mediu as respostas biológicas e fisiológicas de mais de 50 motociclistas experientes, usando a tecnologia de Eletroencefalografia móvel.

“Os resultados da pesquisa que o Dr. Vaughn e sua equipe identificaram ajudam a explicar o que

nosso motociclistas e fãs sentiram nos últimos 116 anos - há uma vitalidade e uma experiência sensorial intensificada que vem da liberdade de andar de moto. Esperamos que suas descobertas inspirem a próxima geração de pilotos a experimentar esses benefícios junto conosco”, concluiu Heather Malenshek, vice-presidente sênior de marketing e marca da Harley-Davidson.

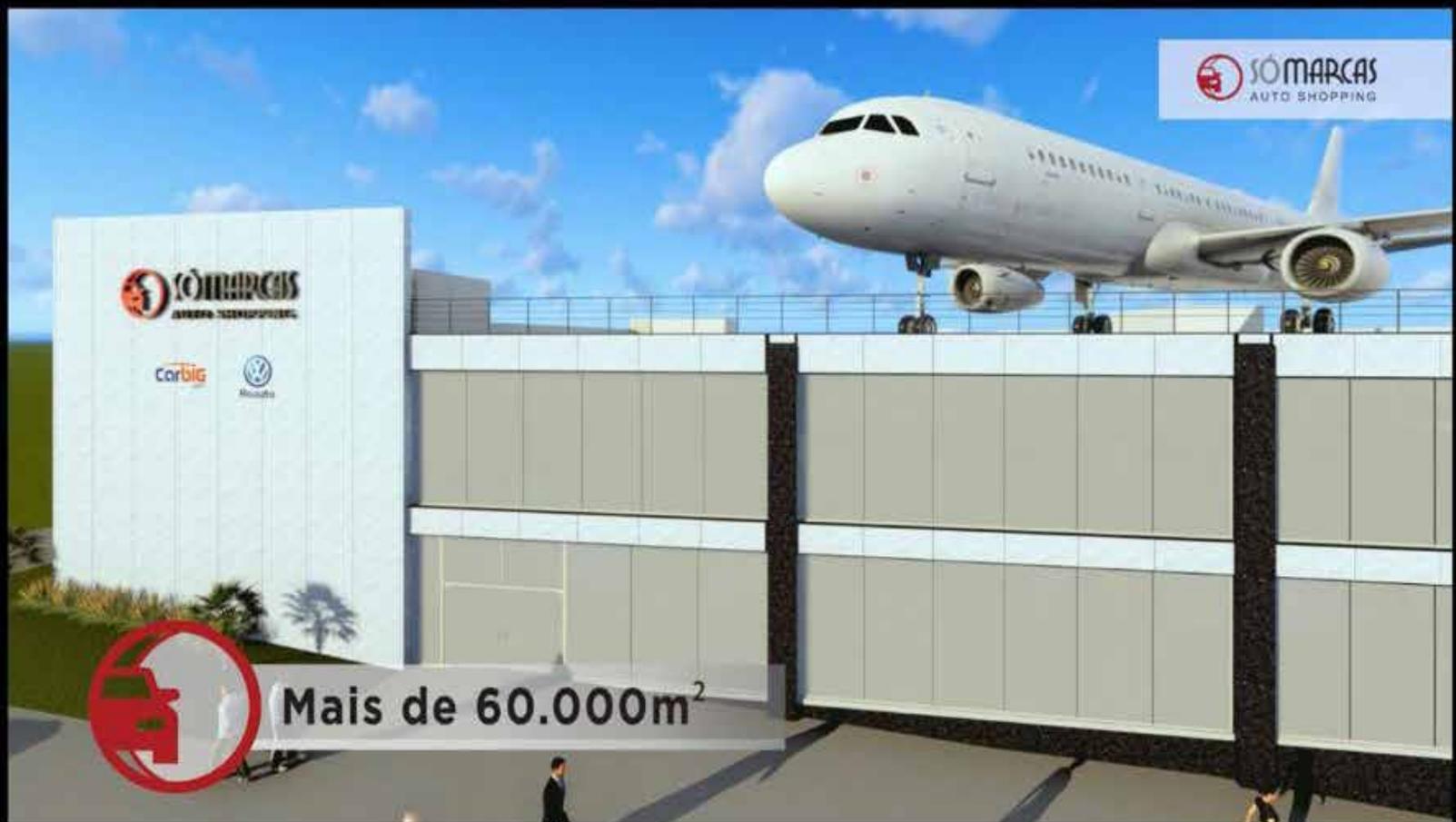


Pilotar uma moto aumentou a concentração e diminuiu o estresse, revelou pesquisa



50 pessoas participaram da pesquisa da Universidade da Califórnia em Los Angeles (UCLA)

## O maior centro automotivo do Brasil agora em Contagem!



Mais de 60.000m<sup>2</sup>

Lojas de veículos seminovos, produtos e serviços do mundo automotivo. Unidade de emplacamento do Detran de Contagem. Traga sua empresa para o SóMarcas Auto Shopping, (31) 3046-9002 e (31) 99949-9909

SÁBADO 7h30m  
DOMINGO 7h



Claro-net tv 526 HD 24h  
Canal Digital Aberto 32.1



Quer vender  
os carros  
da sua loja?



Vem tomar um café com a gente

*Carlos Lyra*  
(31) 98406-5907

QUEM ANUNCIA  
AQUI VENDE MAIS!

CANAL 32.1 Claro-net tv 526 HD

**WSN**   
TV DO CARRO