

MINUTO VAREJO

Iesa investirá R\$ 45 milhões em 2026

Grupo gaúcho domina 60% do mercado de modelos premium

Patrícia Comunello

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

“Vamos ter uma onda de investimento de R\$ 45 milhões em 2026”, revela um dos sócios-proprietários do Grupo Iesa, do varejo de veículos multimarcas de nicho premium a luxo, Renato Nahas. Em 2025, já tinham sido R\$ 50 milhões entre aberturas e reformas. Este ano devem ser 15 novas unidades, além de alta de quase 20% na receita total do grupo. No ano passado, foram 18 pontos novos e faturamento 25% maior, informa Nahas, repassando ao Minuto Varejo o efeito da forte expansão: “Temos hoje 60% do mercado premium do Rio Grande do Sul”. O portfólio, com marcas europeias e chinesas, tem Volvo, BMW, Mini, BMW Motorrad, BYD, Harley-Davidson, GWM, Leapmotor, RAM, Jeep, Fiat, Hyundai, Nissan, Geely e Renault. A megaloja da sueca Volvo, aberta em março, no polo automotivo da Zona Norte de Porto Alegre, o principal do setor em Porto Alegre, deflagrou a temporada de crescimento orgânico.

“Temos diversas lojas BYD (chinesa e líder global de elétricos)

para abrir, e da Geely (conterrânea da BYD), Jeep, RAM”, exemplifica o empresário, que está à frente do grupo ao lado dos irmãos Thiago e Roberto. A fila de operações tem novas BYD na Azenha (segunda da cidade), na Capital, em Bento Gonçalves, Montenegro e Taquara. A Denza, da BYD, vai ganhar ponto próprio na avenida Ceará, na Capital, com obra a ser erguida. “Os maiores investimentos serão da Denza, reforma da BMW, na avenida Tarso Dutra, que abre até junho, região onde também vamos erguer a nova GWM, que está em loja temporária no Bourbon Carlos Gomes”, lista Nahas. Da chinesa GWM, a Iesa passará a quatro, que inclui outra porto-alegrense e concessionárias em Caxias do Sul e Novo Hamburgo. Em Osório, no Litoral Norte, vai ter a quinta GWM e ainda reforma da unidade da Jeep. “São R\$ 12 milhões a R\$ 15 milhões cada uma: BMW e GWM na Tarso”, descreve o sócio-proprietário, rastreando as maiores cifras: “A nova BMW segue padrão mundial, que elevamos à máxima potência. O show room vem com conceito de Salão do Automóvel, menos unidades expostas e valorização de modelo. A área de recepção do cliente fica no centro da loja, onde haverá um belo café”.



Irmãos e sócios Thiago (esq p/ dir), Renato e Roberto projetam expansão com diferentes marcas



Nova unidade da Volvo estreou no maior polo automotivo da Capital, com aporte de mais de R\$ 5 milhões

Volvo quer consolidar liderança no segmento de híbridos premium no País

A sueca Volvo quer se manter na liderança do mercado de elétricos e híbridos premium no Brasil, enquanto as chinesas dispararam em modelos de entrada 100% elétricos, leia-se, carros mais baratos, que ganham força agora com juro mais baixo para motoristas de aplicativos e taxistas comprarem carro novo. Como a sueca (que tem acionistas chineses) vai brigar num mercado com tíquete mais elevado e que também ganha mais e mais rivais? O presidente da montadora na América Latina, Marcelo Kronemberger, disse, em videocast do Minuto Varejo, que a aposta é em segurança, tecnologia e experiência para manter a frente do mercado. Em 2025, a sueca teve recorde de vendas, com 9,7 mil unidades emplacadas, 11,9%

acima dos 8,6 mil de 2023, que foi o melhor ano da operação brasileira. Com isso, a marca encerrou 2025 com 20,7% do mercado e na vice-liderança no segmento premium em todos os tipos de motores.

A nova loja aberta em março, em Porto Alegre, é estratégica na investida da montadora no Sul, reforça Kronemberger. A operação teve aporte de mais de R\$ 5 milhões do Grupo Iesa, que cancela o domínio de 60% da comercialização da marca no Estado somente com a loja na Capital. Detalhe: a Iesa também tem unidade da sueca em Caxias do Sul e Passo Fundo.

“A Volvo tem uma história muito forte ligada à segurança, tecnologia e sustentabilidade. Então, claro que a gente acom-

panha muito de perto esse movimento das marcas chinesas, que vêm crescendo bastante e trazendo competitividade para o mercado. Isso é positivo para o consumidor, porque acelera a evolução da mobilidade elétrica”, analisa o presidente da montadora na América Latina. “Não é só o carro elétrico em si, mas toda a experiência do cliente: segurança, qualidade de construção, tecnologia embarcada, pós-venda, conectividade e também a confiança numa marca que já tem uma trajetória consolidada mundialmente”, detalha o executivo.

Kronemberger, que gravou o videocast ao conhecer a nova operação na Capital, valoriza a posição de referência em eletrificação. “Continuamos investindo forte em inovação. Quando



Kronemberger aposta na diversidade e tecnologia dos modelos

olhamos para o futuro, acreditamos que o mercado vai continuar crescendo muito. Cada vez mais pessoas vão migrar para os eletrificados, seja híbrido plug-in

ou 100% elétrico. Quem (montadora) conseguir combinar tecnologia, autonomia, experiência e confiança de marca vai sair na frente nessa corrida”, enumera.