



Espírito Santo exclui autopeças da substituição tributária

Setor agora está inserido no regime de antecipação parcial do imposto, em que cada contribuinte é responsável pelo recolhimento dos tributos



Pellegrino 80 anos

Celebra 80 anos de história

CONFIRA NOSSO ANÚNCIO NA PÁGINA 5.

COM A COBRA, SEU NEGÓCIO NÃO PARA!

www.cobrarolamentos.com.br | sac@cobrarolamentos.com.br

☎ 0800 016 3333 @cobrarolamentos

>>> COM O MODELO DE RETIRA COBRA,

VOCÊ GARANTE SUAS
COMPRAS EM ATÉ



E MANTÉM O SEU NEGÓCIO
EM MOVIMENTO.

PROCURE A DISTRIBUIDORA COBRA
ROLAMENTOS E AUTOPEÇAS MAIS PRÓXIMA.



15 minutos a partir do fechamento do pedido, podendo variar de acordo com a quantidade de itens. Consulte condições com a sua filial.

Faça revisões em seu veículo regularmente.



Novo Varejo 28 anos

Em fevereiro de 1994 os varejistas de autopeças brasileiros começaram a receber em suas lojas a primeira publicação editada no país com foco exclusivo nos interesses de leitura destes empresários.

E lá se vão 28 anos, tempo em que o Novo Varejo se consolidou, de longe, como a mais importante publicação para o segmento. Não somente a história do varejo de autopeças foi contada ao longo desta trajetória, mas também as transformações do aftermarket automotivo foram flagradas em nossas páginas físicas e digitais. E, mais do que tudo isso: nosso compromisso com a inovação se fez presente ano após ano. Você já se acostumou a saber antes – em geral, muito antes – por meio de nossas reportagens. O futuro sempre foi nossa maior inspiração.

Esta edição marca os 28 anos do Novo Varejo. Para comemorar, apresentamos uma evolução do projeto gráfico digital e um logo totalmente novo. E, neste momento, recorro ao texto de nosso anúncio institucional – que certamente traduz muito melhor o sentimento de todos na Novo Meio do que se eu próprio escrevesse sobre ele – para contar essa história:

“O Novo Varejo manifesta pela sua logomarca não somente uma expressão artística, mas um compromisso, uma promessa de rejuvenescimento constante, mesmo já próximo de completar sua terceira década de história como canal de comunicação para esse mercado de autopeças.

Firmamos esse novo desenho da marca como uma manifestação desse tratado de inovação contínuo, exatamente no mês em que abrimos o vigésimo-nono ano de circulação do veículo, celebrando esse pacto de novidade com nossos leitores, os mais fieis correspondentes desse jornalismo que imprimimos desde fevereiro de 1994.

Uma só jornada, muitos protagonistas, sobretudo, você, leitor, fundamental para seguirmos adiante com notícias sempre novas. E inovadoras”.

E esta jornada, obviamente, foi desafiadora. Empreender no Brasil é sempre uma atividade de alto risco – e muito comumente desestimulada pela própria conjuntura em que vivemos e até por aqueles a quem caberia impulsionar a atividade econômica do país.

Assim como todas as empresas do aftermarket, temos buscado eficiência e criatividade para superar tais desafios, que, não nos iludimos, continuarão fazendo parte de nosso dia a dia provavelmente pelo restante de nossos anos de vida.

Mas, por outro lado, eles também tornam muito maior a recompensa pelas conquistas. E, felizmente, elas foram muitas ao longo destes 28 anos.

Sem alarde, mas felizes, agradecemos a sua atenção com o Novo Varejo e ratificamos nosso compromisso com a qualidade e um conteúdo consistente para que você siga sendo o leitor mais bem informado do aftermarket automotivo brasileiro. Muito obrigado.

NOVO MEIO

www.novomeio.com.br

Publisher

Ricardo Carvalho Cruz
(rcruz@novomeio.com.br)

Diretor Geral

Claudio Milan
(claudio@novomeio.com.br)

Diretor Comercial e de Relações com o Mercado

Paulo Roberto de Oliveira
(paulo@novomeio.com.br)

Diretor de Criação

Gabriel Cruz
(gabriel.cruz@wpn.com.br)

Fale com a gente

Nosso endereço
Al. Araguaia 2044 Torre II
salas 1201 - 1214
Centro Empresarial Alphaville
CEP 06455-906
Barueri – SP

Redação

Dúvidas, críticas e sugestões a respeito das informações editoriais publicadas no jornal. Envie releases com os lançamentos de sua empresa e notícias que merecem ser divulgadas ao mercado. jornalismo@novomeio.com.br

Notícias

Cadastre-se para receber notícias do setor no seu e-mail. Acesse: www.novovarejo.com.br

Publicidade

Anuncie no Novo Varejo e tenha sua mensagem divulgada na única publicação do mercado dirigida a 30 mil lojas de autopeças de todo o Brasil. comercial@novomeio.com.br

Marketing

Vincule sua marca aos projetos e eventos mais criativos e importantes do mercado de autopeças e reposição. Informe-se sobre reprints das reportagens publicadas no jornal. marketing@novomeio.com.br

Recursos Humanos

Venha trabalhar com a gente e encontre espaço para mostrar seu talento. financeiro@novomeio.com.br

Ano 29 - #351 15 de Fevereiro de 2022

Distribuição para mailing eletrônico 35.000

Audiência estimada em views no site 45.000

Novo Varejo Full Digital é uma publicação quinzenal da Editora Novo Meio Ltda dirigida aos varejistas de autopeças. Tem como objetivo divulgar notícias, opiniões e informações que contribuam para o desenvolvimento do setor.

www.novovarejo.com.br

www.facebook.com/novovarejo

instagram.com/jornalnovovarejo

linkedin.com/novovarejo

www.youtube.com/novovarejo

Direção

Ricardo Carvalho Cruz

Jornalismo (jornalismo@novomeio.com.br)

Claudio Milan

Lucas Torres

Christiane Benassi

Publicidade (comercial@novomeio.com.br)

Fone: 11 99981-9450

Paulo Roberto de Oliveira

Arte

José Ricardo

Lucas Cruz

Marketing (marketing@novomeio.com.br)

Elisa Juliano

Audiovisual

Phillip Spengler

Os anúncios aqui publicados são de responsabilidade exclusiva dos anunciantes, inclusive com relação a preço e qualidade. As matérias assinadas são de responsabilidade dos autores.

Jornalista Responsável:

Claudio Milan (MTb 22.834)



Celebra 80 anos de história

Atender com eficiência o mercado de autopeças sempre foi o nosso objetivo desde o primeiro dia. E hoje vemos que toda essa dedicação valeu a pena.

A Pellegrino completa 80 anos com 28 filiais e eleita a Melhor Distribuidora do Brasil, segundo o Prêmio Maiores e Melhores 2020, uma das mais importantes honrarias do aftermarket brasileiro.

Você, que sempre esteve ao nosso lado, é responsável por isso.

Agradecemos esta história de parceria que construímos juntos ao longo dessas oito décadas de trabalho e sucesso.

novovarejo
apresenta



LOGO **NOVO VAREJO** 2022

DESENVOLVIDO EM ADEQUAÇÃO À FAMÍLIA DE LOGOMARCAS DO AFTERMARKET AUTOMOTIVO



#0048FF #191919 #EBEBEB

O Novo Varejo manifesta pela sua logomarca não somente uma expressão artística, mas um compromisso, uma promessa de rejuvenescimento constante, mesmo já próximo de completar sua terceira década de história como canal de comunicação para esse mercado de autopeças.

Firmamos esse novo desenho da marca como uma manifestação desse tratado de inovação contínuo, exatamente no mês que abrimos o vigésimo-nono ano de circulação do veículo, celebrando esse pacto de novidade com nossos leitores, os mais fieis correspondentes desse jornalismo que imprimimos desde fevereiro de 1994.

Uma só jornada, muitos protagonistas, sobretudo, você, leitor, fundamental para seguirmos adiante com notícias sempre novas. E inovadoras.



Nosso assunto é o novo.



Gerente tributário da SEFAZ-ES, Hudson Carvalho explica a nova sistemática de recolhimento de impostos no Estado do Espírito Santo, que extinguiu a polêmica substituição tributária para o setor de autopeças.

10

26 Equipe da Editora Novo Meio inicia as entregas presenciais do Prêmio Inova - Indústrias do Novo Varejo às marcas eleitas por 500 lojistas de autopeças em todo o Brasil.

18 Marcelo Gabriel, head do After.Lab, analisa os resultados do varejo de autopeças em janeiro de 2022 na comparação com o mesmo mês do ano passado.

Em coquetel realizado em fevereiro no elegante Terraço Itália, em São Paulo, Grupo Comolatti anuncia criação de instituto que atuará principalmente com foco na educação.

24

Aceleração digital e expansão do comércio eletrônico aumentou a participação dos não-especialistas na compra de peças de reposição. Tendência não agrada a todos no mercado.



34

HÁ 100 EDIÇÕES

É hora de combater a ineficiência

Caminhos para buscar e solucionar as falhas administrativas e operacionais da empresa foi tema da edição 251 do Novo Varejo

O Brasil ainda vai levar um tempo para crescer. Mas, antes de lamentar, é preciso reorganizar os negócios e buscar as oportunidades que a crise pode proporcionar. No mercado de reposição de autopeças, uma delas é a queda nas vendas de veículos 0 km. Pesquisa da Fecomercio-SP comprovou que a manutenção do carro usado foi mesmo beneficiada pela retração dos novos.

Você já ouviu isso muito recentemente. Mas este texto foi publicado em reportagem da edição 251 do Novo Varejo, 100 edições atrás. O economista Marcel Augusto Caparoz, ouvido na oportunidade, orientava o varejo a olhar para dentro da empresa e buscar pontos de ineficiência, seja na parte administrativa, seja na parte operacional. Uma das questões fundamentais para o aftermarket automotivo na

oportunidade – que também está inserida na conjuntura de 2022 – era a crise dos 0 km e o conseqüente aquecimento do mercado de usados. Caparoz tratava a tendência como sustentável. “O brasileiro sempre teve uma relação muito forte com o carro, sendo para muitos um sonho de consumo. Com o aumento do poder de renda das famílias brasileiras nos últimos anos, é de se esperar que parte desta renda seja direcionada para a manutenção desse ativo, principalmente através da manutenção preventiva dos veículos”. Em sendo o Brasil um país continental, com dinâmicas e características próprias em cada região, a análise exaustiva sobre o comportamento econômico dos estados e municípios brasileiros, a fim de encontrar potencialidades de crescimento, se tornava fundamental.

Seja Monroe Club

Fique por dentro de dicas e conteúdos exclusivos para a gestão de sua oficina!



Há mais de um século no mercado automotivo, a Monroe proporciona segurança aos veículos de todo o Brasil e garante uma sólida parceria com você.

Com o Monroe Club, tenha acesso a treinamentos especializados, prêmios exclusivos, acúmulo de pontos e prioridade em indicação.

Confira um pouco do que oferecemos por aqui:

- **CETEDEM** (Centro de Treinamento e Desenvolvimento Monroe e Monroe Axios): preparo e capacitação de profissionais, oferecendo conhecimento amplo sobre o mercado.
- **E-Learning**: aperfeiçoamento técnico e profissional por meio do nosso sistema de aprendizado on-line, onde você pode acessar o material a qualquer momento em seu dispositivo eletrônico.
- **Acúmulo de pontos**: na compra de produtos Monroe e Monroe Axios, você poderá trocar seus pontos por prêmios exclusivos da Monroe e, também, por milhares de produtos de marcas parceiras.

Entre em contato conosco e saiba mais sobre os benefícios do Monroe Club:

☎ 08000166004

✉ atmogi@driv.com



Espírito Santo extingue regime de substituição tributária para autopeças

Medida permitirá que empresas credenciadas deixem de ser obrigadas a pagar o imposto no momento da compra, podendo fazê-lo apenas após a venda dos produtos

Em decreto publicado no dia 31 de janeiro de 2022, a Secretaria da Fazenda do Espírito Santo (SEFAZ-ES) mudou as regras de tributação para as empresas do setor de autopeças do Estado. A medida não alterou as alíquotas dos produtos comercializados e teve como principal modificação o momento de pagamento dos impostos.

De acordo com o documento publicado pela SEFAZ-ES, a nova regra credencia empresas do ramo de autopeças para que suas operações sejam desconsideradas no regime de antecipação parcial de recolhimento do imposto nas operações com autopeças.

Apesar de ter sido uma medida exclusiva dos capixabas, o assunto causou grande repercussão no aftermarket em âmbito nacional.

Afinal, já há algum tempo o setor vem clamando por uma metodologia de recolhimento de impostos mais efetiva – e menos burocrática – que a substituição tributária, vigente na maior parte do país.

Com o objetivo de compreender os impactos práticos da mudança e suas repercussões na cadeia do aftermarket, o Novo

Varejo conversou com exclusividade com o gerente tributário da SEFAZ-ES, Hudson Carvalho.

Durante a entrevista, o executivo não apenas negou qualquer possibilidade de insegurança jurídica criada pela medida, como também a apontou como uma tendência a ser adotada por outras unidades da federação.

Novo Varejo - No que consiste a nova regra de tributos para o setor de autopeças no Espírito Santo?

Hudson Carvalho - Anteriormente, as autopeças estavam inseridas no regime de substituição tributária, onde o próprio industrial fazia o recolhimento definitivo para toda a cadeia produtiva. Agora, as autopeças no Espírito Santo foram inseridas no regime de antecipação parcial do imposto. Na prática, enquanto a primeira determina um fato gerador presumido, dentro do qual um determinado contribuinte vai fazer o recolhimento de toda a cadeia em circulação, no segundo, quem recolhe é o contribuinte do Estado do Espírito Santo no momento da entrada desta mercadoria.

Basicamente, na substituição tributária eu recolho em nome de terceiro. Já na antecipação, eu recolho em nome próprio. Então, essa responsabilidade não recai sobre outra pessoa, a não ser o próprio contribuinte.

NV - O que motivou essa mudança? Quais foram os principais fatores de influência para a decisão?

HC - Na verdade, essas empresas vêm sofrendo certo prejuízo por um mercado que ainda busca seu melhor momento num cenário pós-pandemia. E nós sabemos que os custos aumentaram muito. Diante disso, os contribuintes suplicaram junto ao governo para que nós pudéssemos contribuir com alguma metodologia diferente de recolhimento – ao invés de fazer o recolhimento de toda a cadeia, para que o Estado estabelecesse a antecipação parcial do imposto na qual garantisse, ao mesmo tempo, o recurso no momento da entrada da mercadoria no nosso território e a possibilidade dessas empresas fazerem um pouco mais de caixa. Basicamente, a medida parte de um pedido do Sindicato do Comércio Atacadista e Distribuidor do Estado do Espírito Santo (Sincades) junto a diversos atores da cadeia – com destaque para as empresas do segmento de distribuição de autopeças.

NV – Além das mudanças de responsabilidade no recolhimento dos impostos, quais são os benefícios práticos trazidos pela medida às empresas do aftermarket?

HC – Um dos benefícios mais claros é o fato de que, quando as empresas realizam o credenciamento de antecipação tributária e atendem aos nossos critérios, elas acabam podendo recolher os impostos na saída da mercadoria, ao invés de ter de fazer o recolhimento no início do processo. Há várias coisinhas práticas. O mercado de autopeças intercedeu junto ao governo do Estado, que solicitou – como equipe técnica – uma metodologia mais favorável.

NV – Existe uma linha tênue entre trazer mais competitividade para o setor industrial e, ao mesmo tempo, garantir a saúde e a arrecadação dos cofres públicos. Como vocês lidaram com isso antes de aplicar a mudança?

HC – Antes de tudo, é importante salientar que o setor de autopeças não foi o primeiro a ser contemplado por essa metodologia de antecipação parcial do imposto para suceder a substituição tributária. Outros setores – dentre eles o de fogos de artifício – já haviam experimentado essa mudança. Aos poucos, nós vamos implementando essa nova metodologia, tomando muito cuidado para garantir que não haja dano ao patrimônio público e ao próprio tesouro estadual. Esta é uma preocupação nossa, temos muito receio e cuidado para evitar causar um

colapso nas contas públicas. A medida tributária que o Estado adota hoje é, de certa forma, uma medida conservadora. Nós preferimos avançar aos poucos, para conhecer o terreno. O Estado não quer abrir mão dos recursos que tem. A ideia não é que haja decréscimo na arrecadação, o que buscamos é uma mudança de fluxo mais sustentável.

NV - Como você vê a falta de um balizamento nacional para o recolhimento de tributos do setor de autopeças? Você acredita que essa 'liberdade estadual' pode gerar algum tipo de insegurança jurídica para as empresas?

HC - Se a gente parar para analisar a metodologia de recolhimento de tributos adotada para o nosso setor de autopeças, nós chegaremos à conclusão de que não há qualquer risco de insegurança. **Os Estados estão começando a repensar muito o modelo de substituição tributária. O próprio país também vem fazendo isso.** Recentemente, o Supremo Tribunal Federal (STF), decidiu que o regime de substituição que até então era definitivo, não é assim 100% definitivo. Isto porque, segundo o entendimento da Suprema Corte, é possível que o Estado faça uma cobrança maior após a cobrança inicial, caso seja verificado que a base de cálculo tenha sido superior àquilo que foi presumido. Ao mesmo tempo, também foi dado aos contribuintes o direito de pedir a restituição do imposto quando a base de cálculo efetiva da operação foi inferior àquilo que o estado presumiu. Um exemplo muito fácil de explicar o novo entendimento é: o Estado presumiu que você venderia a mercadoria por R\$ 100,00, mas você vendeu por R\$ 80,00. Neste cenário, você, como contribuinte, passa a poder pedir uma restituição. Então, por essa complexidade, o regime de substituição tributária está passando por um momento de certa crise. Não no aspecto de questionar se ele é ou não legítimo. O que está em discussão é se este regime está atrapalhando mais do que está beneficiando a todos os envolvidos. Alguns estados já estão começando a migrar para o sistema de antecipação parcial do imposto – que prega um recolhimento, me desculpe a redundância, parcial, ou seja, só daquela operação específica. Sobre isso, o STF já se manifestou em relação a uma lei do Estado da Bahia – que tem uma antecipação tributária já há algum tempo. Na ocasião, o tribunal decidiu que não havia qualquer inconstitucionalidade. Resumindo, não há que se falar em insegurança, já que os contribuintes têm total apoio de uma decisão do Supremo.

NV - O Espírito Santo espera atrair mais empresas do setor de autopeças a partir desta mudança na metodologia de tributos?



Espírito Santo pode estar inaugurando tendência para a tributação da cadeia de autopeças em todo o Brasil



**UMA EXPERIÊNCIA INCRÍVEL PARA DUBAI
COM UM DIA ESPECIAL NO CATAR!**

Sama, 100 anos de tradição, evolução e crescimento.

A SAMA é **uma das mais completas e tradicionais distribuidoras de autopeças do país.**

Em 2022 chegamos aos **100 anos de história** com 29 filiais por todo o Brasil, oferecendo um portfólio com 64 mil itens de reposição para o segmento automotivo.

Para comemorar essa data tão importante, a SAMA acaba de lançar uma campanha muito especial, para celebrarmos juntos com os nossos clientes esses 100 anos. Sortearemos 100 viagens para Dubai com **um dia brasileiro no Catar em novembro de 2022.**

A cada **R\$ 5 mil em compras, ganhe 1 cupom** para participar dos sorteios. Teremos três sorteios trimestrais e um grande sorteio no final da campanha.

Consulte o regulamento completo e participe!



Hudson Carvalho avalia que decisão do anterior do STF afasta qualquer risco de insegurança jurídica decorrente da medida adotada no ES

HC - Não tivemos isto como objetivo. Nosso objetivo foi criar um ambiente mais favorável aos nossos contribuintes, a fim de que eles não fossem para outros estados. Nossa ideia foi beneficiar, com uma nova metodologia, as empresas que já operavam por aqui. **Não temos por objetivo, por exemplo, ‘uma guerra fiscal’. Isso não foi mapeado pela equipe técnica. O que fizemos foi tentar mapear uma questão que o setor nos trouxe, e encontrar a melhor forma jurídica de se realizar a alteração sem que houvesse queda na arrecadação.**

NV - Você vê a busca por alternativas à substituição tributária como uma tendência nacional?

HC - Eu posso te falar que é uma tendência. Mas, como a gente mexe com dinheiro público, os Estados têm muito receio de mexer uma vírgula. Quando você mexe na tributação, vê que há uma repercussão enorme no mercado e na sociedade. Toda parte tributária é muito bem pensada e exige segurança naquilo que está sendo executado. Voltando à sua pergunta, para ser objetivo, eu creio que essa migração para a sistemática de antecipação parcial pode ser possível – por se tratar de uma medida um pouco mais simplificada. Por outro lado, eu não acredito que isso se torne uma regra. Ou seja, muitas mercadorias que estão na substituição podem migrar para a antecipação, mas não serão todas as categorias que irão fazê-lo. Até porque a substituição tributária foi criada para fins de controle do Estado. O Estado não consegue, muitas vezes, controlar um monte de contribuinte ‘pequenininho’ e, por isso, prefere tributar uma indústria grande – pela facilidade de controle e prevenção de evasão fiscal e a sonegação que esta prática traz. No entanto, depois do entendimento do STF, de se fazer um recolhimento retroativo para mais ou para menos – a depender da diferença entre o ganho prático e o presumido – o regime de substituição acabou ficando muito custoso, de modo que se criou essa necessidade de busca por uma alternativa.

Uma vitória para o setor atacadista

O Decreto nº 5078-R, que altera a forma de tributação para as empresas do setor de autopeças, foi assinado pelo governador do Espírito Santo, Renato Casagrande, no último dia 7 de fevereiro. A norma já estava em vigor desde o dia 1º de fevereiro graças à Portaria nº 013-R, publicada no Diário Oficial dos Poderes do Estado pela SEFAZ-ES em 31 de janeiro de 2022.

Em solenidade simbólica realizada no próprio Gabinete do Governador – que contou com representantes do setor de autopeças – Renato Casagrande mostrou otimismo com o novo regime tributário. “Pelo ânimo de vocês, a chance de termos resultados positivos é muito grande. Teremos condições de avaliar e medir, e assim ir dialogando caso tenhamos que fazer qualquer ajuste. Com essa ação, será possível produzir mais, gerando emprego e renda para os capixabas”.

Também presente no momento da assinatura, o secretário de Estado da Fazenda, Marcelo Altoé, disse que a novidade pode até resultar em aumento na arrecadação do Estado.

“Nos próximos meses, vamos fazer um acompanhamento minucioso da arrecadação deste setor. A expectativa é que, com o aumento da competitividade e a atração de novas empresas, nós consigamos, no longo prazo, aumentar a arrecadação vinculada a este setor”, acrescentou.

O presidente do Sindicato do Comércio Atacadista e Distribuidor do Estado do Espírito Santo (Sincades), Idalberto Luiz Moro, comemorou a alteração. “A publicação do decreto é uma vitória para o setor atacadista. É uma medida que vem sendo reivindicada por nós há bastante tempo. Com a mudança, a arrecadação no Espírito Santo vai aumentar e a competitividade no segmento de autopeças, um dos principais da economia capixaba, também. A decisão é benéfica para as empresas, cidadãos e para o Estado”. Pelas novas regras, os fornecedores estabelecidos em outros Estados brasileiros, ao enviar autopeças para o Espírito Santo, deverão calcular apenas o ICMS sobre a operação interestadual (CFOP 6.101, 6.102).



Conheça a Portaria nº 013-R, de 31 de janeiro de 2022

Estabelece a relação de autopeças sujeitas ao regime de antecipação parcial e credencia empresas do ramo de autopeças para que seja desconsiderado o regime de antecipação parcial de recolhimento do imposto nas operações com autopeças.

O SECRETÁRIO DE ESTADO DA FAZENDA, no uso das atribuições que lhe confere o art. 98, II, da Constituição Estadual, considerando o disposto nos arts. 168-A, IV, 168-F e 1.243 do Regulamento do ICMS, aprovado pelo Decreto nº 1.090-R, de 25 de outubro de 2002, e ainda o processo nº 2022-1FFXJ; RESOLVE:

Art. 1º As autopeças sujeitas ao regime de antecipação parcial do imposto, de que trata o inciso IV do art. 168-A do RICMS/ES, aprovado pelo Decreto nº 1.090-R, de 25 de outubro de 2002, estão relacionadas no Anexo I, que integra esta Portaria.

Art. 2º Os contribuintes do ramo de autopeças relacionados no Anexo II, que integra esta Portaria, ficam credenciados para que seja desconsiderado o regime de antecipação parcial de que trata o art. 168-A, bem como o prazo previsto no art. 168, XXVI, do RICMS/ES. Art.

3º Os contribuintes credenciados na forma desta Portaria deverão observar o disposto na Seção III do Capítulo XI do Título I do RICMS/ES.

Art. 4º A nota fiscal que acobertar autopeças destinadas a contribuinte relacionado no Anexo II desta Portaria deverá conter a expressão "Dispensa da antecipação do imposto - Portaria nº .../2022".

Art. 5º O disposto nesta Portaria não dispensa o contribuinte do cumprimento das demais obrigações contidas na legislação tributária estadual.

Art. 6º A Secretaria de Estado da Fazenda poderá alterar ou cassar o credenciamento de que trata esta Portaria, a qualquer tempo, tendo em vista: I - o interesse e a conveniência da Administração Tributária; II - o descumprimento de obrigações exigidas do contribuinte; ou III - a participação do credenciado em processo de incorporação, fusão ou cisão com outro contribuinte.

Art. 7º A ementa e o art. 1º da Portaria nº 015-R, de 29 de maio de 2018 passam a vigorar com as seguintes redações: "Credencia empresas do ramo de veículos e pneus sediadas neste Estado como contribuintes substitutos, para recolhimento do imposto devido nas operações com mercadorias sujeitas ao regime de substituição tributária, nas condições que especifica." (NR)
"Art. 1º Ficam credenciados como contribuintes substitutos, devendo apurar o Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação incidente sobre as operações sujeitas ao regime de Substituição Tributária - ICMS-ST -, por ocasião das saídas internas, os contribuintes do ramo de veículos e pneus relacionados no Anexo Único, que integra esta Portaria. [...]" (NR)

Art. 7º Fica revogado o item XIX do Anexo único da Portaria nº 016-R, de 11 de abril de 2019.

Art. 8º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação, produzindo efeitos a partir de 1º de fevereiro de 2022. Vitória, 31 de janeiro de 2022.

MARCELO ALTOÉ
Secretário de Estado da Fazenda

CLIQUE AQUI

e leia a íntegra e o ANEXO I DA PORTARIA Nº 013-R, de 31 de janeiro de 2022 com a relação de autopeças sujeitas à antecipação parcial do imposto nos termos do art. 168-A do RICMS/ES

São 60 anos de parceria.

Em 6 décadas de história, as únicas coisas que mantemos iguais são os **nossos valores**.

Agradecemos pelos laços de confiança, respeito e admiração com nossos clientes e colaboradores.



Acesse o site:

www.rmp.com.br
 @rmpdistribuidora
 @rmpdistribuidora
 0800 701 2424

VIES – Variação nos Índices e Estatísticas Pré e Pós-Crise janeiro 2022 x janeiro 2021

Desde a edição de julho de 2021 apresentamos o estudo VIES - Variação nos Índices e Estatísticas Pré e Pós-Crise que, nesta edição, já começa a analisar os dados relativos ao ano de 2022. Sim, nesta matéria apresentaremos a comparação entre os meses de janeiro de 2021 e janeiro de 2022, todos dentro do chamado “novo normal” ou “novo possível”, a depender da opinião de quem estiver falando.

Nunca é demais lembrar que as pesquisas MAPA e ONDA vêm sendo realizadas de forma ininterrupta e sistematizada pelo After.Lab, a empresa de pesquisa e inteligência de mercado do Grupo Novo Meio desde o início da pandemia. Semanalmente, mais de uma centena de empresários do varejo de autopeças são entrevistados para que possamos registrar a variação semanal em quatro dimensões vitais para a saúde da cadeia de valor: ruptura no abastecimento, variação de preços, variação nas vendas e variação nas compras, sempre em relação à semana anterior.

Este tipo de coleta, semanal e organizada, é de inestimável valor aos empresários e executivos que precisam de referências para saberem se estão indo bem ou mal, em relação ao mercado. Muitas vezes,

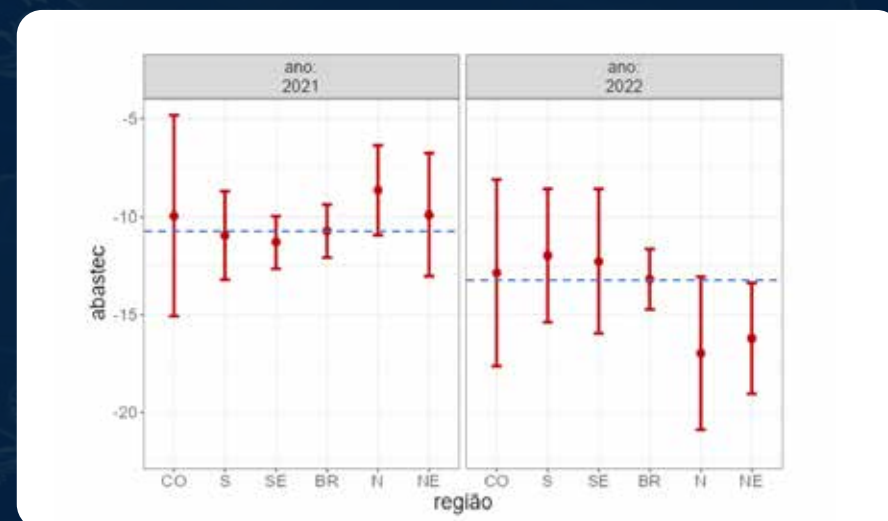
a percepção é afetada por diferentes vieses como bem explica a economia comportamental. Poder comparar o desempenho da sua empresa com o desempenho agregado por região e total no Brasil pode ajudar na tomada de decisão e melhorar o enquadramento das percepções que algumas vezes podem ser subjetivas.

Os gráficos a seguir apresentam informações comparativas, obtidas pela média da variação ocorrida nas quatro semanas de janeiro de 2021 e das quatro semanas de janeiro de 2022. A leitura do gráfico é bastante simples. As linhas verticais vermelhas apresentam a variação média, em porcentagem, em cada uma das cinco regiões brasileiras (representadas pelas siglas CO, S, SE, NE e N) e o agregado país (representado pela sigla BR). O ponto vermelho na linha vertical é a média, e os extremos da linha (traços vermelhos horizontais) representam a dispersão em desvios-padrão.

A linha horizontal tracejada azul é a média do agregado país, que ajuda a verificar qual foi região teve um desempenho melhor ou pior em relação à média do Brasil. Para cada uma das dimensões há um gráfico correspondente. Iniciemos então pela análise da quebra ou ruptura de abastecimento.

ABASTECIMENTO

À primeira vista o que podemos verificar é que houve uma piora no abastecimento entre 2021 e 2022 no agregado Brasil, uma vez que os valores do eixo vertical são negativos. Se a média do Brasil em janeiro de 2021 era de -10,73%, em janeiro de 2022 passou para -13,19%, uma diferença 2,46 pontos percentuais. Outro ponto de destaque é que em 2021 apenas as regiões Sul e Sudeste apresentavam desempenho pior que a média do Brasil, enquanto em 2022 esta posição foi ocupada pelas regiões Norte e Nordeste, com todas as regiões apresentando também uma grande variação durante o primeiro mês de 2022, como fica demonstrado no comprimento das linhas verticais vermelhas.

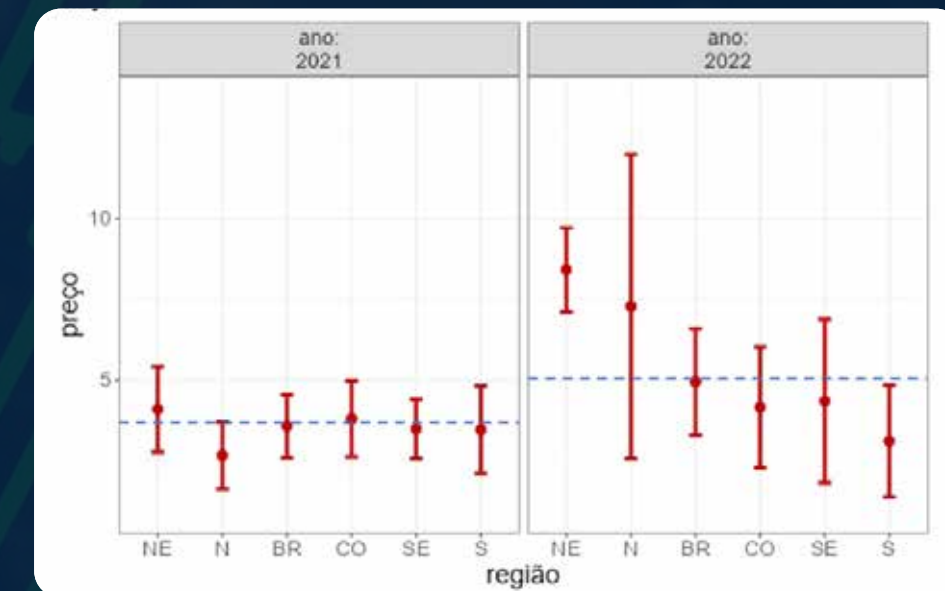


Fonte: Pesquisas MAPA e ONDA (After.Lab)

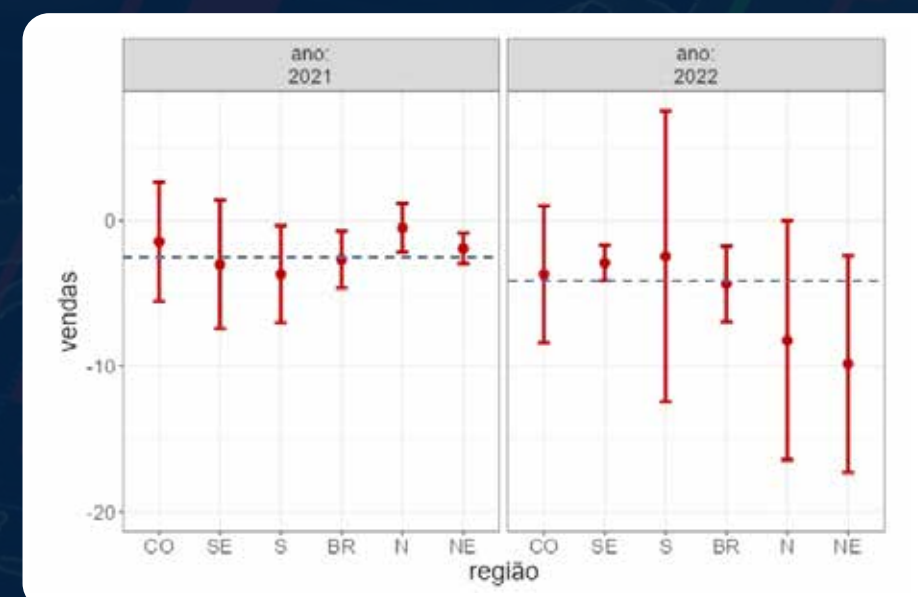
PREÇO

Analisando o gráfico da variação semanal média de preços, o que chama a atenção é que em janeiro de 2021, a média da variação semanal no Brasil foi de 3,57%, com poucas variações nas médias das regiões, com destaque para a região Norte que esteve abaixo e no limite superior se aproximou da média brasileira. Já em janeiro de 2022 temos dois destaques: (a) a média Brasil bateu em 4,94%, e (b) as regiões Norte e Nordeste estiveram bem acima da média nacional, com 7,27% e 8,40% de variação média respectivamente.

Esta combinação de falha no abastecimento e aumento de preços não é de forma alguma saudável para o mercado de reposição, pois impõe a necessidade de maiores investimentos em estoque para assegurar a venda e um conseqüente aumento do capital em estoque, impactando a liquidez e o fluxo-caixa.



Fonte: Pesquisas MAPA e ONDA (After.Lab)



Fonte: Pesquisas MAPA e ONDA (After.Lab)

VENDAS

Um olhar rápido ao gráfico pode causar a impressão de que a variação nas vendas entre os meses de janeiro de 2021 e 2022 não foi tão grande, mas ao olhar atentamente notamos que a escala do eixo vertical está graduada em múltiplos de 10, e isso é importante pois se a queda média no Brasil em janeiro de 2021 foi de -2,68%, em janeiro de 2022 ela chegou a -4,36%, ou 1,68 pontos percentuais, uma ligeira queda que foi puxada pelas regiões Norte e Nordeste. Ao observarmos o ano de 2021 nota-se que, grosso modo, as variações médias foram em torno da média brasileira.

COMPRE COM QUEM VENDE QUALIDADE: **ROLES.**

Por que comprar na Roles?

A resposta é fácil:
pelo atendimento,
pelo amplo portfólio
de produtos, pelas
melhores condições e
pelo melhor preço,
entre muitas outras
vantagens.

E por que utilizar o COMPRE ONLINE?

Pelos mesmos motivos,
além da agilidade de
comprar em qualquer
hora e em qualquer lugar,
consultar e acompanhar
o estoque em tempo real,
solicitar processos de
garantia, e ainda, emitir
a 2ª via do boleto.



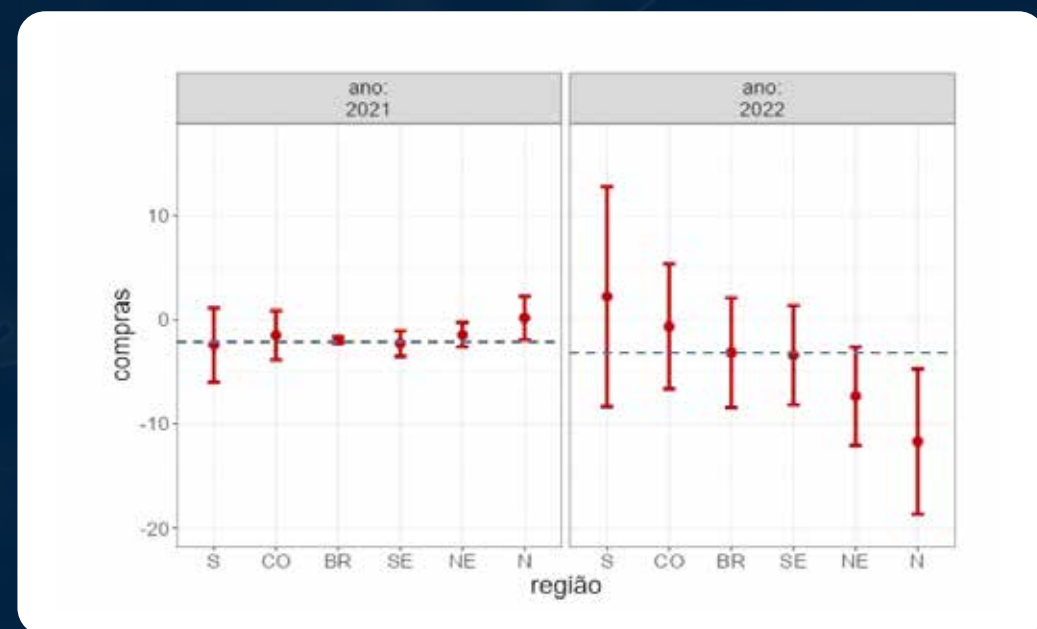
**Roles. Porque juntos fazemos melhor,
principalmente para você.**



COMPRAS

Em nossas discussões internas, entendemos que as Compras são totalmente influenciadas pelas Vendas, pela queda no Abastecimento e pela variação nos Preços, e nossos modelos preditivos apontam que a lógica dos negócios se reflete nas estatísticas. Assim, nada mais natural que a variação média nas Compras em janeiro de 2022 se mostrasse mais aguda que em relação a janeiro de 2021, uma vez que todas as demais dimensões apresentaram desempenhos

piores. O gráfico representa claramente esta tendência. Se em janeiro de 2021 a variação média mensal brasileira foi de -1,96%, no mesmo mês do ano subsequente chegamos a -3,15%, ou uma piora de 1,19 pontos percentuais. E em 2022 os destaques negativos em relação à variação média regional nas Compras ficam com as regiões Norte e Nordeste que, diferentemente de 2021, apresentaram as variações mais expressivas.



Fonte: Pesquisas MAPA e ONDA (After.Lab)

COMENTÁRIOS FINAIS

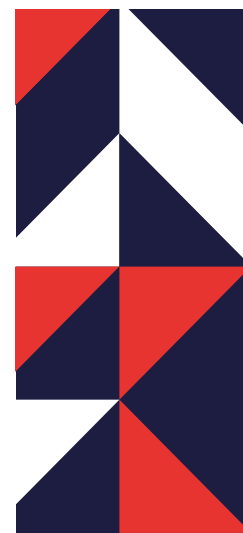
Em recente reunião com um empresário da distribuição de autopeças e seus executivos, ouvi algumas queixas que confirmam os achados das pesquisas MAPA e ONDA. Para garantir o abastecimento dos clientes, esta empresa precisa comprar de mais fornecedores do que a lógica determina uma vez que as diferentes estratégias de fornecimento desenvolvidas pelos fabricantes, como por exemplo a busca de fontes fora do país ou a alta dependência da linha de produção em relação à demanda das montadoras, impacta profundamente a

gestão de estoques. Vi também a dificuldade de várias oficinas mecânicas em encontrar a marca que desejava nos canais de compra habituais, que partiram para a experimentação de outros fornecedores, alguns com sucesso. O mercado, enquanto ente metafísico, pode ser muitas coisas, mas seguramente não é estático (e nem estúpido). Estas oscilações que acompanhamos e medidos desde abril de 2020 estão apresentando sua conta, e talvez sejam as mudanças imperceptíveis que tenham finalmente fincado pés no mercado. É bom estar atento.

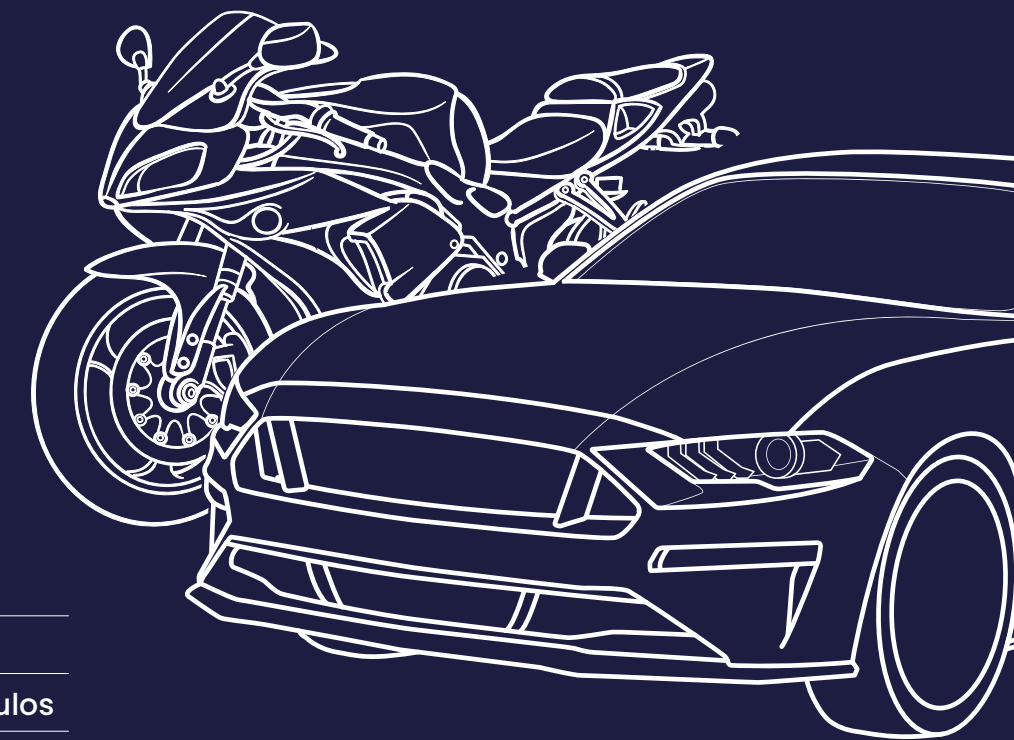
QUER RECEBER MAIS ANÁLISES COMO ESTA TODOS OS MESES?

Então assine o Dossiê After.Lab-Varejo de Autopeças, um relatório analítico comentado que traz o resultado das pesquisas MAPA e ONDA do mês e o comparativo VIES, que avalia as movimentações anuais no mês de referência. O Dossiê After.Lab-Varejo de Autopeças é disponibilizado em formato impresso e em vídeo, exclusivo para assinantes.

Para saber como assinar fale com marketing@novomeio.com.br



Um Mix de Soluções para o seu negócio de autopeças e motopeças.



Excelência no processo de fabricação

Peças homologadas no padrão ISO

Mais de 3.000 itens das principais frotas de veículos

POLIAS, GUIAS E TENSIONADORES	METAL BORRACHA BUCHAS E COXINS	FILTROS	KITS DISTRIBUIÇÃO	KITS DE SUSPENSÃO	BOMBAS D'ÁGUA	SAPATAS DE FREIO
CILINDROS DE RODA	BIELETAS	KITS REPARO DE JUNTAS HOMOCINÉTICA	CUBOS DE RODA	TERMINAIS AXIAIS	ADITIVOS PARA RADIADORES	TRIZETAS
REPAROS BOMBA D'ÁGUA	PINOS E PONTAS DE EIXO	BUCHAS	COXINS DA RELAÇÃO	CAIXAS DE DIREÇÃO	KITS REPAROS DE FREIOS	VARETAS DE VÁLVULA



authomix

Acesse o site e confira authomix.com.br





Família Comolatti e convidados no anúncio da importante iniciativa com foco na Educação

Instituto foi anunciado em coquetel que lembrou os 100 anos de Evaristo Comolatti



Grupo Comolatti cria Instituto

O Grupo Comolatti anunciou a criação do Instituto Comolatti, onde estarão inclusos todos os projetos de responsabilidade social desenvolvidos pelo Grupo. O anúncio foi feito durante coquetel realizado em 8 de fevereiro, data que lembrou o aniversário de 100 anos do fundador, Sr. Evaristo Comolatti.

O Instituto chega para atuar principalmente na área de Educação. Entre as iniciativas em andamento, o projeto educacional do Instituto tem como foco proporcionar o reforço estudantil em aulas de português, matemática e desenvolvimento de habilidades socioemocionais. Hoje, são atendidas 50 crianças no projeto, com idades entre 6 e 13 anos.

A inauguração do Instituto Comolatti marca o início de uma nova fase para o Grupo, reforçando o compromisso da empresa em contribuir com a sociedade, incluindo e transformando a vida das pessoas.

“Sabemos que há muito a ser feito, mas dar este passo é uma forma de renovar o comprometimento do Grupo Comolatti em busca de uma sociedade mais igualitária, mais inclusiva. O Instituto Comolatti já nasce com a vontade e a colaboração de muitas pessoas do bem, que juntas, têm um poder ainda maior de transformar”, finaliza Sergio Comolatti.



NOVO



Prêmio
INOVA
POWERED BY AFTER.LAB

Prêmio Inova começa a ser entregue às indústrias vencedoras

Após anúncio das marcas premiadas em evento virtual, Novo Meio inicia a entrega de troféus e placas às indústrias eleitas pelos varejistas de todo o Brasil. A partir de agora, o Prêmio Inova será realizado a cada dois anos

Na noite do último dia 7 de outubro o mercado conheceu, em evento realizado no ambiente digital, as marcas vencedoras da nona edição do Prêmio Inova - Indústrias do Novo Varejo. Tradicionalmente, a cerimônia ocorre nos mais sofisticados hotéis de São Paulo. Mas, em razão da pandemia, foi, mais uma vez, transmitida pela internet sem a presença de convidados.

A partir de novembro do ano passado, a equipe da Novo Meio e do Novo Varejo iniciou visitas às indústrias premiadas para a entrega dos troféus e das placas às marcas eleitas por 500 varejistas de autopeças ouvidos em todo o Brasil. Estes encontros seguiram os protocolos de prevenção instituídos por cada uma das empresas visitadas.

Nesta edição você acompanha das primeiras entregas aos executivos que representam as indústrias. Ao longo dos próximos meses, continuaremos a realizar as visitas e a registrar os encontros nas páginas do Novo Varejo. Acompanhe.

O Prêmio Inova é uma realização do After.Lab, empresa de pesquisas e inteligência de mercado com foco no Aftermarket Automotivo.





“É um reconhecimento que a gente vê como uma das coisas mais importantes após o aumento da nossa linha de produtos. Porque uma vez que o varejista está reconhecendo, quer dizer que o mecânico está instalando. E a gente entende que, quando o mecânico está instalando e pedindo para o varejista, é um produto de qualidade, com preço extremamente competitivo e que a gente pode contar com toda a cadeia para que toda a cadeia possa distribuir e fazer bom uso dessa distribuição”.

Amaury Oliveira, Diretor Executivo de Aftermarket América do Sul Para Sistemas de Injeção, Ignição, Filtros, Climatização e Arrefecimento da Borgwarner



“Nós da Tecfil entendemos que o momento da verdade ocorre no balcão das autopeças. Esse reconhecimento por parte de quem faz com que o produto chegue à mão de quem repara é fundamental. Ficamos honrados em receber esse reconhecimento e a Tecfil continua não medindo esforços para facilitar a vida desse pessoal. É isso que a gente quer, ficamos muito felizes”.

Plínio Fazol, Gerente de Marketing e Novos Produtos da Tecfil

“É um trabalho muito legal e para nós de suma importância porque reconhece o trabalho de toda a nossa equipe no mercado. O bom trabalho que nosso time tem feito reflete diretamente no prêmio que a gente recebe. Isso pra nós é muito gratificante e mostra que estamos no caminho certo”.

Ivan Furuya, Head of Sales and Marketing da DRiV



“Para nós é muito importante o reconhecimento. E o reconhecimento faz com que a gente trabalhe cada vez mais em prol do nosso negócio, que é o aftermarket automotivo. No mercado de reposição temos grandes marcas participando, mas para nós, que somos especialistas com as nossas principais marcas – LuK, INA, FAG – realmente é uma grande satisfação o reconhecimento por parte de quem compra a nossa peça. É motivo de orgulho e vamos continuar trabalhando forte para conquistar os próximos prêmios. Parabéns à Novo Meio por mais uma realização do Prêmio Inova”.

Rubens Campos, Vice-Presidente Sênior Aftermarket Automotivo Da Schaeffler América Do Sul



“Ficamos muito felizes novamente pelo reconhecimento a duas categorias importantíssimas para a SKF, rolamentos e tensionadores. Ao longo dos últimos anos cada vez mais entendemos a importância de estar junto com os nossos sócios distribuidores parceiros para melhorar os serviços aos varejos e às oficinas. É fundamental pra gente entender e estar perto dessa tão importante cadeia do aftermarket”.

Daniel Leite, Diretor Comercial - Divisão Automotiva da SKF



“Esse reconhecimento foi algo muito marcante para a Viemar porque, em uma época de pandemia, podemos perceber o quanto o mercado chancela a qualidade da marca e dos nossos serviços, que são refletidos através do nosso desenvolvimento da fabricação, da venda e do pós-venda. A Viemar é uma indústria, uma marca que se consolidou através de uma trajetória de 25 anos e ter nesse momento tão especial o reconhecimento como uma das principais marcas líderes em pivôs e terminais, que foram famílias mais recentes da nossa história, nos traz muita satisfação e orgulho, somando à nossa expressão em barras axiais que o mercado já reconhece e apoia”.

José Inácio Salis, Diretor Comercial e Engenharias da Viemar

“O reconhecimento é o mais importante possível. É o resultado de muito tempo de trabalho e esforço diário em tentar valorizar o cliente, entender a necessidade do cliente, e entregar produtos de qualidade. Portanto, é um reconhecimento direto de quem consome nosso produto. É um orgulho muito grande receber o primeiro prêmio Inova da Ardeb – também tem esse simbolismo do trabalho que está sendo desenvolvido e espero que isso se repita pelos próximos anos”.

Gustavo Souza, Gerente de Vendas e Marketing Ardeb



“É uma honra receber esse prêmio em razão da importância que o varejista tem nessa cadeia na função de agregação da marca em qualquer produto. Nós da Schadek damos um valor enorme para o varejista, procuramos estar sempre próximos, sempre atendendo as demandas porque sabemos que, em última instância, ele – juntamente com o mecânico – é quem define o produto escolhido através da marca. Então, pra gente é muito importante receber esse reconhecimento”.

Marcelo Pereira, Diretor Geral da Schadek



Prêmio Inova passa a ser bienal. Em 2022 tem Autop of Mind

Realizado anualmente, a partir de agora o Prêmio Inova – Indústrias do Novo Varejo passa ser bienal. A decisão decorre da constatação de que a avaliação dos varejistas de autopeças sobre o portfólio e o desempenho empresarial sofre alterações mínimas no período de 12 meses, o que não justifica uma consulta anual a estes empresários.

No entanto, a Novo Meio e o After.Lab não deixarão de oferecer ao mercado uma avaliação das marcas de

autopeças por ano. A partir de 2022, Prêmio Inova e a pesquisa Autop of Mind serão realizados alternadamente. Sendo assim, em 2022 retorna à grade a pesquisa Autop of Mind, em sua oitava edição. Neste estudo, realizado pela última vez em 2019, 460 reparadores e 590 proprietários de veículos apontam suas marcas de autopeças mais lembradas. Fique de olho: em breve, mais novidades sobre a Autop of Mind 2022.



As Indústrias do Novo Varejo

A Pesquisa INOVA – Indústrias do Novo Varejo é realizada pelo After.Lab, unidade de pesquisa e inteligência de mercado do Grupo Novo Meio. Trata-se de uma pesquisa sistematizada, que há edições busca identificar junto ao público do comércio varejista de autopeças as marcas que mais se destacam em vinte categorias de produto, e posteriormente as empresas que mais se destacam em onze atributos que buscam refletir o dia a dia das lojas de autopeças em suas interações com as indústrias. Para coleta de dados é empregada uma amostragem probabilística aleatória simples estratificada por partilha proporcional com

500 varejos de autopeças em todo o território nacional, nas cidades com mais de 200 mil habitantes. Com esta amostra asseguramos um nível confiança de 95% e um intervalo de confiança (ou margem de erro) de 4,3 pontos percentuais. A coleta de dados é feita sem nenhum estímulo, incentivo, sugestão ou intervenção, e as respostas às questões formuladas são armazenadas em uma plataforma de pesquisa internacional, em ambiente cloud computing. Os resultados completos do Prêmio Inova 2021 você encontra nas edições 340 e 341 do Novo Varejo, que podem ser acessadas na íntegra no site www.novovarejo.com.br

É tempo de planejar com os pés na realidade

O ano começou e é tempo de planejar.

Mas é preciso planejar com os pés no chão, na realidade, no húmus, portanto, com humildade, enfrentando a verdade de nossa empresa e de nossa vida. De nada adianta fazermos planos e projetos mirabolantes, fora da realidade, fora do contexto e das possibilidades de execução. É hora de planejar com foco na realidade, nas reais perspectivas e com muita simplicidade. É sempre bom lembrar que um planejamento, plano, projeto

Para a empresa ou negócio:

1. O que fazemos de excelente e devemos continuar fazendo?
2. O que fazemos de ruim e devemos deixar de fazer?
3. O que não fazemos e devemos começar a fazer?

Com esse simples exercício inicial você poderá ter um guia para enfrentar a realidade concreta de sua empresa e de sua vida e começar um planejamento simples e eficaz. E não se esqueça: planeje apenas o essencial – aquelas ações que farão a diferença e deixe de lado coisas acidentais.

ou programa não pode ter um fim em si mesmo. Deve ser um meio para economizarmos tempo e acelerarmos a execução. Por isso deve ser simples e muito eficaz, isto é com vistas em resultados práticos.

E é tempo de planejar tanto na empresa como na nossa vida pessoal. Um bom e simples planejamento pessoal e empresarial pode ser feito se você começar respondendo as três perguntas mágicas que sempre proponho.

E para nossa vida pessoal:

1. O que faço de excelente e devo continuar fazendo?
2. O que faço de ruim e devo deixar de fazer?
3. O que não faço e deveria fazer?

Lembre-se que sem um plano, por mais simples que seja, você perderá tempo e energia na consecução de seus objetivos e metas. Sem um plano você andará sem rumo e não chegará ao sucesso que merece. Pense nisso. Sucesso!



Luiz Marins é
Antropólogo, consultor e escritor
Saiba mais em www.marins.com.br

Nossa história, nosso caminho, nossa tradição.

OFERECER O MELHOR
PORTFÓLIO E A MÁXIMA
EXCELÊNCIA EM ATENDIMENTO.



Com 17 filiais espalhadas
pelo Brasil inteiro, podemos
dizer com orgulho:
somos especialistas.



Distribuidora de Autopeças
»Disape

Acesse o site:



» www.disape.com.br
» [@disapedistribuidora](https://www.instagram.com/disapedistribuidora)
» [@disapedistribuidora](https://www.facebook.com/disapedistribuidora)
» 0800 701 3535

Comércio digital ganha força e não-especialistas passam a ter mais participação na compra de autopeças

Percepção é compartilhada por profissionais do e-commerce, dirigentes de entidades representativas e varejistas de autopeças

Historicamente, ao serem questionados sobre quem eram seus principais clientes, os varejistas de autopeças não tinham dúvidas em afirmar: são os reparadores.

Ao fazermos esta mesma pergunta no ano de 2022, no entanto, chegamos a respostas com um grau maior de complexidade e relativização.

Isto porque novos fatores – como o aumento do acesso a produtos e informações no ambiente digital – têm aumentado o ímpeto dos proprietários de automóveis a realizarem a compra das peças e entregá-las nas mãos do profissional responsável pela manutenção.

Tal cenário, embora não esteja consolidado em números públicos por grandes players como o Mercado Livre (ML), é de conhecimento amplo do aftermarket automotivo e é corroborado por especialistas como o

fundador da Auto Partners e ex-head do ML para o setor automotivo, Leandro Ribeiro.

De acordo com o executivo, o fato dos grandes marketplaces não oferecerem, por exigência da Lei Geral de Proteção de Dados, o perfil exato de seus compradores, pode ser contornado com uma análise minuciosa da recorrência de compra dos clientes dessas empresas. “Naturalmente se trata de uma empresa que compra pra revender ou repassar ao consumidor”, aponta Ribeiro.

Com base nessas análises, ele afirma que, sim, é possível ver um aumento significativo no volume de compras realizadas por proprietários de automóveis ou aquilo que chamou de ‘não-especialistas’ do momento de sua chegada no ML, em 2014, até hoje.



Novo perfil das peças compradas online mostra que dono do carro está levando produtos às oficinas

Perfil das peças compradas indica proatividade de proprietários de automóveis nas oficinas. Reparadores se incomodam com movimento

Na análise de Leandro Ribeiro, fundador da Auto Partners, um dos principais reflexos do aumento da disposição de não-especialistas em comprar autopeças online está no crescimento do *marketshare* da categoria dentro do grupo de produtos vendidos pelo Mercado Livre. Isso porque, se há cerca de cinco anos as peças de automóveis correspondiam a uma fatia de 30% de participação na plataforma, hoje elas correspondem a 50%! De acordo com o especialista, porém, para se compreender de maneira mais clara o impacto deste movimento na cadeia automotiva, é imprescindível lançar um olhar fragmentado para as subcategorias das autopeças no lugar de olhá-las como um 'grande grupo uniforme'.

"Uma informação que a gente vem acompanhando diz respeito

às subcategorias de autopeças. Verificamos, por exemplo, que a categoria de motor é a mais vendida dentro do segmento de carros e caminhonetes – algo que não acontecia antes pela exigência técnica desta compra", coloca Ribeiro, antes de apontar uma causa para esta mudança. "Isto tem ocorrido porque os canais vêm se aprimorando para ajudar quem vende a publicar informações técnicas corretas e detalhadas, a fim de auxiliar, de fato, o comprador – mesmo aquele não- especialista – a encontrar a peça correta".

Embora represente uma mudança significativa no histórico do aftermarket nacional, o movimento descrito pelo ex-head do Mercado Livre não causa surpresa na principal entidade representativa dos reparadores do país.

Questionado por nossa reportagem sobre uma possível diminuição do papel do empresário ou profissional reparador como responsável pela compra da peça – e, conseqüentemente, intermediário entre varejo e proprietários de automóveis –, o presidente do Sindirepa Nacional, Antônio Fiola, reconheceu que **"este é um movimento que existe em razão do avanço do comércio online. O consumidor deixa apenas de pesquisar preços e começa a comprar"**.

O líder do Sindirepa reconhece a tendência, porém, isso não significa que a entidade a considere saudável para a cadeia do aftermarket. Muito pelo contrário. Para Fiola, os impactos da mudança vão desde perda de receita até atrasos na realização do serviço por conta do produto não ser compatível com o veículo, gerando a insatisfação do próprio cliente. "Por isso, fica a critério de cada empresa aceitar ou não que o cliente leve a peça. O importante é se resguardar dos possíveis problemas que isso pode acarretar", aponta o dirigente.

Em uma orientação direta aos reparadores, Fiola oferece ainda uma espécie de 'cartilha' a ser seguida a fim de se prevenir contra os impactos negativos de uma compra realizada por um proprietário desprovido de conhecimento técnico.

Segundo ele, nestes casos, **o reparador deve pedir para que seu cliente assine uma declaração de que está ciente da procedência da peça e que qualquer problema relacionado ao produto é de responsabilidade do consumidor. Quando isso acontece, o reparador oferece apenas a garantia da execução do serviço.**

"Vale dizer que, normalmente, quando o reparador compra a peça, ele também fica responsável pela peça e pelo serviço", conclui Antonio Fiola.



Fiola entende que fica a critério de cada oficina aceitar que o cliente leve ou não a peça

Alguns reparadores já aceitaram a nova realidade, aponta Leandro Ribeiro

Reconhecido tanto por players do comércio eletrônico de peças quanto pelos representantes da classe reparadora, o aumento da incidência da compra de autopeças de reposição por parte de proprietários na era digital parece ser uma realidade incontestável. Não há consenso, porém, quanto ao comportamento a ser adotado pelos reparadores diante da relativa quebra de uma tradição de décadas.

Enquanto Antonio Fiola, presidente do Sindirepa Nacional, vê o movimento como prejudicial para a cadeia e oferece diretrizes para que os profissionais do segmento possam se proteger dos problemas por ele causados, o fundador da Auto Parnets, Leandro Ribeiro, já enxerga uma aceitação e adaptação prática por parte da categoria.

Segundo ele, os reparadores já perceberam que, apesar de não serem mais necessariamente os executores da compra, eles ainda mantêm seus papéis de intermediadores fundamentais. “Essa importância continua existindo. Afinal, mesmo nas situações em que o reparador não efetuar a compra, ele dará uma opinião decisiva para o consumidor comprar”, sentencia Ribeiro, antes de oferecer exemplos concretos deste processo: “A gente vê isso muito claro na questão da marca. O não-especialista irá sempre consultar o reparador sobre qual é a marca mais adequada – de modo que o profissional passa a assumir um papel extremamente importante de consulta. Ele é um formador de opinião. E, se não vai realizar a compra, ele vai direcionar essa compra”, conclui.



Especialista destaca que papel do reparador na orientação da compra está preservado

Varejistas percebem aumento da compra de autopeças pelo consumidor final e buscam estratégias para seguirem eficientes

Na ponta da cadeia do aftermarket automotivo, o varejo tende a ser o primeiro elo da cadeia a perceber qualquer mudança que ocorra no perfil do consumidor de autopeças. Diante disso, nossa reportagem foi até alguns dos formadores de opinião deste segmento e os questionou sobre suas visões acerca do possível aumento da frequência de compra de autopeças por parte de não-especialistas. Perguntamos também sobre as diferenças na hora de vender para estes diferentes perfis de compradores.

1 - Aumento da frequência de compra de peças por parte dos proprietários dos automóveis

Roberto Rocha (Rocha Autopeças) - Temos reparado, sim, que muitos proprietários de veículos estão comprando as peças para reparação de seus veículos. Isto podemos medir pelas vendas em nossos balcões e o número de pessoas que ligam pedindo informação, que aumentou após o início da pandemia. Eu diria que cresceu em torno de 15% a presença de proprietários comprando e houve um aumento do pagamento a vista, devido ao crédito e às pessoas temerem a compra parcelada no cartão com o prosseguimento da pandemia.

Rodrigo Rodrigues (Autopeças Rodrigues) - Sim, o proprietário do veículo está mais interessado em participar do processo de compra das peças, pesquisando preços e opções de marcas. Esse aumento é visível no balcão de atendimento e também pode ser mensurado pelos filtros que um bom sistema operacional oferece. Atualmente, a compra dos reparadores continua maior, porém essa diferença diminuiu drasticamente e acredito que em pouco tempo será equivalente.

Moisés Sirvente (Jocar Autopeças) - Temos visto este movimento acontecer, sobretudo em nossos canais de vendas online. Para te dar um dado prático, nossas vendas online se distribuem em uma proporção de 95% para Pessoas Físicas (PF) e apenas 5% para Pessoas Jurídicas (PJ). É claro que não podemos descartar as ocasiões em que uma empresa acaba comprando com um CPF no lugar de um CNPJ, devido às questões tributárias. Mas, ainda assim, tenho convicção de que a maioria absoluta de nossos clientes do e-commerce é composta por não-especialistas.

Flavio Ramos (Ramos & Copini) - Na verdade, estamos observando um movimento inverso. Com base nos nossos dados, constatamos que a nossa distribuição anterior de 50% para PJ e 50% para PF se alterou, sendo agora de 60% para PJ e 40% para PF.

2 - Diferenças no atendimento a leigos e a reparadores

Roberto Rocha (Rocha Autopeças) - O atendimento de um proprietário de veículo, que não tem muito conhecimento, é mais difícil, pois ele não sabe muitas vezes as peças que realmente precisa, a maioria vai ao reparador e pede a relação, porém quer saber muitas vezes se realmente tudo aquilo se faz necessário. Neste processo o atendente tem de ser como um consultor para esclarecer as necessidades das mesmas.

Rodrigo Rodrigues (Autopeças Rodrigues) - A principal diferença é o conhecimento técnico, o proprietário pode se confundir facilmente na “linguagem das peças automotivas”.

Por isso, o atendimento da loja de autopeças deve ter uma atenção especial para entendê-lo, sempre com paciência e cordialidade, evitando possível constrangimento ou a troca do produto por causa de uma venda errada.

Moisés Sirvente (Jocar Autopeças) - Na hora de vender para o mecânico, o principal fator é, sem dúvidas, o conhecimento técnico e a agilidade. Enquanto que para o consumidor final, o mais importante é a proximidade do atendimento e a disponibilidade para responder perguntas que possam tranquilizar o cliente na hora da compra.

Flavio Ramos (Ramos & Copini) - É uma diferença muito significativa. Para o reparador, é preciso oferecer um atendimento ágil e com conhecimento técnico muito profundo. Já nas vendas para o proprietário do veículo, o peso maior acaba sendo ocupado pela técnica de venda. Neste segundo perfil, o conhecimento técnico segue importante, mas você tem de oferecer um atendimento com mais explicação – e oferecer um maior tempo. Além disso, questões como um layout adequado e um crediário próprio são muito importantes! O mecânico não quer conversar. Ele quer que você seja objetivo e assertivo.



Pandemia e aceleração digital mudaram o perfil dos produtos comprados pela internet pelo dono do carro

A visão do Sincopeças-SP

A fim de apreender uma visão mais global do setor varejista sobre a possível mudança no perfil do comprador de autopeças na atualidade, conversamos com exclusividade com o presidente do Sincopeças-SP, Heber Carvalho.



Heber avalia que mudança trará benefícios tanto para as autopeças como para as oficinas

Alinhado com a grande maioria dos varejistas ouvidos por nossa reportagem, o dirigente vê o aumento da compra de autopeças por parte de não-especialistas como uma tendência impulsionada pelo aumento da abrangência do e-commerce no segmento.

Novo Varejo - Você vê o aumento da frequência de compra de peças por parte dos proprietários dos automóveis?

Heber Carvalho - Houve sim um aumento relevante pelo consumidor final, no sentido de fazer a compra de peças. Acredito ser pela facilidade da informação na internet e pela necessidade de uma melhor negociação de preços na hora da compra. Não temos um estudo específico sobre o assunto, mas acredito ser uma tendência do mercado.

NV - Quais as diferenças entre atender um proprietário de automóvel e um reparador?

HC - Atender o proprietário é sempre mais complicado, pois, dependendo do tipo de peça, ele não tem a informação correta e acaba passando para a loja essa responsabilidade. Já quando falamos com o reparador, temos a mesma linguagem. Porém, é um caminho e um desafio. O melhor trabalho do balconista – hoje já chamado muito apropriadamente de vendedor de autopeças – é colocar em prática sua experiência, para um atendimento ao proprietário do veículo.

NV - Você vê o papel do reparador como um intermediário da compra de peças como importante para a cadeia?

HC - O reparador tem um papel fundamental na hora da compra de peças, quer seja por ele, quer seja pelo proprietário do veículo. O tema é relevante e as empresas – tanto as autopeças como os reparadores – têm de se alinhar e conduzir de maneira profissional. Com isso, acredito que todos acabam ganhando.

NV - Como uma mudança desse cenário tradicional impactaria o varejo de autopeças especificamente?

HC - Essa mudança trará benefícios tanto para as autopeças como para os reparadores. O impacto pode trazer mudanças nas maneiras de aquisição de peças e, certamente, trará benefícios para todos.

Vendas das indústrias para a reposição caem 0,3% em novembro

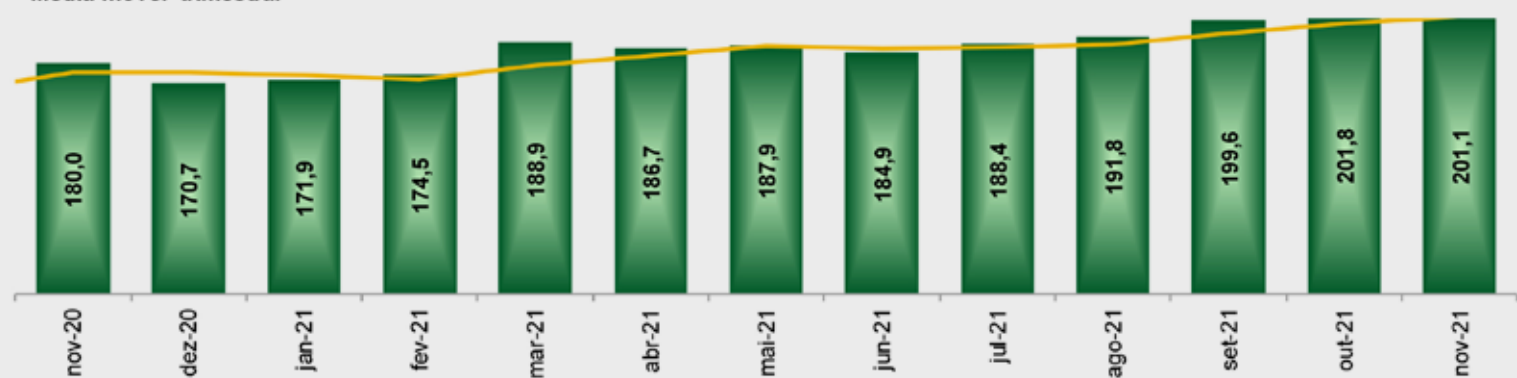
Em novembro, as vendas para o mercado de reposição – calculado a partir da aplicação de média móvel trimestral e com informações das empresas que segmentam os números entre linha leve e pesada – tiveram queda de 0,3% em relação ao mês anterior. Em base interanual, assistiu-se ao aumento de 11,8% do faturamento e no acumulado do ano de 38,3%.

Para a linha de veículos leves, a variação mensal foi de 0,8%. Na análise contra novembro do ano passado, o incremento foi de 15,6%, e no acumulado dos onze meses, 46,8%. Para o segmento de pesados, houve retração de 2,9% frente a outubro, com 2,5% de alta em comparação interanual e de 21,2% no acumulado do ano. Os dados foram divulgados pelo Relatório Mercado de Reposição elaborado pelo Sindipeças.

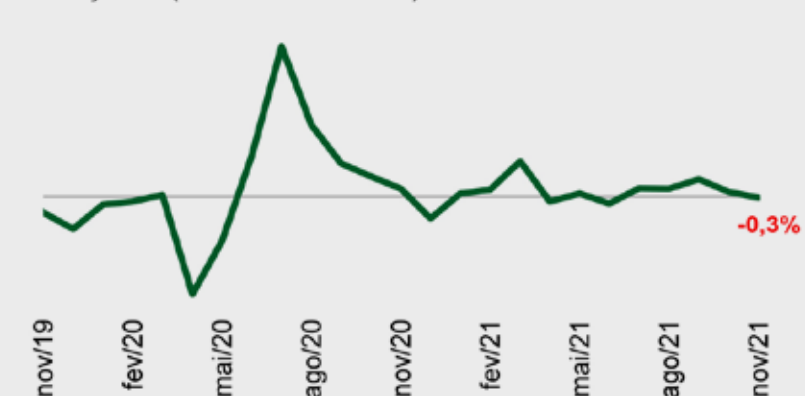
(Tabela 1) Índice do Mercado de Reposição¹

Discriminação	Variação percentual		
	Nov 21/ Out 21	Nov 21/ Nov 20	Acumulado do ano
Faturamento nominal (LL e LP) ²	-0,30%	11,77%	38,28%
IGP-M (set/21)	0,02%	17,89%	13,83%

(Gráfico 1) Faturamento do mercado de reposição
Em números-índices (jan/15=100)
Média móvel trimestral



(Gráfico 2) Faturamento Reposição
Variação % (mês x mês anterior)



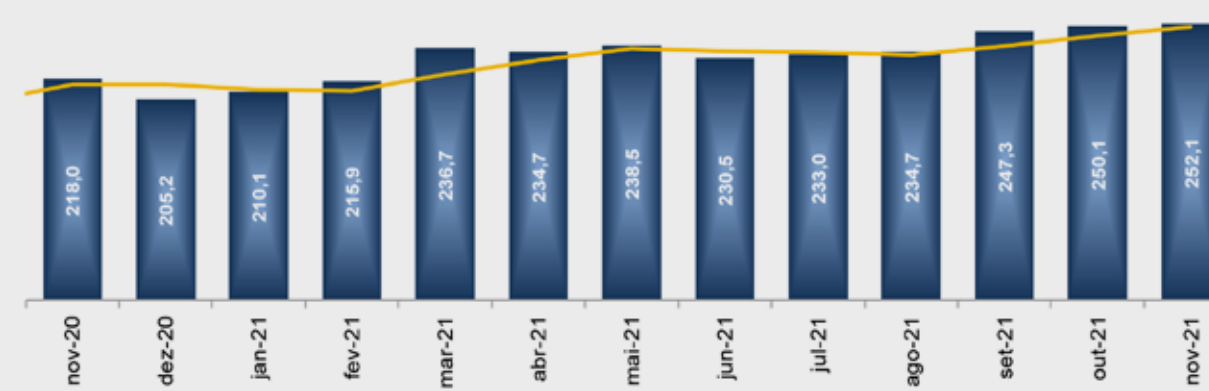
(Gráfico 3) Faturamento Reposição
Variação % (acumulado do ano x mesmo período do ano)



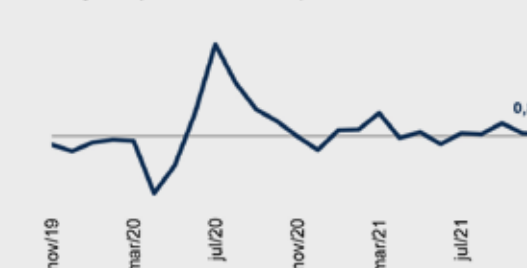
(Tabela 2) Índice do Segmento de Linha Leve¹

Discriminação	Variação percentual		
	Nov 21/ Out 21	Nov 21/ Nov 20	Acumulado do ano
Faturamento nominal Linha Leve ¹	0,78%	15,63%	46,79%

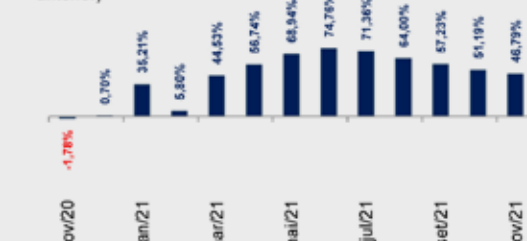
(Gráfico 4) Faturamento do segmento de linha leve
Em números-índices (mar/15=100)
Média móvel trimestral



(Gráfico 5) Faturamento Linha Leve
Variação % (mês x mês anterior)



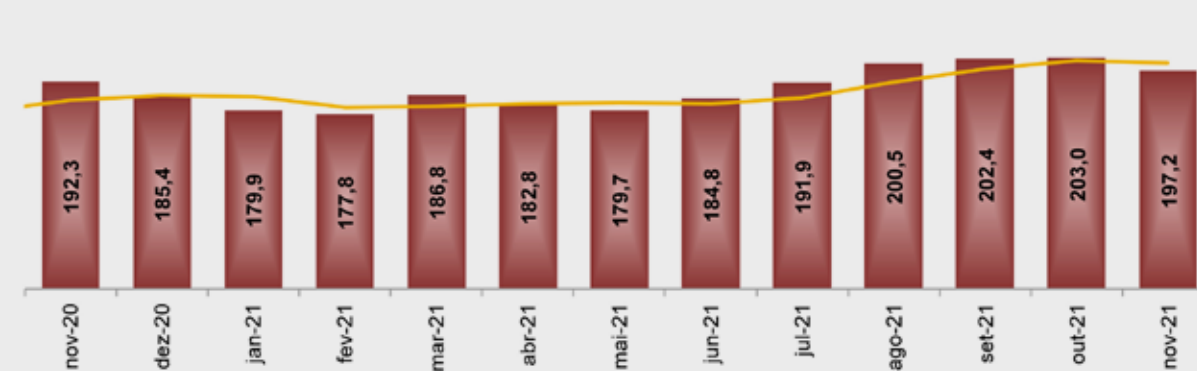
(Gráfico 6) Faturamento mensal Linha Leve
Variação % (acumulado do ano x mesmo período do ano anterior)



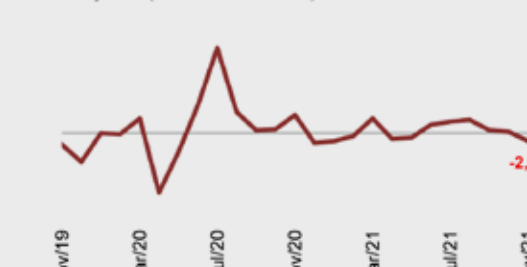
(Tabela 3) Índice do Segmento de Linha Pesada

Discriminação	Variação percentual		
	Nov 21/ Out 21	Nov 21/ Nov 20	Acumulado do ano
Faturamento nominal Linha Pesada ¹	-2,89%	2,52%	21,21%

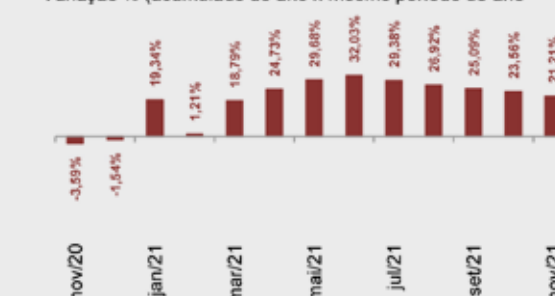
(Gráfico 7) Faturamento do segmento de linha pesada
Em números-índices (mar/15=100)
Média móvel trimestral



(Gráfico 8) Faturamento Linha Pesada
Variação % (mês x mês anterior)

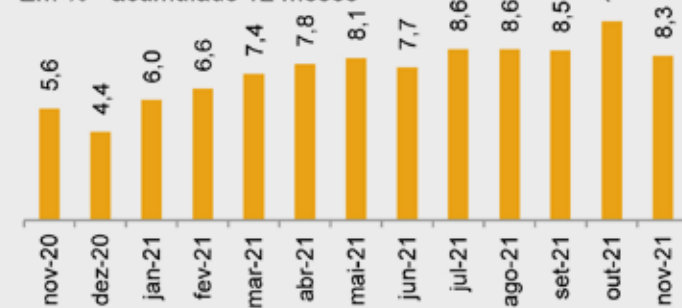


(Gráfico 9) Faturamento Linha Pesada
Variação % (acumulado do ano x mesmo período do ano anterior)



(Gráfico 10) IPCA – Acessórios e Peças

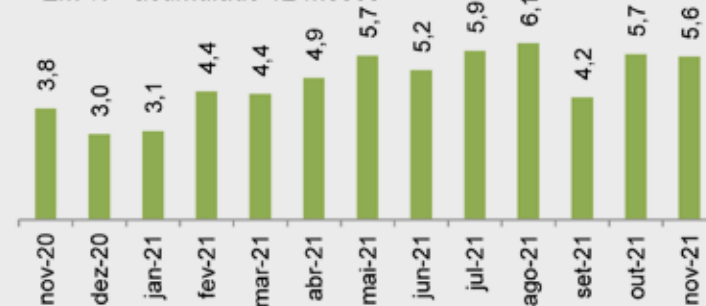
Em % - acumulado 12 meses



Fonte: IBGE. Elaboração do Sindipeças.

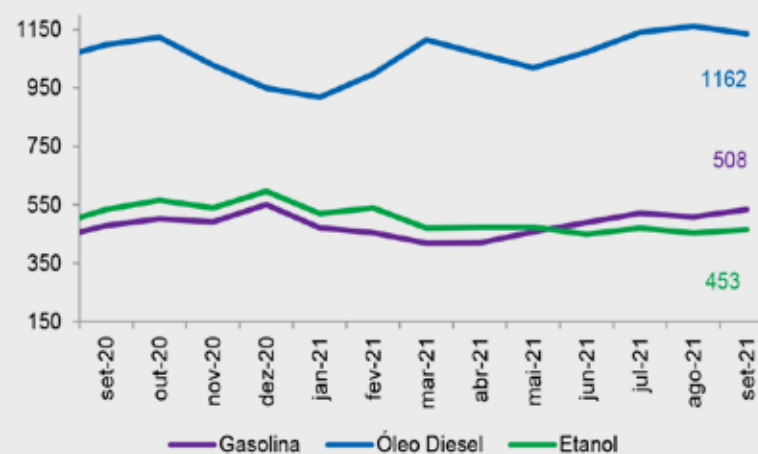
(Gráfico 11) IPCA – Conserto de Automóvel

Em % - acumulado 12 meses

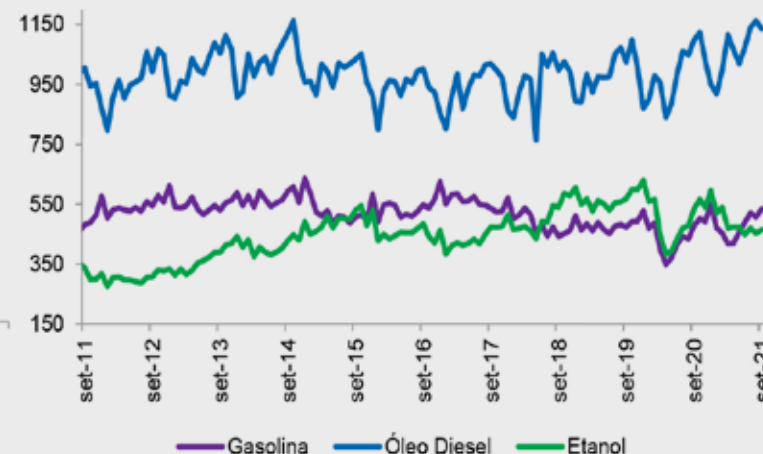


Consumo de combustíveis: diesel, etanol e gasolina

(Gráfico 12) Consumo de combustíveis
Em milhares de barris/dia

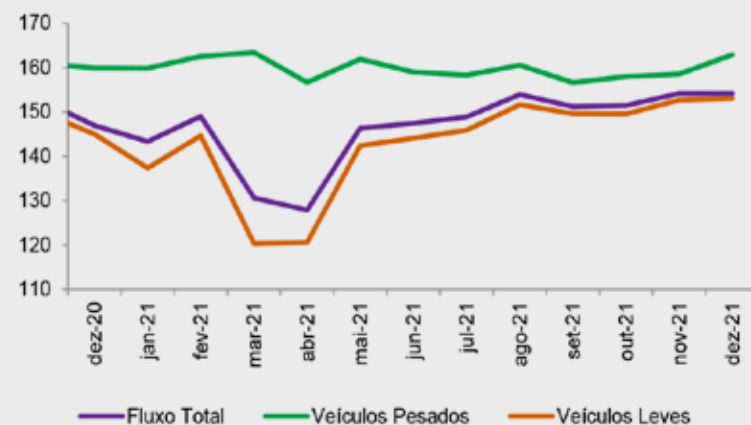


(Gráfico 13) Consumo de combustíveis
Em milhares de barris/dia

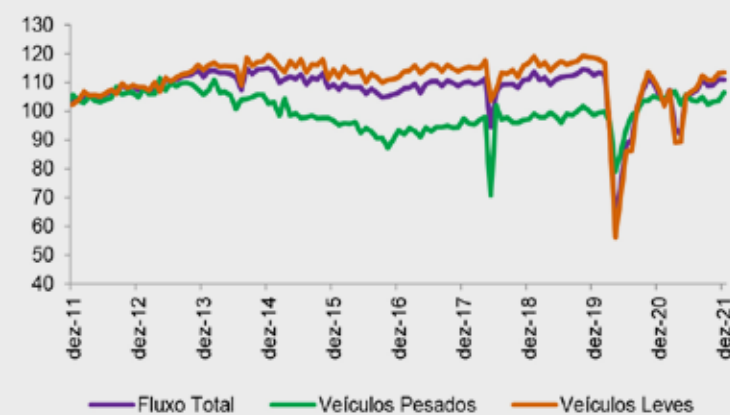


Fluxo nas rodovias pedagiadas

(Gráfico 14) Fluxo de veículos pedagiados - Mensal
Série Dessazonalizada - Número Índice: 1999 = 100



(Gráfico 15) Fluxo de veículos pedagiados - Mensal
Em números-índices (2011=100)



Bem-vindo ao laboratório de inteligência do Aftermarket Automotivo.

O After.Lab é o núcleo de pesquisa e inteligência de mercado do Grupo Novo Meio. A empresa - que há 25 anos lidera estudos de grande relevância no setor - passa a incorporar uma estrutura focada exclusivamente em pesquisas sob medida e consultoria de dados para indústrias, distribuidores, varejos físicos e oficinas.

Vamos fazer negócios mais inteligentes juntos?



DRiV anuncia novo Head of Sales and Marketing

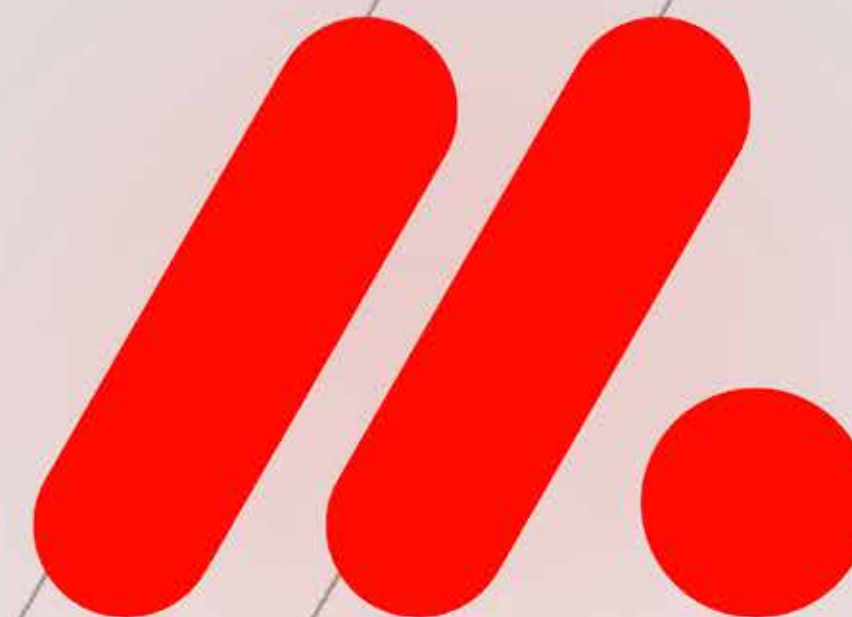
A Monroe Amortecedores e Monroe Axios, duas das principais marcas da DRiV, anunciam o novo Head of Sales and Marketing, Ivan Furuya. O executivo comandará as ações de comunicação e marketing, treinamentos, produtos e vendas da companhia e o fortalecimento das marcas no mercado nacional.

Entre suas atividades está o desafio de aumentar a participação das marcas no aftermarket brasileiro, fortalecer a presença em todo o Brasil e expandir ainda mais o portfólio da empresa. Além disso, está em sua missão a divulgação da Monroe Amortecedores como a pioneira na fabricação de amortecedores no mundo, das tecnologias utilizadas e a qualidade dos produtos da Monroe Axios. Ivan Furuya atua há mais de 20 anos no setor automotivo, há cerca de três anos na DRiV e traz em seu currículo experiência em empresas como Goodyear, Continental e SKF. O executivo é graduado em Administração de Empresas pela Unip - Universidade Paulista e em Gestão de Negócios pela Fundação Dom Cabral.

À reportagem do Novo Varejo, Furuya projeta as perspectivas para 2022: "A princípio vai ser um ano bem desafiador, temos algumas metas agressivas para este ano e há questões como as eleições presidenciais, que afetam economicamente o nosso país. Mas temos planejado diversas ações para fazer o offset desse momento turbulento que a gente deve enfrentar pela frente para tentar suprir e atingir os objetivos do ano".



Ivan Furuya tem a missão de aumentar a participação no mercado e fortalecer as marcas no aftermarket brasileiro



O MAIOR ACERVO DE INFORMAÇÃO DO SEGMENTO EMPRESARIAL DA REPARAÇÃO **ESTÁ DE VOLTA**

MAIS
AUTOMOTIVE

MAISAUTOMOTIVE.COM.BR



Produção de veículos cai 27,4% em um ano

Além de questões sazonais, vários fatores impediram uma melhor largada do setor automotivo em 2022

O primeiro mês do ano não trouxe bons indicadores para a indústria automobilística, mas o contexto ajuda a explicar essa largada com o freio de mão puxado. Historicamente, o primeiro bimestre tem as piores médias de vendas de veículos no ano, devido a paradas nas fábricas, feriados, férias escolares e um natural desaquecimento após a alta que geralmente ocorre em dezembro. Porém, este janeiro foi especialmente complicado para o setor automotivo, como mostra o balanço divulgado pela associação nacional dos fabricantes de veículos automotores (Anfavea).

A produção de 145,4 mil unidades foi 27,4% inferior à de janeiro de 2021. Como no ano passado, o mês foi mais curto na prática, com média de 17 dias úteis, se levadas em conta as férias coletivas prolongadas em boa parte das fábricas. A diferença neste ano foi uma mistura da já conhecida escassez de componentes eletrônicos com os impactos da variante ômicron sobre a força de trabalho. As associadas da Anfavea reportaram índices sem precedentes de absenteísmo, em razão de afastamentos de funcionários por covid-19 ou por suspeita de infecção.

As vendas internas também sofreram as consequências da falta de oferta e de problemas no varejo. No total, 126,5 mil autoveículos foram emplacados, um recuo de 26,1% sobre janeiro do ano anterior. Outros países afetados pela variante ômicron tiveram quedas parecidas com a nossa, próximas de 20%. "Foi um mês de recorde nas infecções por covid-19 no país e de chuvas acima da média para o período, o que afetou a produção dos fornecedores e dos fabricantes de veículos, e ainda afastou clientes das concessionárias", destacou o presidente da Anfavea, Luiz Carlos Moraes. "Afora isso, outro fator que afetou os números foi a bem-vinda entrada em vigor do novo sistema do registro nacional de veículos em estoque, o Renave, que desburocratizou e trouxe maior segurança ao processo digital de licenciamento. A curva de aprendizado de todos os agentes envolvidos nessa operação da secretaria nacional de trânsito (Senatran) atrasou alguns licenciamentos de carros vendidos em janeiro, mas a situação já está normalizada, refletindo em números melhores de emplacamentos neste início de fevereiro", acrescentou o dirigente.

Estoques e nível de emprego mantiveram patamares muito semelhantes aos de dezembro. O presidente da Anfavea afirmou que ainda aposta numa boa reação do mercado para este ano, apesar deste janeiro frustrante. "Os problemas causados pela ômicron deverão ser amenizados nos próximos dois meses, permitindo um quadro mais próximo da normalidade em todas as atividades. E, como destacamos na coletiva anterior, não teremos todos os semicondutores que precisamos este ano, mas o nível de escassez será menor que em 2021. Portanto, o único sinal de alerta é para a alta dos juros acima do que era esperado. Isso pode desaquecer o mercado, caso não haja contrapartidas que tragam algum alívio para o orçamento dos consumidores", concluiu Luiz Carlos Moraes.



Resultados de Janeiro de 2022
Results for January 2022 / Resultados de Enero de 2022



Autoveículos - Vehicles / Vehículo

Licenciamento Vehicle registration / Matriculación de vehículos		Exportação Export / Exportaciones		Produção Production / Producción	
Renavam/ Denatran	Unidades Units / Unidades	Unidades Units / Unidades	Unidades Units / Unidades	Unidades Units / Unidades	Unidades Units / Unidades
JAN 22 - JAN 22/ENE 22	126,5 mil Thousand/Mil	JAN 22 - JAN 22/ENE 22	27,6 mil Thousand/Mil	JAN 22 - JAN 22/ENE 22	145,4 mil Thousand/Mil
DEZ 21 - DEC 21/DIC 21	207,1 mil Thousand/Mil	DEZ 21 - DEC 21/DIC 21	41,6 mil Thousand/Mil	DEZ 21 - DEC 21/DIC 21	210,9 mil Thousand/Mil
JAN 22/DEZ 21 JAN 22/DEC 21 - ENE 22/DIC 21	-38,9%	JAN 22/DEZ 21 JAN 22/DEC 21 - ENE 22/DIC 21	-33,5%	JAN 22/DEZ 21 JAN 22/DEC 21 - ENE 22/DIC 21	-31,1%
JAN 21 - JAN 21/JAN 21	171,1 mil Thousand/Mil	JAN 21 - JAN 21/JAN 21	25,9 mil Thousand/Mil	JAN 21 - JAN 21/JAN 21	200,4 mil Thousand/Mil
JAN 22/JAN 21 JAN 22/JAN 21 - ENE 22/ENE 21	-26,1%	JAN 22/JAN 21 JAN 22/JAN 21 - ENE 22/ENE 21	6,6%	JAN 22/JAN 21 JAN 22/JAN 21 - ENE 22/ENE 21	-27,4%

Caminhões - Trucks / Camiones

Licenciamento Vehicle registration / Matriculación de vehículos		Exportação Export / Exportaciones		Produção Production / Producción	
Renavam/ Denatran	Unidades Units / Unidades	Unidades Units / Unidades	Unidades Units / Unidades	Unidades Units / Unidades	Unidades Units / Unidades
JAN 22 - JAN 22/ENE 22	8,7 mil Thousand/Mil	JAN 22 - JAN 22/ENE 22	1,2 mil Thousand/Mil	JAN 22 - JAN 22/ENE 22	9,5 mil Thousand/Mil
DEZ 21 - DEC 21/DIC 21	11,9 mil Thousand/Mil	DEZ 21 - DEC 21/DIC 21	1,9 mil Thousand/Mil	DEZ 21 - DEC 21/DIC 21	12,4 mil Thousand/Mil
JAN 22/DEZ 21 JAN 22/DEC 21 - ENE 22/DIC 21	-26,8%	JAN 22/DEZ 21 JAN 22/DEC 21 - ENE 22/DIC 21	-39,0%	JAN 22/DEZ 21 JAN 22/DEC 21 - ENE 22/DIC 21	-23,7%
JAN 21 - JAN 21/JAN 21	7,5 mil Thousand/Mil	JAN 21 - JAN 21/JAN 21	1,4 mil Thousand/Mil	JAN 21 - JAN 21/JAN 21	8,8 mil Thousand/Mil
JAN 22/JAN 21 JAN 22/JAN 21 - ENE 22/ENE 21	15,5%	JAN 22/JAN 21 JAN 22/JAN 21 - ENE 22/ENE 21	-13,8%	JAN 22/JAN 21 JAN 22/JAN 21 - ENE 22/ENE 21	7,5%

Licenciamento de autoveículos novos nacionais

New vehicle registration – locally-manufactured / Matriculación de vehículos nuevos - nacionales

Unidades Units / Unidades	2022			2021			Variações percentuais Percent variations / Variaciones porcentuales	
	JAN JAN/ENE A	DEZ DEC/DIC B	JAN JAN/ENE C	A/B	A/C			
Total / Total / Total	108.397	177.865	154.986	-39,1	-30,1			
Veículos leves / Light vehicles / Vehículos livianos	99.109	165.114	146.983	-40,0	-32,6			
Automóveis / Passenger cars / Automóviles	82.350	139.729	122.673	-41,1	-32,9			
Comerciais leves / Light commercials / Comerciales livianos	16.759	25.385	24.310	-34,0	-31,1			
Caminhões / Trucks / Camiones	8.249	11.577	6.974	-28,7	18,3			
Semileves / Semi-light / Semilivianos	103	111	71	-7,2	45,1			
Leves / Light / Livianos	827	1.172	717	-29,4	15,3			
Médios / Medium / Medianos	736	999	691	-26,3	6,5			
Semipesados / Semi-heavy / Semipesados	2.211	2.985	2.021	-25,9	9,4			
Pesados / Heavy / Pesados	4.372	6.310	3.474	-30,7	25,8			
Ônibus / Buses / Omnibus y Colectivos	1.039	1.174	1.029	-11,5	1,0			

Mil unidades Thousand units / Miles de unidades	JAN JAN/ENE	FEV FEB/FEB	MAR MAR/MAR	ABR APR/ABR	MAI MAY/MAY	JUN JUN/JUN	JUL JUL/JUL	AGO AUG/AGO	SET SEP/SET	OUT OCT/OCT	NOV NOV/NOV	DEZ DEC/DIC	ANO YEAR/AÑO
2019	175,9	176,7	186,2	205,8	219,8	200,5	218,5	216,9	210,0	228,2	218,7	233,1	2.490,2
2020	171,2	179,9	146,5	47,4	52,4	115,7	155,7	165,5	188,5	196,0	205,1	222,9	1.846,8
2021	155,0	153,7	172,0	158,0	169,2	158,1	151,0	149,5	133,2	140,4	148,3	177,9	1.866,1
2022	108,4												108,4

Fonte/Source/Fuente: Renavam/Denatran.

Licenciamento de autoveículos novos importados

New vehicle registration – imported / Matriculación de vehículos nuevos - importados

Unidades Units / Unidades	2022			2021			Variações percentuais Percent variations / Variaciones porcentuales	
	JAN JAN/ENE A	DEZ DEC/DIC B	JAN JAN/ENE C	A/B	A/C			
Total / Total / Total	18.121	29.188	16.160	-37,9	12,1			
Veículos leves / Light vehicles / Vehículos livianos	17.665	28.876	15.597	-38,8	13,3			
Automóveis / Passenger cars / Automóviles	9.888	16.433	8.131	-39,8	21,6			
Comerciais leves / Light commercials / Comerciales livianos	7.777	12.443	7.466	-37,5	4,2			
Caminhões / Trucks / Camiones	456	310	563	47,1	-19,0			
Semileves / Semi-light / Semilivianos	412	251	562	64,1	-26,7			
Leves / Light / Livianos	42	56	1	-25,0	4.100,0			
Médios / Medium / Medianos	1	2	0	-50,0	-			
Semipesados / Semi-heavy / Semipesados	1	0	0	-	-			
Pesados / Heavy / Pesados	0	1	0	0,0	-			
Ônibus / Buses / Omnibus y Colectivos	0	2	0	0,0	-			

Mil unidades Thousand units / Miles de unidades	JAN JAN/ENE	FEV FEB/FEB	MAR MAR/MAR	ABR APR/ABR	MAI MAY/MAY	JUN JUN/JUN	JUL JUL/JUL	AGO AUG/AGO	SET SEP/SET	OUT OCT/OCT	NOV NOV/NOV	DEZ DEC/DIC	ANO YEAR/AÑO
2019	23,9	21,9	23,0	26,2	25,6	22,7	25,1	26,1	24,8	25,2	23,6	29,5	297,7
2020	22,3	21,1	17,2	8,4	9,8	17,1	18,8	17,9	19,2	19,0	19,9	21,1	211,6
2021	16,2	13,7	17,4	17,1	19,4	24,4	24,5	23,3	21,9	22,0	24,7	29,2	253,8
2022	18,1												18,1

Fonte/Source/Fuente: Renavam/Denatran.

Vendas do setor de varejo cresceram 1,4% em 2021

No mês de dezembro, o desempenho do comércio apresentou recuo de -0,1% segundo pesquisa mensal do IBGE

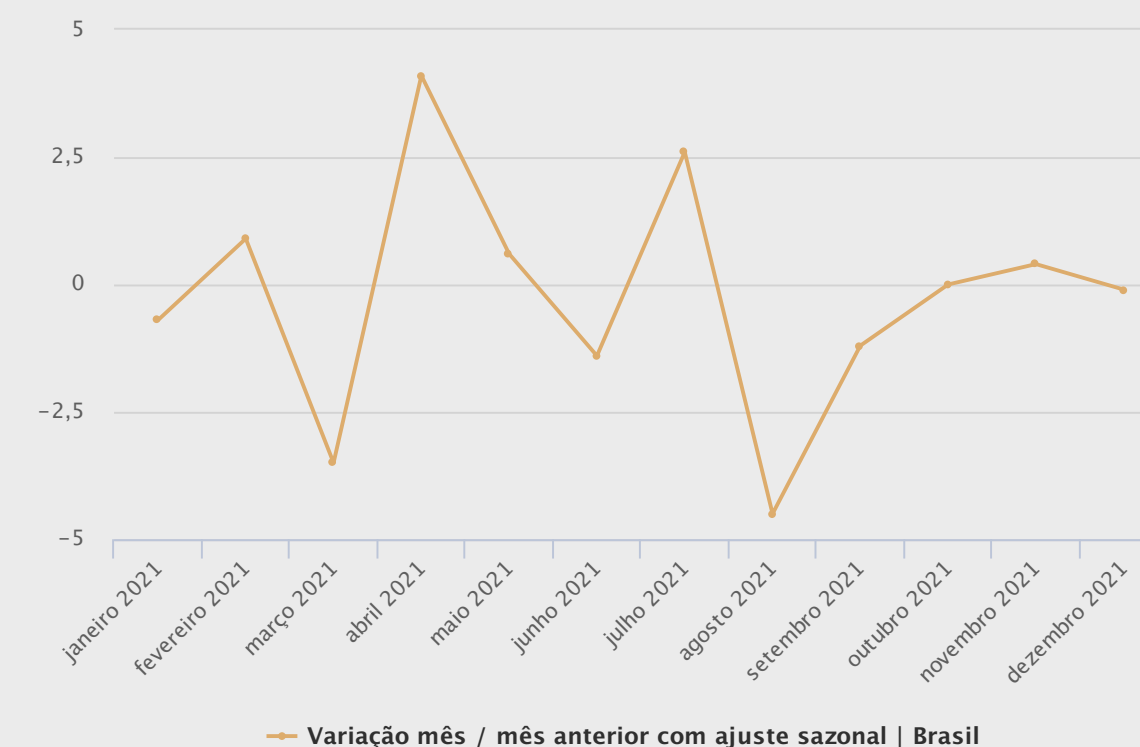
As vendas do comércio varejista registraram variação de -0,1% em dezembro, mas fecharam o ano de 2021 acumulando crescimento de 1,4% em relação a 2020. Assim, 2021 foi o quinto ano consecutivo de resultados positivos para o volume de vendas no varejo e o resultado foi bem próximo dos dois anos anteriores, que registraram alta de 1,2% (2020) e de 1,8% (2019). O último ano a acumular perdas em relação ao ano anterior foi 2016 (-6,2%).

Os dados são da Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), divulgada hoje (9) pelo IBGE. O comércio vinha registrando crescimento na primeira parte de 2021 (6,7%), mas teve uma sequência de quedas

no segundo semestre, que acabou sendo encerrado com recuo de 3,0%. O comportamento foi inverso ao ano de 2020, que teve queda no primeiro semestre (-3,2%) e alta no segundo (5,1%).

“Como o primeiro semestre de 2020 foi marcado pelo início da pandemia de Covid-19 no Brasil, com o fechamento do comércio durante vários meses em boa parte do país, a base de comparação para o primeiro semestre de 2021 era baixa e, portanto, o crescimento nesse período era esperado. Já a segunda metade de 2020 foi marcada pela retomada das atividades, enquanto que o mesmo período de 2021 não teve tanta força para o volume de vendas no varejo”, explica o gerente da pesquisa, Cristiano Santos.

Volume de vendas no comércio varejista (%)



Fonte: IBGE – Pesquisa Mensal de Comércio

Cinco setores fecharam o segundo semestre em queda: Móveis e eletrodomésticos (-19,4%), Livros, jornais, revistas e papelaria (-9,7%), Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação (-8,6%), Combustíveis e lubrificantes (-3,1%) e Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-2,6%). Desses, quatro fecharam o ano de 2021 com retração: Livros, jornais, revistas e papelaria (-16,9%), Móveis e eletrodomésticos (-7,0%), Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-2,6%) e Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação (-2,0%).

“A atividade de Móveis e Eletrodomésticos teve queda também na passagem de novembro para dezembro (-17,6%). A atividade registra sete meses consecutivos de resultados negativos na comparação interanual, tendo exercido o maior impacto (-1,8 ponto percentual) no total do varejo para o ano. A perda de 7,0% com relação ao ano de 2020, inverte a trajetória de alta (10,6%) registrada na passagem de 2019 para 2020 com relação a 2019”, ressalta.

Por outro lado, Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (4,3%), Tecidos, vestuário e calçados (3,8%) e Outros artigos de uso pessoal e doméstico (0,7%) tiveram resultados positivos na comparação com o segundo semestre de 2020. E essas atividades também encerraram o ano com resultados positivos (9,8%, 13,8% e 12,7%, respectivamente), assim como os Combustíveis e lubrificantes (0,3%).

“De modo geral, o volume de vendas no varejo se aproxima do patamar pré-pandemia. Sendo que alguns setores já se encontram bem acima, como é o caso dos Artigos Farmacêuticos, que já cresce há cinco anos. Por outro lado, as atividades de Livros, jornais, revistas e papelaria e



Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

de Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação ainda se encontram bem abaixo”, sinaliza Cristiano Santos.

Já o varejo ampliado, que inclui Veículos, motos, partes e peças e Material de construção, encerrou 2021 com crescimento acumulado de 4,5%, invertendo a perda de 1,4% registrada em 2020. Na passagem de novembro para dezembro de 2021, na série com ajuste sazonal, a o volume de vendas no varejo ampliado registrou variação de 0,3%.

“A inflação continua exercendo impacto nos indicadores, uma vez que a variação de receita nominal de vendas do varejo é positiva em 0,3%, na passagem de novembro para dezembro”, conclui Santos.

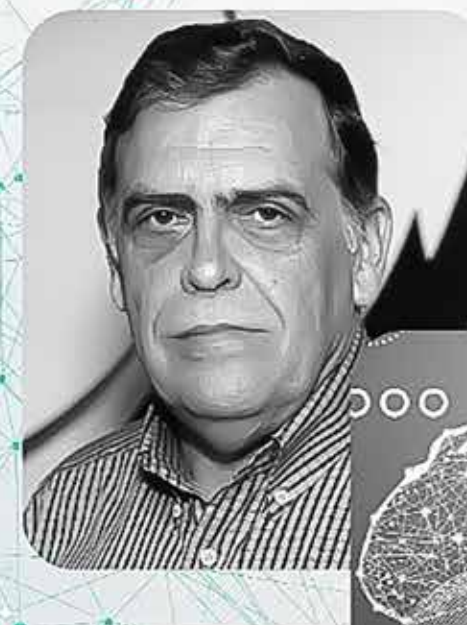
Vendas caíram em 21 unidades da Federação na comparação anual

Na passagem de novembro para dezembro de 2021, a taxa média nacional de vendas do comércio varejista de -0,1% foi acompanhada de um predomínio de resultados negativos em 19 das 27 unidades da Federação, com destaque para: Mato Grosso (-4,7%), Acre (-4,5%) e Rondônia (-4,3%).

Por outro lado, no campo positivo, figuram 8 unidades, com destaque para: Tocantins (1,3%), Santa Catarina (0,8%) e Espírito Santo (0,6%). Frente a dezembro de 2020, a variação foi de -2,9%, com predomínio de resultados negativos em 21 unidades da Federação, com destaque para: Bahia (-12,9%), Pernambuco (-11,4%) e Sergipe (-11,1%). Por outro lado, pressionando positivamente, figuram: Mato Grosso do Sul (4,1%), Rio Grande do Sul (3,8%) e Espírito Santo (3,8%).

O LEGADO

DE PEDRO MOLINA CONTINUA



Pedro Molina construiu umas das mais notáveis trajetórias no **Aftermarket Automotivo brasileiro**. Seu exemplo de dedicação e generosidade motivou a família na criação do **Instituto Pedro Molina** para incentivar novas pesquisas e, sobretudo, levar conforto e apoio a pessoas acometidas por doenças neuromusculares. Uma iniciativa que representa o espírito coletivo e solidário.

CONHEÇA MAIS EM INSTITUTOPEDROMOLINA.ORG.BR



INSTITUTO PEDRO MOLINA
SIGUAM LIFE

Semana de 24 a 28 de janeiro

É hora de conhecer os resultados das pesquisas **MAPA** - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e **ONDA** - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços da semana de 24 a 28 de janeiro, pesquisas realizadas pelo After.Lab, empresa de inteligência de mercado com foco no aftermarket automotivo.

MAPA

A movimentação nas vendas dos varejos de autopeças manteve a longa trajetória de queda. A média nacional ponderada da semana em análise ficou em -5,78%.

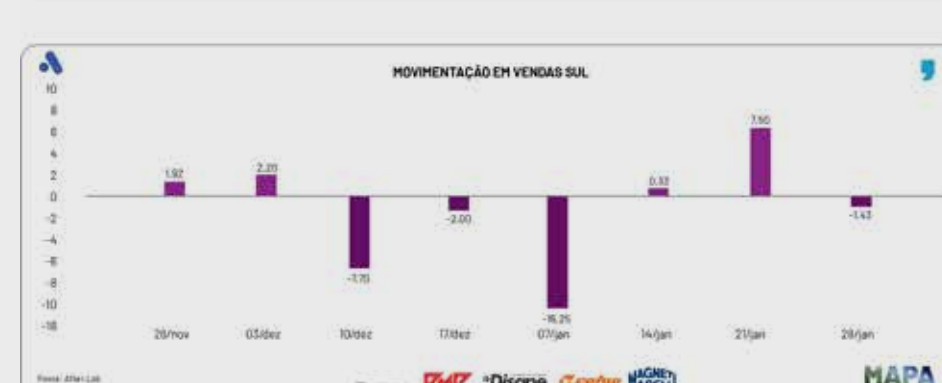
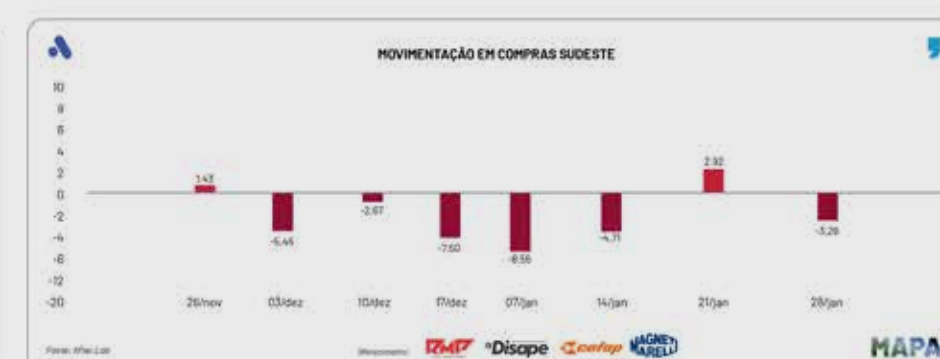
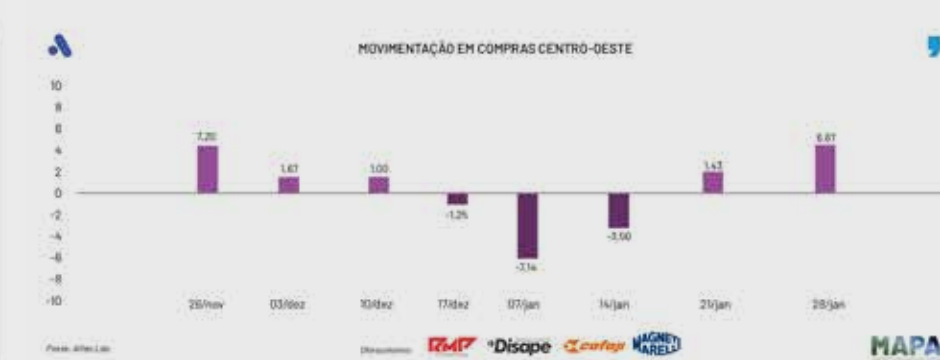
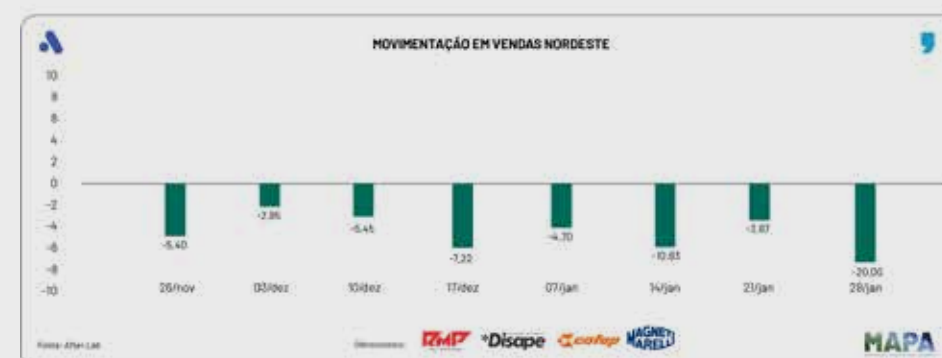
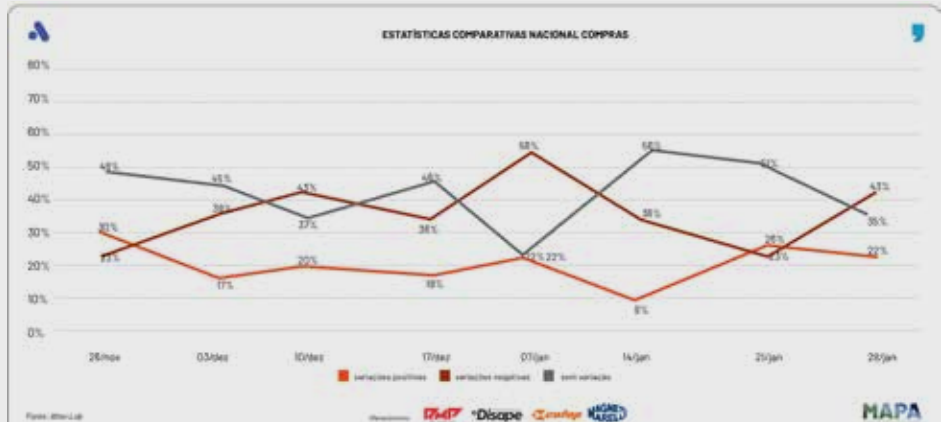
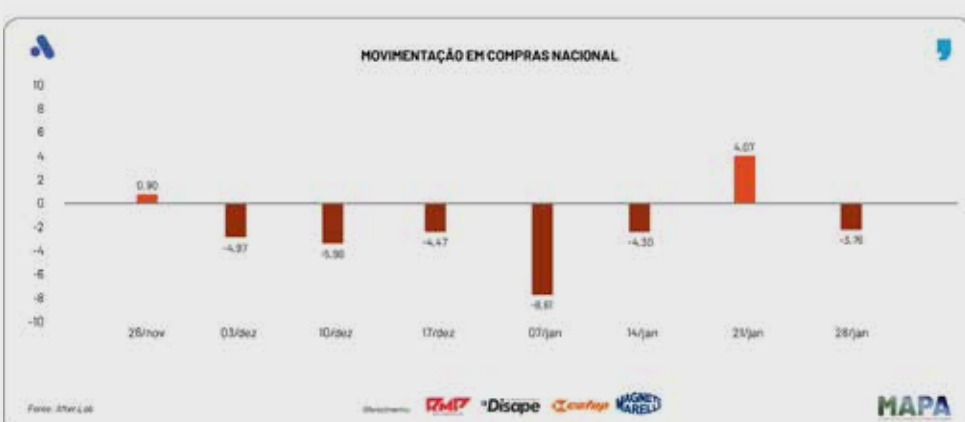
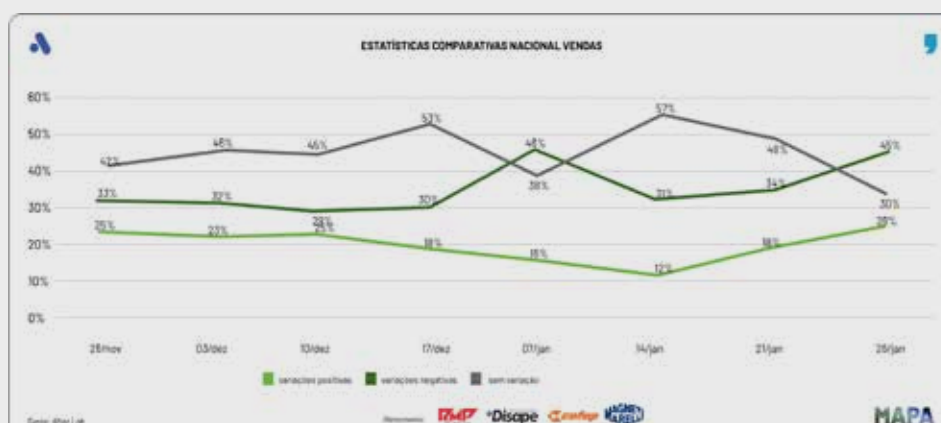
As cinco regiões do Brasil apresentaram os seguintes resultados: -16,67% no Norte; -20% no Nordeste, o pior resultado do período; 1,67% no Centro Oeste; -4,75% no Sudeste; e -1,43% no Sul.

Os gráficos de estatísticas comparativas de vendas mostram a movimentação das lojas permaneceu igual para 30% dos entrevistados; para 26%, as vendas cresceram. E 45% dos varejistas ouvidos pelos profissionais do After.Lab relataram queda nas vendas em comparação à semana anterior.

A pesquisa MAPA também apurou queda nas compras realizadas pelas lojas de autopeças, revertendo a alta da semana anterior. A média nacional ponderada foi de -3,76%.

A reposição dos estoques pelo Brasil ficou assim: - 20% no Norte; -10% no Nordeste; 6,67% no Centro Oeste; 3,26% no Sudeste; e -0,13% no Sul.

No comportamento de compras, os varejos que compraram menos esta semana representaram 43% dos entrevistados; 35% mantiveram o mesmo volume e 22% compraram mais no período.



ONDA

Passemos agora aos indicadores apurados pelo ONDA, aqueles que medem as variações em abastecimento e preços das autopeças nos varejos de todo o Brasil.

A média nacional ponderada de abastecimento ficou em -14,22%.

Os gráficos comparativos nas cinco regiões do Brasil seguem a mesma movimentação: -16,67% no Norte; -13,33% no Nordeste; -6,4% no Centro Oeste; -15,9% no Sudeste; e -13,89% no Sul.

Os itens em geral responderam por 38,8% da falta de produtos, seguidos por velas de ignição, com 10,2%; e componentes elétricos, com 8,2%.

Enquanto o abastecimento cai, os preços sobem. Como de costume, a percepção do varejo foi de viés de alta, desta vez na

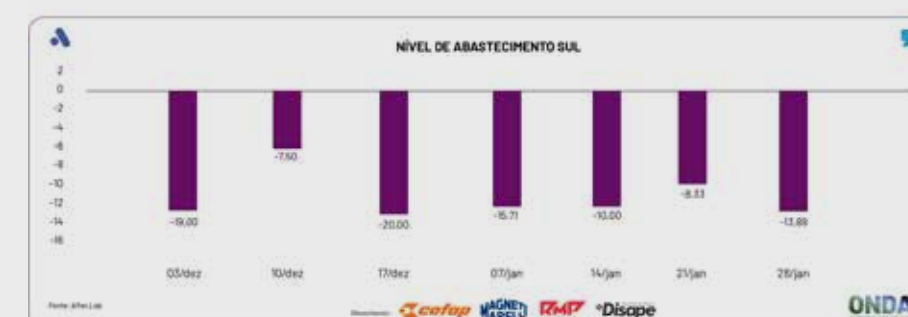
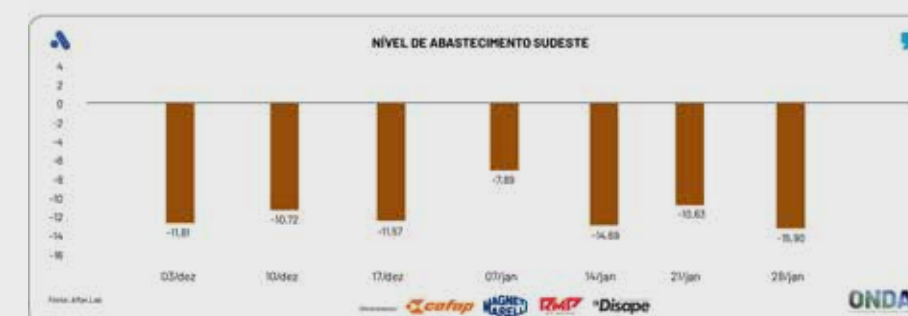
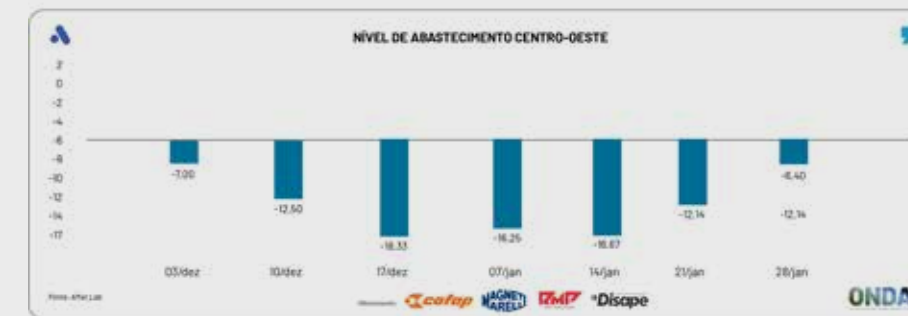
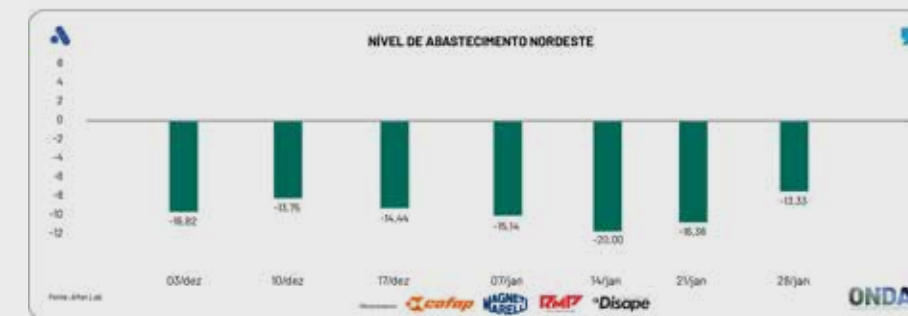
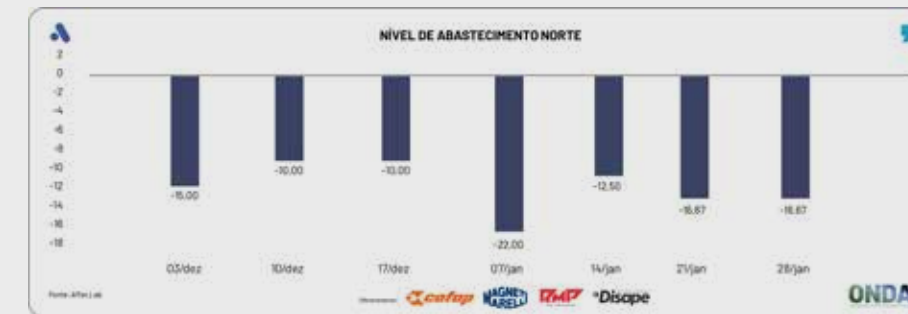
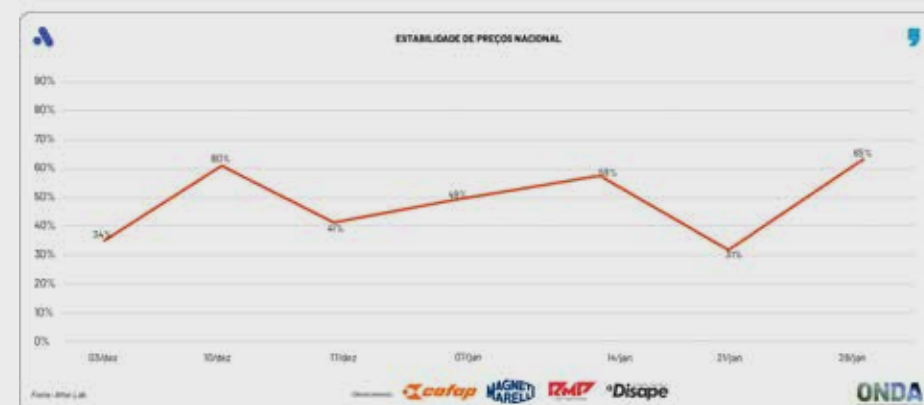
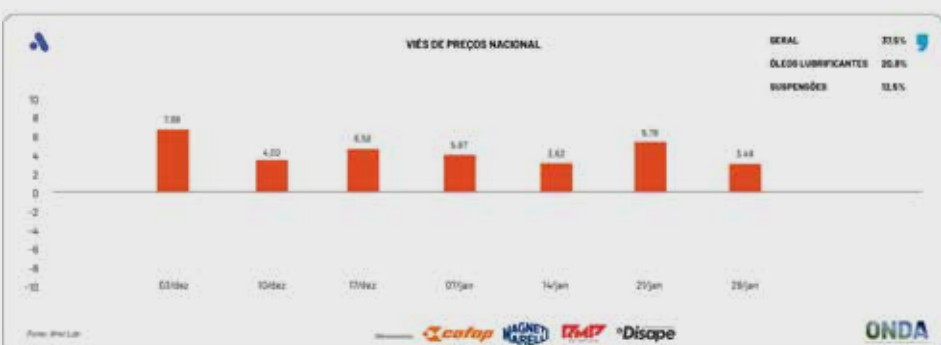
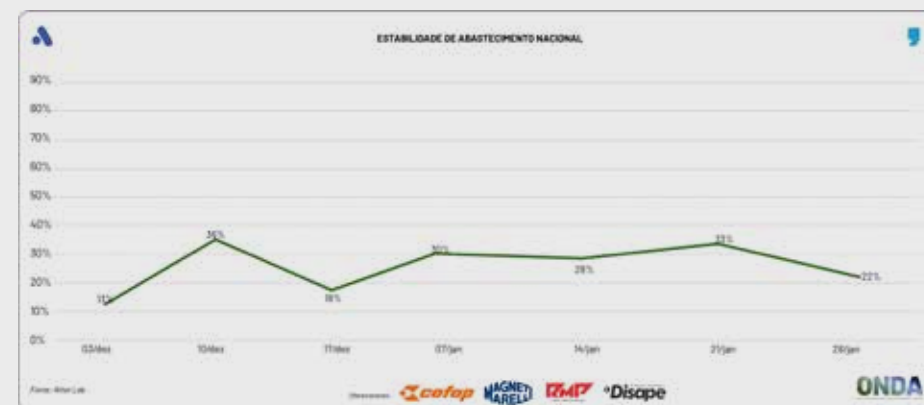
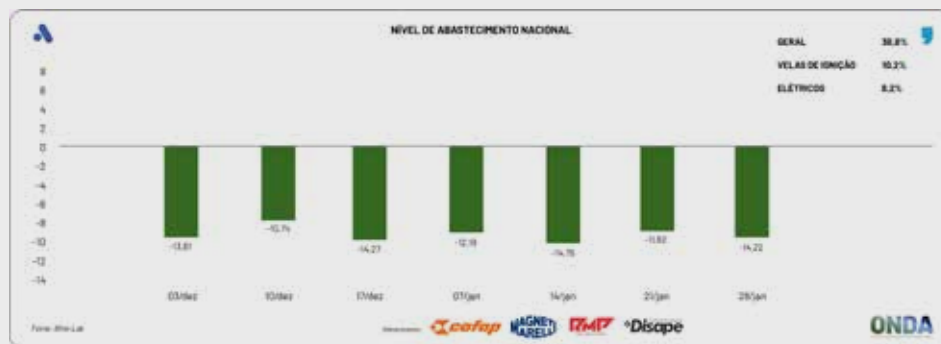
casa dos 3,48% na média nacional ponderada.

Varejistas de todas as regiões do país, mais uma vez relataram percepção de alta nos preços: 2,5% no Norte; 6,67% no Nordeste; 1,71% no Centro-Oeste; 3,84% no Sudeste; e 0,89% no Sul.

Os itens em geral lideraram o ranking da alta de preços, com 37,5% das citações, seguidos por óleos lubrificantes, com 20,8%; e componentes para suspensão, com 12,5%.

A estabilidade no abastecimento caiu de 33% para 22%. Em relação aos preços, os profissionais do After.Lab apuraram que a estabilidade se manteve para 65% dos varejistas entrevistados.

Continue acompanhando semanalmente o desempenho do varejo de autopeças pelos canais digitais do Novo Varejo.



Semana de 31 de janeiro a 4 de fevereiro

Estes são os resultados das pesquisas **MAPA** - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e **ONDA** - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços relativos ao período de 31 de janeiro a 4 de fevereiro. Os estudos são realizados pelo After.Lab, empresa de pesquisas e inteligência de mercado do grupo Novo Meio, e divulgados semanalmente nas plataformas digitais do Novo Varejo.

MAPA

As vendas do varejo brasileiro de autopeças voltaram a apresentar desempenho negativo. A média nacional ponderada no período ficou em -6,37%.

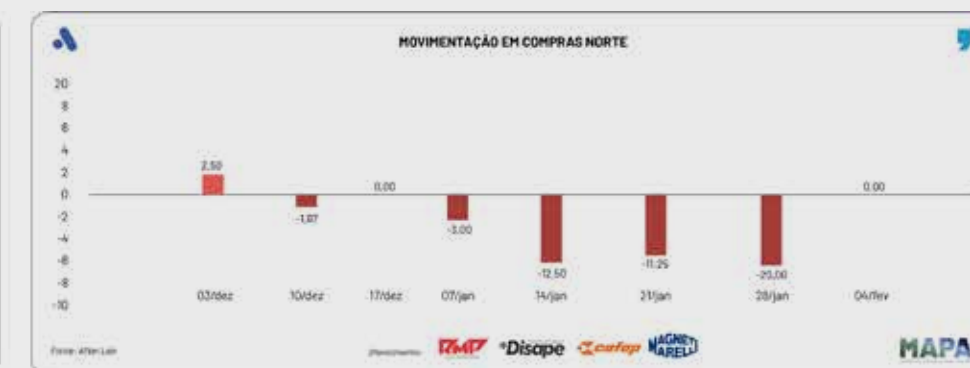
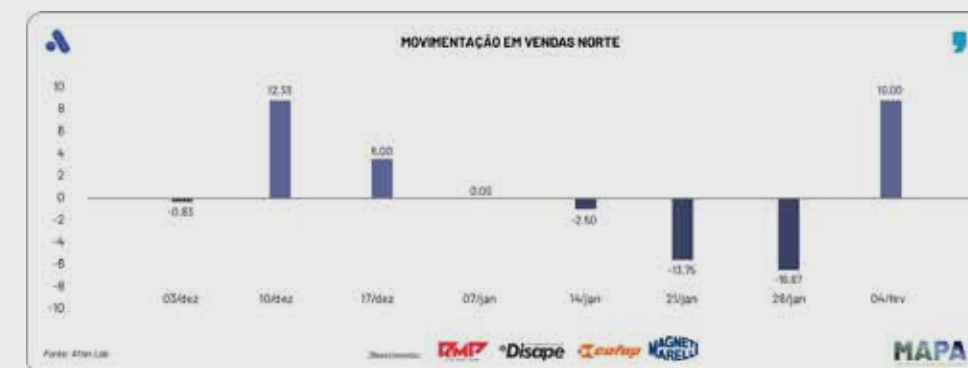
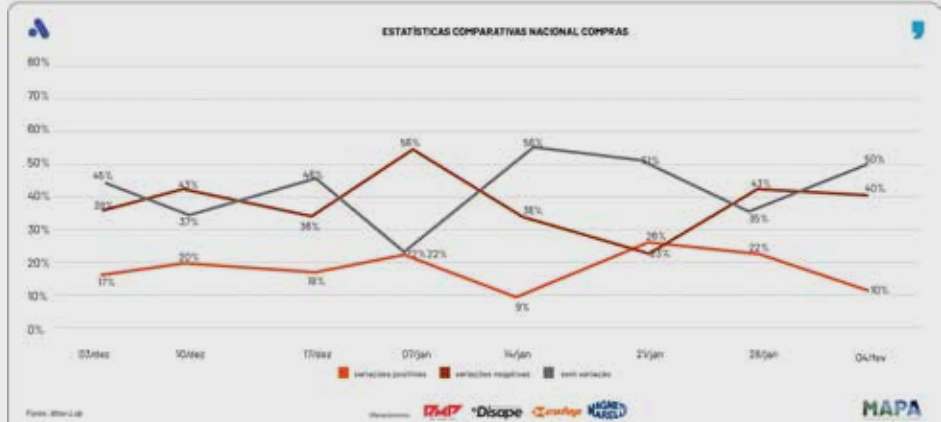
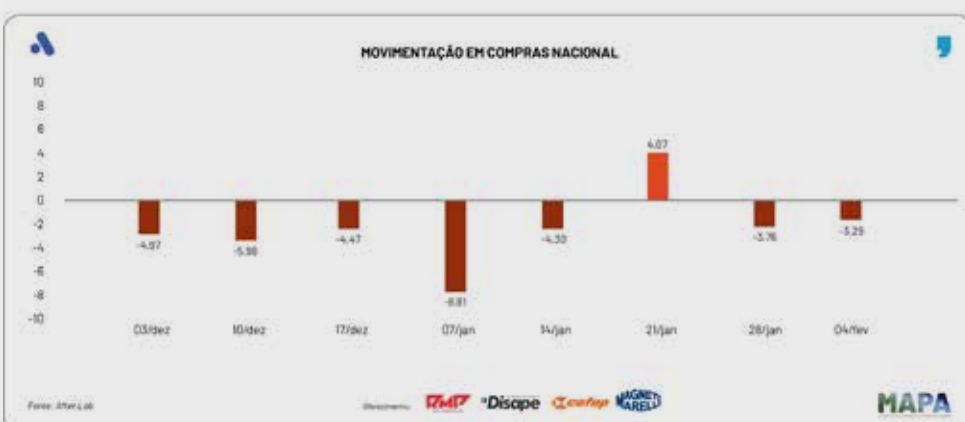
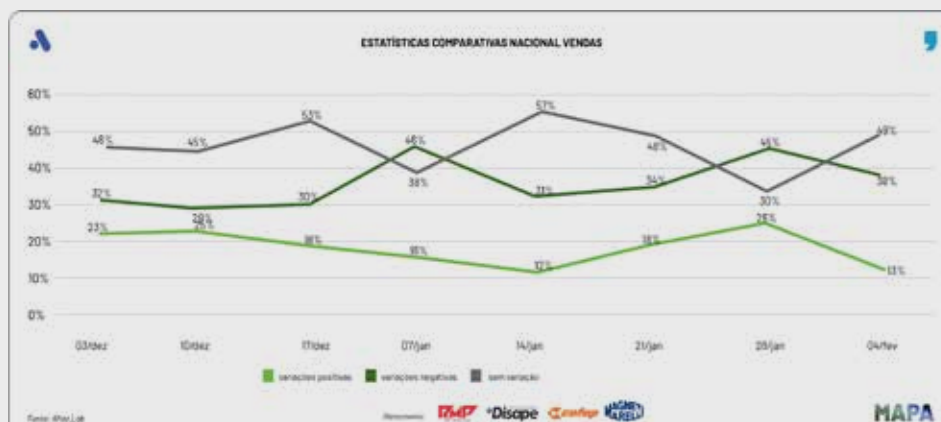
Na apuração regional das vendas, índices de 10% no Norte; -2,94% no Nordeste; -3,75% no Centro Oeste; -8,06% no Sudeste; e -10,83% no Sul.

Os gráficos de estatísticas comparativas mostram que a estabilidade nas vendas subiu 19 pontos percentuais, passando de 30% para 49% dos varejos entrevistados. Os varejistas que venderam mais caíram de 26% para 13% e os que venderam menos passaram de 45% para 38%.

As compras do varejo acompanharam o movimento de vendas e fecharam a semana com desempenho negativo. A média nacional ponderada no período foi de -3,29%.

Na divisão regional, os índices de compras no período foram: variação zero no Norte; -14% no Nordeste; -1,67% no Centro Oeste; 1,56% no Sudeste; e -7,5% no Sul.

No comportamento de compras, a estabilidade subiu de 35% para 50%. As variações positivas passaram de 22% para 10% ao passo que as negativas caíram de 43% para 40% dos entrevistados.



ONDA

Mais uma vez, nenhuma alteração nas tendências de abastecimento e preços na semana. A ruptura no abastecimento de autopeças permanece desde o início da realização da pesquisa ONDA. A média nacional ponderada nesta semana ficou em -12,37%.

Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do Brasil mostram queda, com -12,5% no Norte; -12,69% no Nordeste; -13,75% no Centro-Oeste; -10,63% no Sudeste; e -15,71% no Sul.

Os itens em geral responderam por 37,3% do desabastecimento, seguidos por velas de ignição, com 11,8%, e correias, com 9,8%.

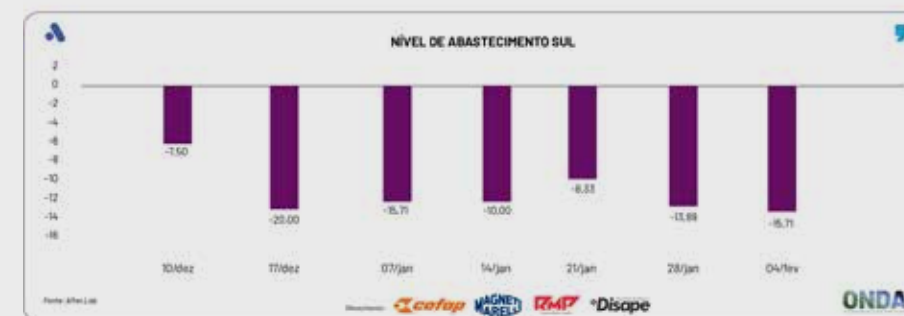
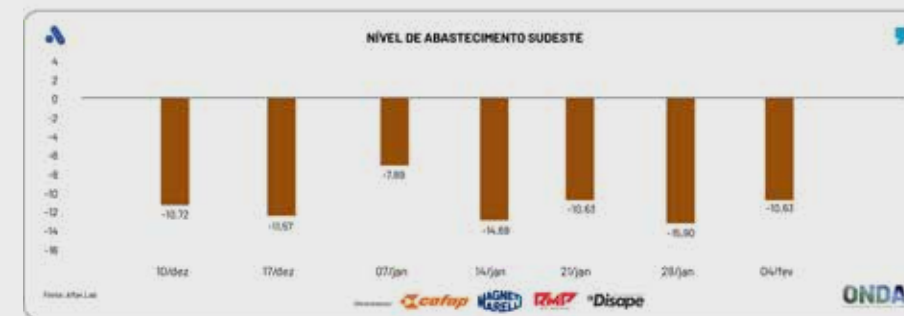
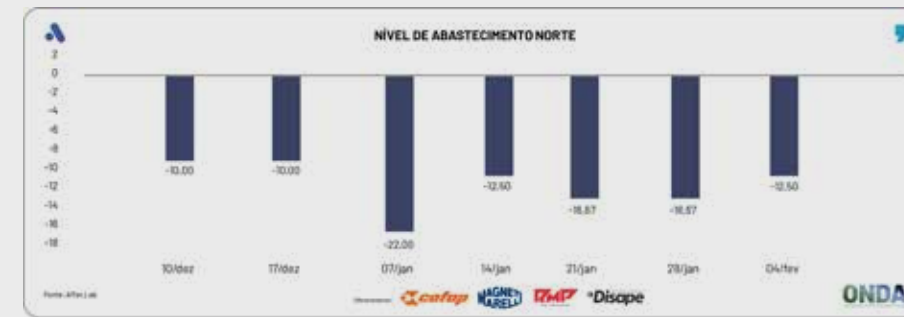
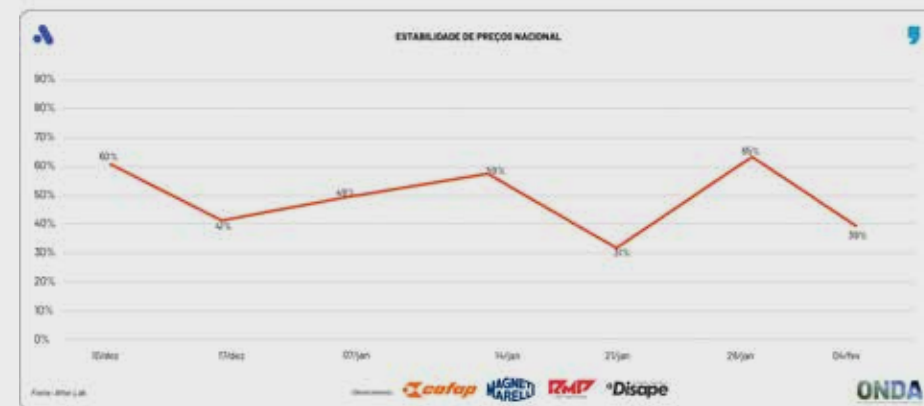
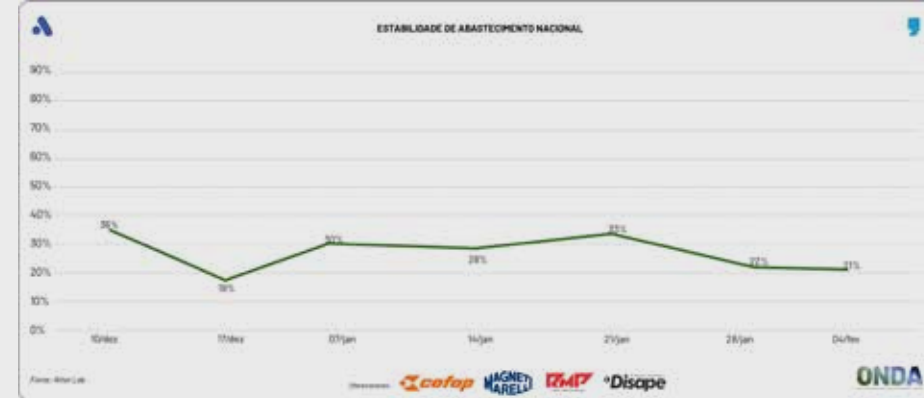
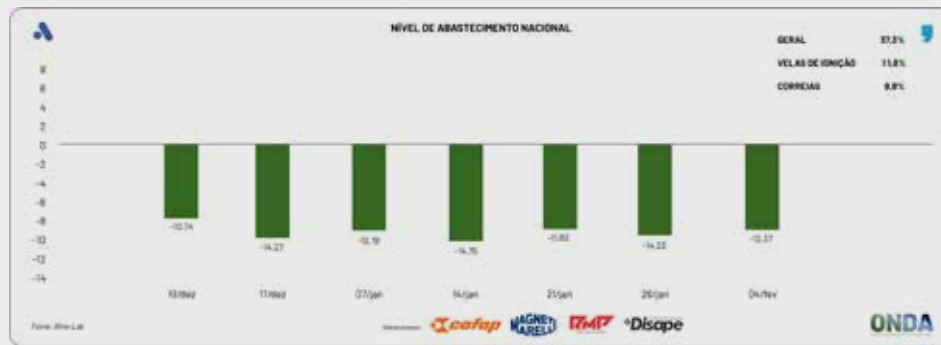
A trajetória de preços continua a sustentar o longo histórico de inflação. O viés nacional apurado no período mostra média nacional

ponderada de 6,37% na percepção dos varejistas entrevistados.

A percepção de alta nos preços por parte dos varejistas mais uma vez se deu nas cinco regiões do Brasil: 6,5% no Norte; 6,53% no Nordeste; 9,5% no Centro-Oeste; 7,61% no Sudeste; e 1,67% no Sul. Os itens em geral responderam por 40% das percepções de alta nos preços, seguidos por óleos lubrificantes, com 14,3%, e freios, com 11,4%.

A estabilidade no abastecimento caiu de 22% para 21%. Em relação aos preços, a curva de estabilidade caiu de 65% para 39% no período.

Os resultados atualizados das pesquisas MAPA e ONDA são divulgados semanalmente pelos canais digitais do Novo Varejo. Acompanhe.



x x x x
 x x x x
 x x x x
 x x x x
 x x x x
 x x x x
 x x x x
 x x x x
 x x x x
 x x x x

A REVOLUÇÃO DA NOVO MEIO

Uma timeline de todas as inovações que a Novo Meio apresentou ao longo do ano de 2020

Novo Meio Podcasts X
 Abril

Uma **ampla família** de podcasts com conteúdo exclusivo e inovador



NVFD Quinzenal X
 Setembro

A **versão online** da mais consistente publicação do mercado, agora com **periodicidade quinzenal**

Aftermarket Automotivo X
 Maio



Nova plataforma de comunicação da Novo Meio que contempla os interesses de informação dos gestores de **todo o trade de negócios do setor.**

Novo Meio Play X
 Setembro

A divisão de **produção de conteúdo audiovisual** da Novo Meio



A.TV X
 Maio



O ambiente de **conteúdo audiovisual** do Aftermarket Automotivo



Mais Automotivo X
 Novembro

A volta da Mais Automotiva. Um conteúdo exclusivo, focado no **aprimoramento e na gestão das oficinas** e dos centros automotivos de todo o país.



Divisão de **pesquisas** que agora assina este Maiores e Melhores e inaugurou os estudos semanais de movimentação de mercado MAPA e ONDA

MAPA e ONDA X
 Maio



Novo Varejo Impresso X
 2021

A principal publicação impressa do Aftermarket Automotivo de volta aos varejos de autopeças em todo o Brasil com o melhor conteúdo do mercado



2MC

30 ANOS

DESDE 1991

A INOVAÇÃO E A CONSAGRAÇÃO DE UM SISTEMA DE COMERCIALIZAÇÃO E
REPARAÇÃO DO SISTEMA DE FREIOS AUTOMOTIVO

UMA HISTÓRIA QUE INAUGUROU UM SEGMENTO PARA FACILITAR A
ARMAZENAGEM E A SUBSTITUIÇÃO DOS COMPONENTES QUE ATUAM
AGRUPADOS NO SISTEMA DE FREIOS DE VEÍCULOS LEVES E PESADOS

UMA REVOLUÇÃO QUE COMEÇOU HÁ TRÊS DÉCADAS E SEMPRE SE RENOVA PARA
FACILITAR A VIDA DE EMPRESÁRIOS E PROFISSIONAIS DOS DIFERENTES
SEGMENTOS DA CADEIA DE MANUTENÇÃO AUTOMOTIVA

2MC. INOVAÇÃO PARA SEMPRE

2MC.COM.BR



2MC