



**novovarejo**  
automotivo



# Startups aceleram reciclagem no setor automotivo

Novas empresas de tecnologia adotam logística reversa e contribuem para guinada rumo a uma economia mais sustentável

**PENSOU EM PORTFÓLIO COMPLETO.  
PENSOU PELLEGRINO.**





# COM A COBRA, SEU NEGÓCIO NÃO PARA!

[www.cobrarolamentos.com.br](http://www.cobrarolamentos.com.br) | [sac@cobrarolamentos.com.br](mailto: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.





## Agora o varejo somos nós. Bem-vindo ao Novo Varejo

Se você está dedicando seu tempo valioso à leitura deste editorial é porque provavelmente é também um leitor do Novo Varejo. Há quase 30 anos nossa publicação trabalha para oferecer informações abrangentes sobre mercado, gestão, tendências e, sobretudo, inovação. Porque a inovação se transformou na maior demanda dos empresários varejistas, não apenas de autopeças, mas em todos os segmentos deste importantíssimo setor econômico. Então, se você busca inovação, já sabe que sempre vai encontrar em nossas páginas digitais e impressas.

É por isso que anualmente nos dedicamos a apurar e interpretar as principais tendências apresentadas em eventos como, por exemplo, o NRF (National Retail Federation) Retail's Big Show & EXPO, maior encontro de varejo do mundo, realizado sempre no mês de janeiro em Nova York; e o Fórum LIDE de Varejo, que reúne os principais especialistas do setor no Brasil no Guarujá, em São Paulo – reportagens sobre ambos foram publicadas, respectivamente, nas edições 350 e 356.

Agora, com a volta dos eventos presenciais, visitamos também a AUTOCOM 2022, feira e congresso de tecnologia e automação para o comércio. Lá os varejistas igualmente puderam conhecer inovações para as lojas em áreas como meios de pagamento, multicanalidade, hardware e software, entre muitas outras – mais detalhes você vai encontrar na cobertura publicada nesta edição. Mas, sabe o que estes três grandes eventos destacaram em comum nas edições de 2022? Eu conto: agora, dois anos e meio após o início da crise global provocada pela pandemia da covid-19 e com o retorno à vida normal encaminhado, é hora de consolidar o varejo que emergiu deste momento tão disruptivo para a humanidade. Um varejo nascido da aceleração digital e absolutamente multicanal. E sabe que nome este varejo ganhou dos especialistas na NRF Retail's Big Show & EXPO, no Fórum LIDE e agora, em abril, na AUTOCOM? Eu também conto – e desta vez com certa dose de orgulho: NOVO VAREJO!

Pois é, a partir de agora o varejo vai se dividir em dois: aquele que conhecemos ao longo das décadas e vem se tornando obsoleto e aquele que entendeu a necessidade de reinvenção a partir da tecnologia e entrou de cabeça nas práticas mais evoluídas de inovação em todas as disciplinas da empresa – o Novo Varejo. Pode comemorar com a gente. Tudo aquilo que você está acostumado a ler há quase 30 anos foi inserido globalmente à pauta do setor como um todo.

As tendências e conceitos que você conheceu primeiro aqui no Novo Varejo se transformaram no próprio varejo. Lá fora isso se chama New Retail. Mas você, com a intimidade que tem com a gente, pode usar o bom Português para se referir ao varejo que veio para ficar pelo nome que ele – e nós já sabíamos disso – merece: o Novo Varejo!

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 - #357 15 de Abril 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)

# PENSOU EM PORTFÓLIO COMPLETO. PENSOU PELLEGRINO.

Um portfólio diversificado, com as melhores marcas para as linhas leve, pesada, motos e acessórios.

Esse é o segredo que faz da Pellegrino uma das principais distribuidoras do Brasil.

São 29 filiais instaladas nos principais polos comerciais do país, para garantir mais eficiência no atendimento e qualidade na entrega.

Use sua câmera para acessar o portfólio online



**Não pense duas vezes!  
Pensou em bons negócios,  
PENSOU PELLEGRINO.**



**Faça já o seu pedido!  
Compre Online.**



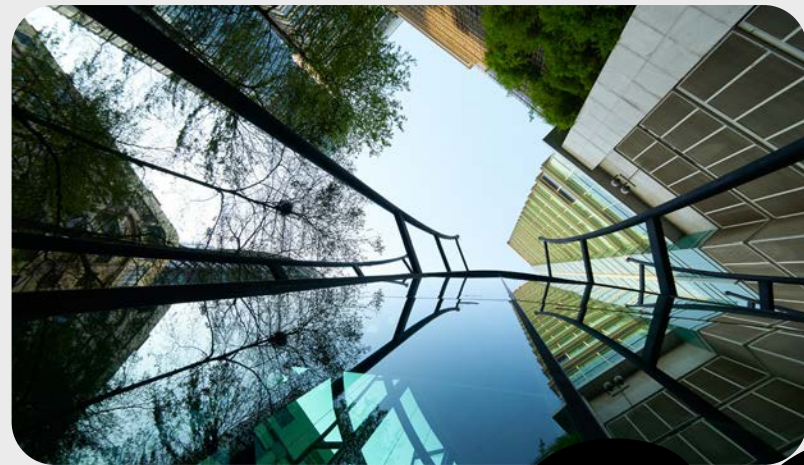
**Entre em contato com a filial mais próxima de você.**



f i in  
pellegrino.com.br

**Pellegrino** 80 anos





Na esteira do Renovar, o novo programa de renovação de frota brasileiro, investigamos a força das startups para viabilizar a reciclagem e a logística reversa de veículos e peças.

36

10 Presidente do Sincopeças-SP, Heber Carvalho analisa os temas mais importantes da atualidade para o varejo, como desabastecimento de peças e avanço da inflação no segmento.

18 Marcelo Gabriel, head do After.Lab, comenta os resultados do comparativo de desempenho do varejo de autopeças nos meses de março de 2021 versus março de 2022. É o VIES.

Governo atende apelo das montadoras e lança programa de renovação de frota para veículos pesados. Sindirepa Brasil questiona retorno das peças usadas ao mercado e desprezo à inspeção veicular.

32

Os eventos presenciais estão de volta. Nossa reportagem visitou a AUTOCOM, feira de automação comercial para o comércio e lá encontrou o Novo Varejo.



24

## Varejo de autopeças vai ao Sebrae em busca de desenvolvimento

*Edição 257 do Novo Varejo mostrou a importância de atividades como avaliações, consultorias e treinamentos*

O empresariado brasileiro já se acostumou a conviver com ambientes de perspectivas nebulosas e diferentes tipos de crises. Com isso, muitos players responsáveis por fazer a economia girar acabam adotando posturas cautelosas e reduzindo investimentos.

Ao mesmo tempo em que a crise faz estragos, abre oportunidades para que empresas organizadas ganhem espaço e ofereçam soluções inovadoras aos clientes. Mas onde buscar essa qualificação e aprimorar o negócio?

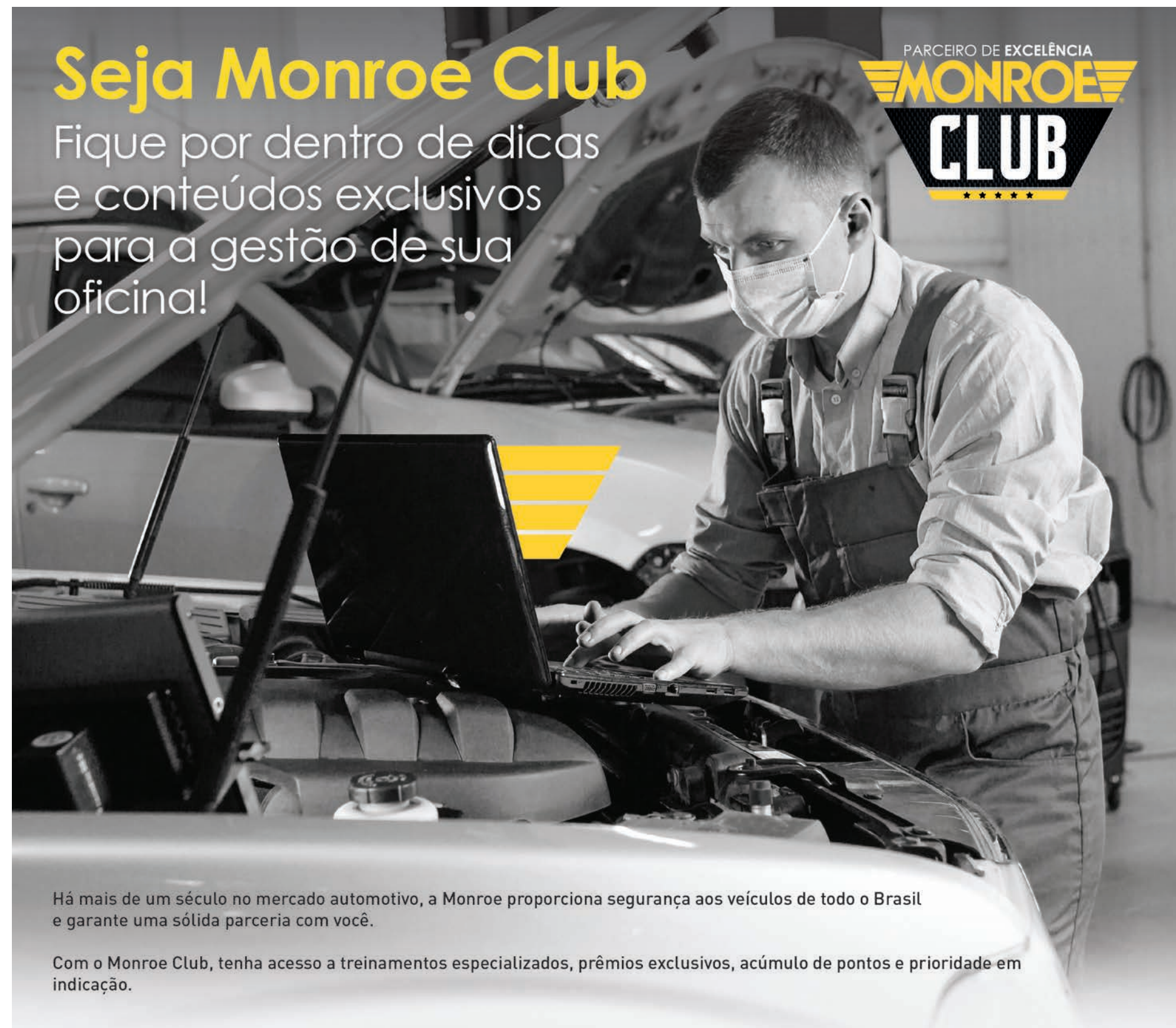
Há 100 edições o Novo Varejo mostrava o grupo de trabalho inaugurado em 2016 pelo Sebrae-SP criado para contribuir com o aprimoramento da gestão das pequenas lojas de autopeças paulistanas, modernizando-as e tornando-as mais competitivas e

autossustentáveis. Não por acaso, o programa se chamava "Reparação de Veículos e Lojas de autopeças: um negócio promissor!".

Após meses de pesquisas nestes segmentos de negócios, as ocorrências mais recorrentes indicadas como falhas pelo Sebrae foram: falta de controle financeiro; falha na contratação e retenção de mão de obra especializada; insatisfação de clientes com serviços mal executados; falta de homogeneização de estratégias em itens fundamentais como vendas, marketing e fidelização; baixa qualidade das peças; desconhecimento das leis e normas; deficiência geral dos controles; e, por fim, desperdícios. Já no âmbito das oportunidades foram apurados atributos como mercado em expansão, proximidade ao cliente, novo mercado a ser conquistado e novas ferramentas de otimização de processos.

## 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

✉ atmogif@driv.com





# ACORDES PARA A VIDA

UMA REALIZAÇÃO INSTITUTO PEDRO MOLINA

## SONS E SENTIMENTOS SINGULARES

Um acorde é um conjunto harmônico de notas que tocadas ao mesmo tempo geram sons que podem ser consonantes ou dissonantes e são usados para dar estrutura para as músicas.

Assim como a humanidade se junta para a realização de coisas belas, a música agrega, através das suas notas, os sons mais fantásticos e suas vibrações nos arrebatam!

Você está convidado a conhecer um pouco mais sobre este conceito e celebrar na noite de 11 de junho em um espetáculo musical o primoroso legado de Pedro Molina. Uma convocação para quem está em sintonia com o compromisso de contribuir com os que servem a sua própria vida ao próximo.

O Instituto Pedro Molina, fundado em 2021, é inspirado e guiado por sua história, valores e atitudes praticadas em vida. Foi criado para apoiar projetos, participar de iniciativas ligadas a pesquisas científicas e levar conforto e apoio a pessoas acometidas por doenças neuromusculares.

No intuito de fomentar a captação de recursos para estimular e viabilizar a implementação de pesquisas e assistência médica de maneira autossustentável, e se apoiando no talento dos herdeiros desse legado, os netos e amigos de Pedro Molina, em parceria com o Centro Musical RMF, será realizado um concerto musical no espaço Tokio Marine Hall (Tom Brasil) em São Paulo.

Será uma noite de inspiração para todos que puderam testemunhar sua dedicação e que agora são convidados a ver bem de perto um pouco mais desse legado.

Seja bem vindo, traga a sua marca, a sua família, os seus amigos e o seu coração para se encher de emoção com os Acorde para a Vida, através dos talentos de um legado deixado pelo marido, pai, avô, amigo e grande profissional Pedro Molina.

Prestigie essa noite de confraternização, reencontros e ajuda ao próximo.

**VENDAS DE INGRESSOS - CENTRO MUSICAL RMF - 11 5051 9400**

**INSTAGRAM - @INSTITUTOPEDROMOLINA**

**11 DE JUNHO DE 2022 - 20H30 - TOKIO MARINE HALL (TOM BRASIL)**

Apoio:







Presidente do Sincopeças-SP participou do programa Diálogo Automotivo, da A.TV

## Heber Carvalho reflete sobre os principais temas do cotidiano do varejo de autopeças

*Da escassez de peças à complexidade tributária, presidente do Sincopeças-SP oferece panorama geral sobre o segmento e sua relação com os demais elos do aftermarket*

Falta de peças, alta de preços, complexidades contábeis, nova norma ABNT para os vendedores... Os últimos dois anos têm colocado em pauta estas e tantas outras questões que desafiam o trabalho do empresário do varejo de autopeças do país. Neste contexto, mais do que nunca é fundamental que entidades representativas como o Sincopeças-SP possam dar um passo à frente a fim de guiar o setor na direção de águas mais calmas e prósperas, a despeito das dificuldades.

Para atualizar a pauta do comércio de componentes automotivos, o programa Diálogo Automotivo, da A.TV – o canal de conteúdo para o mercado de reposição no YouTube – convidou o presidente do Sincopeças de São Paulo, Heber Carvalho, para um bate-papo amplo e que, mais do que teorizar sobre o atual momento, buscou priorizar uma abordagem que observa o cotidiano de nossas lojas de autopeças.

É esta conversa que trazemos aqui também para os leitores do Novo Varejo Full Digital.

Confira a íntegra da entrevista conduzida pelo jornalista Claudio Milan.

**Novo Varejo - As pesquisas do After.Lab, núcleo de inteligência de mercado e pesquisas da Novo Meio, têm indicado quase dois anos consecutivos de alta de preços e falta de produtos no mercado de autopeças. Desde 2020, os varejos continuam se queixando deste problema. Afinal, o preço das peças está aumentando e está faltando produtos no mercado?**

**Heber Carvalho** - A falta de peças ficou muito agravada pela indústria. Faltaram peças para a indústria automotiva. Inicialmente, isso afetou a fabricação de veículos. Depois, porém, começou a afetar o aftermarket. Em resumo, posso dizer que a falta de peças existiu, existe e vai continuar existindo. A fábrica normalmente produz aquilo que interessa para ela e nem sempre está empenhada em socorrer o mercado. Ao mesmo tempo em que essa é uma realidade, **tenho percebido nas minhas conversas com distribuidores e varejistas que há uma tendência de se falar que está faltando peças porque com isso você valoriza o produto.** Tem coisa mais gostosa do que dizer “está difícil essa peça, está difícil vender”? Fica mais fácil você vender assim do que fazê-lo com aquele produto que

está sobrando e não tem escassez. Sobre a questão dos preços, o que acontece é que nós, brasileiros, temos esse hábito. Recentemente, por exemplo, tivemos aumento de combustível e as autopeças aumentaram junto. Aí você pergunta: “essa peça chegou ontem?”, e o varejista responde: “não, chegou faz três meses”, mas justifica o aumento de preços pela alta do custo dos transportes.

**NV - A gente observa que as oficinas estão cheias. Isso tem se refletido em movimento grande também no varejo?**

**HC** - Olha, não tenho do que reclamar. Hoje eu comentei com o meu assessor sobre a quantidade de veículos que estão andando nas ruas e o fato de ser inevitável que esses carros uma hora precisem de manutenção. Todos eles têm peças que quebram e peças de desgaste. Essas que se desgastam, sobretudo, vão precisar ser substituídas periodicamente.

**NV - Como aproveitar essa demanda?**

**HC** - O que eu tenho dito é que não é porque tem demanda e você está com a sua porta aberta que o cliente vai te escolher. É preciso, sobretudo, se preocupar com a qualidade do atendimento. Isso é fundamental!

**NV - Como você vê a flexibilização da nossa cadeia de negócios no setor de autopeças? Já que hoje é muito comum observarmos mecânicos comprando de distribuidores, varejistas comprando com a indústria e até mesmo alguns mecânicos conseguindo comprar da fábrica.**

**HC** - É um caminho sem volta. Eu comecei com uma oficina mecânica há 35 anos e me lembro que o primeiro problema que eu tive foi quando fui comprar de um distribuidor e ele me disse que não vendia para oficina. Então, o que eu fiz? Como sou contador, mudei meu CNAE para comércio de peças e no outro dia ele passou a me vender. A partir daí, muita gente descobriu isso e passou a fazer. No entanto, por azar, eu comprei uma loja de autopeças e só então percebi que não deveria ter iniciado esse movimento. Hoje, se você observar, os distribuidores chamam as oficinas de autocenter. E esses estabelecimentos conseguem, sim, comprar da indústria, dependendo do poder de compra. Você imagina que chega uma oficina mecânica que tem 10 lojas espalhadas no Brasil e diz para uma indústria que vai comprar 100 mil reais dela. Será que a indústria vai dizer não? Não vai, ela vai aconselhar esse empresário a mudar seu CNAE para comércio de peças e passar a vender para ele.

**NV - Você tem uma empresa de autopeças, mas também trabalha com contabilidade. Quería aproveitar essas suas**

**duas expertises para te perguntar: o que é mais difícil no Brasil, vender peça ou entender o nosso sistema tributário?**

**HC** - Quando eu entrei no comércio de peças, o pessoal começou a me dizer “agora você virou vidraça”, e isso realmente aconteceu. Já como contador, minha dificuldade maior é passar para os meus clientes as mudanças de legislação. Essa semana eu tive a visita de um cliente, mecânico, e ele me procurou para fazer sua declaração de imposto de renda. Ele fez um comentário comigo: “eu sei apertar parafuso, mas não entendo a legislação”.

**NV - Em função disso, erra-se muito no recolhimento de impostos no varejo de autopeças?**

**HC** - Olha, infelizmente, sim. Quando nós abrimos o escritório há 50 anos, qualquer erro que o funcionário cometesse, ele perdia o emprego. Hoje, se eu for usar essa prática, eu vou ser o primeiro que vou ter que parar de trabalhar. **Não tem mais jeito, a legislação está tão complexa que você não consegue acompanhar. Mesmo com todos os aparatos que nós temos, com a tecnologia e etc.** Para um mecânico substituir uma peça de um veículo, por exemplo, ele precisa descobrir o número da peça, o ano do veículo, o chassi do veículo – tudo isso pra poder fazer uma substituição. Outra questão, antigamente você abria sua loja e colocava as peças lá. Hoje, é preciso classificar os produtos com suas várias nomenclaturas e numerações. Isso faz com que mesmo uma pequena loja de autopeças precise de uma consultoria robusta na área contábil. O que, em alguns casos, torna a abertura dessa empresa uma questão inviável.

**NV - O mecânico sempre teve um relacionamento muito próximo com o varejo. Mas hoje temos um componente novo chegando às lojas que é o dono do carro. Como está essa rede de relacionamentos no balcão?**

**HC** - Essa aproximação com o consumidor final que você citou é muito legal. O mecânico chega ali no varejo com uma sacola, uma bolsa, com as peças que ele desmontou, põe ali no balcão e fala “eu preciso de todas essas peças, você se vira aí”. E nós temos que lavar as peças, procurar o número... Com isso o reparador perde uma ou duas horas no meu balcão. Vendo esse cenário, eles começaram a dar as peças para o cliente e pedir para que ele compre as peças. Nesses casos, o atendimento passa a ser diferente. Afinal, dependendo do que eu pergunto para o cliente, ele nem sabe onde vai aquela peça. Então, temos que ligar para o mecânico, colocá-lo no intercâmbio pra negociar e etc. Mas é muito legal isso. É esse cenário que deixa muito clara a diferença do atendimento do varejo para o atacadista. Este segundo, de modo geral, não recebe a peça para comparar no balcão. Ele vende pelo número.





**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!**



**NV - Você acha que a nova norma ABNT para o vendedor de autopeças vai gerar resultados para esse profissional? O vendedor está bem suprido de treinamentos e informação para exercer o seu trabalho da melhor maneira possível?**

**HC -** A norma anda muito bem. O grande problema que eu vejo é na hora de mostrar isso para o vendedor, principalmente os mais experientes, ao passo que os mais novos buscam informações, treinamento e usam a norma pra isso. Os mais experientes tendem a achar que sabem de tudo e não precisam de outras informações. Particularmente, eu tenho um conceito: todo dia eu estou aprendendo uma coisa nova, porque quando a pessoa pensa que sabe tudo é quando ela está começando a aprender. A norma traz segurança para o vendedor de que é preciso se aperfeiçoar constantemente. Isso é muito legal para o mercado.

**NV - Para finalizar, gostaria que você contasse um pouco sobre seu trabalho à frente do Sincopeças-SP.**

**HC -** O meu objetivo no Sincopeças-SP é fazer com que o varejista sinta segurança nas nossas ações para representá-lo. Por exemplo, as convenções trabalhistas são decididas pela classe trabalhadora e pela classe dos empregadores, que nós que representamos. É um desafio muito complexo para nossa entidade e para mim como presidente. Por isso, nós tomamos decisões colegiadas para trazer esse conforto às empresas do setor. Trabalhamos também com outras pautas, como a climática. Eu sou muito favorável a essa questão da sustentabilidade e descarte consciente de resíduos.



Além de loja, Heber também tem empresa de contabilidade e conhece os desafios da legislação tributária



# Nossa família está crescendo.



**Campo Grande e Zona Leste de São Paulo serão as próximas filias da RMP.**

60 ANOS

**RMP**  
REAL MOTO PEÇAS

Acesse nosso site:



www.rmp.com.br  
@rmpdistribuidora  
@rmpdistribuidora





**a.TV**

## A.TV NEWS

Um jornal com duas edições semanais para abastecer o mercado com as informações mais importantes do momento

**HOST:** DREISSE OLIVEIRA

## DIÁLOGO AUTOMOTIVO

Um bate-papo com personalidades ligadas direta e indiretamente ao universo automotivo

**HOST:** CLAUDIO MILAN

## ANÁLISE

Programa analítico com dados colhidos pelo After.Lab

**HOST:** MARCELO GABRIEL

## FATOS AUTOMOTIVOS

Programa mais descontraído, com diversas curiosidades e histórias relacionadas ao carro.

**HOST:** EDUARDO MELLO

## SEJA BEM-VINDO

À TV DO AFTERMARKET AUTOMOTIVO



**YOUTUBE.COM/ATVMIDIA**

Vídeos todos os dias para informar, reportar e entreter o mercado de reposição em todos os seus elos.

POWERED BY  
**NMP**



# VIES – VARIAÇÃO NOS ÍNDICES PRÉ E PÓS-CRISE

## março de 2021 x março de 2022

Você se lembra como estava o mundo há pouco mais de um ano, em março de 2021? Em 21 de março de 2021 o jornal O Estado de São Paulo publicou, por exemplo, um caderno especial sobre o primeiro ano da pandemia em que apontava dentre outros pontos a predominância da

tecnologia e a crise nos hospitais. No gráfico abaixo, extraído do sítio do Ministério da Saúde, podemos verificar que vivíamos a ascensão da segunda onda da pandemia, com os óbitos crescendo a taxas alarmantes. Era assim que estávamos há um ano



Fonte: Ministério da Saúde Disponível em: [https://infoms.saude.gov.br/extensions/covid-19\\_html/covid-19\\_html.html](https://infoms.saude.gov.br/extensions/covid-19_html/covid-19_html.html), acesso em 17 de abril de 2022.

Ao que tudo indica estaremos diante de uma endemia a partir de agora, implicando que a vacina contra o Coronavírus passará a compor o plano vacinal nacional, assim como as doses da vacina contra a gripe (vírus Influenza). Ele veio para ficar.

Do mesmo modo que as pesquisas MAPA e ONDA, realizadas ininterruptamente pelo after.lab, empresa de pesquisa e inteligência de mercado do Grupo Novo Meio, desde abril de 2020, quando a pandemia aportou e colocou o mundo de ponta cabeça.

Desde então entrevistamos semanalmente uma centena de empresários do comércio varejista de autopeças em todo o Brasil para avaliar as variações semanais em quatro dimensões: ruptura (ou quebra) no abastecimento, variação nos preços, nas vendas e nas compras, sempre de forma retroativa à semana anterior, compondo a maior série temporal de dados do varejo de autopeças com a aferição do humor do mercado semana após semana.

E mensalmente, desde junho do ano passado, apresentamos aqui as comparações entre as quatro dimensões pesquisadas em relação ao mês anterior e o mesmo mês do ano anterior, para que possamos

entender os efeitos ao longo do tempo e aprender com os desafios a que fomos submetidos.

Cada dimensão é apresentada individualmente, como um gráfico comparativo entre os dois anos, em que são mostradas as médias mensais por região (CO = Centro-Oeste, N = Norte, NE = Nordeste, S = Sul e SE = Sudeste) além do agregado país representado pela sigla BR.

A leitura do gráfico é bem simples. No eixo horizontal (abscissas) são mostrados as regiões e o país e no eixo vertical (ordenadas) a escala de medição, em %. Para cada região e para o Brasil existe uma linha vertical vermelha, com um círculo no meio e duas linhas pequenas horizontais em cada extremo, representando respectivamente a média (círculo) e a dispersão em desvios-padrão (1 desvio-padrão em cada limite).

Além disso há uma linha horizontal tracejada em azul, que passa pela média do agregado país para cada dimensão, permitindo assim a comparação entre a média mensal de cada região com a média brasileira. Dito isso, vamos aos gráficos de cada dimensão.

# DRIVE+

**CHEGOU**  
**DRIVE PLUS**



Mais desempenho, mais precisão e mais segurança. Chegaram as linhas de lubrificantes e bomba d'água Drive Plus. Produtos desenvolvidos sob os mais rigorosos padrões de qualidade **para você ir mais longe.**

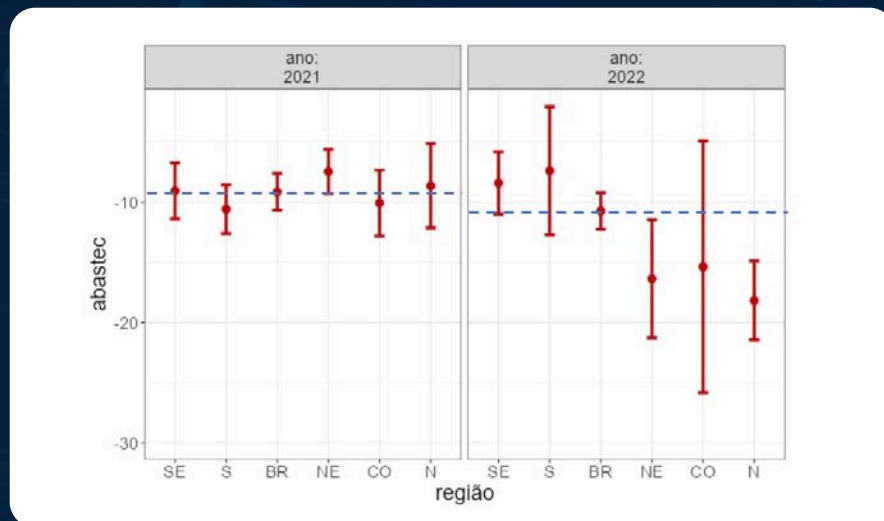
**DRIVE PLUS É UMA MARCA NEXUS, EMPRESA QUE IMPULSIONA INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO NO MERCADO AUTOMOTIVO COM ATUAÇÃO EM 138 PAÍSES.**

U M A M A R C A  
**N! | NEXUS**



## ABASTECIMENTO

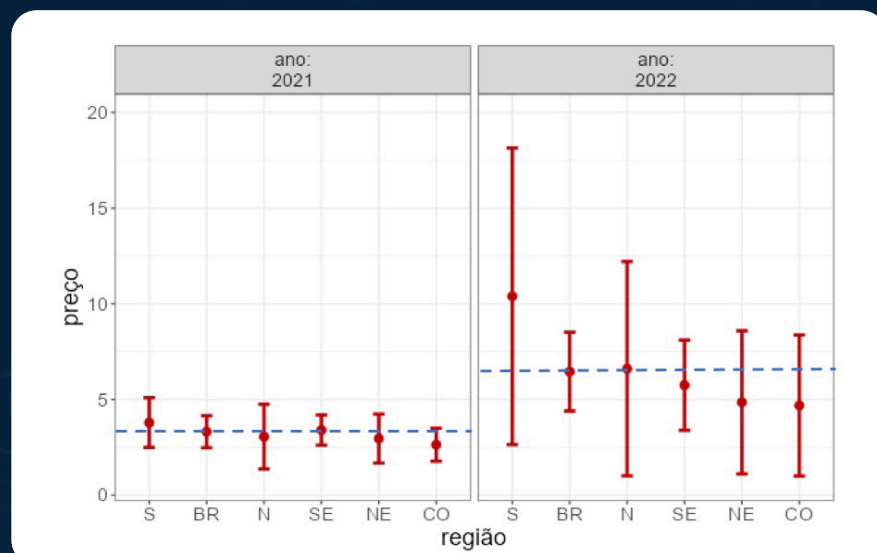
Olhando para a tabela fica evidente que no agregado país houve uma deterioração em relação à média de abastecimento em março de 2022 quando comparado com março de 2021. A linha tracejada azul de 2021 está acima de -10% e a de 2022 está abaixo de -10%, lembrando que nas variações negativas os valores maiores são decrescentes. De fato, a média de ruptura no abastecimento em 2021 no agregado Brasil foi de -9,14% e em 2022 foi de -10,73%. Você pode se perguntar: devo me preocupar com esta diferença de 1,59 pontos percentuais entre um período e outro? A resposta, baseada nos testes estatísticos realizados pelo after.lab é não. Embora existente, a dispersão (medida em desvios-padrão) não estatisticamente significativa. Mas a situação muda quando observamos as regiões Norte e Nordeste. Na região Norte a média na quebra de abastecimento em março de 2021 foi de -8,63% e em março de 2022 foi de -18,7%, uma diferença de 9,54 pontos percentuais, que sim são estatisticamente significativas, assim como a região Nordeste que em março de 2021 apresentou uma quebra de -7,44% e em março de 2022 apontou uma média de -16,25%, ou 8,91 pontos percentuais, também estatisticamente significativos. Nas regiões Sul e Sudeste notamos uma redução na média da variação da ruptura do abastecimento, indicando se existirá uma tendência a ser observada nos próximos meses.



Fonte: Pesquisas MAPA e ONDA (After.Lab)

## PREÇO

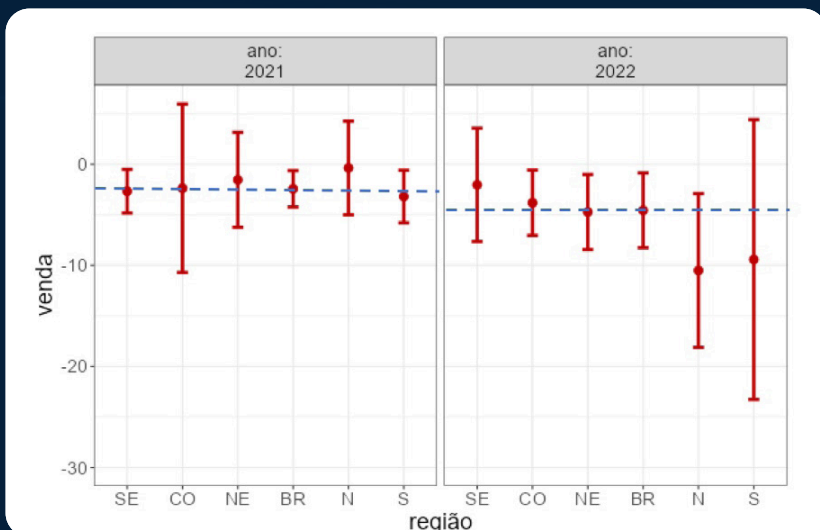
Na dimensão preço, a forma de observar a linha horizontal tracejada azul é diferente da variação no abastecimento já que a escala do aumento de preço é positiva. E realmente podemos observar uma variação importante no preço no agregado país. Em março de 2021 a média mensal de variação era de 3,32% e em 2022 chegamos a 6,46%, ou 3,14 pontos percentuais, estatisticamente significativos. Se em março de 2021 as variações de preço entre as regiões foram próximas à variação do agregado Brasil, em 2022 vemos a região Sul com uma amplitude de variação (os limites superiores e inferiores da linha vertical vermelha) bastante acentuada, assim como a região Norte, ainda que na média esteja próxima da variação do Brasil. Já as regiões Sudeste, Nordeste e Centro-Oeste apresentaram médias inferiores à média brasileira, apontando novamente uma possível tendência a ser avaliada nos próximos meses.



Fonte: Pesquisas MAPA e ONDA (After.Lab)

## VENDAS

Que o mercado de reposição é resistente a crises já é um fato consumado entre quem vive e estuda o mercado, e as variações médias nas vendas mensuradas em março de 2021 (-2,43% no agregado Brasil) foram inferiores à variação do varejo em geral no mesmo período, mensurado pelo IBGE em -5,1%. Os dados relativos a março de 2022 ainda não haviam sido divulgados no fechamento desta edição. O que chama a atenção no gráfico relativo a 2022 é que as vendas nas regiões Sudeste e Centro-Oeste apresentaram queda inferior à média Brasil, a região Nordeste repetindo o padrão brasileiro, e um ponto de atenção em relação à região Norte que variou muito de um ano para o outro, de -0,37% em março de 2021 para -10,51% em 2022, no limite de ser estatisticamente significativo para um nível alfa de 5%.

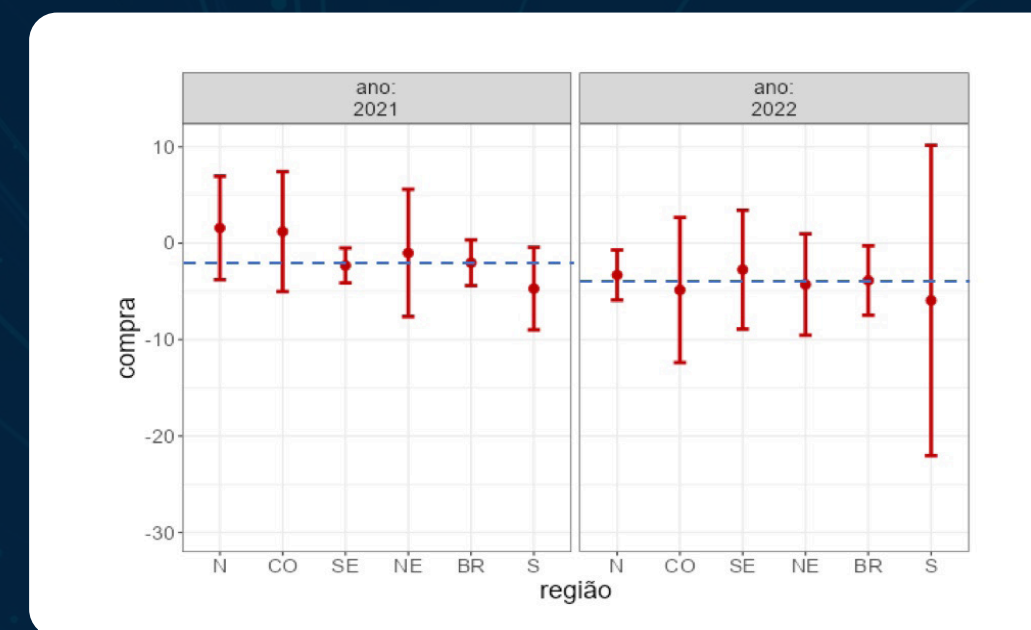


Fonte: Pesquisas MAPA e ONDA (After.Lab)

## COMPRA

Na dimensão variação nas Compras, o que podemos verificar na comparação entre os dois gráficos é que os pedidos ainda estão variando negativamente, reflexo das variações em vendas, abastecimento e preço, mas com uma diferença de 1,83 pontos percentuais entre março de 2021 (-2,03%) e março de 2022 (-3,86%), mas que não é estatisticamente significativa.

Se em março de 2021 as regiões Norte e Centro-Oeste apresentaram média acumulada positiva e acima da média brasileira, em março de 2022 a região Norte mostrou uma variação inferior à média brasileira, bem como a região Sudeste, ainda que negativas. Chama a atenção a amplitude da variação da região Sul, possivelmente reflexo dos ciclos de colocação dos pedidos e entregas, que devemos observar nos próximos meses.



Fonte: Pesquisas MAPA e ONDA (After.Lab)

## CONCLUSÃO

Diferentemente das análises que vínhamos fazendo ao longo dos últimos meses (desde junho de 2021), nesta edição do Novo Varejo decidimos incorporar alguns testes estatísticos para auxiliar na análise dos dados. O teste utilizado foi o t de Student, utilizado para comparar diferenças entre médias. Como curiosidade, embora chamado teste t de Student, não há nenhuma relação com ser um teste de estudantes.

Em um artigo publicado na revista Biometrika em 1908, com o pseudônimo de Student, William Sealy Gosset um químico que trabalhava na Cervejaria Guinness em Dublin (Irlanda) apresentou o seu trabalho. Esta foi a condição que Claude Guinness exigiu

para que o trabalho fosse publicado já que estariam revelando um segredo industrial.

E dentro da missão, visão e valores do **after.lab**, está a disseminação e a propagação do conhecimento em análise de dados, propiciando assim àqueles que necessitam tomar decisões no mercado de reposição uma base sólida e consistente, deixando de lado o "achismo" e passando a incorporar o conhecimento acumulado há tantos anos pelos estatísticos e mais recentemente pelos cientistas e analistas de dados. Esta é uma jornada que não tem mais volta. Dados são o novo petróleo, e se você não está tirando proveito da riqueza escondida nos dados da sua empresa pode ter certeza que um concorrente já está.

### 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](mailto:marketing@novomeio.com.br)**



# 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.**







## AUTOCOM mostra inovações e tendências mundiais ao varejo brasileiro

*Feira é palco de lançamentos, debates, conteúdo e muitos negócios relacionados ao mercado de automação comercial*

O comércio foi um dos setores mais impactados pela pandemia. No início, as medidas de isolamento social em muitos segmentos – felizmente não nos varejos de autopeças – afastaram os consumidores das lojas. A solução, meio que no susto, foi acelerar a oferta de produtos pelos meios digitais. Este processo teve como consequência levar ao comércio eletrônico muitos clientes que antes não compravam pela internet. O resultado disso é o que tem sido chamado de Novo Varejo – sim, agora nós aqui somos a própria definição do varejo! – e este varejo que nasce após dois anos é totalmente multicanal e automatizado. Talvez por enquanto ainda não no mercado de autopeças, mas não se iluda: também o aftermarket automotivo será fortemente impactado pelas transformações. Se sua loja ainda não foi, é só uma questão de tempo.

A tendência foi mais que confirmada na feira e no congresso AUTOCOM 2022- Feira Internacional de Tecnologia para o Comércio, realizada no complexo de exposições do Center Norte, em São Paulo, entre os dias 5 e 7 de abril. Em 2022, o evento completou 21 anos quebrando recordes e já consolidado como o maior em seu segmento na América Latina.

### PRESENÇA

A primeira surpresa que tivemos logo que chegamos ao Center Norte foi dar de cara com nada menos que quatro feiras sendo realizadas simultaneamente. Isso mostra que os eventos presenciais voltaram com tudo e o público está com apetite para ver novidades e reativar fisicamente sua rede de relacionamento. E assim foi também na Autocom.

E nos corredores da exposição o público pode ver que as empresas de automação e soluções digitais para o varejo responderam rápido às demandas impostas pela pandemia buscando o amadurecimento da atuação digital, agora integrada à infraestrutura física. Lá estavam 150 expositores, entre fabricantes de hardware e software, revendedores / integradores, AIDC / RFID, empresas de meios de pagamento, startups, e-commerce, canais de distribuição, entidades parceiras representativas do setor e usuários das tecnologias.

E o público-alvo atendeu ao chamado. A AUTOCOM 2022 recebeu visitação recorde 70% maior que na edição anterior e trouxe os maiores players do mercado e as principais tendências do setor.

## Lançamentos e novidades da AUTOCOM 2022

Com mais de 150 marcas expositoras, a feira proporcionou ao visitante acesso a tudo o que existe de mais inovador em soluções de tecnologia e automação para o comércio, sendo que todas essas soluções já estão disponíveis para adoção e adaptadas ao mercado brasileiro. "Mais do que um evento de tendências, a AUTOCOM auxilia o varejista que precisa encontrar alternativas imediatas para transformar seu negócio e aumentar sua eficiência", diz Paulo Eduardo Guimarães, presidente da AFRAC - Associação Brasileira de Tecnologia para o Comércio e Serviços e responsável pela realização do evento.

Entre as novidades apresentadas destacaram-se os selfs checkouts, soluções para delivery, totens de atendimento, meios de pagamento contact less, soluções de biometria, impressão, controle de acesso. Confira algum destas novidades.

### Inteligência artificial

A Fortics apresentou soluções de automação da sua plataforma omnichannel. Em destaque, tecnologias de inteligência artificial integradas à sua plataforma que podem tornar os processos de atendimento ao cliente mais autônomos. Com a integração de inteligência artificial à plataforma omnichannel da Fortics, o SZ.chat, as empresas podem automatizar atividades como resposta automática, campanhas de vendas, agendamentos de operações, envio de documentos e muito mais nos diferentes canais de relacionamento com o cliente que estão na solução. O SZ.chat reúne os principais mensageiros instantâneos e redes sociais, como WhatsApp, Webchat bidirecional, Facebook,

Instagram, Microsoft Teams, Telegram, Signal, YouTube, além de MercadoLivre, Reclame Aqui, e-mail, SMS, voz em uma única plataforma de relacionamento e vendas.

### Renda extra no varejo

A Fiserv – empresa de pagamentos e tecnologia de serviços financeiros – trouxe um hub integrador de múltiplos Pix, o SiTef (Solução Inteligente de Transferência Eletrônica de Fundos), que se apresenta como o trilho que conecta a diversas instituições financeiras e fintechs de forma “agnóstica” em todos os canais de captura integrados aos Provedores de Serviço de Pagamento (PSPs). O Pix Saque e Pix Troco permite que os estabelecimentos comerciais passem a ter uma opção de renda extra a cada transação, além de diminuir os custos com retirada e seguro de numerário e aumentar o fluxo de clientes nas lojas.

### Terminal de pagamento Android

Com a proposta de aprimorar o relacionamento e melhorar a experiência do consumidor, a Gertec levou à feira o Tap2Pay, solução que transforma qualquer smartphone Android com NFC em um terminal de pagamento apenas com a instalação do aplicativo desenvolvido pela empresa. “A palavra inovação está lado a lado com esse mercado, e nossas novas soluções atendem as necessidades e demandas emergentes no mundo e que irão figurar no contexto dos próximos anos para a automatização dos processos do comércio, além de aportar experiência tanto do usuário, quanto do consumidor final”, contou Mateus Larrabure, Head de Varejo da Gertec.





### Equipamentos de autoatendimento

A empresa Ingenico marcou presença com diversas novidades, com destaque para o lançamento dos equipamentos de autoatendimento da Série SELF e à apresentação de tecnologias exclusivas como o PPaaS, inovadora Plataforma de Pagamento como Serviço baseada em Nuvem da Ingenico. Construído em uma tecnologia baseada em nuvem completamente nova, o PPaaS é um componente-chave para a evolução dos Pontos de Venda (PDV) em verdadeiros facilitadores de negócios omnichannel. A plataforma inclui, em uma só oferta, uma série de serviços que permitem, entre outras coisas, que adquirentes e fornecedores independentes de software criem opções de pagamento e de vendas personalizadas e mais atraentes para seus clientes, trazendo para as lojas físicas o que antes só era possível no comércio on-line.

### Inovações no segmento automotivo

A Linx apresentou e demonstrou soluções de gestão, pagamentos e conectividade para diversos segmentos, entre eles o automotivo. A ferramenta Linx Autosshop é um sistema de gestão completo e omnichannel para centros automotivos, oficinas mecânicas, lojas de autopeças e pneus. Controle de estoque, variedade nos meios de pagamento e uma gestão fiscal completa são algumas das funcionalidades do software que ainda faz a ponte entre o físico e o digital, possibilitando ao varejista impactar os clientes em qualquer canal.

### Meios de pagamento

A Stone apresentou o Stone Partner Program, um programa de parceria com o objetivo de integrar produtos a uma solução de pagamentos completa para gerar mais valor e rentabilidade para diversos negócios. Essa integração acontece com segurança, rapidez e facilidade, além de garantir uma melhor experiência para o parceiro e seus clientes. O programa conta com diversos benefícios para os parceiros de acordo com a trilha de crescimento e com um relacionamento humanizado e próximo para solucionar as dores e auxiliar a atingir o objetivo de cada negócio.

### E MAIS:

**Positivo** - Apresentou seu portfólio de soluções em pagamentos. O visitante teve uma série de experiências utilizando essas soluções, como a simulação de um checkout utilizando a maquininha Smart POS L300. Além deste produto, foram destaques da marca no evento a linha Positivo by Nexgo, que tem quatro modelos diferentes e a SmartPOS L200.

**Celer** - Soluções e ferramentas de pagamentos, com tecnologia inteligente para empreendedores que desejam acelerar a

capacidade do seu negócio e se tornar rapidamente uma fintech, agregando às suas soluções de automação, uma plataforma completa de produtos e serviços de aquisição, meios de pagamentos e Banco Digital.

**Perto** - Levou à feira terminais POS com desenvolvimento 100% nacional, Self-Checkout que automatiza o pagamento de compras em supermercados, farmácias e demais varejistas. Também oferece cofres inteligentes, depositários MoedAqui e terminal de utilizado para escolha de refeições, compra de ingressos, food services, cinemas e aeroportos.

**Luxpay** - Lançou o primeiro dispositivo Android 100% nacional, que traz autenticação de segurança do dispositivo Android através de software, e também o lançamento do mini POS de baixo custo e com impressora térmica. Todos eles fabricados na Luxpay na Zona Franca de Manaus.

**Pricefy** - Nova solução de comunicação omnimídia, com etiquetas eletrônicas, digital signage e trade marketing integrados à comunicação tradicional de preços. A startup, fundada em 2017 e adquirida em 2021 pela catarinense Selbetti, é uma plataforma para gerenciar a comunicação de produtos e preços do varejo físico.

**Moderniza** - Expos o primeiro ERP brasileiro genuinamente Omnichannel e que permite que as lojas físicas vendam online sem a necessidade de integração com outras plataformas. Tudo em um único lugar. Apresentou também o ModerBank, focado no varejista. Totalmente digital e integrado à plataforma ModerShop, facilita ao máximo a vida do empreendedor no Novo Varejo.

**Opa! Suite** - É uma plataforma de atendimento omnichannel capaz de gerar conexões e experiências únicas para que a empresa se posicione e faça parte de um novo mundo de negócios movido pela transformação digital. Posiciona a marca onde o cliente está, aumenta as oportunidades de negócios e está disponível 24 horas por dia nas principais redes sociais do mercado - WhatsApp, Messenger, Instagram, Telegram, WebChat (direto do seu site), Telefonia ou outros.

**Tectoy** - Agora também é automação comercial levando hardwares com soluções completas ao varejo. Oferta de hardwares que possuem tecnologia de ponta, unida às soluções interconectadas entre varejo online e offline com um único objetivo: melhorar as experiências de consumo associada ao aumento do desempenho na rotina de vendas do comércio.

# As novas filiais da Disape já tem endereço certo.

## Estamos chegando!

Campo Grande - MS

Zona Leste Grande São Paulo - SP

Acesse o site:



www.disape.com.br

@disapedistribuidora

@disapedistribuidora

Distribuidora de Autopeças  
**» Disape**





Deputado Efraim Filho, autor do Estatuto Nacional de Simplificação de Obrigações Tributárias Acessórias, participou do Congresso Autocom

## Congresso acelera debate sobre simplificação fiscal digital

Paralelo à feira, o Congresso AUTOCOM abordou temas urgentes que impactam o varejo, desde a Simplificação Fiscal Digital, passando pelo Delivery, Metaverso e chegando ao ESG. Assunto de grande demanda no evento, a Simplificação Fiscal Digital foi o tema de abertura do Congresso Autocom 2022. A convite da AFRAC, o Deputado Federal Efraim Filho (União Brasil-PB), autor do Projeto de Lei Complementar 178/21, que institui o Estatuto Nacional de Simplificação de Obrigações Tributárias Acessórias, cria a Nota Fiscal Brasil Eletrônica (NFB-e) e a Declaração Fiscal Digital (DFD), participou do evento e afirmou que a perspectiva é que até o final do ano o projeto seja aprovado.

“O Congresso entendeu a necessidade da sociedade civil de melhorar o ambiente de negócios desse (comércio e serviços), que é o segmento que mais arrecada e gera empregos no Brasil”, afirmou o deputado.

Ainda segundo Efraim Filho, esse projeto fez o caminho inverso, ou seja, saiu da vida real e foi para o plano legislativo. “Assim como o projeto da desoneração da folha de pagamentos, o PLC 178/21 é baseado no ganha-ganha. Meu papel é o de apenas

liderar o processo de transformação dentro do Legislativo, mas o conhecimento da AFRAC e a mobilização da sociedade civil é fundamental”.

Para o presidente da AFRAC, Paulo Guimarães, o País está carente de propostas que, de fato, simplifiquem a questão tributária. A AFRAC traz uma alternativa viável e testada pelo setor produtivo que é aderente a qualquer uma das alternativas de Reforma Tributária em discussão no Congresso e Senado.

Já o tributarista Eudaldo Almeida explicou que existe, hoje, a tecnologia necessária, tanto por parte do contribuinte como do Fisco, e para modernizar todo esse processo de arrecadação de impostos. “Por isso, o Congresso está mais sensível e consciente que chegou a hora da modernização”.






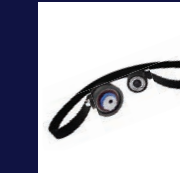


Sobre a necessidade de uma Reforma Tributária mais abrangente, o diretor da AFRAC, Paulo de Castro, afirmou que todos já sabemos que o Brasil tem o sistema tributário mais complexo do mundo, mas não adianta discutir mais o problema, é preciso apresentar soluções. “Com a simplificação fiscal digital vamos resolver a questão das obrigações acessórias, enquanto ainda não se discute uma reforma mais abrangente”.



### Um mix de soluções para o seu negócio.



A AuthoMix oferece aos seus clientes um portfólio com mais de 4.000 itens, sendo uma excelente alternativa de negócio para os segmentos de Autopeças e Motopeças.

 ADITIVOS PARA RADIADORES	 BIELETAS	 BOMBAS D'ÁGUA	 BRAÇOS OSCILANTES	 CAIXAS DE DIREÇÃO	 CÂMARA DE AR	 CILINDROS DE RODA
 COMPONENTES PARA FREIO	 COXINS DA RELAÇÃO	 CUBOS DE RODA	 CRUZETAS	 DISCOS DE TACÓGRAFO	 KITS DISTRIBUIÇÃO	 KIT MOTOR
 KITS REPARO DE JUNTAS HOMOCINÉTICA	 KITS DE SUSPENSÃO	 LÂMPADAS	 METAL BORRACHA BUCHAS E COXINS	 PALHETAS	 PASTILHAS DE FREIO	 FILTROS
 PINOS E PONTAS DE EIXO	 POLIAS, GUIAS E TENSIONADORES	 ROLAMENTOS	 SAPATAS DE FREIO	 SEMIEIXOS	 TERMINAIS AXIAIS	 TRIZETAS



authomix

Acesse o site e confira [authomix.com.br](http://authomix.com.br)

**AUTHOMIX**  
Qualidade Original



## Metaverso e ESG no radar do varejo

Esses e outros temas que estão na pauta do mundo corporativo também foram discutidos sob a ótica do setor e sempre com o viés de oportunidade.

No painel sobre o Metaverso participaram Jamil Lopes, diretor executivo da MS-Edu e da INVOKE Technology e Lucio Leite, diretor de Transformação Digital e líder da vertical de varejo da Teltec Solutions, sob a mediação de Claudenir Andrade, diretor de Software da AFRAC. Entre os temas abordados, o Metaverso no varejo levantou questões sobre a participação das empresas do setor no universo cibernético.

“Primeiramente, é importante entender se os clientes vão interagir com a empresa neste ambiente virtual. Para isso, as companhias devem mapear o seu público. Se tiver

aderência, então é possível iniciar a jornada ao Metaverso. Minha sugestão é que se comece com as NFTs”, explica Jamil Lopes.

“Em 2030, 40% da população mundial será composta pelas pessoas que hoje são bem jovens. Este público se interessa enormemente pela experiência digital. Criar produtos para o Metaverso e gerar experiências que fazem uma ponte entre ele e o mundo lá fora é muito importante”, diz Lucio Leite.

Já o ESG esquentou a discussão, afinal, as marcas do varejo fazem contato direto com o grande público. “O que leva uma empresa a investir em ESG? Gestão de riscos e reputação. Porque a reputação, hoje em dia, pode matar o negócio”, afirmou uma das panelistas, Lúcia Casasanta.



ESG, a governança social do meio ambiente, é tendência sem volta também para o comércio

## Por que ética, virtudes e valores?

Meu mais recente livro tem como título **ÉTICA, PRINCÍPIOS E VALORES** e como subtítulo “Ampliando as fronteiras da ética na empresa, família e sociedade.”

Mas por que escrever um livro sobre ética, princípios e valores nos dias atuais?

A grande verdade é que a cada dia os estudos, análises e pesquisas que tenho lido e tenho feito dentro de minha consultoria em antropologia corporativa, comprovam que só pode haver sucesso duradouro se alicerçado em virtudes e valores elevados.

A ética é a prática dessas virtudes e valores no dia a dia. Portanto, sem ética não há sucesso verdadeiro, pois a definição de sucesso é uma pessoa estar bem consigo mesma e ser reconhecida pela sociedade em que vive, como uma pessoa de bem, isto é, uma pessoa que pauta sua vida e suas ações em virtudes e valores elevados. Essa é a grande verdade que não há como ser escondida ou modificada.

Sucessos aparentes existem às mancheias. Mas a verdade é que são só aparentes. A própria pessoa não vive em paz consigo mesma quando o aparente sucesso tem como fundamento comportamentos e atitudes aéticas e desonestas material e intelectualmente.

O mundo pode confundir sucesso com dinheiro, fama e poder, mas os próprios detentores desse falso sucesso sabem que essas coisas são transitórias e ao passarem deixam um rastro de arrependimento e um enorme sentimento de fracasso.

O verdadeiro sucesso traz junto uma total paz de espírito, uma ausência de medo de enfrentar críticas e pessoas. O sucesso alicerçado na ética, princípios e valores traz alegria e tranquilidade, bom humor e compaixão, humildade e caridade.

Daí a importância de buscarmos ser a cada dia mais éticos e alicerçar nossa vida em princípios e valores elevados. Só então experimentaremos o gosto do verdadeiro sucesso.

Pense nisso. Sucesso!

### Pense nisso

“ Conheço pessoas de aparente sucesso que não conseguem conviver com suas consciências pesadas que as atormentam brutalmente pelos malfeitos que fizeram;

“ Essas pessoas dariam tudo o que possuem e que o mundo exterior valoriza para terem paz de espírito e coragem de olhar serenamente para seus filhos e netos e mesmo coragem para frequentar ambientes públicos, sem medo;

“ Muitos dirão que tudo isso é uma grande bobagem e que o que realmente vale é dinheiro, fama e poder... Será?

O livro é encontrado nas boas livrarias do Brasil ou [www.livrariamarins.com.br](http://www.livrariamarins.com.br)



**Luiz Marins** é Antropólogo, consultor, escritor, autor de 33 livros. Saiba mais em [www.marins.com.br](http://www.marins.com.br)





## Governo Federal edita MP que cria programa para renovação da frota de caminhões e ônibus

*Texto determina que veículos substituídos serão encaminhados à reciclagem e permite a comercialização das peças usadas*

Entrou em vigor dia 1º de abril a Medida Provisória 1112/22, que cria o programa para retirar de circulação caminhões e ônibus no fim da vida útil – na prática, é a renovação de frota tão demandada especialmente pelas montadoras. O texto determina, ainda, que os veículos substituídos serão encaminhados à reciclagem.

O Programa de Aumento da Produtividade da Frota Rodoviária no País (Renovar) tem como público-alvo pessoas físicas e jurídicas proprietárias de caminhões, ônibus, micro-ônibus e implementos rodoviários. Elas receberão benefícios e vantagens para substituir os veículos envelhecidos, que serão definidos em regulamento.

O Renovar será coordenado pela Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (Abdi). A Abdi é uma entidade do Sistema S sediada em Brasília que atua em parceria com o governo federal em alguns programas relacionados ao setor produtivo.

Também caberá à entidade disponibilizar uma plataforma digital para realização das operações pelos interessados em aderir ao programa, como os donos dos veículos, os agentes financeiros e as empresas de desmonte ou de destruição dos veículos.

Na etapa inicial do programa, os benefícios oferecidos especificamente pelo Governo Federal vão priorizar os transportadores autônomos

de cargas (TAC) – motoristas que trabalham por conta própria.

De acordo com dados da Secretaria Nacional de Trânsito do Ministério da Infraestrutura, há mais de 3,5 milhões de caminhões em circulação no Brasil e, desse total, cerca de 26% dos veículos possuem mais de 30 anos de fabricação.

A MP muda quatro leis com o objetivo de garantir recursos para o Renovar. Uma das mudanças ocorre na Lei do Petróleo para permitir que as empresas de exploração e produção de petróleo e gás natural possam aplicar recursos nas atividades de desmonte ou destruição de veículos pesados em fim de vida útil.

Em troca, os recursos aportados serão descontados dos que estas empresas serão obrigadas por lei a destinar a pesquisa, de desenvolvimento e de inovação (PD&I) entre os anos de 2022 e 2027.

A medida provisória também altera a Lei da Cide-Combustíveis, para permitir que parte da arrecadação do tributo financie projetos de renovação de frota circulante.

A medida provisória será analisada nos Plenários da Câmara dos Deputados e do Senado. O texto vigora até o dia 29 de julho e precisa ser votado até lá para virar lei.

## Para ANFAVEA, programa é vitória do setor automotivo

A ANFAVEA – Associação dos Fabricantes de Veículos Automotores comemorou a edição da MP que instituiu o Programa Renovar.

Durante coletiva à imprensa realizada na primeira semana de abril, Glenda Lustosa, Subsecretária de Facilitação de Comércio Exterior e Internacionalização do Ministério da Economia, explicou que o Renovar é um programa voluntário, em que o caminhoneiro que tem veículo com mais de 30 anos de uso tem vantagens ao participar. “O objetivo é ganhar produtividade e contribuir com a redução do Custo Brasil. Um caminhão de 30 anos, em comparação a um de 10 anos de uso, por exemplo, tem custo operacional 15% maior. E um benefício adicional é a retirada de circulação de veículos que poluem mais. Estes caminhões em desuso terão o tratamento adequado junto a parceiros que cuidarão do desmonte sustentável e correto.”

Por meio de um aplicativo que centralizará todo o Programa Renovar, o proprietário de um veículo pesado com mais de 30 anos poderá entregá-lo para reciclagem e receber o valor de mercado, mais o da sucata. E se quiser adquirir um veículo mais novo, poderá ter benefícios de outros atores integrados ao aplicativo, como governos

estaduais e municipais, além de fabricantes, concessionários, bancos e frotistas.

“Esse decreto, mais que uma vitória para o setor automotivo, é uma conquista para os caminhoneiros e para toda a sociedade, já que temos uma frota de caminhões com idade média superior a 20 anos. Desde que o Proconve foi instituído em meados dos anos 80, esse tema da renovação de frota tem sido uma pauta histórica da ANFAVEA, no sentido de complementar os esforços dos fabricantes para redução das emissões de poluentes e de gases de efeito estufa, sem falar da questão crucial da segurança no trânsito”, destacou Luiz Carlos Moraes, presidente da ANFAVEA.

“Ainda estamos aguardando o decreto que regulamentará os valores e toda a parte operacional e legal do Programa Renovar para avaliar os impactos, mas sem dúvida ele desempenhará um papel significativo no âmbito social, permitindo a caminhoneiros autônomos a oportunidade de trocar seu veículo com ganhos de produtividade. Será sem dúvida um passo importante para o transporte de carga no país”, complementou Marco Saltini, vice-presidente da ANFAVEA.



Redução de emissões e custo operacional menor estão entre os benefícios da substituição da frota por veículos novos





Sindirepa BR critica descaso do Governo com a inspeção veicular

## Sindirepa Brasil diz que Renovar esquece manutenção dos veículos e ignora inspeção

Em texto publicado no site oficial da entidade o Sindirepa Brasil critica o teor da Medida Provisória 1112/22 que cria o Programa de Aumento da Produtividade da Frota Rodoviária no País (Renovar). Na visão dos diretores da associação que reúne voluntariamente os Sindirepas regionais, o conteúdo da MP é recheado de condições que se distanciam do propósito da manutenção, pois deixa totalmente de fora a Inspeção Técnica Veicular:

"O Governo Federal através de atos do poder executivo publicou a Medida Provisória nº 1.112 de 31 de março de 2022 que cria o Programa de Aumento da Produtividade da frota Rodoviária no País. O programa tem como objetivo retirar das vias os caminhões chamados na medida provisória 'em fim de vida útil', o que parece louvável pelo ponto de vista da segurança, porém o conteúdo da MP é recheado de condições que se distanciam deste propósito, pois em um dos artigos deixa claro que visa cumprir uma das metas do Pnatrans- Plano Nacional de Redução de Mortes e Lesões no Trânsito, mas deixa totalmente de fora a Inspeção Técnica Veicular, e nem sequer comenta de programas de controle ambiental, como o exemplar e referencial programa da CETESB em São Paulo conhecido

como PMMVD – Programa para Melhoria da Manutenção de Veículos Diesel, que efetivamente controla a fumaça preta.

O absurdo do programa, que sinaliza claramente para a venda de caminhões em momento que as montadoras veem suas vendas despencarem, é que além de não garantir a segurança e emissões dos caminhões em circulação, vai retirar aqueles em fim de vida útil, ou seja, realmente preocupantes, e permitir que suas peças sejam comercializadas conforme trata a lei 12.977 de desmonte de veículos, atingindo diretamente indústrias e toda uma cadeia de valor que gera bilhões de reais, consequentemente impostos, emprego e renda.

Mais uma vez o Governo Federal não enxerga a Inspeção Técnica Veicular como uma obrigação de 'Estado' conforme dita a Lei 9.503 – Código de Trânsito Brasileiro em seu artigo 104, mas sim como um programa de governo, onde o objetivo é mais uma vez auxiliar a bilionária indústria das montadoras de veículos, cujos lucros há anos são remetidos para suas matrizes, enquanto as micro e pequenas empresas do mercado interno que efetivamente geram a maioria dos empregos e reinvestem no Brasil não são prestigiadas com tais benesses".

Novo Varejo

# IMPRESSO DE VOLTA

A maior publicação para o varejo de autopeças nacional volta a circular sua versão impressa

Em tempos tão desafiadores, o Novo Varejo revolucionou seus canais digitais e se transformou na mais completa plataforma online da reposição automotiva.

**Agora, está na hora de voltar a estar presente fisicamente nos pontos de venda de todo Brasil e oferecer informação e conhecimento para desenvolvimento dos empresários e profissionais do nosso mercado.**

## ASSINE JÁ

marketing@novomeio.com.br

As marcas das **maiores empresas** nas **melhores páginas** do mercado



## STARTUPS MODERNIZAM RECICLAGEM NO SETOR AUTOMOTIVO

*Com tecnologia e adotando os processos de logística reversa, ações ambientalmente corretas ganham corpo também no mercado de reposição*

Instituída no Brasil em 23 de dezembro de 2010, a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) foi criada com o objetivo de mitigar problemas relacionados ao descarte de materiais sem que houvesse compromisso com a alocação adequada de produtos inutilizáveis ou com o reaproveitamento de itens capazes de retornar ao ciclo produtivo. A fim de enfrentar os impactos ambientais, econômicos e sociais motivados pela falta de regras, essa legislação criou uma série de mecanismos para responsabilizar os mais diversos players da cadeia de produção pelo manejo inadequado dos resíduos. Entre eles estão fabricantes, distribuidores, comerciantes, importadores e até mesmo o cidadão em geral.

Quatro anos depois, na esteira da tentativa de modernização legislativa em estímulo à sustentabilidade, o Estado brasileiro

criou a Lei nº 12.977, popularizada como Lei do Desmonte e cujo objetivo é regular e disciplinar a atividade de desmontagem de veículos no país. Este regramento, em particular, ainda provoca polêmica no aftermarket automotivo ao permitir o retorno de certos componentes ao mercado.

**Mais de uma década se passou desde a criação destas medidas e o cenário apresentado em abril de 2022 mostra que setores como o automotivo ainda têm muito a evoluir na caminhada rumo ao reconhecimento de atividade sustentável.** Fato é que a Política Nacional dos Resíduos Sólidos ainda está longe de oferecer à sociedade todos os benefícios embutidos em seu texto. Mas uma nova mentalidade empreendedora está chegando para ajudar a mudar esse quadro.



## Existência de ‘cemitérios de carros’ é destaque negativo no cenário nacional

Com uma frota colossal que passa dos 100 milhões de veículos produzidos até hoje e o agravante de possuir na maior parte carros com idade média acima dos 10 anos, o setor automotivo brasileiro tem na destinação correta dos automóveis parados e peças sem utilidade um de seus principais desafios. Não dá mais para simplesmente abandonar um carro sucateado num ferro-velho.

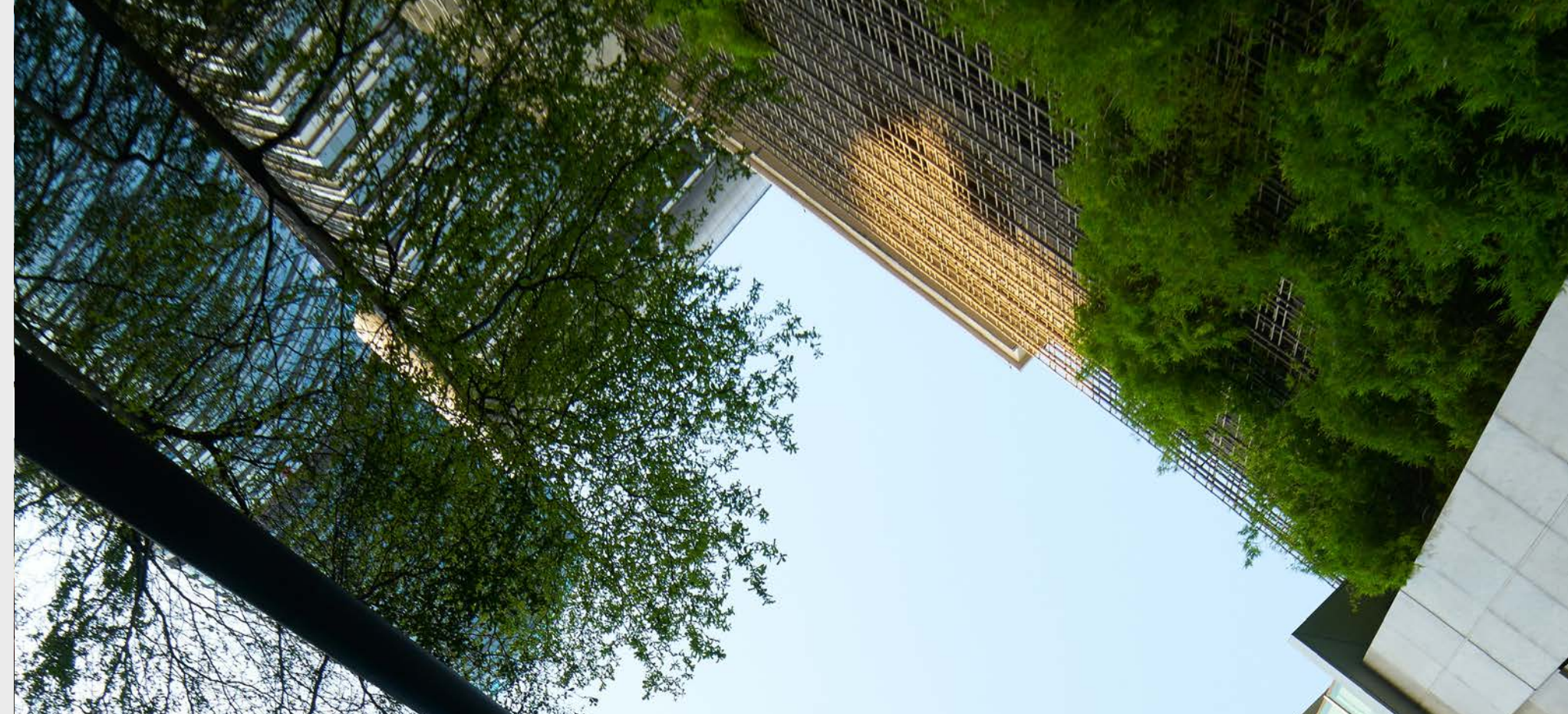
**De acordo com a GWA Brasil (Green Ways for Automotive), startup focada na logística reversa automotiva, o país tem hoje mais de 2 milhões de veículos abandonados ou em final de vida útil.**

Para se ter uma dimensão contextualizada do problema que isso gera, é preciso fazer um comparativo com lugares em que essa questão já encontrou na logística reversa uma solução real – tal como ocorre em regiões como a América do Norte e

Europa, onde a reciclagem de veículos chega a atingir níveis próximos a 95%.

Como se sabe, a existência dos cemitérios de carros traz inúmeros problemas sanitários e ambientais, sobretudo se considerarmos que, em muitos casos, estes automóveis despejam óleo e outros resíduos no solo.

Se engana, porém, quem acredita que a existência destes locais representa uma ameaça apenas para as chamadas pautas verdes. Os ferros-velhos alimentam há décadas um mercado clandestino de autopeças sem registro – algo que, além de trazer concorrência desleal para os estabelecimentos legalmente estabelecidos, torna esses locais válvulas de escoamento em potencial para crimes como roubo e furto de automóveis. Pois se é fato que os desmanches existem, então que ao menos sejam fiscalizados e sigam normas rígidas.



## Startups surgem como saída para trabalho sustentável de logística reversa

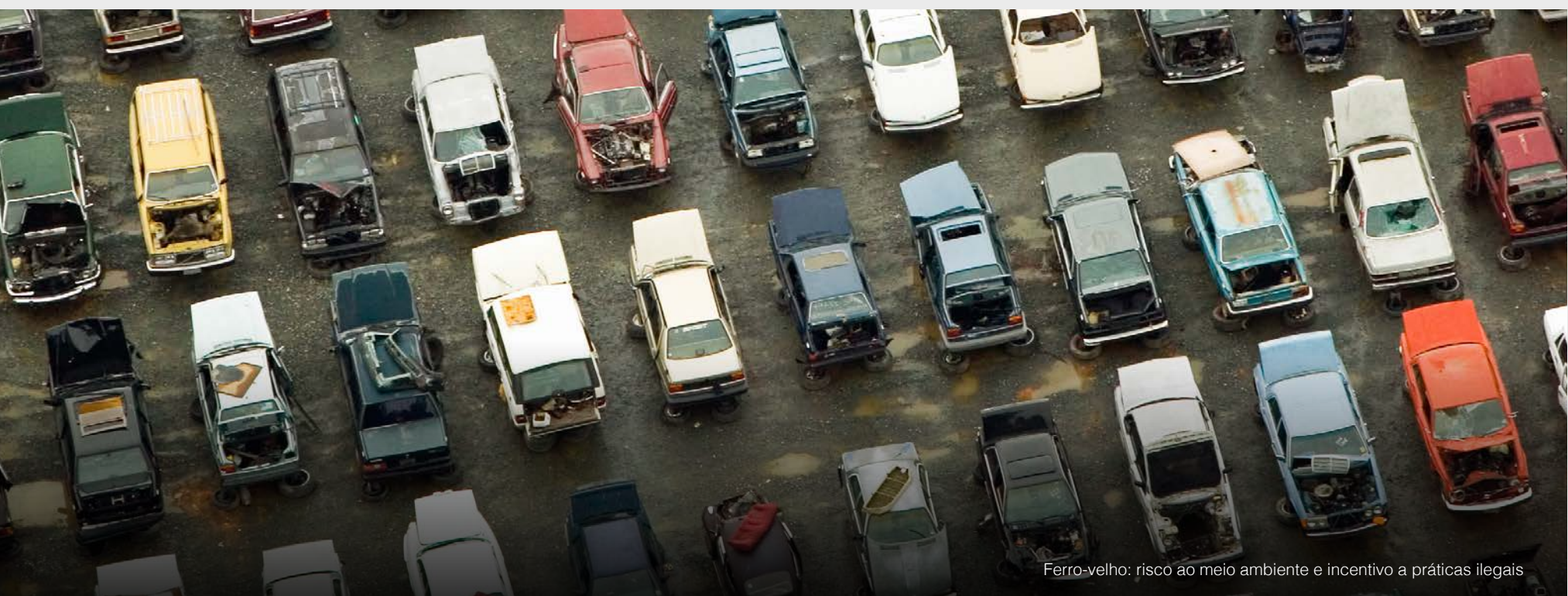
Embora sejam indispensáveis para criar um movimento de adequação dentro dos setores sobre os quais incidem, as leis por si só não são suficientes para modificar o *modus operandi* de empresas que há décadas estão habituadas a ‘fazer as coisas do seu jeito’ – todos nós sabemos que o Brasil é o país das “leis que pegam” e das “leis que não pegam”.

Segundo Antônio Ximenes, sócio fundador da Click Autopeças – empresa especializada na logística reversa de autopeças –, esta premissa é especialmente verdadeira quando falamos dos desmanches automotivos. “Quando a Lei do Desmonte chegou, a grande maioria das empresas do setor a enxergou como uma barreira. Uma tentativa de dificultar o trabalho de quem atuava com desmanches – afinal, não houve um processo educativo por parte do Detran ou da Polícia. O que houve foi uma introdução das punições por meio das multas. Pouquíssimos fizeram como nós e a

enxergaram como uma oportunidade para atuar em um segmento finalmente regulamentado”.

Formado em administração de empresas e com passagem por grandes negócios do setor privado, o executivo da Click Ecopeças representa o perfil predominante entre as cabeças por trás daquelas que têm sido as principais responsáveis pela mudança de mindset do setor automotivo: as startups.

Afinal, tal como a Click Ecopeças, diversas destas empresas contam com profissionais gabaritados para misturar experiência de gestão e conhecimento de mercado a fim de identificar oportunidades em setores recém-regulamentados dentro dos quais possam atuar como pioneiros. Ou seja, podendo explorar aquilo que os profissionais do marketing costumam classificar como ‘Oceano Azul’, ou seja, um grande espaço de mercado desprovido de concorrência.



Ferro-velho: risco ao meio ambiente e incentivo a práticas ilegais





Antônio Ximenes é sócio fundador da Click Autopeças

No caso da startup de Antônio Ximenes, por exemplo, esta abordagem fica clara quando se observa as diferenças da empresa em relação a tudo aquilo que caracteriza os desmanches brasileiros. Exemplo disso é o fato de não haver sequer um carro no pátio da empresa, em Sorocaba (SP). E, mais do que isso, não haver nenhum carro empilhado em qualquer espaço nas dependências da Click Ecopeças.

“Conseguimos esta eficiência porque, quando o carro chega, ele só não é desmontado na hora se houver outro veículo na linha. Do contrário, nossa equipe desmonta imediatamente, separa as peças, identifica uma por uma, fotografa, cataloga e dá sequência no processo. Na prática, apesar de sermos reconhecidos como um desmanche, o que somos é uma verdadeira indústria de desmontagem”, relata Ximenes.

Em resumo, ao comprar aquilo que seu fundador chamou de ‘sucata’ e transformar em material possivelmente reutilizável, tomando

tudo o cuidado com o manejo de fluidos como o óleo durante o processo, a startup aponta caminhos para um setor que começa a ter a ambição real de se tornar mais sustentável.

Sob o ponto de vista econômico, no entanto, o case da Click Ecopeças causa certa fricção junto aos players já estabelecidos no trade do aftermarket independente. Isso tem acontecido porque, logo ao selecionar as autopeças em bom estado, a startup as disponibiliza para venda em plataformas digitais como o Mercado Livre – abastecendo pessoas físicas e reparadores de um perfil bastante específico.

“A frota brasileira conta com carros bastante antigos e estes proprietários nem sempre têm poder aquisitivo para reparar seus carros com peças novas. Estes, portanto, acabam sendo a grande maioria de nossos clientes”, conta Ximenes.

Nem todo trabalho de reciclagem e logística reversa automotiva representa uma concorrência à cadeia tradicional.

## Com foco na reciclagem de carros inteiros e no reaproveitamento de matéria-prima, GWA Brasil atrai grandes players do setor

Nascida com o objetivo de reciclar carros que não têm mais condições de voltar à circulação, a GWA Brasil possui processos de reciclagem capazes de reaproveitar até 60% do veículo e de acordo com o proprietário da startup, André Britto, já mira em atingir a mesma eficiência das principais referências do planeta, alcançando níveis próximos a 90% de ‘reciclabilidade’.

“Para atingir esses números, **desenhamos um modelo de negócio baseado na logística reserva. Portanto, o ideal é que os materiais retirados dos carros sejam destinados aos fornecedores do setor automotivo, fazendo com que eles reincorporem uma parte desses materiais em seu processo produtivo**”, afirmou Britto – complementando que o processo traz economia e sustentabilidade para o processo de fabricação e a cadeia como

um todo, solidificando o conceito de economia circular.

Ainda mais animador do que observar números detalhados da GWA Brasil – para quem a missão é reciclar até 100.000 toneladas de resíduos automotivos até 2030 – porém, é ouvir os relatos do executivo da empresa sobre o progressivo engajamento de tradicionais players do setor na pauta da logística reversa.

Segundo Britto, a empresa firmou recentemente projeto de parceria com um grande fabricante de autopeças do país com a finalidade de atender redes de oficinas para a destinação dos resíduos do processo de manutenção.

Além disso, a GWA Brasil possui, desde o ano passado, acordo com a Fundação Toyota para reciclar os carros da marca no Brasil que estejam ‘encostados’ em órgãos como DETRANS e CETs.

### Entenda o processo de reciclagem de veículos inteiros

“O trabalho inicia com a descontaminação. Processo onde são retirados os materiais perigosos que oferecem risco ao meio ambiente, sendo principalmente gases, fluidos e metais pesados. A segunda etapa compreende a desmontagem e separação das partes, conforme sua composição física. Por fim, última etapa é a destinação final dos materiais para os respectivos recicladores e destinos finais”



André Britto é proprietário da startup GWA Brasil





Análise das oficinas revelou lacunas referentes à correta destinação dos produtos

## Rastreabilidade chegando às oficinas

Embora o núcleo de negócios da GWA Brasil seja a desmontagem e a logística reversa de carros inteiros, a startup de origem gaúcha tem começado a olhar para as autopeças como um braço complementar de sua atuação.

André Britto, fundador da empresa, conta que o interesse surgiu de uma análise das oficinas brasileiras concluída com a constatação de diversas lacunas referentes à destinação destes produtos – tais como falta de empresas especializadas, falta de documentação e rastreabilidade quanto ao destino dos materiais coletados.

“A partir de então, começamos a desenvolver esse projeto complementar visando tornar a destinação mais correta e rastreável para as oficinas e os próprios fabricantes”, afirmou.

Neste sentido, Britto contou ainda que, desde a sinalização de interesse da GWA Brasil neste mercado, observou-se uma tendência

no setor de desenvolver modelos de negócio considerando o final de vida e ciclo dos produtos automotivos.

E dentro deste ambiente repleto de demandas sustentáveis, embora as montadoras estejam liderando o processo junto das startups em busca de soluções nestas esferas, o fato de estarem conectadas por um mercado integrado também têm impulsionado as fabricantes de autopeças a direcionarem suas atenções nesse sentido.

“A rastreabilidade do destino final e o atendimento a legislação são cada vez mais fiscalizados pelos órgãos reguladores. Ter esse serviço bem estruturado resguarda as empresas quanto à legislação. Além disso, representa uma segurança quando ao destino de final das peças. Evitando a recolocação no mercado de forma indevida e sem garantia do fabricante. Essa prática cria transtornos para as oficinas, fabricantes e para o próprio consumidor”, finaliza André Britto.



## Marelli amplia linha de correias com kits de distribuição

A Marelli Cofap Aftermarket lança Kits de Distribuição Marelli, uma nova família de produtos que fará parte da linha de correias automotivas. Composta por 20 códigos, a gama de produtos atende a modelos das montadoras Citroën, Fiat, Ford, GM, Hyundai, Kia, Mitsubishi, Nissan, Peugeot, Renault e Volkswagen.

Nesse conjunto, o reparador tem à disposição peças que sofrem desgaste junto com a correia sincronizadora, permitindo que a manutenção no sistema seja a mais completa e confiável possível. A periodicidade da manutenção é determinada pelo fabricante do veículo ou quando se detecta sinais de que algo não está funcionando adequadamente. Os kits deste lançamento utilizam correias com tecnologia HNBR.

Composta por 20 códigos, linha atende a modelos das principais montadoras

## Após o LabCar, ZM lança o LabTruck

Seguindo a série de vídeos LabCar lançada em 2020, agora a ZM lança também a série LabTruck, que apresenta vídeos com conteúdo técnico, voltados para o mundo dos pesados, facilitando e instruindo o aplicador a fazer, na prática, instalações e verificações de peças como “troca do terminal de direção no VW Constellation, alternadores, fixação automotiva, troca do terminal de direção”, curiosidades sobre o caminhão #26, participante na Copa Truck, apresentados pelo piloto Raphael Abbate, entre outros. “Além de ser outro público, entendemos que a linha pesada possui particularidades e dificuldades bem diferentes dos automóveis da linha leve. Por enquanto temos seis vídeos, mas a ideia é ir crescendo essa playlist”, explica Poliana Zimmermann, coordenadora de Marketing da empresa.



Nova série começa com seis vídeos

## Monroe tem lançamentos na reposição

### Novos amortecedores Monroe:

Linha leve: BMW -- Série 1 -- (F20/F21) 116i/125i, (exceto Suspensão Eletrônica/X-Drive/M-Technik) -- Dianteiro e traseiro - A partir de 2011/2010; BMW -- Série 3 -- (F30), (exceto Suspensão Eletrônica / Esportiva / X-Drive / M-Technik) -- Dianteiro e traseiro - A partir de 2011/2010; Argo Trekking -- Traseiro - A partir de 2019; Honda Civic -- Dianteiro - A partir de 2016; Smart Fortwo (exceto Brabus) -- Traseiro - A partir de 2007/2006 até 2014

**Linha pesada:** Volkswagen Caminhão Delivery 9 -170 (parabólica e trapezoidal) -- Dianteiro e traseiro - A partir de 2017

### Novos componentes Monroe Axios:

Honda Civic -- Dianteiro LD e dianteiro LE- A partir de 2015; Honda Fit -- Dianteiro LD e dianteiro LE - A partir de 2015





Estudo projeta 3,2 milhões de veículos elétricos no país em 2035, o que demanda a instalação de mais de 150 mil pontos de recarga

## ANFAVEA apoia ampliação de infraestrutura para eletrificação e cria grupo de trabalho

Em sua última coletiva de imprensa como presidente da ANFAVEA, Luiz Carlos Moraes anunciou no início de abril a criação de um grupo de trabalho com foco na infraestrutura para a eletromobilidade. Constituído por representantes das montadoras, o grupo poderá receber colaboração de outras empresas, incluindo importadores de veículos. Os objetivos principais são a definição de rotas prioritárias para estações de recarga rápida em rodovias; busca de parceiros para criação de rede de postos de abastecimento (concessionárias de rodovias, empresas de energia etc.) e identificação de possíveis

estímulos para o uso de veículos eletrificados (redução de impostos e taxas, isenção de rodízio, entre outros). "Hoje temos no Brasil cerca de 1 mil pontos de recarga para uma frota estimada em 10 mil veículos elétricos. De acordo com as projeções do estudo 'O caminho da descarbonização do setor automotivo', apresentado pela ANFAVEA em agosto do ano passado, teremos em 2035 algo em torno de 3,2 milhões de veículos elétricos rodando no país, o que demanda a instalação de mais de 150 mil pontos de recarga", explicou Luiz Carlos Moraes.

## Fras-le oficializa abertura de novas ações ao mercado financeiro

Um toque de campanha em cerimônia realizada em 11 de abril na sede da B3, em São Paulo (SP), celebrou a oferta primária de ações da Fras-le (FRAS3), powerhouse de reposição em autopeças que realizou seu IPO em 1971. A oferta de ações busca captar recursos que serão direcionados para a continuidade da estratégia de expansão da companhia e investimentos em inovação. A distribuição pública primária foi de 52.450.000 novas ações. O evento contou com a participação do diretor de Relacionamento com Clientes da B3, Rogério Santana, do presidente das Empresas Randon e também conselheiro da Fras-le, Daniel Randon, do diretor-superintendente da Fras-le, Anderson Pontalti, e do diretor de M&A e Relações com Investidores da Fras-le, Hemerson de Souza, além de executivos, colaboradores e convidados. "Esse movimento representa o sucesso da estratégia da nossa operação, direcionada a captar recursos para a

continuidade do crescimento da Fras-le. Vamos seguir nossa expansão de mercado, ampliar nossa presença internacional e explorar tecnologias novas, a exemplo das pesquisas de nanotecnologia (desenvolvidas pela empresa NIONE). Este momento reforça o novo patamar alcançado pela empresa nos últimos anos e nos posiciona como um dos players mais estratégicos no segmento", ressalta o diretor de M&A e Relações com Investidores da Fras-le, Hemerson de Souza.

A oferta de ações foi realizada no Brasil sob a coordenação do Banco Itaú BBA S.A., do Banco BTG Pactual S.A., do Banco Bradesco BBI S.A. e do Banco Safra S.A., nos termos da Lei do Mercado de Valores Mobiliários. Simultaneamente, foram realizados esforços de colocação das ações no exterior pelo Itaú BBA USA Securities, pelo BTG US Capital LLC, pelo Bradesco Securities, e pelo Safra Securities.



Anunciada no final de março, oferta subsequente de ações na B3 busca ampliar estratégia de desenvolvimento e conquista de mercados internacionais



## Venda de veículos usados cresce quase 30% em março

O bom desempenho do mercado de veículos – que tanto tem favorecido a reposição independente e o varejo de autopeças nos últimos dois anos – voltou a ocorrer no mês de março. No entanto, no acumulado de 2022 os resultados têm sido inferiores ao ano passado. E, para o mercado de leves, os dados precisam ser analisados com cautela, uma vez que novamente as motos tiveram grande destaque no balanço final das vendas – leia reportagem de capa da edição 356 do Novo Varejo Full Digital no nosso site. De acordo com a FENABRAVE – Federação Nacional da Distribuição de Veículo Automotores, o mês foi de recuperação nas transações de usados em todo o País. Com 22 dias úteis (3 a mais do que fevereiro), o volume total registrou alta de 29,73% sobre o mês anterior. Em relação a março de 2021, a retração é de 12,2% e, no acumulado, a queda é de 22,84%. “O mercado ultrapassou a marca de 1 milhão de transações no mês pela primeira vez no ano. Todos os segmentos automotivos tiveram alta entre 28% e 32%, o que pode significar um

aquecimento das vendas”, afirma José Maurício Andreta Jr., Presidente da FENABRAVE. Assim como ocorreu no mercado de novos, as transações de motocicletas puxaram a alta nos negócios, com crescimento de 32,5% sobre fevereiro. As transações de ônibus também mostraram recuperação, assegurando resultado positivo nas trocas de titularidade, tanto no mês quanto no acumulado do ano. As transações de caminhões usados também chamaram a atenção em março, cujo crescimento superou a marca dos 28% sobre fevereiro, ainda que os resultados tenham sido negativos na comparação com março de 2021 e, também, com o 1º trimestre do ano passado. “A falta de componentes, que ainda afeta a fabricação de caminhões novos, deve ter influenciado nas vendas de usados, em março”, comentou Andreta Jr., que complementou dizendo que o Programa RENOVAR, que acaba de ser lançado pelo Governo, poderá fomentar ainda mais as vendas de caminhões seminovos, por exemplo.

### Autos e leves

Entre os automóveis e comerciais leves, os modelos com até 3 anos de fabricação corresponderam a 10,46% do total de transações de março. No acumulado, a participação desses veículos é de 9,98%.

Resumo Mensal Março de 2022

Segmentos	2022		2022 Acumulado (C)	2021		Variação		
	Mar (A)	Fev (B)		Mar (D)	Acumulado (E)	(A)/(B)	(A)/(D)	(C)/(E)
A) Autos	664.689	516.487	1.705.946	781.191	2.286.689	28,69▲	-14,91▼	-25,40▼
B) Com. Leves	117.721	90.570	297.562	134.346	374.323	29,98▲	-12,37▼	-20,51▼
A + B	782.410	607.057	2.003.508	915.537	2.661.012	28,89▲	-14,54▼	-24,71▼
C) Caminhões	27.176	21.186	68.847	34.300	92.119	28,27▲	-20,77▼	-25,26▼
D) Ônibus	3.995	3.066	9.455	3.435	8.997	30,30▲	16,30▲	5,09▲
C + D	31.171	24.252	78.302	37.735	101.116	28,53▲	-17,39▼	-22,56▼
Subtotal	813.581	631.309	2.081.810	953.272	2.762.128	28,87▲	-14,65▼	-24,63▼
E) Motos	259.783	196.062	650.400	268.373	778.860	32,50▲	-3,20▼	-16,49▼
F) Impl. Rod.	6.682	5.221	17.939	8.622	24.178	27,98▲	-22,50▼	-25,80▼
Outros	6.972	5.300	17.512	7.807	21.789	31,55▲	-10,70▼	-19,63▼
<b>Total</b>	<b>1.087.018</b>	<b>837.892</b>	<b>2.767.661</b>	<b>1.238.074</b>	<b>3.586.955</b>	<b>29,73▲</b>	<b>-12,20▼</b>	<b>-22,84▼</b>



Em cinco anos, CD da ZF Aftermarket no Brasil se tornou um dos mais avançados do grupo no mundo

## ZF prevê crescimento de 12% no aftermarket em 2022

A Divisão de Aftermarket da ZF prevê crescimento de 12% em 2022. A projeção foi feita por Reynaldo Contreira, head da empresa para as operações de reposição na América do Sul. Ano passado, o crescimento foi de 26% sobre os resultados de 2020. Segundo o executivo, a estimativa menor se deve a uma postura de cautela que leva conta a conjuntura atual do país e a guerra na Ucrânia. Contreira, no entanto, mostra otimismo com o bom momento vivido pelo mercado de carros usados, que vêm se mantendo aquecido em razão da falta de veículos novos. Este cenário favorece a busca por serviços de manutenção e, em consequência, o consumo de peças. A estimativa foi feita em evento para a imprensa que comemorou os cinco anos de atividades do Centro de Distribuição da ZF Aftermarket no Brasil, localizado em Itu (SP) onde se concentram as atividades de logística de peças das marcas ZF, LEMFÖRDER, SACHS e TRW, destinadas às linhas leve e pesada, considerando ainda equipamentos fora de estrada. Neste período, o Centro de Distribuição passou por melhorias contínuas e recebeu investimentos em equipamentos automatizados e em digitalização de processos que elevaram a produtividade da operação em 34%, com aumento na agilidade de entrega de peças aos clientes e integração de dados com toda a cadeia, sendo um

dos mais digitalizados de toda a ZF Aftermarket no mundo. De acordo com Bruno Silva, Gerente Sênior de Operações da ZF Aftermarket, trata-se de uma das maiores operações do mercado de reposição no Brasil atualmente, pois reúne um dos maiores portfólios, com a movimentação mensal de cinco milhões de autopeças, além de ser o primeiro Centro de Distribuição integrado da empresa no mundo. Esse número não inclui o volume movimentado pela marca WABCO, também pertencente à ZF Aftermarket, cujo centro de distribuição de peças está instalado em Campinas, SP. A operação em Itu recebeu em cinco anos inversões da ordem de 18 milhões de reais em equipamentos e processos. “As inúmeras otimizações e transformações digitais baseadas em Big Data, IoT - Inteligência Artificial e Machine Learning, vem trazendo cada vez mais eficiência à logística de peças da ZF Aftermarket na América do Sul”, explica. Muitos dos equipamentos utilizados na operação são robotizados e permitem integração de dados. O armazém conta com cinco elevadores automáticos, que quadruplicam a velocidade de atendimento dos pedidos, aplicando o conceito de Picking by Light de coleta, por indicações de lasers. Além disso, há máquinas de embalagens automatizadas, estas com o sistema Picking-by-Voice, método de separação de peças a partir de comandos de voz dos operadores, entre inúmeras outros avanços.



## NGK investe R\$ 2 milhões em nova usina solar

A NGK anuncia o investimento de R\$ 2 milhões para instalação de uma nova usina de energia solar dentro de sua fábrica em Mogi das Cruzes (SP). A iniciativa vai ampliar o abastecimento da unidade uma vez que possibilitará o aumento da capacidade de geração em 36%. O projeto está alinhado com o Ecovision 2030, programa global da empresa que estabelece metas de resposta às mudanças climáticas, expansão de produtos ambientalmente amigáveis, conservação de recursos hídricos e gerenciamento de resíduos. A companhia já é detentora do maior sistema fotovoltaico da região do Alto Tietê, instalado em março de 2021 e composto por 3.102 módulos e 10 inversores, que ocupam dois hectares do terreno da fábrica.

“No período de um ano, a NGK deixou de emitir aproximadamente 104 toneladas de CO<sub>2</sub>, o que corresponde ao plantio de 645 árvores

por ano”, destaca Eduardo Tsukahara, diretor gerente da empresa. Em média, a multinacional gera 150 MWh/mês, o que rende uma economia de 7% no consumo. O volume anual seria suficiente para abastecer 758 residências com consumo médio anual de 2.400 kWh.

O executivo aponta que a energia solar vem sendo utilizada pela companhia como alternativa para solucionar desafios energéticos globais, uma vez que provém de fonte limpa e renovável. “A NGK está cada vez mais preocupada com a preservação do meio ambiente e busca, constantemente, colaborar com a sustentabilidade de suas operações. Dessa forma, considera a usina fotovoltaica um projeto de expressiva importância para alcançar as metas ambientais estabelecidas”.

de efluentes da própria fábrica. “Essas duas iniciativas também são consideradas parte importante desse esforço da empresa, que visa promover o crescimento sustentável em todas as suas atividades no Brasil com a redução dos impactos ambientais e o aumento da produtividade”, finaliza Tsukahara.

### Outras iniciativas sustentáveis

Além da geração própria de energia solar, a NGK reprocessa 90% de seus resíduos (12 toneladas por mês) e recicla 70% da água utilizada (295 m<sup>3</sup> ao mês) por meio de uma estação de tratamento



Projeto está alinhado com programa global da empresa que estabelece metas de resposta às mudanças climáticas

## YPF Brasil apresenta nova linha de lubrificantes Elaion Auro

A YPF Brasil apresenta a sua nova linha de óleos lubrificantes: Elaion e Elaion Auro. Os novos produtos são destinados a veículos leves. “Os motores passam por uma constante evolução, seja pela busca de medidas mais sustentáveis, como para desenvolver uma melhor performance com aumento de potência. A engenharia das montadoras trabalha para alinhar isso, e cabe a nós pensar em um óleo lubrificante que acompanhe este movimento”, diz Pablo Luchetta, CEO da YPF no Brasil.

Atualmente, os motores híbridos são uma realidade e exigem um óleo lubrificante diferente, com atributos que entreguem a máxima performance.

“A linha Elaion Auro possui produtos específicos, produtos homologados, aptos para corresponder à alta exigência dos motores híbridos. O Elaion Auro vem com o selo Tec, que

corresponde a constante evolução e melhoria contínua, conceito que guiará a YPF Brasil nos próximos anos”, explica Pablo.

No total, a linha Elaion Auro possui sete modelos de lubrificantes que podem ser encontrados pelos consumidores. Os lubrificantes Elaion Auro DPF 530, Elaion Auro D1 530 e Elaion Auro D1 020, possuem atributos necessários para aplicação em motorizações híbridas, e obtém este destaque no rótulo.

Já a nova linha de produtos Elaion é destinada a veículos leves de alta exigência. O óleo possui em sua composição versões sintéticas, semissintéticas e minerais, com pacote especial de aditivos que ajudam ao cuidado do motor mesmo em condições severas de uso.

Ao todo, são 14 novos produtos que passam a fazer parte do portfólio de opções ofertadas pela YPF Brasil ao mercado nacional.

### Cafu é a “cara” da nova linha Elaion

O lançamento da nova linha Elaion e Elaion Auro ocorreu em 7 de abril, junto do anúncio oficial da parceria entre YPF e Cafu, atleta com maior número de partidas disputadas pela seleção brasileira de futebol.

O papel do atleta como embaixador fortalece as relações da companhia com o esporte brasileiro. O apoio recente da YPF Brasil a atletas em diversas categorias do automobilismo, além de ser patrocinadora oficial da Copa Intelbras do Brasil em 2022 pelo segundo ano consecutivo, evidencia a confiança da empresa no desenvolvimento das modalidades nacionais.

“Quando pensamos no Cafu, além das conquistas e liderança, temos a busca pelo resultado e a evolução constante como valores que também são fundamentais para a YPF. Ter ele junto neste momento é uma realização importante para todos que trabalharam nos últimos meses para o desenvolvimento da nova linha Elaion”, finaliza Pablo Luchetta.



Capitão do “penta”, Cafu é o garoto propaganda da nova linha Elaion





## CARTA DA ANFAVEA

Informações | Insights | Resultados  
Information | Insights | Results | Información | Insights | Resultados

ABR/2022 Ed. 431  
anfavea.com.br

Resultados de março e janeiro a março de 2022  
Results for february and January to march 2022 / Resultados de março y enero a marzo de 2022



### Autoveículos - Vehicles / Vehículos

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
MAR 22 - MAR 22/MAR 22	146,8 mil Thousand/Mil	MAR 22 - MAR 22/MAR 22	38,9 mil Thousand/Mil	MAR 22 - MAR 22/MAR 22	184,8 mil Thousand/Mil
FEV 22 - FEB 22/FEB 22	132,3 mil Thousand/Mil	FEV 22 - FEB 22/FEB 22	41,4 mil Thousand/Mil	FEV 22 - FEB 22/FEB 22	165,9 mil Thousand/Mil
MAR 22/FEV 22	10,9%	MAR 22/FEV 22	-6,2%	MAR 22/FEV 22	11,4%
MAR 22/FEB 22 - MAR 22/FEB 22		MAR 22/FEB 22 - MAR 22/FEB 22		MAR 22/FEB 22 - MAR 22/FEB 22	
MAR 21 - MAR 21/MAR 21	189,4 mil Thousand/Mil	MAR 21 - MAR 21/MAR 21	36,8 mil Thousand/Mil	MAR 21 - MAR 21/MAR 21	200,3 mil Thousand/Mil
MAR 22/MAR 21	-22,5%	MAR 22/MAR 21	5,8%	MAR 22/MAR 21	-7,8%
MAR 22/MAR 21 - MAR 22/MAR 21		MAR 22/MAR 21 - MAR 22/MAR 21		MAR 22/MAR 21 - MAR 22/MAR 21	
JAN-MAR 22 - JAN-MAR 22 - ENE-MAR 22	405,7 mil Thousand/Mil	JAN-MAR 22 - JAN-MAR 22 - ENE-MAR 22	108,1 mil Thousand/Mil	JAN-MAR 22 - JAN-MAR 22 - ENE-MAR 22	496,1 mil Thousand/Mil
JAN-MAR 21 - JAN-MAR 21 - ENE-MAR 21	527,9 mil Thousand/Mil	JAN-MAR 21 - JAN-MAR 21 - ENE-MAR 21	95,8 mil Thousand/Mil	JAN-MAR 21 - JAN-MAR 21 - ENE-MAR 21	597,8 mil Thousand/Mil
JAN-MAR 22 / JAN-MAR 21	-23,2%	JAN-MAR 22 / JAN-MAR 21	12,8%	JAN-MAR 22 / JAN-MAR 21	-17,0%
JAN-MAR 22 / JAN-MAR 21 - ENE-MAR 22 / ENE-MAR 21		JAN-MAR 22 / JAN-MAR 21 - ENE-MAR 22 / ENE-MAR 21		JAN-MAR 22 / JAN-MAR 21 - ENE-MAR 22 / ENE-MAR 21	

### 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
MAR 22 - MAR 22/MAR 22	10,1 mil Thousand/Mil	MAR 22 - MAR 22/MAR 22	2,0 mil Thousand/Mil	MAR 22 - MAR 22/MAR 22	13,5 mil Thousand/Mil
FEV 22 - FEB 22/FEB 22	8,1 mil Thousand/Mil	FEV 22 - FEB 22/FEB 22	1,5 mil Thousand/Mil	FEV 22 - FEB 22/FEB 22	11,4 mil Thousand/Mil
MAR 22/FEV 22	24,3%	MAR 22/FEV 22	40,8%	MAR 22/FEV 22	18,8%
MAR 22/FEB 22 - MAR 22/FEB 22		MAR 22/FEB 22 - MAR 22/FEB 22		MAR 22/FEB 22 - MAR 22/FEB 22	
MAR 21 - MAR 21/MAR 21	10,8 mil Thousand/Mil	MAR 21 - MAR 21/MAR 21	2,0 mil Thousand/Mil	MAR 21 - MAR 21/MAR 21	12,5 mil Thousand/Mil
MAR 22/MAR 21	-6,5%	MAR 22/MAR 21	5,0%	MAR 22/MAR 21	8,5%
MAR 22/MAR 21 - MAR 22/MAR 21		MAR 22/MAR 21 - MAR 22/MAR 21		MAR 22/MAR 21 - MAR 22/MAR 21	
JAN-MAR 22 - JAN-MAR 22 - ENE-MAR 22	26,9 mil Thousand/Mil	JAN-MAR 22 - JAN-MAR 22 - ENE-MAR 22	4,7 mil Thousand/Mil	JAN-MAR 22 - JAN-MAR 22 - ENE-MAR 22	34,4 mil Thousand/Mil
JAN-MAR 21 - JAN-MAR 21 - ENE-MAR 21	26,1 mil Thousand/Mil	JAN-MAR 21 - JAN-MAR 21 - ENE-MAR 21	5,3 mil Thousand/Mil	JAN-MAR 21 - JAN-MAR 21 - ENE-MAR 21	33,1 mil Thousand/Mil
JAN-MAR 22 / JAN-MAR 21	3,0%	JAN-MAR 22 / JAN-MAR 21	-11,3%	JAN-MAR 22 / JAN-MAR 21	3,9%
JAN-MAR 22 / JAN-MAR 21 - ENE-MAR 22 / ENE-MAR 21		JAN-MAR 22 / JAN-MAR 21 - ENE-MAR 22 / ENE-MAR 21		JAN-MAR 22 / JAN-MAR 21 - ENE-MAR 22 / ENE-MAR 21	

## Desempenho das montadoras melhora, mas ainda fica abaixo do primeiro trimestre de 2021

Produção de 184,8 mil unidades em março foi 11,4% superior à de fevereiro e 7,8% inferior à do mesmo mês no ano passado

Todos os índices apurados pelo balanço mensal da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA) melhoraram em março, sobretudo os de produção. Mesmo assim, não foram suficientes para que o primeiro trimestre se aproximasse dos bons resultados do mesmo período do ano passado, quando ainda não havia efeitos da crise global dos semicondutores – hoje o maior gargalo da indústria automobilística e de outros setores que utilizam componentes eletrônicos. A produção de 184,8 mil unidades em março foi 11,4% superior à de fevereiro e 7,8% inferior à de março de 2021. No acumulado do trimestre, a queda foi de 17% na comparação com o volume produzido nos primeiros três meses do ano anterior. “Além da questão dos semicondutores, tivemos impactos negativos da onda ômicron nos primeiros dois meses do ano, por seu alto índice de contágio, e um volume de chuvas e alagamentos acima da média, afetando o deslocamento dos clientes e o funcionamento de várias concessionárias”, ressaltou o Presidente da ANFAVEA, Luiz Carlos Moraes.

As 146,8 mil unidades de autoveículos licenciadas em março representaram alta de 10,9% sobre março e baixa de 22,5% sobre o mesmo mês de 2021, com queda de 23,2% no acumulado do trimestre. A exceção à regra foi o segmento de caminhões, que acumula crescimento de 3% sobre o primeiro trimestre do ano passado. Durante a coletiva, Moraes mostrou números com quedas similares na maioria dos grandes mercados automotivos globais. Já as exportações de 38,9 mil unidades tiveram um leve recuo de 6,2% no mês. Porém, no trimestre elas estão melhores que no ano passado, com 108,1 mil unidades embarcadas, elevação de 12,8%. Também os estoques nas concessionárias estão melhorando, e o nível de empregos subiu em 430 postos de trabalho (ou 710 em relação a dezembro).

## 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		
	MAR	FEV	JAN-MAR	MAR	JAN-MAR	A/B	A/D	C/E
	MAR/MAR A	FEB/FEB B	JAN-MAR/ENE-MAR C	MAR/MAR D	JAN-MAR/ENE-MAR E			
<b>Total / Total / Total</b>	<b>129.060</b>	<b>117.121</b>	<b>354.578</b>	<b>172.024</b>	<b>480.664</b>	<b>10,2</b>	<b>-25,0</b>	<b>-26,2</b>
<b>Veículos leves / Light vehicles / Vehículos livianos</b>	<b>117.985</b>	<b>108.479</b>	<b>325.573</b>	<b>160.509</b>	<b>452.632</b>	<b>8,8</b>	<b>-26,5</b>	<b>-28,1</b>
Automóveis / Passenger cars / Automóviles	98.562	91.120	272.032	133.252	376.714	8,2	-26,0	-27,8
Comerciais leves / Light commercials / Comerciales livianos	19.423	17.359	53.541	27.257	75.918	11,9	-28,7	-29,5
<b>Caminhões / Trucks / Camiones</b>	<b>9.713</b>	<b>7.721</b>	<b>25.683</b>	<b>10.335</b>	<b>24.701</b>	<b>25,8</b>	<b>-6,0</b>	<b>4,0</b>
Semileves / Semi-light / Semilivianos	119	83	305	112	238	43,4	6,3	28,2
Leves / Light / Livianos	919	795	2.541	971	2.490	15,6	-5,4	2,0
Médios / Medium / Medianos	1.058	890	2.684	932	2.244	18,9	13,5	19,6
Sempesados / Semi-heavy / Sempesados	2.957	2.271	7.439	2.482	6.575	30,2	19,1	13,1
Pesados / Heavy / Pesados	4.660	3.682	12.714	5.838	13.154	26,6	-20,2	-3,3
<b>Ônibus / Buses / Ómnibus y Colectivos</b>	<b>1.362</b>	<b>921</b>	<b>3.322</b>	<b>1.180</b>	<b>3.331</b>	<b>47,9</b>	<b>15,4</b>	<b>-0,3</b>

Mil unidades Thousand units / Miles de unidades	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	ANO
	JAN/ENE	FEB/FEB	MAR/MAR	APR/ABR	MAY/MAY	JUN/JUN	JUL/JUL	AUG/AGO	SEP/SET	OCT/OCT	NOV/NOV	DEC/DEC	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	117,1	129,1										354,6

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		
	MAR	FEV	JAN-MAR	MAR	JAN-MAR	A/B	A/D	C/E
	MAR/MAR A	FEB/FEB B	JAN-MAR/ENE-MAR C	MAR/MAR D	JAN-MAR/ENE-MAR E			
<b>Total / Total / Total</b>	<b>17.759</b>	<b>15.210</b>	<b>51.090</b>	<b>17.365</b>	<b>47.262</b>	<b>16,8</b>	<b>2,3</b>	<b>8,1</b>
<b>Veículos leves / Light vehicles / Vehículos livianos</b>	<b>17.416</b>	<b>14.840</b>	<b>49.921</b>	<b>16.941</b>	<b>45.886</b>	<b>17,4</b>	<b>2,8</b>	<b>8,8</b>
Automóveis / Passenger cars / Automóviles	9.710	8.912	28.510	8.700	24.153	9,0	11,6	18,0
Comerciais leves / Light commercials / Comerciales livianos	7.706	5.928	21.411	8.241	21.733	30,0	-6,5	-1,5
<b>Caminhões / Trucks / Camiones</b>	<b>343</b>	<b>370</b>	<b>1.169</b>	<b>424</b>	<b>1.376</b>	<b>-7,3</b>	<b>-19,1</b>	<b>-15,0</b>
Semileves / Semi-light / Semilivianos	304	204	920	402	1.342	49,0	-24,4	-31,4
Leves / Light / Livianos	33	153	228	19	27	-78,4	73,7	744,4
Médios / Medium / Medianos	3	7	11	1	2	-57,1	200,0	450,0
Sempesados / Semi-heavy / Sempesados	3	2	6	1	2	50,0	200,0	200,0
Pesados / Heavy / Pesados	0	4	4	1	3	0,0	0,0	33,3
<b>Ônibus / Buses / Ómnibus y Colectivos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

Mil unidades Thousand units / Miles de unidades	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	ANO
	JAN/ENE	FEB/FEB	MAR/MAR	APR/ABR	MAY/MAY	JUN/JUN	JUL/JUL	AUG/AGO	SEP/SET	OCT/OCT	NOV/NOV	DEC/DEC	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	15,2	17,8										51,1

Fonte/Source/Fuente: Renavam/Denatran.



# Varejo de veículos, motos, partes e peças cresce 5,2% em fevereiro

Segundo pesquisa mensal do IBGE, o setor de varejo como um todo viu suas vendas crescerem 1,1%, segunda alta consecutiva

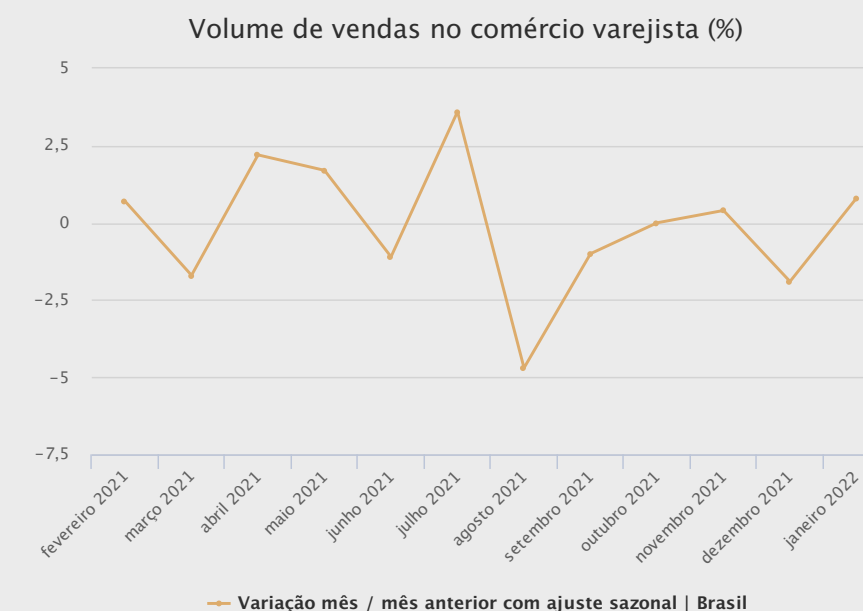
O volume de vendas do comércio varejista no país cresceu 1,1% em fevereiro, na comparação com o mês anterior (2,1%), segunda alta consecutiva. Com isso, o setor está 1,2% acima do patamar pré-pandemia, e 4,9% abaixo do pico da série (outubro de 2020). No ano, o varejo acumula variação de -0,1%. Já nos últimos 12 meses, cresceu 1,7%. Os dados são da Pesquisa Mensal de Comércio (PMC), divulgada hoje (13) pelo IBGE.

Seis das oito atividades pesquisadas tiveram taxas positivas em fevereiro. Embora o setor de livros, jornais, revistas e papelaria tenha crescido 42,8%, os maiores impactos vieram de combustíveis e lubrificantes (5,3%), móveis e eletrodomésticos (2,3%), tecidos, vestuário e calçados (2,1%).

Segundo o gerente da pesquisa, Cristiano Santos, a atividade de livros, jornais, revistas e papelaria vem, ao longo do tempo, diminuindo. Basta observar as grandes cadeias de livrarias, por exemplo. É uma atividade que vem perdendo importância no varejo por conta dos grandes marketplaces, que vendem livros online, mas não estão inseridos nessa categoria.

“O que segurava a atividade era o mercado de livros didáticos, que foi bastante afetado pela pandemia com o ensino online e a migração do material impresso para o meio digital. Ocorre que no início deste ano houve uma retomada relacionada, principalmente, com os grandes contratos de livros didáticos. Esse avanço, porém, não foi suficiente para recuperar os níveis anteriores, já que algumas atividades didáticas continuam no ambiente online”, explica Cristiano Santos.

Assim, as principais contribuições para o resultado do varejo em fevereiro vieram de combustíveis e lubrificantes (5,3%), móveis e eletrodomésticos (2,3%), tecidos, vestuário e calçados (2,1%). “No caso de tecidos, vestuário e calçados, o crescimento ocorreu após uma alta de 4,0% em janeiro. Foi uma atividade que não teve um Natal muito bom, com uma queda de 5,6% em dezembro. Mas em janeiro, as empresas fizeram promoções muito fortes que se estenderam até fevereiro e contribuíram com esse resultado. Já móveis e eletrodomésticos, que desde junho do ano passado não crescia, teve uma retomada com a série de promoções feitas pelas empresas. No caso de combustíveis, pela primeira vez, nos últimos 12 meses, não há uma pressão inflacionária tão clara para essa atividade”, detalha o gerente da PMC.



Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

Também avançaram, em fevereiro, outros artigos de uso pessoal e doméstico (1,6%) e hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (1,4%). Vale ressaltar que os indicadores de volume de vendas têm sido impactados pela inflação dos alimentos. Já o volume de vendas de artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria recuou 5,6% frente a janeiro, depois de três altas seguidas. O setor de equipamentos e material para escritório informática e comunicação ficou estável (0,0%).

No comércio varejista ampliado, o crescimento de 2,0% no volume de vendas, em fevereiro, foi influenciado pela taxa positiva de veículos, motos, partes e peças (5,2%). Material de construção teve variação negativa de -0,4%.



## Seis das oito atividades tiveram taxas positivas na comparação interanual

O comércio varejista avançou 1,3% em fevereiro, na comparação com o mesmo mês de 2021. Seis das oito atividades investigadas tiveram taxas positivas: livros, jornais, revistas e papelaria (18,5%), artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria (9,4%), tecidos, vestuário e calçados (8,0%), hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (2,0%), outros artigos de uso pessoal e doméstico (1,0%) e combustíveis e lubrificantes (0,1%).

Já equipamentos e material para escritório informática e comunicação (-7,2%) e móveis e eletrodomésticos (-12,6%) registraram queda.

Considerando o comércio varejista ampliado, para a mesma comparação, veículos e motos, partes e peças registrou aumento de 1,4% e material de construção registrou queda de 8,0%. Cristiano Santos observa também que o comércio varejista está 1,2% acima do nível pré-pandemia. As atividades que compõem o índice geral do setor, porém, apresentam comportamentos distintos. Livros, jornais, revistas e artigos de papelaria, por exemplo, está 38,7% abaixo do nível pré-pandemia, enquanto artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria está 21,9% acima desse patamar.

## Vendas crescem em quase todas as unidades da federação

Na comparação com janeiro, o volume de vendas do comércio varejista foi positivo em 26 das 27 unidades da federação, com destaque para Amapá (8,0%), Rondônia (8,0%) e Acre (5,9%). Somente Tocantins teve resultado negativo (-3,7%).

Já frente a fevereiro de 2021, o varejo teve resultados positivos em 18 unidades da federação, principalmente Amazonas (21,5%), Roraima (17,8%) e Acre (16,5%). No campo negativo, estão nove unidades da federação, entre elas, Pernambuco (-7,7%), Sergipe (-7,0%) e Piauí (-5,0%).

## Reclamações sobre compras online sobem 536% em dois anos em SP

A aceleração digital promovida pela pandemia e o consequente aumento dos índices do comércio eletrônico acabaram gerando também problemas na relação entre os consumidores e as lojas.

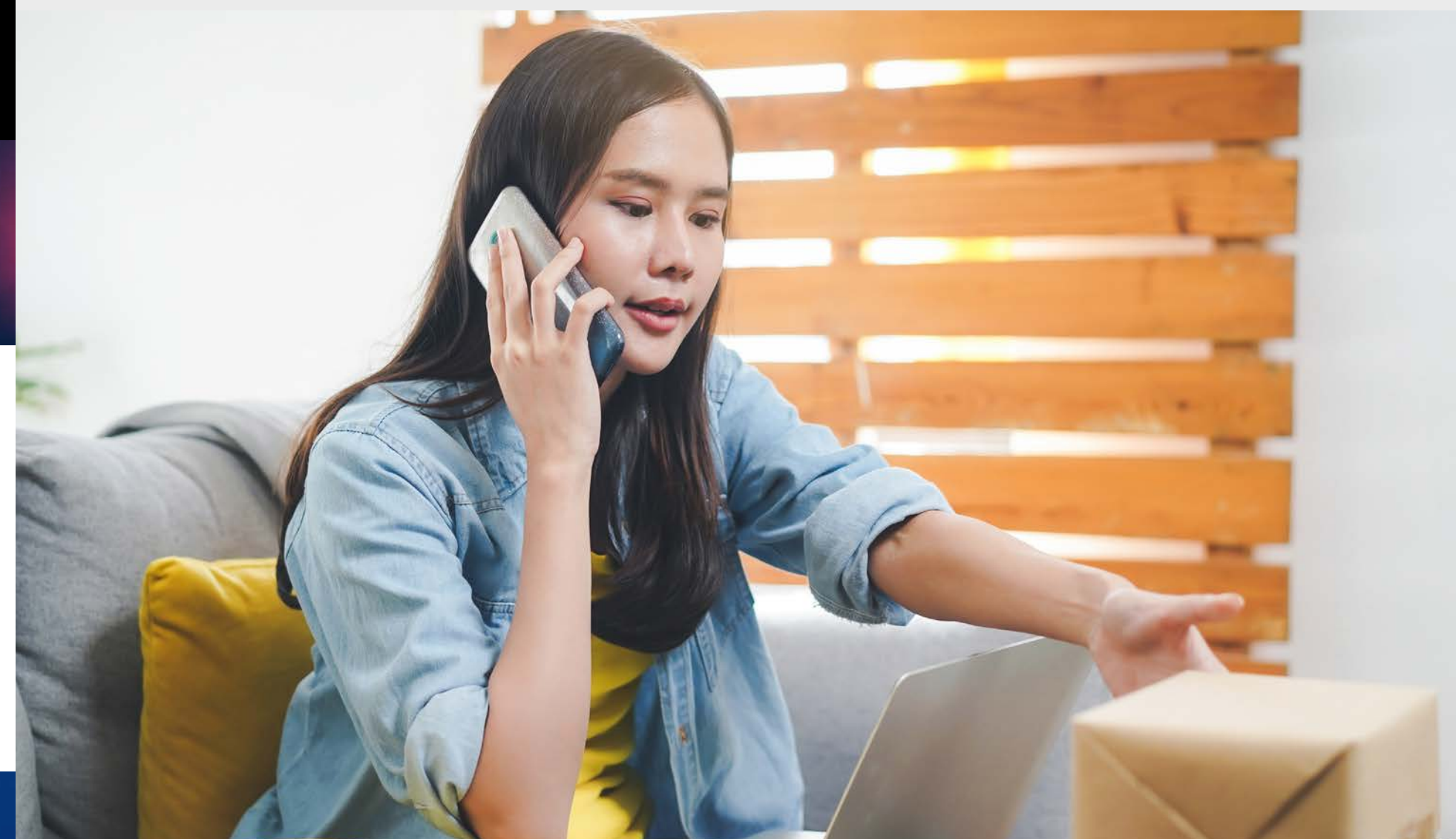
De acordo com o Procon de São Paulo, as reclamações relacionadas a compras online registradas no Procon-SP no ano de 2021 cresceram 536% em comparação a 2019 – último ano antes do início da pandemia de covid-19. Foram 498.877 queixas em 2021 contra 301.672 em 2020, e 78.419 em 2019.

Segundo a fundação que trabalha pela proteção aos direitos dos consumidores, o crescimento das reclamações decorreu da pandemia de covid-19 e à mudança nos hábitos de compra. “Essa elevação, que tem nos preocupado, ocorreu em razão da pandemia,

um contexto em que os estabelecimentos comerciais tiveram que ser fechados do dia para noite e não estavam preparados para fazer um atendimento de modo virtual”, disse o diretor executivo do Procon-SP, Guilherme Farid.

**As principais queixas dos consumidores são referentes a atrasos ou não entregas dos produtos; seguido de cobranças indevidas.** O Procon-SP destacou ainda relatos de vendas feitas por sites falsos ou perfis de redes sociais falsos.

A recomendação do Procon-SP é que a compra seja feita de empresas que estão cadastradas no sistema, ou seja, aquelas que disponibilizaram os seus dados ao órgão de defesa e assinaram o cadastro com o certificado digital.





## Semana de 28 de março a 1º de abril

O Novo Varejo apresenta os resultados das pesquisas **MAPA** - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e **ONDA** - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços relativos à semana de 28 de março a 1º de abril, estudos realizados pelo After.Lab, empresa de inteligência de mercado do Aftermarket Automotivo.

### MAPA

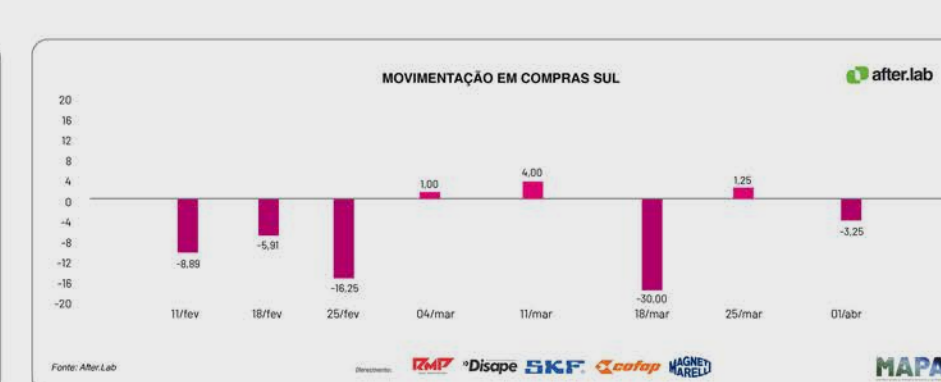
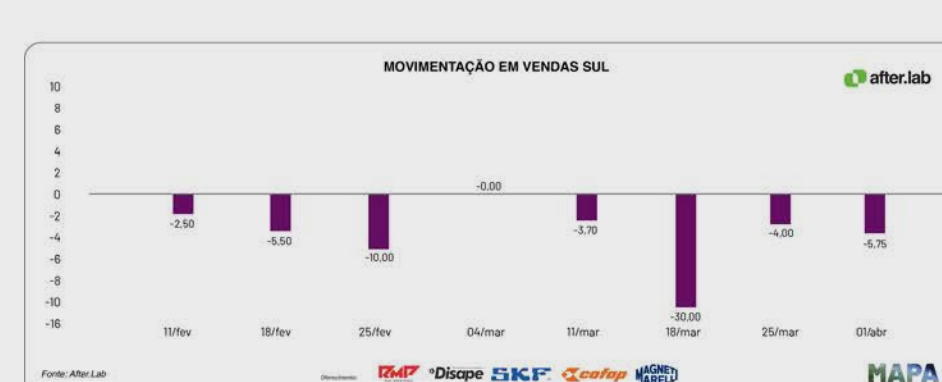
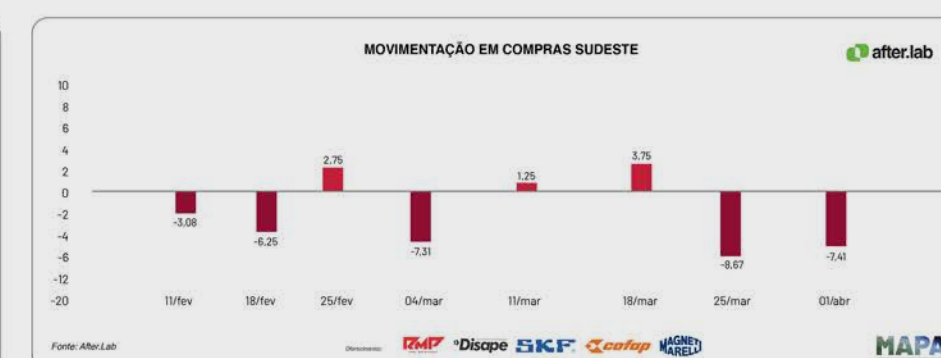
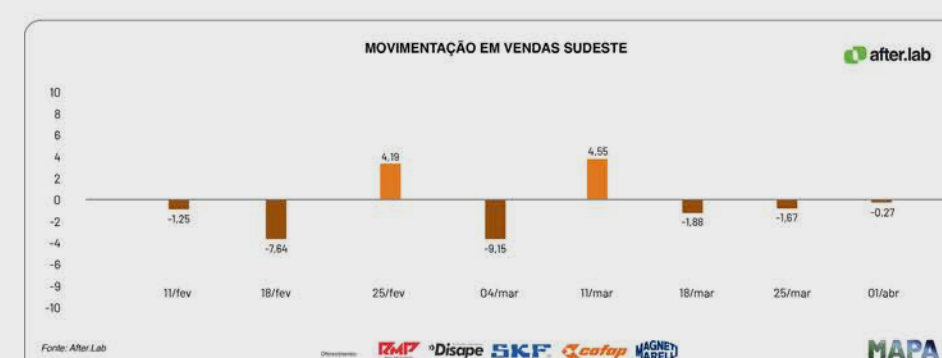
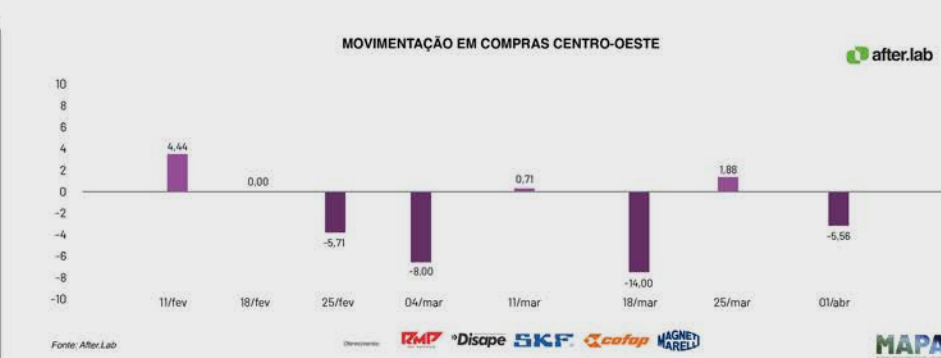
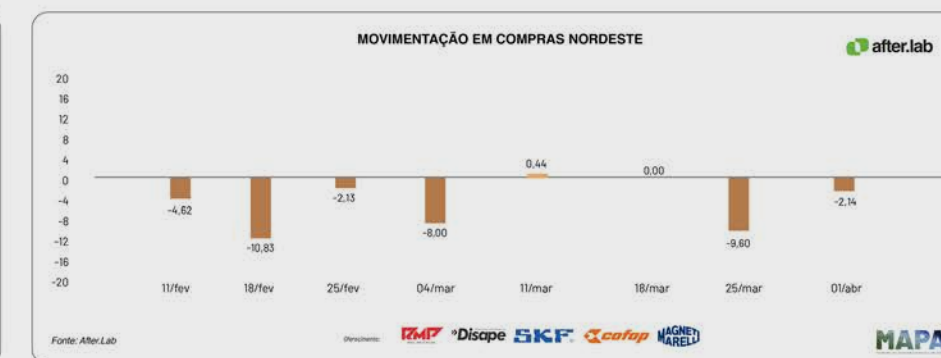
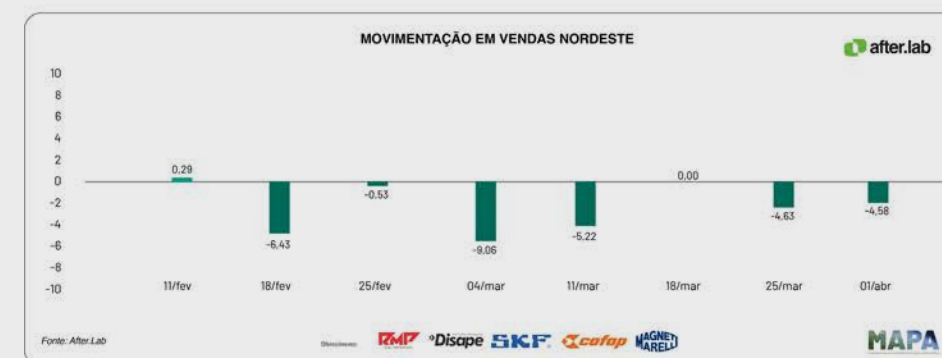
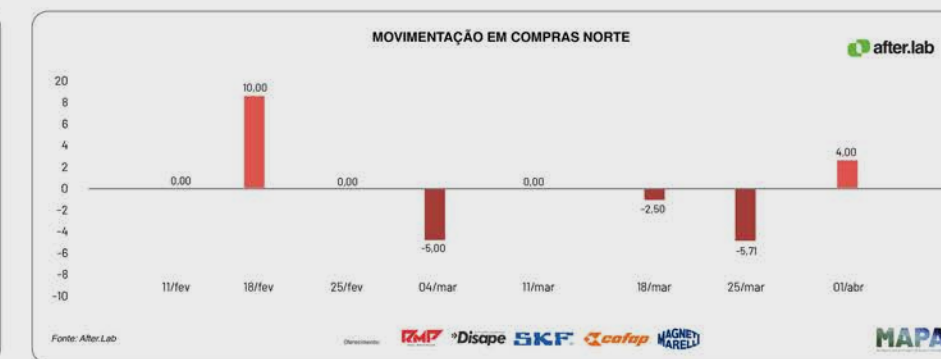
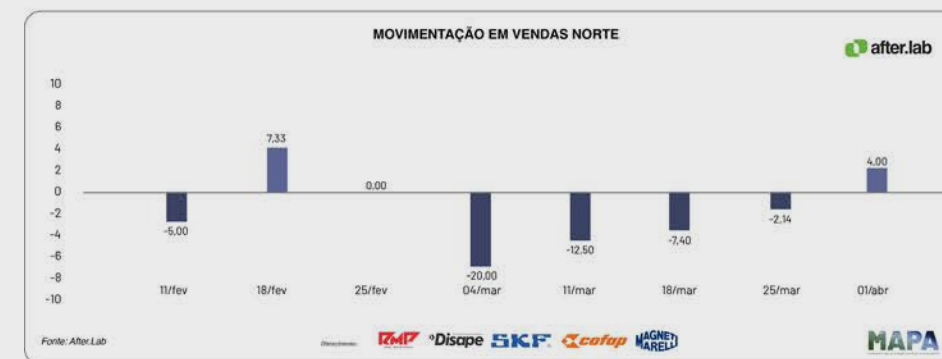
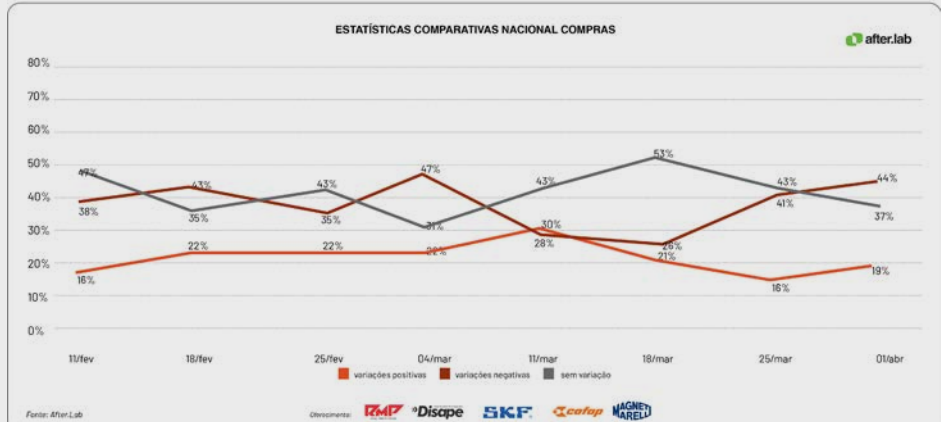
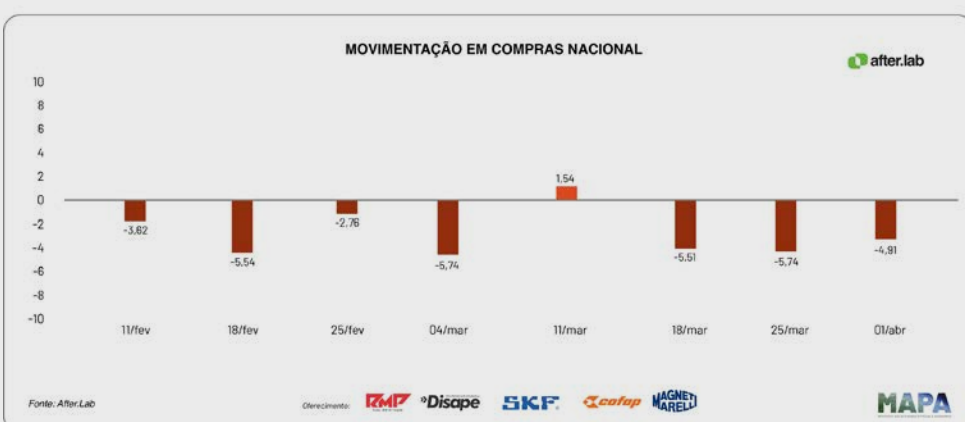
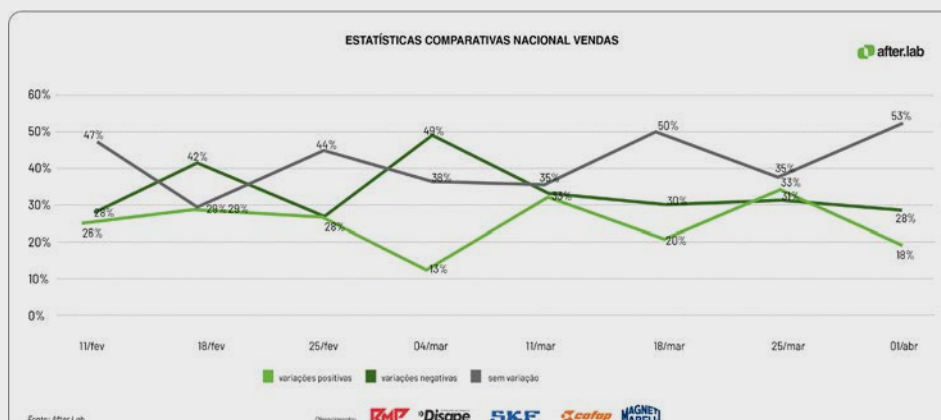
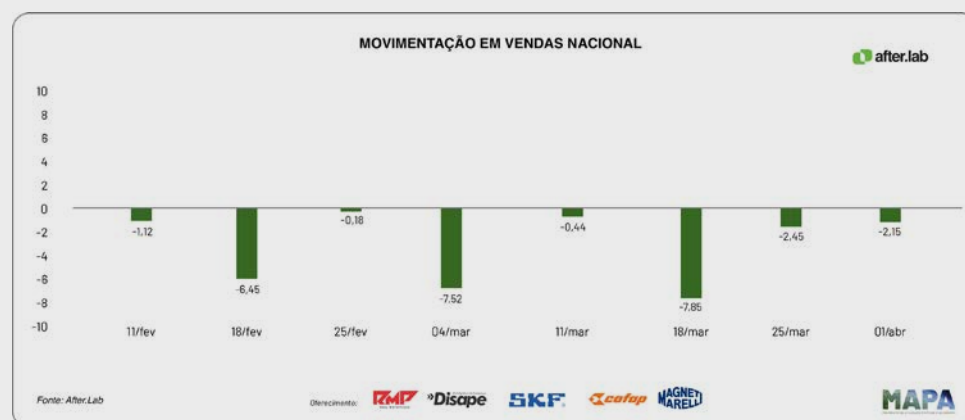
As vendas no varejo de autopeças continuam oscilando no campo negativo do gráfico. Os pesquisadores do After.Lab apuraram recuo de -2,15% na média nacional ponderada.

Os índices regionais de vendas variaram de 4% no Norte; -4,58% no Nordeste; -3,33% no Centro Oeste; -0,27% no Sudeste; e -5,75% no Sul.

Os gráficos de estatísticas comparativas mostram que a estabilidade nas vendas deu um salto de 35% para 53% dos entrevistados. O índice de varejistas que venderam mais no período caiu de 33% para 18% da amostra. E os varejistas que venderam menos na semana recuaram de 31% para 18% dos entrevistados.

As compras por parte dos varejos nesta semana acompanharam a movimentação das vendas e também fecharam em baixa: -4,91% na média nacional ponderada.

Na variação semanal regional das compras, 4% no Norte; -2,14% no Nordeste; -5,56% no Centro Oeste; -7,41% no Sudeste; e -3,25% no Sul. No comportamento de compras, a estabilidade caiu de 43% para 37% dos varejistas pesquisados. As lojas que compraram mais passaram de 16% para 19% e a variação negativa subiu de 41% para 44% da amostra.





**ONDA**

Vamos agora aos resultados do ONDA, pesquisa que vem mantendo regularidade há meses, flagrando semanalmente o cenário de desabastecimento e a inflação no mercado de autopeças.

O índice de abastecimento apurado pelos profissionais do After.Lab chegou à quarta semana consecutiva com média nacional ponderada negativa em dois dígitos: -12,78%.

Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do Brasil apuraram os seguintes resultados: -25% no Norte; -19% no Nordeste; -10,14% no Centro-Oeste; -12,33% no Sudeste; e -6,43% no Sul.

Os itens em geral lideram o ranking da falta de produtos com 43,5% das respostas, seguidos por correias, com 11,3%, e componentes elétricos, com 8,1%.

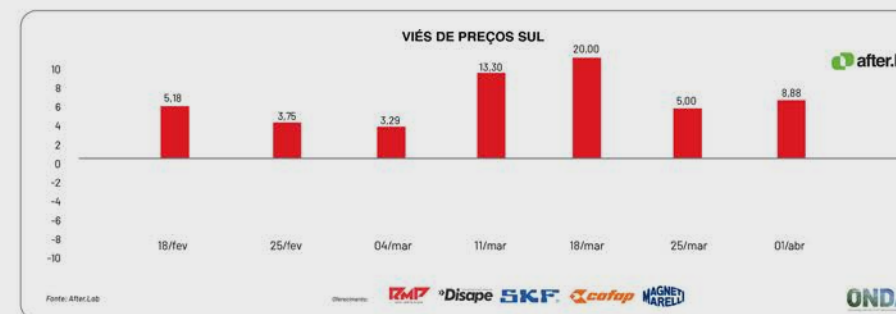
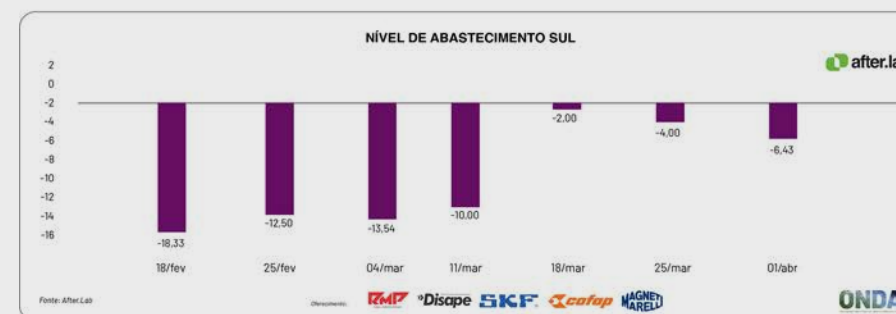
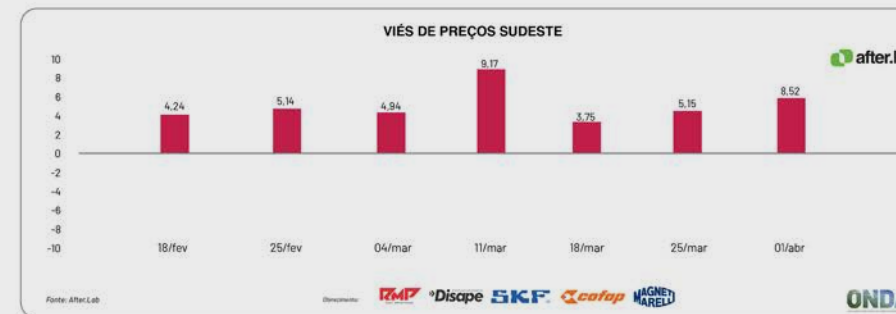
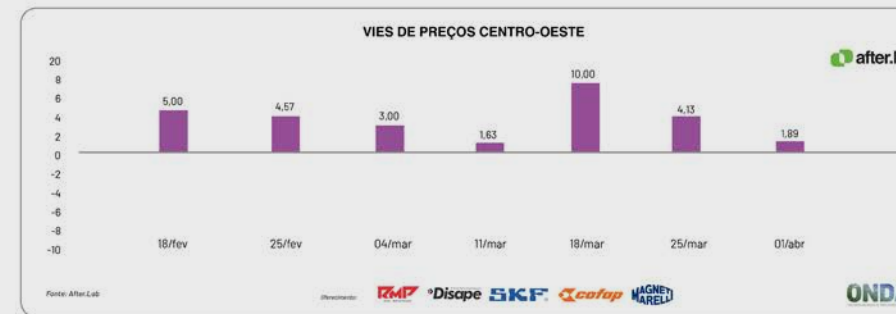
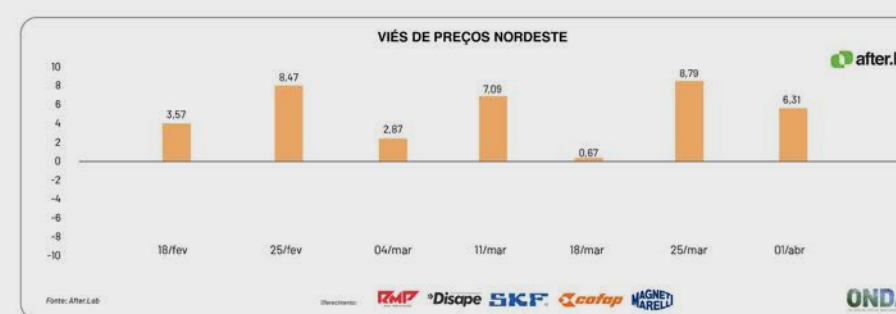
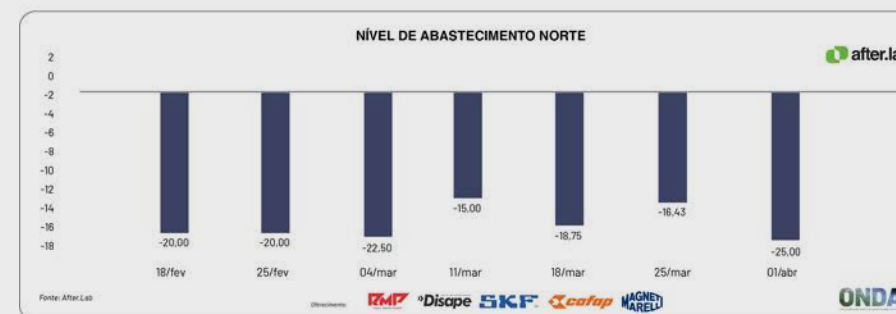
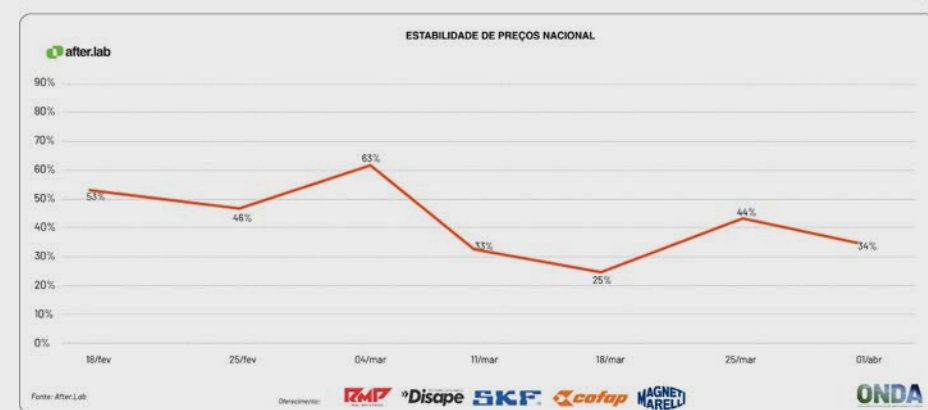
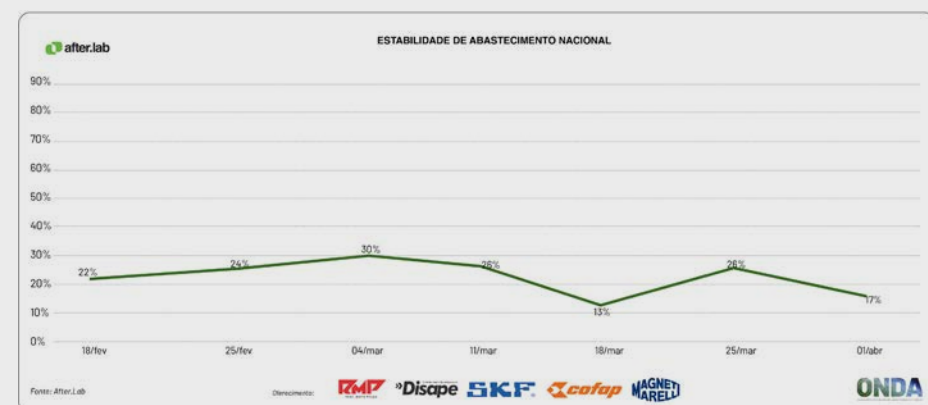
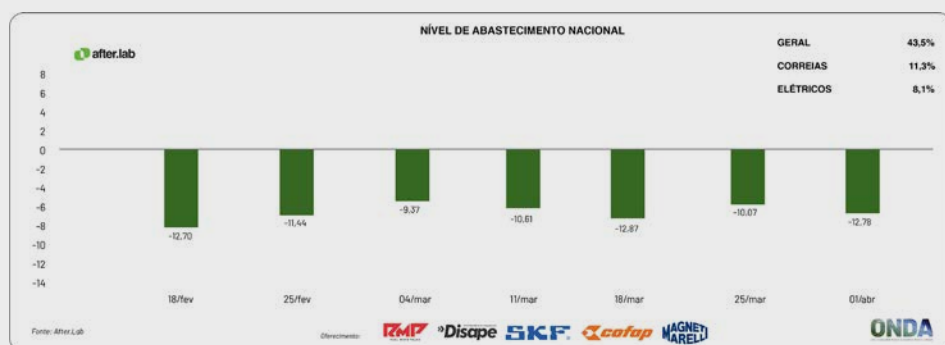
Os preços ao varejo permanecem indicando percepção contínua de alta por parte dos varejistas pesquisados. O viés nacional no período foi de 5,5%.

O viés de alta nos preços por região trouxe os seguintes índices: 11,6% no Norte; 6,31% no Nordeste; 1,89% no Centro-Oeste; 8,52% no Sudeste; e 8,88% no Sul.

Os itens em geral responderam por 43,8% das percepções de alta nos preços, seguidos por óleos lubrificantes, com 22,9%; e aços, com 10,4%.

A estabilidade do abastecimento caiu de 26% para 17%. Já a estabilidade de preços ao varejo recuou de 44% para 34%.

Acompanhe semanalmente nas plataformas digitais do Novo Varejo os resultados atualizados das pesquisas MAPA e ONDA, uma realização do After.Lab.





## Semana de 04 a 08 de abril

Vamos agora aos resultados das pesquisas **MAPA** - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e **ONDA** - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços relativos ao período de 04 a 08 de abril. 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. Ouça também na A.TV todas as quartas-feiras na A.TV a análise de Marcelo Gabriel com informações inéditas sobre inteligência de mercado.

### MAPA

O MAPA desta semana trouxe finalmente uma boa notícia. Após longo período em queda, as vendas no varejo de autopeças finalmente reagiram. A média nacional ponderada no período foi de 1,35%.

Na apuração regional das vendas, variação zero no Norte; 2,75%

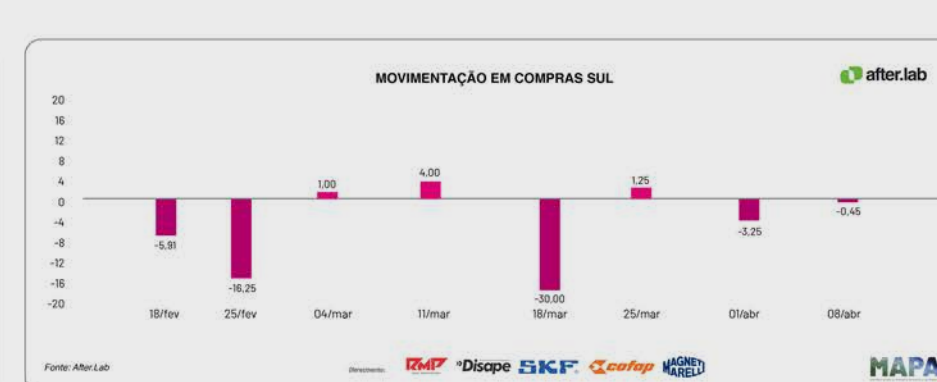
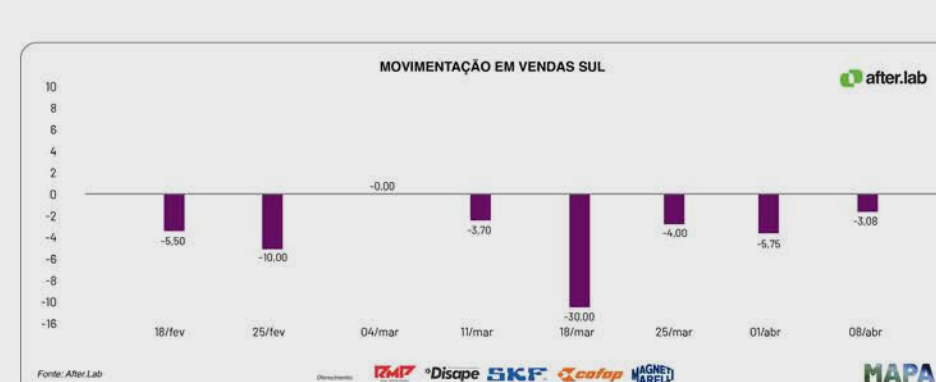
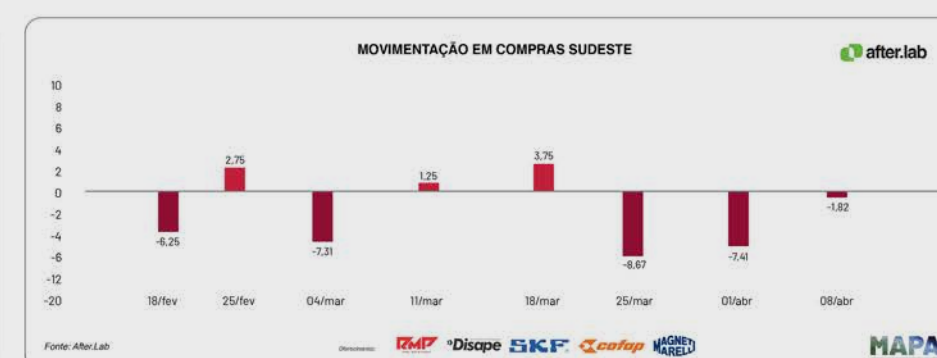
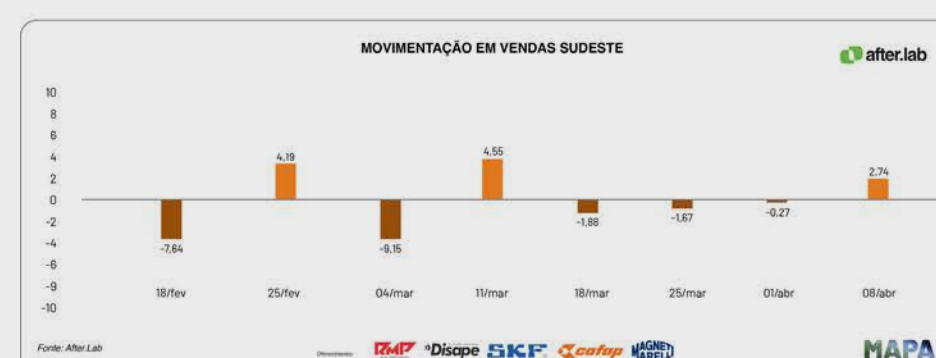
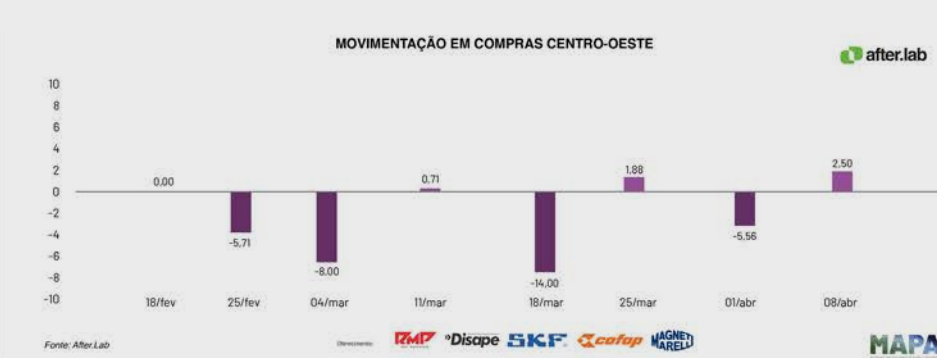
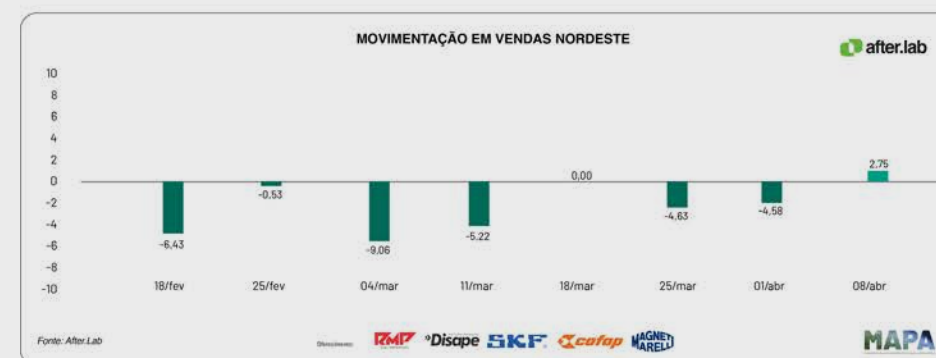
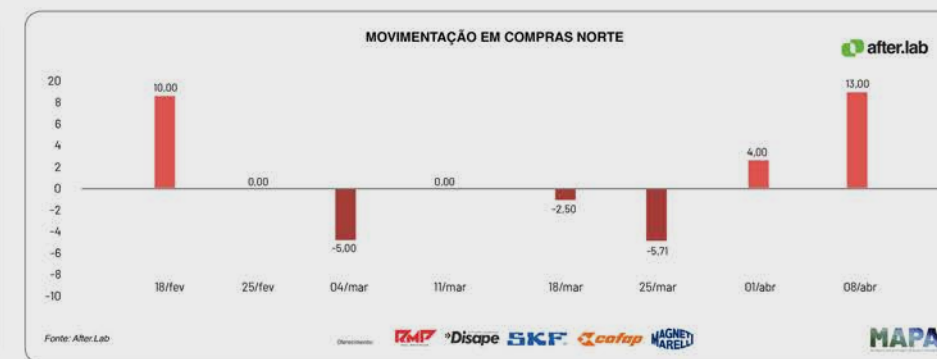
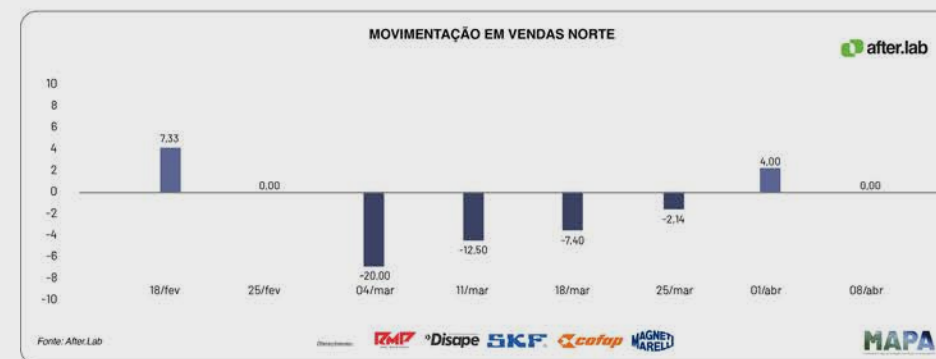
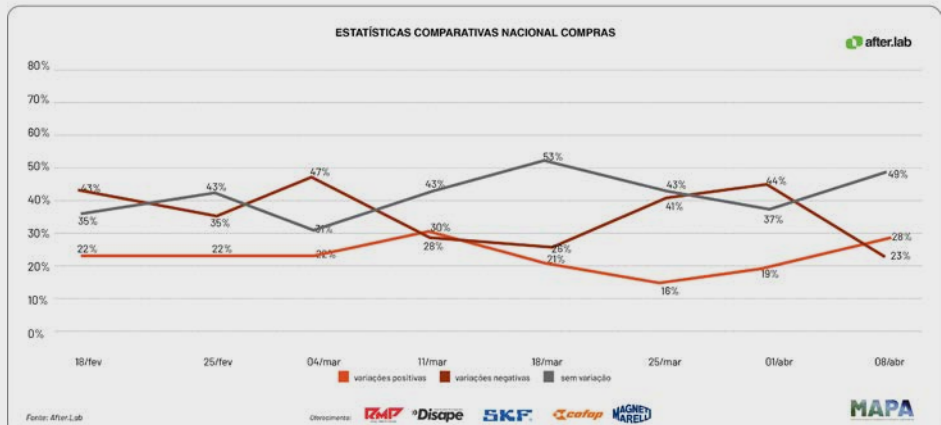
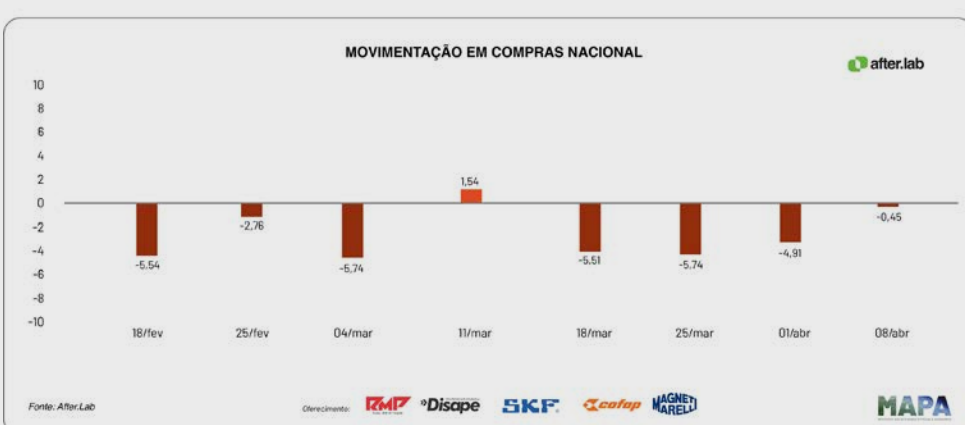
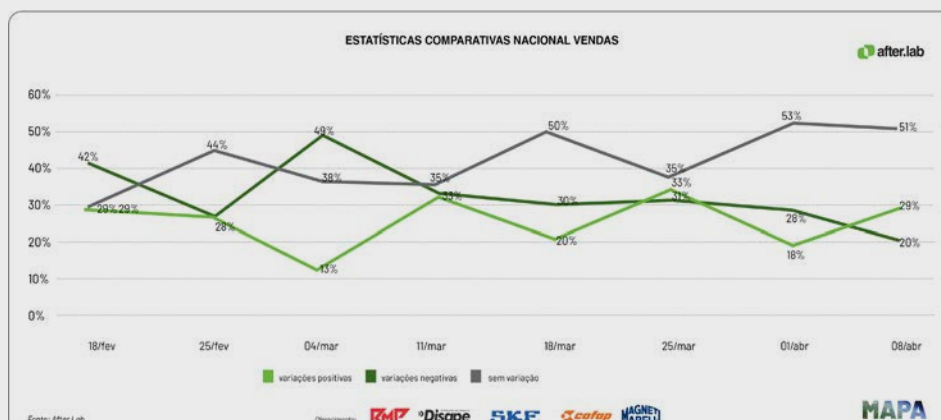
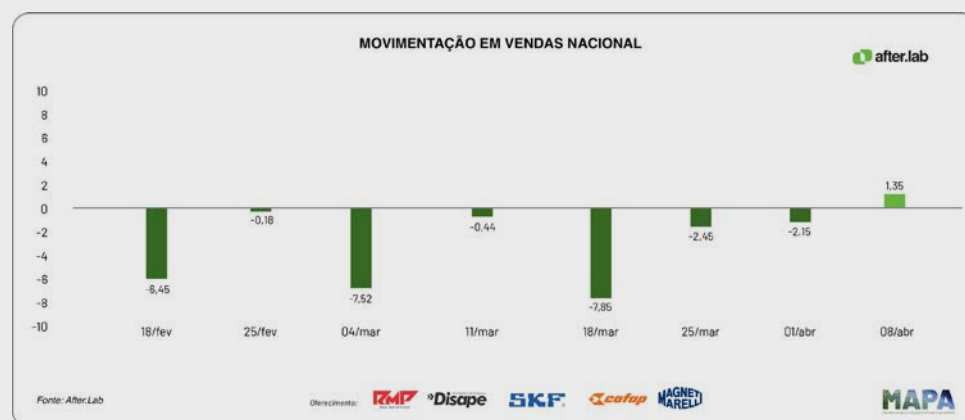
no Nordeste; 1,67% no Centro Oeste; 2,74% no Sudeste; e -3,08% no Sul.

Mas o movimento de vendas não foi acompanhado pelas compras, que caíram pela quarta semana consecutiva. A média nacional ponderada anunciada pelos varejistas entrevistados em todo o Brasil ficou em -0,45%.

Na divisão regional, os índices de compras no período foram: 13% no Norte; -2,27% no Nordeste; 2,5% no Centro Oeste; -1,82% no Sudeste; e -0,45% no Sul.

Os gráficos de estatísticas comparativas mostram que a estabilidade nas compras caiu de 53% para 51%. Os varejistas que anunciaram crescimento nas vendas subiram de 18% para 29% e os que venderam menos caíram de 28% para 20% dos entrevistados.

No comportamento de compras, a estabilidade subiu de 37% para 49%. As variações positivas cresceram de 19% para 28% e as negativas despencaram de 44% para 23% dos entrevistados.





**ONDA**

As movimentações de abastecimento e preços apuradas pela pesquisa semanal ONDA continuam seguindo a mesma lógica desde o início do estudo.

Começando pelo abastecimento, a média nacional ponderada nesta semana ficou em -11,93%.

Os varejistas de autopeças entrevistados nas cinco regiões do Brasil continuam apontando queda no abastecimento: -15% no Norte; -14,7% no Nordeste; -16,11% no Centro-Oeste; -12,17% no Sudeste; e -6,08% no Sul.

Os itens em geral responderam por 47,5% do desabastecimento, seguidos por componentes para suspensão, com 11,9%, e velas de ignição, com 6,8%.

A estabilidade no abastecimento subiu de 17% para 27% dos varejistas entrevistados na semana pelos profissionais do After.Lab.

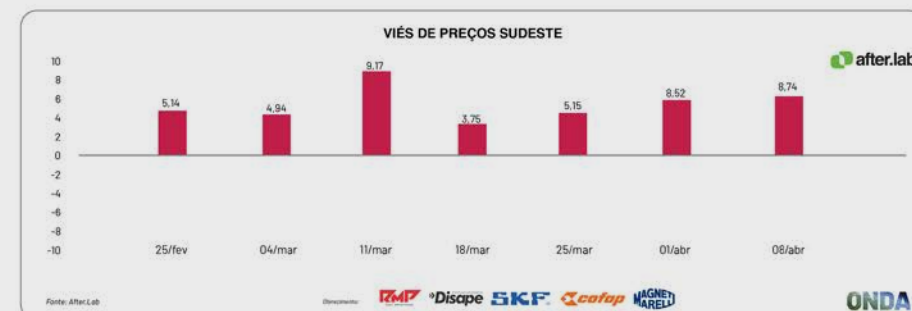
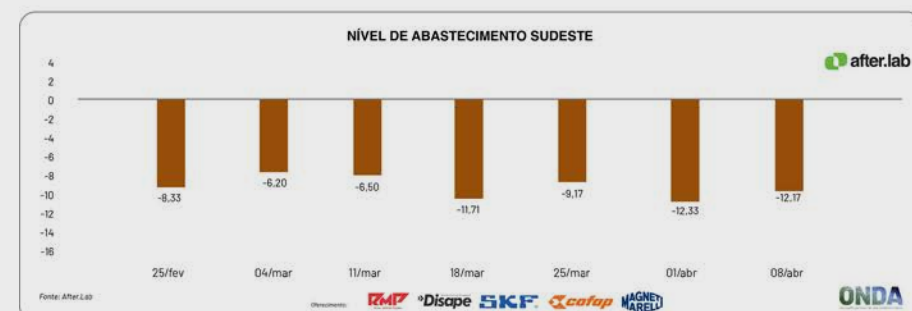
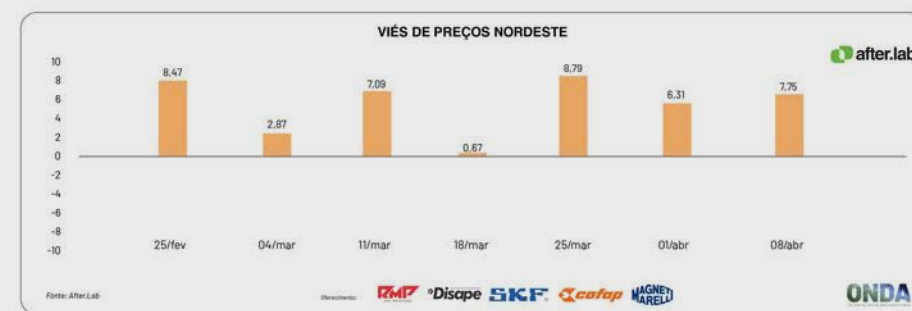
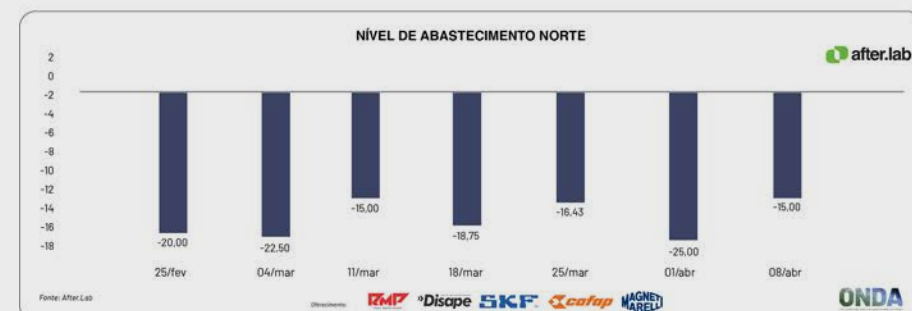
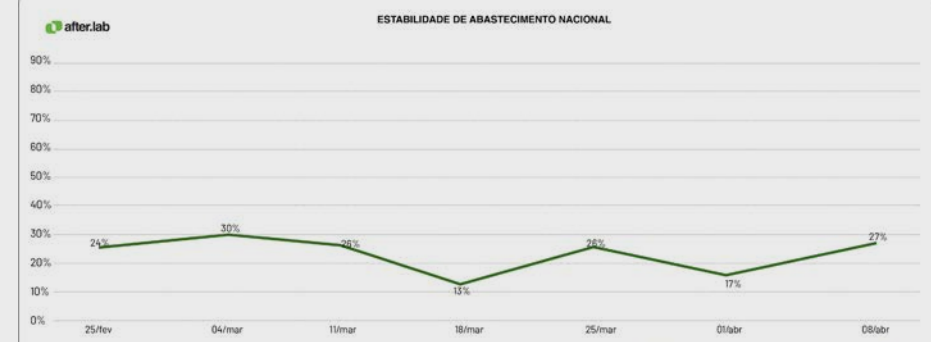
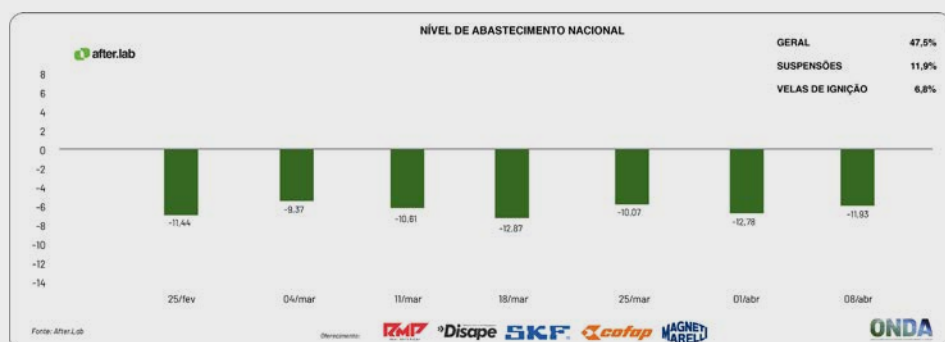
A trajetória de preços continua a sustentar o longo histórico de inflação. O viés nacional apurado no período a partir da percepção dos varejistas entrevistados mostra média nacional ponderada de 7,69%.

Os itens em geral responderam por 35,3% das percepções de alta nos preços, seguidos por óleos lubrificantes, com 19,6%, e componentes para suspensão, com 9,8%.

A percepção de alta nos preços por parte dos varejistas permanece nas cinco regiões do Brasil: 4,6% no Norte; 7,75% no Nordeste; 1,3% no Centro-Oeste; 8,74% no Sudeste; e 8,92% no Sul.

Ainda em relação aos preços, a curva de estabilidade subiu de 34% para 38% no período de 04 a 08 de abril.

As pesquisas MAPA e ONDA são atualizadas semanalmente em todas as plataformas digitais do Novo Varejo.





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



9 1 0 1 1  
 1 2 1 3 1 4

**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

1 2 3 4



**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



# + QUALIDADE



A EXPRESSÃO UTILIZADA COMO ARGUMENTO DE VENDAS NA 2MC NÃO É UM DISCURSO, MAS UM COMPROMISSO, O DESAFIO DE NÃO SÓ INOVAR PELA MAIS COMPLETA LINHA DE PRODUTOS DO MERCADO MAS, SOBRETUDO, SE DIFERENCIAR PELA MAIOR QUALIDADE EM COMPONENTES DE FIXAÇÃO DO SISTEMA DE FREIOS AUTOMOTIVOS. CERTIFICAÇÕES, PROCESSOS, MATERIAIS, TECNOLOGIAS GARANTINDO QUE AS PEÇAS 2MC ESTEJAM DE ACORDO COM AS ESPECIFICAÇÕES ORIGINAIS DOS VEÍCULOS DA FROTA NACIONAL. **2MC 31 ANOS DE COMPROMISSO DE QUALIDADE QUE GERA ABSOLUTA FIDELIDADE DE DISTRIBUIDORES, VAREJISTAS E REPARADORES.**

