



**novovarejo**  
automotivo

# Lockdown na China potencializa desabastecimento de autopeças

Rigidez das novas medidas de isolamento social decretadas no principal parceiro comercial do Brasil afeta produção das indústrias locais e movimentação nos portos.

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

**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.





## Triplique sua atenção com as ameaças digitais

Recentemente o maior varejo de autopeças de São Paulo foi obrigado a fechar temporariamente suas lojas em razão de um ataque cibernético promovido por hackers. O incidente envolvendo o MercadoCar foi apenas mais um episódio na longa série de delitos online que vêm trazendo graves consequências e prejuízos não apenas para empresas, mas também para governos e a sociedade civil como um todo – a maioria deve ainda se lembrar do estrago causado ano passado pela invasão ao banco de dados do SUS.

Como absolutamente tudo na vida, a tecnologia é uma moeda de duas faces: ao mesmo tempo em que proporciona avanços extraordinários em nossas rotinas, também é capaz de ser catalisadora de problemas que no passado jamais povoariam nosso imaginário.

E quero aqui começar dando um exemplo pessoal e muito prático do que estou dizendo: este humilde cidadão que vos tecla decidiu abandonar o hábito saudável de caminhadas ao final das tardes em razão do espantoso crescimento, no bairro, das ocorrências de sequestros-relâmpago motivados pela criação do PIX e dos aplicativos bancários nos smartphones. A tecnologia tem, simultaneamente, o condão de nos libertar e de nos aprisionar.

Em 2021, o Brasil ocupou a quinta posição no ranking de ataques cibernéticos em todo o planeta – é verdade, porém, que os dados variam de acordo com a empresa responsável pelos levantamentos e o tipo de ataque em questão, mas todas as informações disponíveis apontam o país como um dos preferidos pelos hackers.

O relatório SonicWall de Ameaças Cibernéticas divulgado em fevereiro revelou que em todo o mundo foram 623 milhões de ataques ano passado. O número inclui ransomwares, malwares na internet das coisas, ameaças criptografadas e cryptojacking – bom, se você ficou “boiando” com esses termos, o Google tá aí pra resolver, mas nem precisa ir até lá pra saber que isso tudo é coisa muito ruim...

Na edição 287 do Novo Varejo, publicada em 2016, mostramos em uma reportagem a incrível aventura vivida pelo jornalista Andy Greenberg – da revista norte-americana Wired, especializada em ciência e tecnologia. O carro que ele dirigia a 110 km/h subitamente sofreu um corte na transmissão e parou em local de risco na estrada. Assustado, o motorista se deparou com a imagem de dois pesquisadores na tela da central multimídia que, sentados em um sofá a 16 quilômetros da cena, precisaram apenas de um laptop e uma rede de internet sem fio para invadir o utilitário e assumir o comando de diversos sistemas veiculares. Essa é uma história real – se você quiser ler, me escreve que eu te mando o texto.

Resumo da ópera: as ameaças digitais representam um problema que só vai crescer. Daqui pra frente, precisam receber atenção igualmente crescente dos gestores do varejo, setor que hoje tem a obrigação de ser multicanal. Qualquer descuido pode – e vai – doer no bolso. São as alegrias e atribuições trazidas por este novo mundo em que ainda estamos aprendendo a viver.

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 - #359 1 de Maio 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

Eduardo Grandizoli

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





No instante em que todo o mundo começa a retomar a normalidade após os momentos mais graves da pandemia, China impõe lockdown rígido e preocupa cadeias de abastecimento globais.

14

40 Veja informações exclusivas sobre o desempenho do varejo em todo o Brasil a partir dos resultados das pesquisas semanais MAPA e ONDA.

Fornecimento de autopeças para o mercado reposição brasileiro apresenta expansão de 4,7% no faturamento do primeiro bimestre de 2022.

30

Brasil busca alternativas para o grave cenário de desabastecimento dos semicondutores, componentes fundamentais hoje na fabricação de automóveis.



25

08

Leandro Augusto, líder da área de segurança cibernética na consultoria KPMG fala sobre os riscos e os cuidados que o varejo precisa ter para prevenir e defender a empresa de ataques dos hackers.

## Mulheres garantem seu espaço no balcão das autopeças brasileiras

*Há 100 edições a reportagem do Novo Varejo trazia detalhes do cotidiano de algumas das mais experientes profissionais do segmento no país*

Por muitos anos o setor automotivo foi visto como uma área exclusivamente masculina, cenário exposto até mesmo nas brincadeiras mais inocentes e infantis – nas quais os meninos brincavam com seus carrinhos, enquanto as meninas se divertiam com suas bonecas.

Hoje, embora ainda perdurem resquícios desse período, a emancipação feminina tem trazido cada vez mais mulheres para esse universo repleto de motores, embreagens, câmbios e suspensões. O tema foi tratado em uma das reportagens publicadas na edição 259 do Novo Varejo.

O texto mostrava que, já naquele momento, o mercado de reposição automotiva abrigava havia pelo menos duas décadas diversas mulheres que desempenhavam as mais variadas e

importantes funções. Tal movimento se confirmava quando o assunto era o balcão das autopeças, local onde a presença feminina já não surpreendia os clientes – ou ao menos não deveria surpreender.

Para mostrar com mais riqueza de detalhes algumas das dificuldades e satisfações vivenciadas pelas mulheres que faziam do balcão de autopeças seu sustento, nossa reportagem conversou com profissionais que convivem com as nuances do setor havia mais de 10 anos.

Felizmente as profissionais ouvidas pelo Novo Varejo já diziam que eram raras as vezes em que clientes demonstravam qualquer sinal de falta de confiança no atendimento apenas pelo fato delas serem mulheres. Mesmo assim, alguns mecânicos ainda mostravam espanto e traziam certa dificuldade ao se referirem às peças pelos apelidos.

# SEGURANÇA

é o item principal do seu trajeto



Amortecedor é Cofap



cofap



Confira códigos e aplicações completas



Os amortecedores Cofap para linha leve são desenvolvidos por quem mais entende do assunto e por isso, é líder de mercado. Assim, a Cofap é a marca preferida por aqueles que exigem segurança e conforto em qualquer terreno. Todo chão é chão para quem usa amortecedor Cofap. Pensou em amortecedor, pensou Cofap.

**Maio Amarelo é o mês de valorização da vida no trânsito. Siga seu trajeto com respeito e consciência sempre.**

SIGA: cofap cofap\_oficial cofap cofap oficial cofap.oficial mmcofap.com.br

cofap

Juntos salvamos vidas





## Segurança cibernética ganha relevância após aceleração digital

*Líder da pauta na KPMG oferece dicas importantes para evitar problemas no sistema de gestão e nas plataformas de e-commerce das lojas*

No início do mês de abril, o MercadoCar – um dos maiores varejistas de autopeças do Brasil, com atuação na região metropolitana de São Paulo – sofreu um ataque cibernético que obrigou a empresa a fechar suas lojas temporariamente. A ocasião levantou uma discussão fundamental num tempo em que empresas dos mais variados portes estão sendo convidadas a passar por um processo digitalização que abarca desde os sistemas de gestão até a criação de múltiplos canais de vendas online.

O tema da segurança digital é extremamente sensível. Afinal, além de se apresentar como ameaça capaz de trazer grandes prejuízos financeiros, as invasões representam um perigo jurídico, à medida que é responsabilidade dos varejos proteger os dados de seus consumidores no âmbito da LGPD.

Pensando em lançar luz a essa questão e, claro, oferecer subsídios para que os varejistas de autopeças possam fortalecer seus mecanismos de proteção, nossa reportagem conversou com exclusividade com o líder de segurança cibernética da KPMG no Brasil, Leandro Augusto.

Entre os assuntos abordados na entrevista, o executivo abordou as medidas indispensáveis para assegurar a confiabilidade de um e-commerce. “Os processos de segurança devem estar presentes no momento de seu lançamento por meio de testes exaustivos de segurança e deve-se acompanhar a sua evolução. Além disso, é muito importante ter em mente que processos de resposta a esses incidentes devem ser muito bem estabelecidos e testados para que possamos evitar surpresas”, pontuou Augusto.

A entrevista abordou ainda outros pontos importantes, como os custos envolvidos na construção de um ambiente digital seguro e uma análise sobre o atual cenário de maturidade do Brasil no campo da segurança cibernética.

**Novo Varejo - Quais são os principais fatores que tornam um e-commerce ou um sistema online de loja vulnerável ao ataque de hackers?**

**Leandro Augusto** - Existem diversas ameaças que devem ser observadas nos sistemas de e-commerce. Importante termos

em mente que cada ameaça e cada um desses atores têm um interesse específico. Hoje, existe uma gama bastante relevante de riscos, entre eles roubo ou sequestro de dados, fraudes eletrônicas, negação de serviços, entre outros.

**NV - Que prejuízos uma empresa de varejo pode sofrer a partir de ataques hackers? Quais têm sido os mais comuns?**

**LA** - Os prejuízos estão associados às ameaças, passando por perdas financeiras, riscos de imagem perante os clientes, responsabilização regulatória e, também, ruptura na continuidade das operações nos sistemas online.

**NV - Uma empresa de varejo pode ser responsabilizada no âmbito da LGPD ao deixar-se vulnerável e permitir que invasores roubem os dados de seus clientes?**

**LA** - Um dos princípios da LGPD é a segurança; o capítulo VII da LGPD trata da segurança e das boas práticas de proteção e privacidade de dados. O primeiro tópico deste capítulo é o Artigo 46 que exige segurança razoável do agente de tratamento. Desta forma, com toda a certeza, caso exista vulnerabilidade em seu ambiente tecnológico e que faça tratamento de dados pessoais, uma empresa pode sim ser responsabilizada no âmbito da LGPD.

**NV - Com a popularização ainda maior do e-commerce durante a pandemia, a oferta de plataformas de comércio digital, bem como de agências dispostas a atuar como intermediárias da criação destas lojas virtuais, cresceu significativamente. Você acredita que esse ‘boom’ pode ter trazido ofertas de menor qualidade e segurança para os varejistas?**

**LA** - Existem diversos modelos de negócios e ofertas que podem ser implementadas pelas empresas. Assim como outros tipos de sistemas, existem plataformas de comércio digital com rígidos padrões de segurança e possibilidades que ainda podem ser configuradas pelas instituições; de outro lado, existem fornecedores que não possuem maturidade elevada neste critério.

**NV - Quem o varejista deve procurar para se certificar que seu e-commerce e/ou seu sistema de gestão online estão seguros?**

**LA** - A gestão de segurança do e-commerce é um processo contínuo, ou seja, os processos de segurança devem estar presentes no momento de seu lançamento por meio de testes exaustivos de segurança e deve-se acompanhar a sua evolução. Além disso, é muito importante ter em mente que processos de resposta a esses incidentes devem ser muito bem estabelecidos e testados para que possamos evitar surpresas.

**NV - Qual o custo médio de um e-commerce que atenda minimamente as exigências de segurança e confiabilidade?**

**LA** - O custo de proteção e segurança de um e-commerce depende bastante de quais ameaças buscamos proteger. Muitos deles oferecem serviços em nuvem que podem gradualmente ser implementados.

**NV - Analisando o mercado de varejo como um todo, como você avalia as lojas virtuais e os sistemas online de gestão sob o ponto de vista da segurança?**

**LA** - De maneira ampla, os grandes e-commerces do Brasil passam por processos muito rígidos de segurança e testes. Contudo, a segurança do e-commerce por si só não garante a segurança do ecossistema onde ele está inserido, incluindo sistemas de back-end e, até mesmo, parceiros e terceiros, ou mesmo, outras interfaces. Neste aspecto e olhando de maneira ampla, entendo que existe ainda espaço para aumento da maturidade de segurança de diversas empresas do varejo nacional.



Leandro Augusto atenta para os riscos de vazamento de dados dos clientes





**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!**



**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**



## Novos lockdowns na China abrem perspectiva para mais desabastecimento de autopeças no Brasil

*Importadores brasileiros de componentes automotivos já preveem dificuldades para atender demanda após o fim dos estoques*

Primeiro epicentro da pandemia da covid-19, a China foi também um dos países que mais brevemente controlaram os impactos sanitários do novo coronavírus entre os anos de 2020 e 2021 – período em que o mundo conviveu com o auge da crise.

Nas últimas semanas, no entanto, enquanto boa parte do planeta já começa a experimentar um cenário real de pós-pandemia, sobretudo no que diz respeito à retirada das restrições de circulação, o gigante asiático tem se visto na obrigação de voltar a implementar medidas em prol da contenção do vírus.

Desde o início do mês de março, megalópoles chinesas, como as cidades de Pequim e Xangai, estão enfrentando medidas rígidas de distanciamento social. A segunda – casa de cerca de 25 milhões de cidadãos – decretou lockdown completo, com direito a drones patrulhando as ruas até que a taxa de 10 mil novos casos por dia seja reduzida.

De acordo com cálculos da CNN, o conjunto de ações implementadas pelo governo chinês já afeta 165 milhões de pessoas espalhadas por ao menos 27 cidades do país.

A postura de tolerância zero da cúpula comandada pelo presidente Xi Jinping tem chamado a atenção de especialistas. Afinal, a China conta com 87,9% da população vacinada e um número considerado baixíssimo de mortes ocasionadas pela covid-19. Afinal, qual é a razão para tanto rigor justamente agora, quando o mundo solta as amarras das restrições e parece caminhar rumo à volta da normalidade? Essa é a pergunta que ainda não foi completamente respondida, mas que intriga a todos nós.



## Restrições na China impactam economia mundial

Muitas foram as especulações surgidas desde que os chineses adotaram as restrições visando diminuir a incidência de novos casos de covid-19. Entre elas, teorias sobre possíveis novas mutações do vírus foram algumas das que tiveram mais destaque.

Questões conspiratórias à parte, porém, o que especialistas apontam como concreto é o inevitável impacto que a situação terá na cadeia produtiva global.

Estudiosos no âmbito da geopolítica internacional, como o professor da ESPM Leonardo Trevisan, apontam para o fato de Xangai ser uma área portuária chave para o comércio exterior como uma questão que merece preocupação de países como o Brasil – tanto no âmbito das importações quanto no das exportações.

Neste sentido, vale destacar que o porto da megalópole chinesa foi – segundo a BBC – responsável por 17% do tráfego de contêineres e

27% das exportações do país ao longo do ano de 2021.

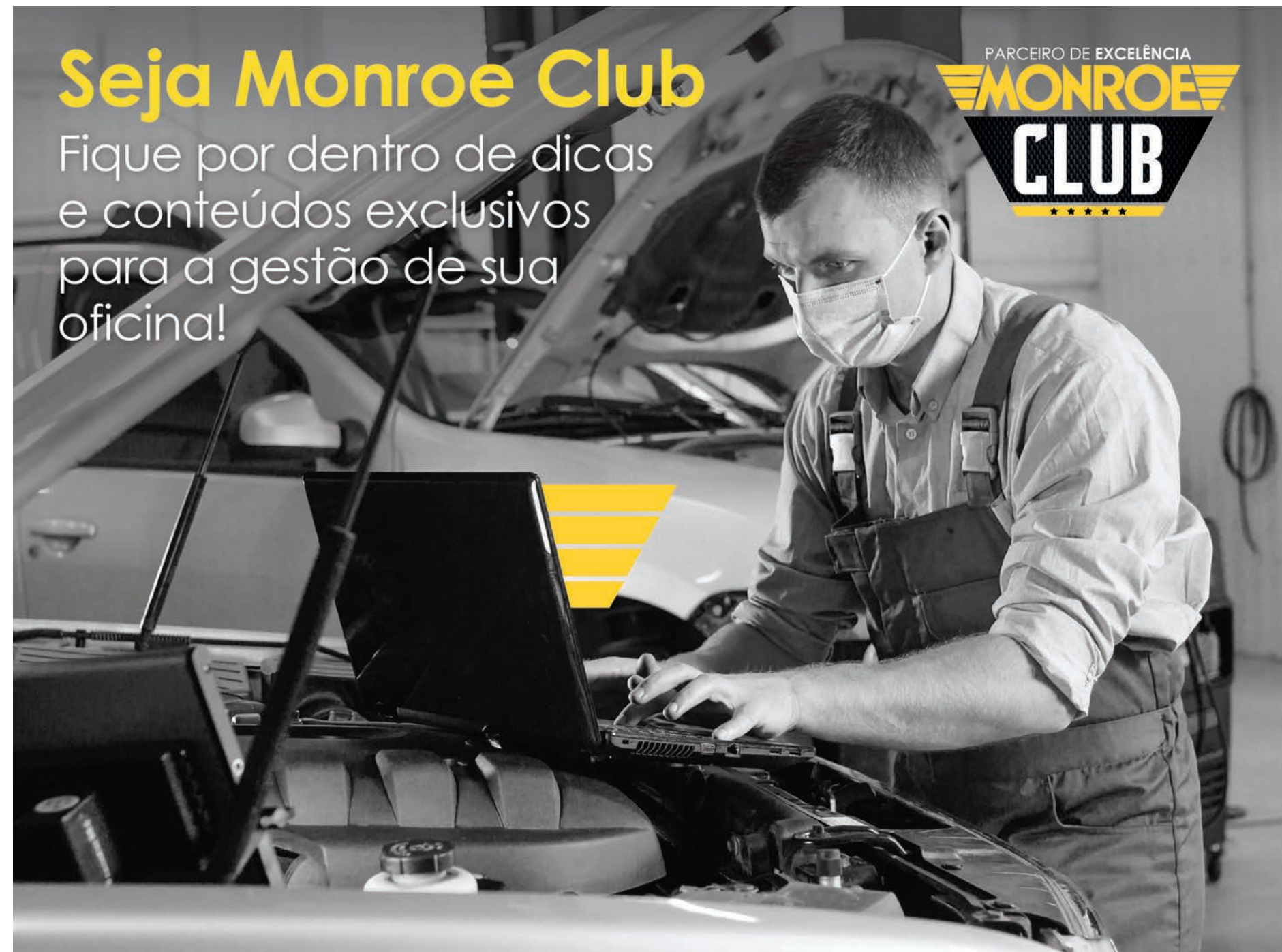
Analisando um possível efeito rebote da crise sobre o abastecimento de produtos para a reposição automotiva brasileira, o head do After.Lab e expert em aftermarket automotivo, Marcelo Gabriel, destaca que o fato de vivermos em uma economia global nos coloca automaticamente em contato com os impactos causados pelos movimentos de um país de tamanha representatividade no cenário internacional, caso da China. Para Gabriel, mesmo questões não ligadas a situações esporádicas – como os lockdowns – podem ser percebidas diretamente na economia mundial. “Se a economia chinesa cresce 2% a 3%, isso já gera um impacto absurdo no mundo. Afinal, este índice já representa o PIB Brasileiro – se analisarmos proporcionalmente, já que o Brasil tem cerca de 220 milhões de habitantes e a China já conta com uma população de 1,4 bilhão”, analisou.



Porto de Xangai é chave para o comércio global

## Seja Monroe Club

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



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

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

Confira um pouco do que oferecemos por aqui:

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

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

☎ 08000166004

✉ atmogi@driv.com







Brasil tem grande dependência dos produtos chineses

## Chineses são protagonistas na geografia das importações brasileiras de autopeças

Que a China é um dos principais players da economia mundial, não há dúvida. Esta posição é corroborada, ano a ano, por números que apontam a nação como dona do segundo maior PIB global (US\$ 17,5 trilhões) e principal país exportador (US\$ 2,654 trilhões em 2021).

O impacto generalizado para a economia em todo o mundo, porém, ganha ares de maiores preocupações para o aftermarket automotivo brasileiro em face da representatividade do gigante asiático nas importações brasileiras de autopeças – seja para os importadores de componentes para o aftermarket, seja para as grandes indústrias que dependem do fornecimento asiático para complementar o portfólio local.

Segundo dados divulgados no último relatório do Sindipeças, o território chinês é a principal origem das importações de autopeças no Brasil – com larga vantagem sobre o segundo colocado, os Estados Unidos (EUA).

Ao longo do primeiro bimestre de 2022, por exemplo, as empresas aqui estabelecidas importaram US\$ 559,5 milhões em autopeças chinesas – montante US\$ 237,9 milhões superior ao adquirido junto

aos EUA e que representa significativos 19% do total importado pelo Brasil no período.

O mesmo relatório, aliás, apresentou outro número tão ou mais significativo do que a atual representatividade dos produtos vindos da China no nosso mercado de reposição.

De acordo com o material, a presença das autopeças chinesas no nosso território passa por ampla expansão – crescendo 57,3% nos dois primeiros meses de 2022 no comparativo com o mesmo período do ano passado.

Para completar a fotografia que projeta um impacto significativo dos lockdowns em grandes centros produtivos chineses por aqui, é preciso ainda compreender a magnitude da dependência da indústria automotiva brasileira em relação às importações.

Conforme números do Sindipeças, a balança comercial brasileira apresentou um déficit de US\$ 3 bilhões no decorrer do primeiro trimestre de 2022 – dado que posiciona, acima de tudo, o Brasil como um país que é mais comprador do que produtor e oferece uma noção da importância de um mercado como o chinês, que representa quase 1/5 de tudo que importamos.

## Importadores brasileiros preveem desabastecimento

Os números e as análises indicam que as medidas sanitárias adotadas pela China visando conter o avanço de novos casos de covid-19 no país terão impacto significativo na economia brasileira como um todo – assim como no aftermarket automotivo.

Para oferecer ao mercado uma posição mais conectada com a prática, e menos no campo da conjectura, porém, é fundamental ouvir as expectativas e a percepção daqueles que são dois dos principais responsáveis pela importação de autopeças para o mercado de reposição no Brasil.

Pensando nisso, nossa reportagem conversou com os executivos Roland Setton, da Isapa, e Antonio Carlos de Paula, da Luporini.

Veja a seguir o cenário que os executivos desenharam para os próximos meses.

**Novo Varejo - Considerando todas as origens das peças que vocês importam, os produtos vindos da China representam qual percentual?**

**Antonio Carlos de Paula** - O percentual de produtos comprados na China é representativo em nosso negócio, com participação de aproximadamente 60% do volume das vendas.

**Roland Setton** - Dentro de todo o escopo de produtos que importamos, as autopeças chinesas representam 70% do total.

**Novo Varejo - Existem peças que vêm exclusivamente da China ou, em caso de escassez, é possível recorrer a outros mercados para manter o abastecimento do mercado local?**

**Antonio Carlos de Paula** - Sempre é possível desenvolver fornecedores em outros mercados. Mas, nem sempre o tempo de identificação, aprovação, validação é o adequado para atender a demanda pontual.

**Roland Setton** - É complicado. Sempre estamos em busca de novos fornecedores, em diferentes mercados, para atender a demanda dos nossos clientes. No entanto, essa prospecção não ocorre de maneira emergencial. É inviável suprir uma escassez de produtos chineses de um dia para o outro.

**Novo Varejo - Vocês têm tido alguma dificuldade de importar da China nas últimas semanas? Os lockdowns do país afetaram de alguma forma a oferta de produtos?**

**Antonio Carlos de Paula** - Uma vez que temos fornecedores parceiros de longa data, bem como a grade de importação dos produtos, muda pouco, não temos grandes problemas. Porém, em momentos como o atual de lockdown pontual, acabam acontecendo atrasos no recebimento dos embarques. Isto normalmente é compensado pela manutenção de estoque mais elevado dos itens de maior giro.

**Roland Setton** - Conseguimos construir um estoque importante nos últimos meses e não teremos uma dificuldade com escassez, provavelmente, nos próximos 60 dias. Depois disso, no entanto, deveremos, sim, sofrer com a falta ou atraso de produtos. Principalmente pelo fato de eu não ver esta situação chinesa se resolvendo de maneira tão rápida. Essa nossa expectativa mais cautelosa já nos levou a, inclusive, avisar alguns de nossos clientes sobre uma possível escassez a partir da metade do ano.



**De Paula diz que tempo para substituição de fornecedores nem sempre é o adequado para atender demandas pontuais**



**Setton alerta que não é possível suprir a escassez de um dia para outro e prevê mais dificuldades nos próximos 60 dias**





## Confiança dos consumidores avança 3,8 pontos em abril

O Índice de Confiança do Consumidor (ICC) avançou 3,8 pontos em abril, para 78,6 pontos, o maior nível desde agosto de 2021 (81,8 pontos). Em médias móveis trimestrais, o índice variou 1,5 ponto, para 77,1 pontos. Os dados foram divulgados pelo Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (Ibre/FGV).

Segundo a coordenadora das Sondagens, Viviane Seda Bittencourt, os resultados positivos deste mês parecem estar relacionados ao fim do surto da variante Ômicron e ao anúncio de um pacote de medidas para aliviar a pressão da inflação e dos juros sobre as finanças familiares com a liberação de saques do FGTS, antecipação do décimo terceiro salário de aposentados e facilitação de acesso ao crédito.

"Houve diminuição do pessimismo com relação ao mercado de trabalho mas a alta da inflação e os juros elevados ainda preocupam as famílias, que continuam cautelosas com relação à realização de compras de alto valor", disse, em nota, a pesquisadora.

Em abril, a alta do ICC foi influenciada tanto pela melhora das avaliações sobre a situação atual quanto das expectativas para os próximos meses. O Índice de Situação Atual (ISA) subiu 3,8 pontos,

para 69,1 pontos e o Índice de Expectativas (IE) avançou 3,6 pontos, para 86,1 pontos, ambos alcançam os melhores resultados desde agosto de 2021 (69,8 e 90,9 pontos, respectivamente).

Segundo o Ibre/FGV, nas avaliações sobre o momento, o destaque foi a melhora das avaliações dos consumidores com relação à situação financeira das famílias, cujo indicador subiu 5,5 pontos, para 62,4 pontos, maior nível desde outubro de 2021 (63,8 pontos). Houve melhora também da percepção o estado geral da economia. Neste caso, o indicador aumentou dois pontos, para 76,4 pontos.

Entre os quesitos que compõem o ICC, o indicador que mede a perspectiva sobre a situação econômica geral nos próximos meses foi o que mais influenciou a alta da confiança no mês ao variar 8,3 pontos, para 101,6 pontos. Pelo terceiro mês houve melhora das expectativas para as finanças familiares, com alta de 1,2 ponto no indicador, para 90,9 pontos.

De acordo com a pesquisa, apesar do resultado positivo das perspectivas sobre economia e finanças familiares, a intenção de compras de bens duráveis segue fraca e com tendência indefinida.

## Consciência no trânsito, A IMPORTÂNCIA É REAL.



Colocar boas atitudes em prática faz toda a diferença para uma direção mais segura.

Conduzir  
com prudência  
**SALVA VIDAS.**



 **maio amarelo**  
ATENÇÃO PELA VIDA



Acesse nosso site:



[www.rmp.com.br](http://www.rmp.com.br)  
[@rmpdistribuidora](https://www.instagram.com/rmpdistribuidora)  
[@rmpdistribuidora](https://www.facebook.com/rmpdistribuidora)

**60**  
ANOS

**RMP**  
REAL MOTO PEÇAS





## IQA é certificador oficial de produtos para telecomunicações em veículos

O vertiginoso crescimento da tecnologia utilizada no setor automobilístico e o aumento da conectividade e integração de dados nos veículos foram os fatores que levaram o IQA - Instituto da Qualidade Automotiva a se tornar um organismo oficial designado pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) para atuar na certificação obrigatória de produtos inspecionados pelo órgão nacional, requisito legal e obrigatório para sua comercialização e utilização no Brasil.

A designação pela Anatel possibilita que o Instituto passe a atender fabricantes e importadores de produtos que necessitam da homologação oficial para mais de 40 produtos de telecomunicações voltados ao setor automobilístico, distribuídos em quatro categorias de classificação Acumuladores de Energia (Baterias), os Carregadores para Telefone Móvel Celular e Baterias de Lítio, Equipamentos de RF, exceto os de radiodifusão, e os Equipamentos Terminais IP (com fio e sem fio).

Com a autorização concedida pela Anatel, o IQA se torna apto para executar as atividades de avaliação da conformidade de produtos, em procedimento que garante os padrões de qualidade, segurança e funcionalidades técnicas dos aparelhos, possibilitando ao setor, que já reconhece a expertise e o conhecimento do IQA voltados

à qualidade e a excelência, optar por mais uma gama de serviços de certificação.

"Nosso objetivo é certificar todos os produtos automotivos, chaves de carro, sistemas ligados aos veículos autônomos. Hoje os automóveis estão cada vez mais conectados com as cidades, tudo envolve transferência de dados e é aí que entra o Instituto", explica Débora Bueno, especialista em inovação do IQA.

A nova atuação do IQA se dá em um momento onde o setor vê o surgimento de veículos cada vez mais conectados, armazenadores e fornecedores de dados para diversas plataformas, assim como a implementação de características próprias como chaves via bluetooth, sistemas embarcados e direção autônoma, entre outras novidades foram fatores determinantes para que o IQA incorporasse este novo escopo às suas atribuições.

Após certificado, o produto passa a contar com um Selo de Identificação, que possui uma série de características próprias que permitem a verificação de que aquele produto foi avaliado e se encontra em conformidade, e que permite a Identificação completa por meio eletrônico (E-Label) ou por meio de QR Code.

A homologação da Anatel é um requisito obrigatório para a comercialização e utilização dos produtos de telecomunicação no Brasil.

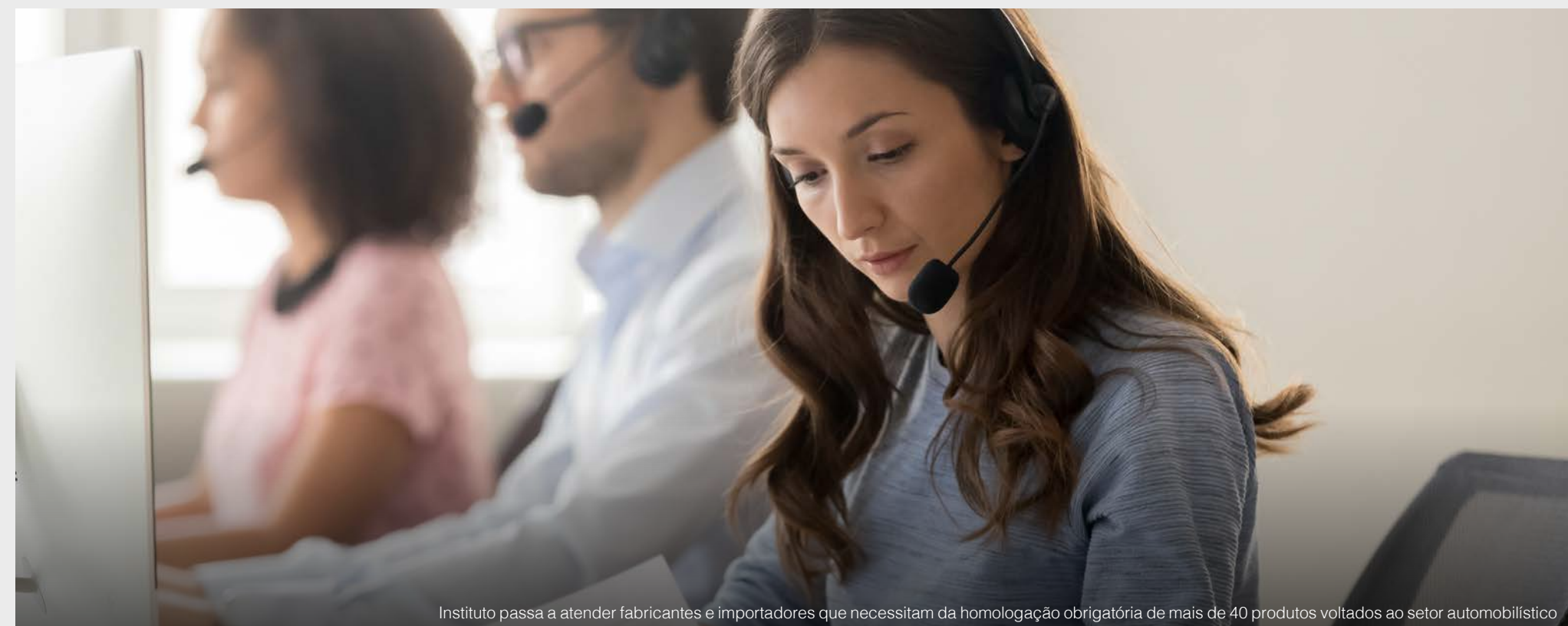
## Prazo de adesão ao Relp é prorrogado para 31 de maio

O Comitê Gestor do Simples Nacional (CGSN) decidiu prorrogar o prazo de adesão ao Programa de Reescalonamento do Pagamento de Débitos no Âmbito do Simples Nacional (Relp) para o último dia útil do mês de maio de 2022.

O prazo para regularização das dívidas impeditivas da opção pelo Simples Nacional também foi adiado, mudando de abril, para o último dia útil do mês de maio. Já a entrega da declaração anual do MEI (DASN-Simej), antes prevista para o fim de maio, poderá ser realizada até o último dia útil do mês de junho.

O adiamento da adesão ao Relp se tornou necessário para adequação do calendário, até que seja definida a sua fonte de compensação, conforme exigência da Lei de Responsabilidade Fiscal (LRF). A Receita Federal já está com tudo pronto para dar operacionalidade ao parcelamento.

Os demais prazos foram ajustados para permitir que empresas que tenham optado pelo Simples até 31 de janeiro possam aproveitar o parcelamento especial, regularizar suas dívidas e permanecer no regime; e evitar o acúmulo de obrigações em um curto espaço de tempo.



Instituto passa a atender fabricantes e importadores que necessitam da homologação obrigatória de mais de 40 produtos voltados ao setor automobilístico





## Brasil busca solução para crise dos semicondutores

Empenhado desde 2020 em fechar a única fábrica de semicondutores do hemisfério sul, instalada em Porto Alegre, agora o Governo Federal quer soluções para o desabastecimento deste componente no Brasil.

Somente no setor automotivo, a falta de semicondutores já foi responsável por quase 110 mil veículos produzidos a menos no país este ano.

Uma alternativa que estaria em negociação – segundo o ministro das Comunicações, Fábio Faria – é um acordo para a instalação de fábrica da multinacional coreana Samsung no Brasil.

Em debate promovido pelo jornal O Estado de São Paulo na última semana de abril, Cláudio Sahad, novo presidente do Sindipeças, disse que medidas para facilitar a atração de

multinacionais, como isenção fiscal, estão sendo estudadas em conjunto com o governo.

Sahad alterou, no entanto, para a urgência da adoção também de medidas capazes de melhorar o ambiente de negócios no país, pois, sem isso, nem mesmo incentivos fiscais seriam suficientes para atrair novas indústrias.

A forte demanda em todo o mundo por semicondutores fez o faturamento das indústrias do setor crescer 26% e atingir os 595 bilhões de dólares no ano passado. A informação é da consultoria Gartner.

A Associação Brasileira da Indústria de Semicondutores estima que o Brasil atualmente é capaz de suprir cerca de apenas 10% da demanda interna.

## Percentuais de endividados e inadimplentes são os maiores em 12 anos

As parcelas de famílias endividadadas (com dívidas em atraso ou não) e inadimplentes (com dívidas e contas em atraso) atingiram os maiores valores em 12 anos, em abril deste ano, segundo a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC).

O percentual de endividados chegou a 77,7% em abril, o maior nível desde o início da Pesquisa de Endividamento e Inadimplência (Peic), da CNC, em janeiro de 2010. Em abril de 2021, as famílias com dívida eram 67,5%. Em março deste ano, eram 77,5%.

Já o percentual de inadimplentes chegou a 28,6%, o segundo maior nível da pesquisa, ficando abaixo apenas da taxa de janeiro de 2010 (29,1%). Em março deste ano, a parcela era de 27,8%, enquanto em

abril de 2021 chegava a 24,2% (4,4 pontos percentuais abaixo do registrado em abril deste ano).

As famílias que não terão condições de pagar suas dívidas chegaram a 10,9% em abril deste ano, acima dos 10,8% do mês anterior e dos 10,4% de abril do ano passado. Essa também é a taxa mais alta desde julho de 2021, quando foram registrados os mesmos 10,9%.

O cartão de crédito é o principal motivo das dívidas. Entre as famílias endividadadas, 88,8% têm dívidas com o cartão.

O tempo de comprometimento com as dívidas ficou em 7,1 meses, abaixo dos 7,2 meses de março, mas acima dos 6,8 meses de abril de 2021.



Associação Brasileira da Indústria de Semicondutores estima que país atualmente é capaz de suprir cerca de 10% do total da demanda interna



# 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.**





## Transformação digital: Panaceia ou Salvação?

Trending Topic no mundo corporativo, a transformação digital quebrou as paredes do escritório de TI e se tornou o assunto mais "sexy" do momento, estando presente na agenda de praticamente todos os executivos das companhias. No nosso Papo Jedi de hoje, contaremos um pouco de nossos projetos sobre o tema, abordando como nossos clientes têm vivido isso na prática, quais resultados esperar e como promover uma transformação digital que gere ganhos para o negócio.

Mais do que implantar novas tecnologias, como computação em nuvem, SaaS, conectividade e mobile, inteligência artificial, entre outras, a transformação digital deve ter como objetivo **trazer vantagem competitiva** para o negócio, além de crescimento de resultados por meio de eficiências em processos, tais como aumento de produtividade, melhoria no tempo de resposta ao cliente, redução de erros, automação de tarefas manuais, maior visibilidade para planejamento, entre outras.

Além de viabilizar as novas tecnologias, a transformação digital deve abranger mudança de mentalidade, evolução cultural para sentimento de dono, gestão por processos e manutenção de um time multifuncional, com orientação para o cliente e inconformismo por mudança.

Como observou Lewis Carroll por meio de seu personagem Gato de Cheshire de Alice no País das Maravilhas, "Se você não sabe para onde ir, qualquer caminho serve", sendo assim, a adoção pura e simples de novas tecnologias não necessariamente é um processo de transformação digital, também deve-se conhecer quais são os objetivos a serem conquistados através destas novas tecnologias, quais problemas ela deverá endereçar, quais ganhos são desejados. Sem um plano estratégico atual e claro e um plano tático de processos em constante evolução, qualquer transformação digital não estará completa o suficiente, podendo inclusive gerar desperdício ao invés de eficiência e rentabilidade.

Dito isto, apresentamos a seguir, um passo a passo de como conduzir um processo transformação digital de forma a obter **reais vantagens competitivas** para os negócios:

**Mergulhe fundo!** Nosso primeiro passo é entender, promovendo um diagnóstico de nossas operações: Quais problemas mais significativos de hoje? Quais deles podem ser resolvidos pelo uso de novas tecnologias? Que processos poderão ser mais impactados (positiva ou negativamente)? Quais vantagens competitivas eu já possuo e que podem ser alavancadas? Assim como na medicina, um diagnóstico correto irá permitir que você atue nas questões-chave do seu negócio e não em sintomas ou outras coisas baseadas apenas em percepções. Além disso, o diagnóstico deve ter uma visão abrangente e integrada do negócio, com envolvimento de todas as áreas e macroprocessos.

**Priorize sua lista de desejos!** Agora que temos uma fotografia atualizada e ideias do que evoluir, podemos avaliar e priorizar

quais os processos e mudanças mais impactantes, quais os requisitos devem ser atendidos por novas tecnologia e quais são as tecnologias capazes de fazê-lo. É a famosa lista de desejos, coisas que a ferramenta ou tecnologia deverá entregar. Quanto melhor for feito o diagnóstico e a lista de "desejos", mais assertiva será a definição e implantação das ferramentas. Normalmente é aqui que as empresas se perdem – não conseguem entender o que precisam (soluções), porque não entenderam por que precisam (problemas ou oportunidades).

**Avalie as opções!** Um tempero novo para reforçar estes pontos é o fato de que, até pouco tempo atrás, tínhamos grandes ERPs com seus módulos integrados em soluções únicas e em poucos players, sistemas estes normalmente criados com foco em alguma área, como contabilidade, produção ou venda no varejo. Atualmente, são milhares de players e módulos que oferecem soluções especializadas e se integram em tempo real, aumentando muito as opções e, com elas, os níveis de investimento e aderência. Startups, com pequenas e médias soluções estão cada vez mais presentes nos mapas de soluções das empresas, resolvendo problemas e facilitando processos de negócio, com custos mais atraentes, agilidade de implantação e integração com ERPs.

"Estamos conduzindo um projeto de transformação digital, que muito mais do que nos proporcionar um processo paperless irá nos entregar informações mais rápidas e confiáveis para assim termos condições de implantarmos um processo de Planejamento Integrado de Vendas e Operações, que é o que irá alavancar realmente nossas vantagens competitivas para o negócio", diz Wellington Amorim, diretor executivo de manutenção da TAM Executiva.

Se as etapas anteriores forem percorridas com eficácia, a implantação será a próxima e mais longa etapa, mas que seguirá totalmente facilitada e bem direcionada. Requisitos bem definidos e provas de conceito baseados em processos "vivos", formam um excelente plano de contratação.

Na hora de implantar, não economize nas equipes multifuncionais e nos usuários chave. Empodere toda a empresa na agenda de transformação digital e mantenha o discurso de que tecnologia boa é aquela que simplifica processos, aumenta resultados e, acima de tudo, está definida e orientada por pessoas.



Por Julio Ernesto, head de eficiência e gestão da AGR Consultores

#MaioAmarelo

# NO TRÂNSITO,

## a responsabilidade é peça fundamental.

• Pratique a gentileza;

• Dirija com atenção;

• Cuide da revisão e manutenção do seu veículo.

maioamarelo

ATENÇÃO PELA VIDA

Nós da Disape apoiamos esta ideia.

CUIDADO NO TRÂNSITO SALVA VIDAS.

Distribuidora de Autopeças

# » Disape

Acesse o site:

www.disape.com.br

@disapedistribuidora

@disapedistribuidora



# Faturamento da reposição cresce 4,7% no primeiro bimestre

Segundo avaliação do Sindipeças, a comparação permanece prejudicada pelos efeitos da pandemia. Vendas caíram em fevereiro

As vendas para o mercado de reposição – calculado a partir da aplicação de média móvel trimestral e com informações das empresas que segmentam os números entre linha leve e pesada – apresentaram queda de 1,9% em fevereiro desse ano. Embora negativa, a variação foi menor do que à da comparação entre janeiro/22 e dezembro/21 (-3,3%), o que compreende, a nosso juízo, a dissipação dos efeitos gerados pela pandemia para a série histórica.

Em base interanual, registrou-se aumento de 3,1% e no

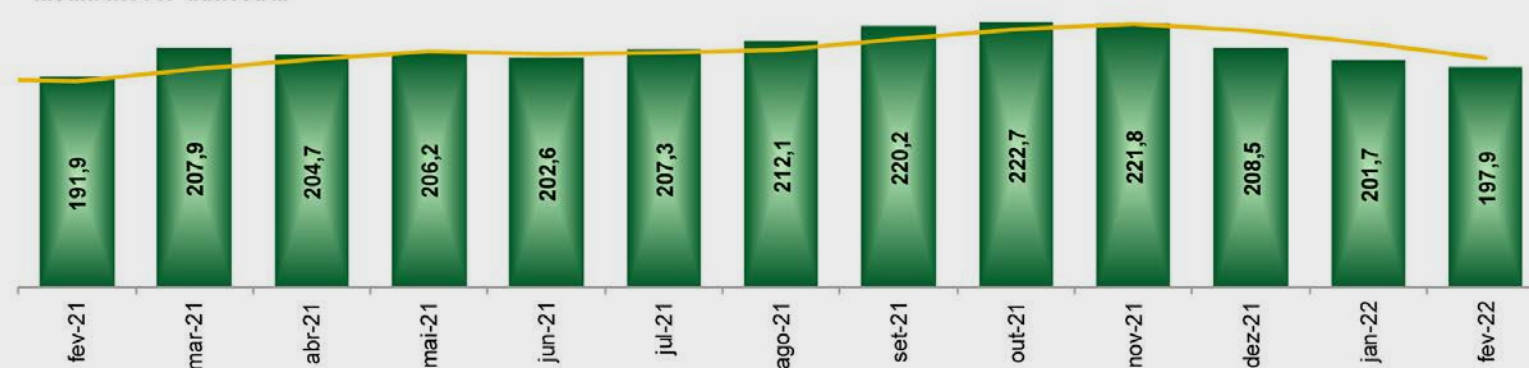
acumulado do bimestre, 4,7%. Para veículos leves, a variação mensal foi negativa em 2,0%. Na análise contra fevereiro/21, o resultado, porém, se manteve favorável, com incremento de 4,5% e de 6,7% para o acumulado dos dois primeiros meses do ano.

Os números evidenciaram também retração no faturamento da reposição dentro do segmento de veículos pesados (-1,3%). Em base interanual, houve queda de 0,7% frente a fevereiro/22 e de 0,6% no acumulado até o mês em tela.

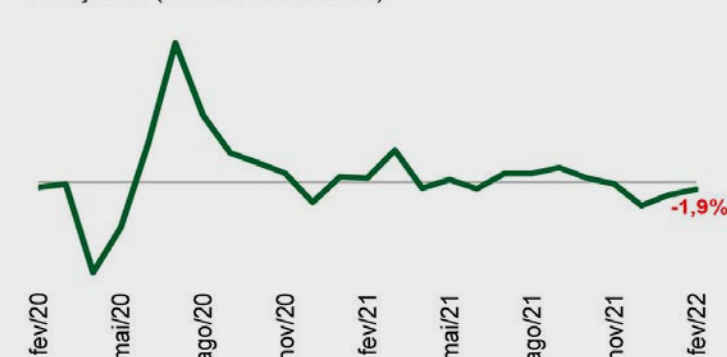
(Tabela 1) Índice do Mercado de Reposição<sup>1</sup>

Discriminação	Variação percentual		
	Fev 22/ Jan 21	Fev 22/ Fev 21	Acumulado do ano
Faturamento nominal (LL e LP) <sup>2</sup>	-1,86%	3,13%	4,68%
IGP-M (set/21)	1,83%	16,12%	19,05%

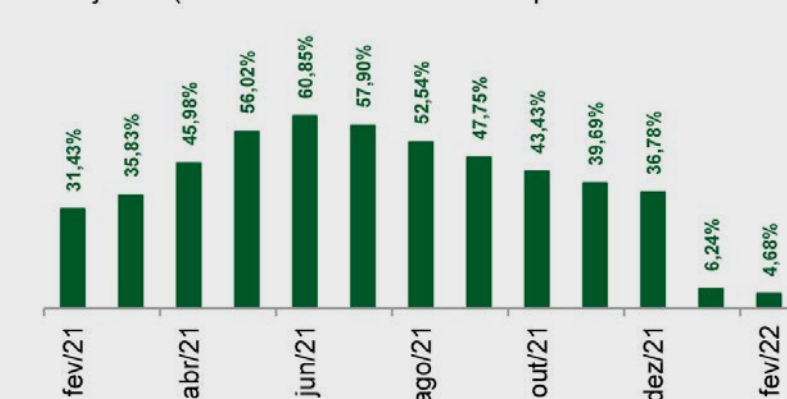
(Gráfico 1) Faturamento do mercado de reposição  
Em número-índice (jan/15=100)  
Média móvel trimestral



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



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







## 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



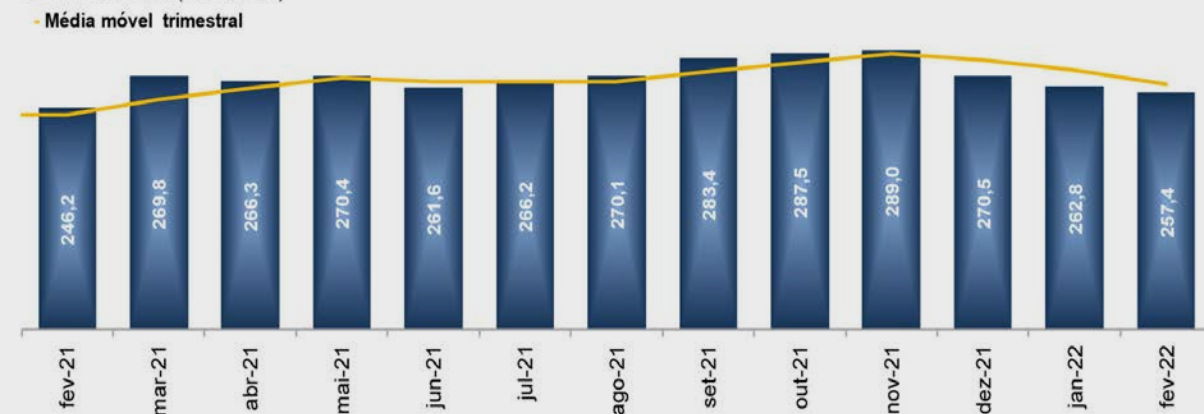
TRIZETAS



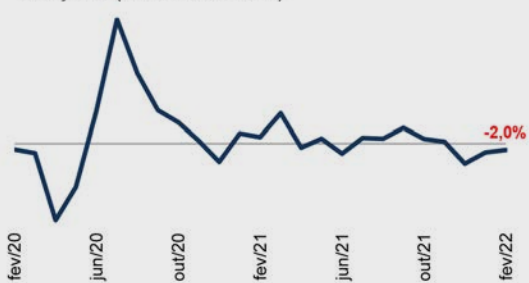
(Tabela 2) Índice do Segmento de Linha Leve¹

Discriminação	Variação percentual		
	Fev 22/ Jan 21	Fev 22/ Fev 21	Acumulado do ano
Faturamento nominal Linha Leve¹	-2,04%	4,55%	6,67%

(Gráfico 4) Faturamento do segmento de linha leve  
Em número-índice (mar/15=100)



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



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



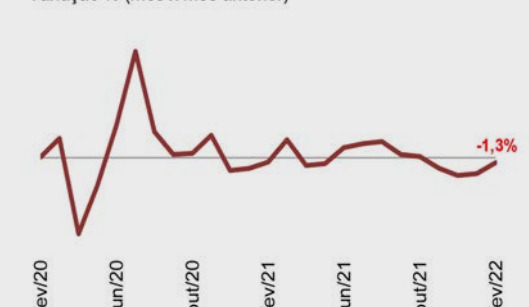
(Tabela 3) Índice do Segmento de Linha Pesada

Discriminação	Variação percentual		
	Fev 22/ Jan 21	Fev 22/ Fev 21	Acumulado do ano
Faturamento nominal Linha Pesada¹	-1,34%	-0,67%	-0,60%

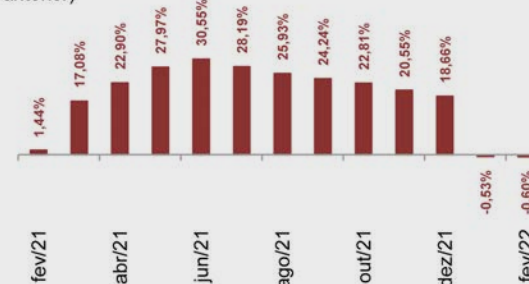
(Gráfico 7) Faturamento do segmento de linha pesada  
Em número-índice (mar/15=100)



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

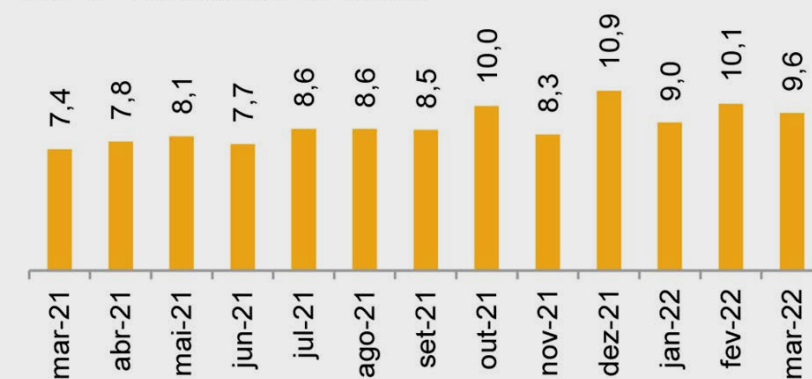


(Gráfico 9) Faturamento Linha Pesada  
Variação % (acumulado do ano x mesmo período do ano anterior)



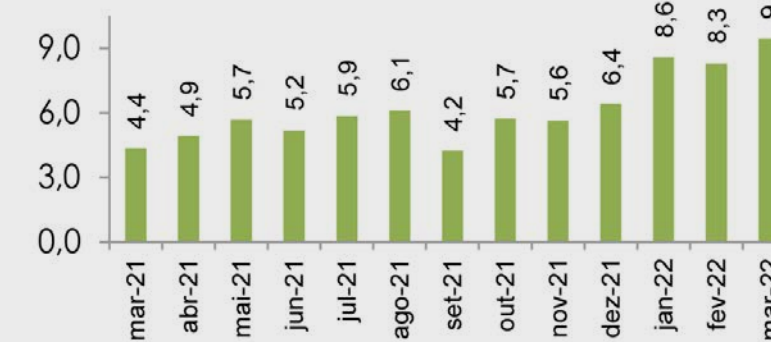
(Gráfico 10) IPCA – Acessórios e Peças

Em % - acumulado 12 meses



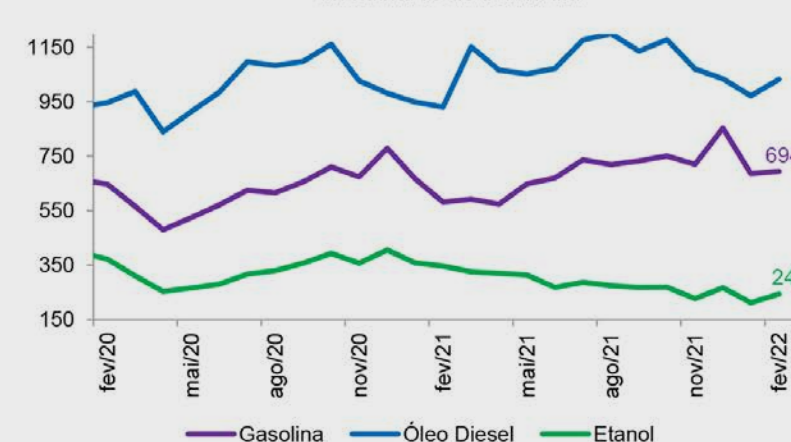
(Gráfico 11) IPCA – Conserto de Automóvel

Em % - acumulado 12 meses

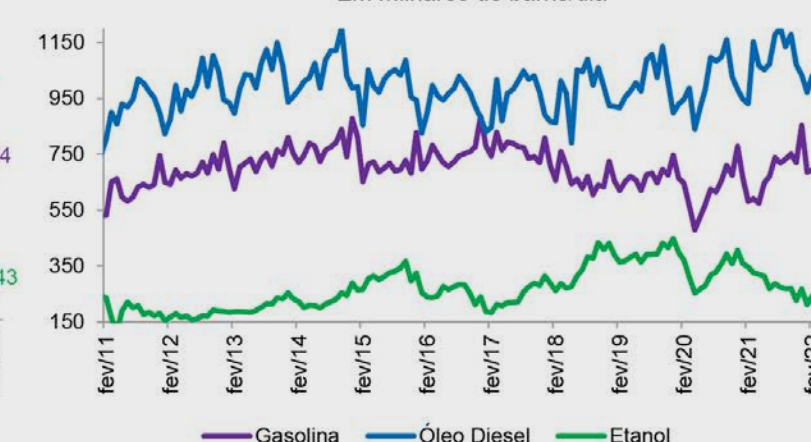


Consumo de combustíveis: diesel, etanol e gasolina

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

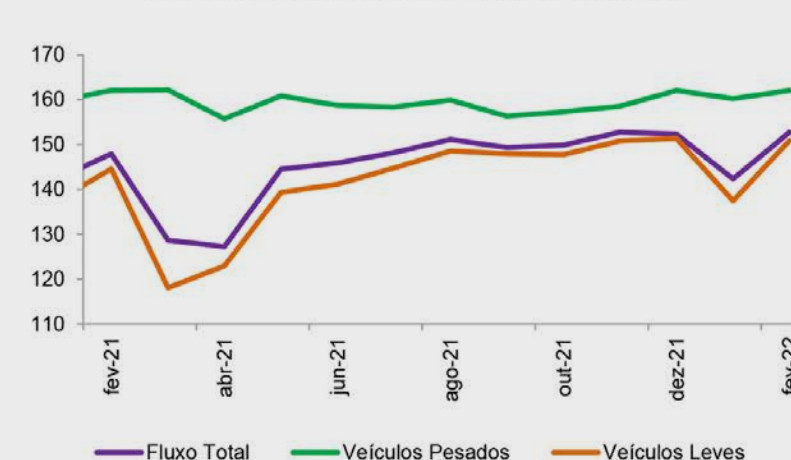


(Gráfico 13) Consumo de combustíveis  
Em milhares de barris/dia

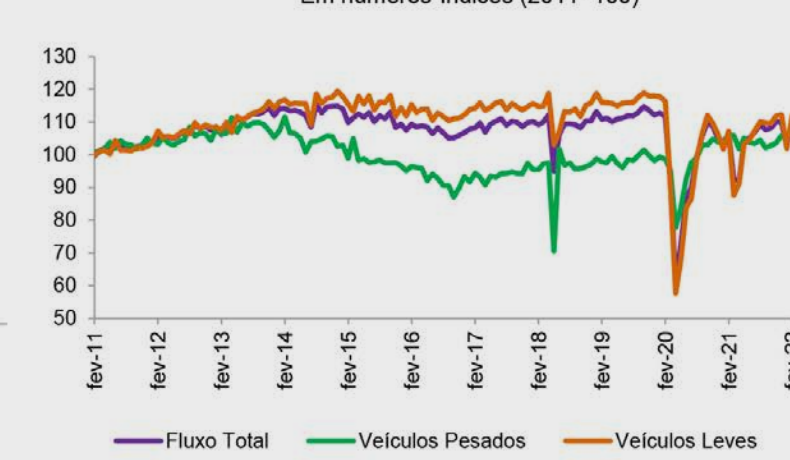


Fluxo nas rodovias pedagiadas

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



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





## Lavando as mãos da pandemia no Brasil

O Ministério da Saúde decretou o fim da pandemia no Brasil. E agora?

Agora é muito importante que continuemos com os hábitos de higiene e saúde que aprendemos durante a pandemia.

Assim, lavar bem as mãos, desinfetar as mãos sempre que possível e mesmo usar máscaras quando estiver gripado para não contaminar outras pessoas são hábitos civilizados que não podemos perder. Estudos comprovam que boa parte das infecções, inclusive hospitalares, poderia ser evitada se as pessoas lavassem bem e com mais frequência suas mãos.

Um artigo publicado pela Biblioteca Nacional de Medicina do Centro de Informação em Biotecnologia dos Estados Unidos, afirma textualmente:

*“As infecções associadas aos cuidados de saúde estão chamando cada vez mais a atenção de pacientes, seguradoras, governos e órgãos reguladores. Isso não se deve apenas à magnitude do problema em termos de morbidade, mortalidade e custo de tratamento associados, mas também devido ao crescente reconhecimento de que a maioria delas é evitável. A comunidade médica está testemunhando avanços sem precedentes na compreensão da*

*fisiopatologia de doenças infecciosas e a disseminação global de infecções multirresistentes em estabelecimentos de saúde. Esses fatores, agravados pela escassez de disponibilidade de novos antimicrobianos, exigiram uma revisão do papel das práticas básicas de prevenção de infecções nos cuidados de saúde modernos. Atualmente, existem evidências indiscutíveis de que a adesão estrita à higiene das mãos reduz o risco de transmissão cruzada de infecções.”*

Os mesmos alertas estão sendo feitos de maneira nacional em todos os países que, orientados pela OMS — Organização Mundial da Saúde — estão desenvolvendo grandes ações de educação sanitária pós-Covid, principalmente o hábito de lavar as mãos.

Estudos sérios mostram que países que têm tido grande reincidência nas endemias e epidemias são aqueles em que a população tem hábitos precários de higiene, principalmente em relação ao lavar as mãos.

Assim, apesar da multiplicidade de cuidados que temos que ter, se apenas lavarmos bem e com frequência nossas mãos já evitaremos contaminações e teremos uma vida infinitamente mais saudável. É o que afirmam hoje, os maiores cientistas.

Pense nisso. Lave bem as mãos!



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

## Bem-vindo ao laboratório de inteligência do Aftermarket Automotivo.

O After.Lab é o núcleo de pesquisa e inteligência de mercado do grupo Novo Meio. Após 25 anos liderando estudos de grande relevância no setor, o After.Lab finalmente incorpora uma estrutura focada em pesquisas sob medida e consultoria de dados para indústrias, distribuidores, varejos e oficinas.

**Vamos fazer negócios mais inteligentes juntos?**

after.lab



# Varejo cresce 18,0% em março, segundo o ICVA

Base de comparação com março de 2021, mês em que o comércio foi fortemente afetado pela pandemia da covid-19, contribui para o resultado

As vendas no Varejo em março de 2022 cresceram 18,0%, descontada a inflação, em comparação com igual mês de 2021. Em termos nominais, que espelham a receita de vendas observadas pelo varejista, o Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA) apresentou alta de 33,4%. O crescimento expressivo está fortemente relacionado com a base comparativa. Em março do ano passado, o comércio foi afetado pela adoção de medidas de isolamento mais restritivas, decorrentes do recrudescimento da pandemia da covid-19. Efeitos de calendário, em contrapartida, prejudicaram o resultado do índice. O principal fator foi o Carnaval, celebrado em março enquanto em 2021 a data caiu no mês de fevereiro. Nem o fato de ter havido uma quinta-feira, dia tradicionalmente de vendas fortes no comércio, a mais foi capaz de compensar a queda provocada

pelo Carnaval. Desconsiderando os ajustes de calendário, o índice nominal apresentou crescimento de 34,9% e, descontando a inflação, 19,3%. De acordo com o Head de Inteligência da Cielo, Pedro Lippi, mesmo com o aumento expressivo das vendas registrado em março, o Varejo ainda não voltou ao patamar verificado antes da pandemia. “Nosso índice, quando deflacionado, mostra que as vendas ainda estão 6,4% abaixo. Os setores de serviço, como Turismo e Transporte e Bares e Restaurantes, apesar dos crescimentos observados nos últimos meses, ainda estão abaixo do período pré pandemia, bem como o setor de Vestuário.”, afirma. “Mesmo diante desse cenário, é possível dizer que o Varejo está em processo de retomada. Março foi o quinto mês seguido de alta”.

## INFLAÇÃO

O Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), apurado pelo IBGE, apontou alta de 11,3% no acumulado dos últimos 12 meses, com alta de 1,62% em março. O preço da gasolina, que subiu 6,95%, foi o que mais impactou o índice. Ao ponderar o IPCA pelos setores e pesos do ICVA, a inflação no varejo ampliado foi de 13,03% em março, acelerando em relação ao índice registrado no mês anterior.

## SETORES

Descontada a inflação e com o ajuste de calendário, os macrossetores de Bens Duráveis e Semiduráveis e de Serviços registraram aceleração nas vendas em relação a fevereiro. Já Bens Não Duráveis sofreu desaceleração. O destaque no macrossetor de Bens Duráveis e Semiduráveis foi o segmento de Vestuário.

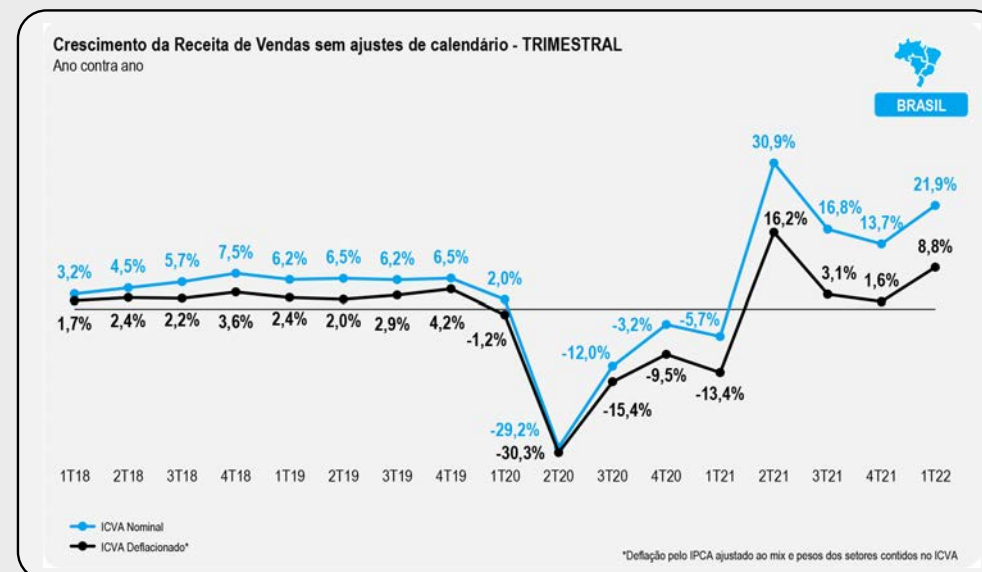
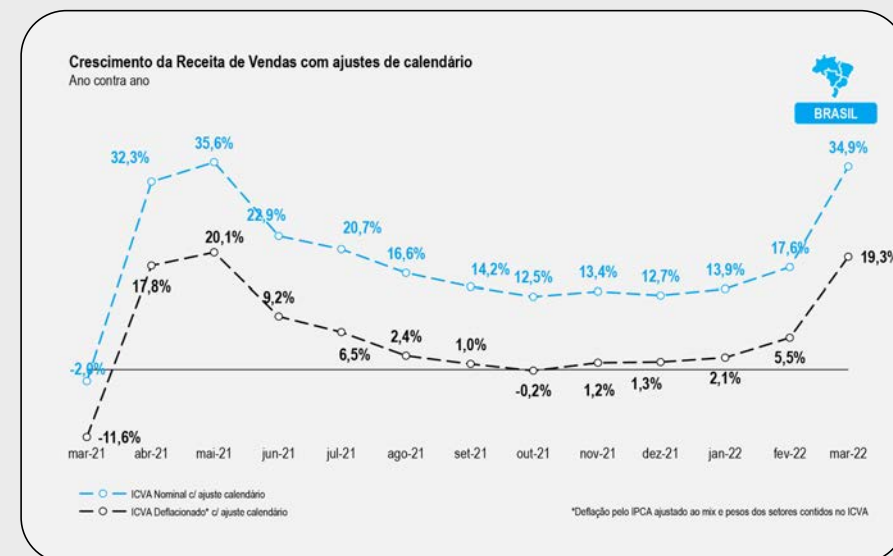
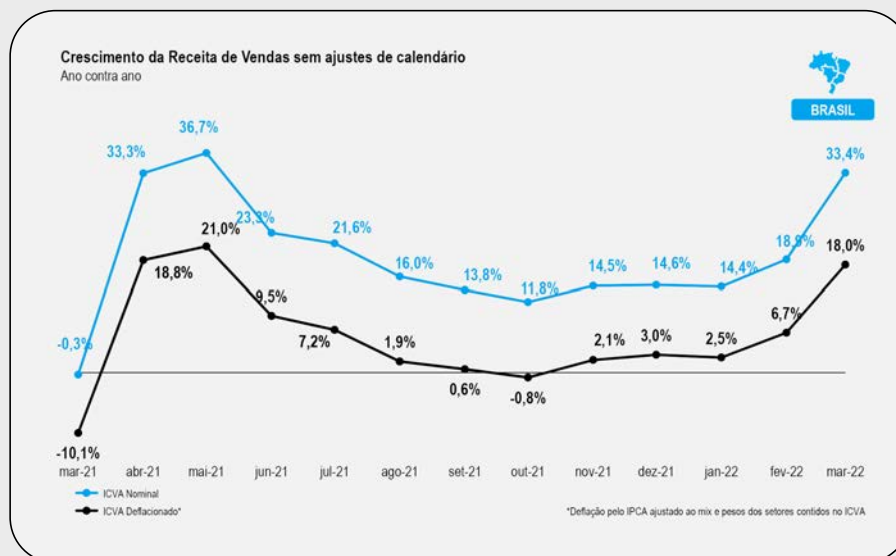
No macrossetor de Bens Não Duráveis, um dos segmentos que mais colaboraram para a aceleração foi Turismo e Transportes. Já o macrossetor de Bens Não Duráveis, que desacelerou, foi impactado negativamente pelo segmento de Drogarias e Farmácias.

## REGIÕES

De acordo com o ICVA deflacionado e com ajuste de calendário, todas as regiões apresentaram crescimento em relação a março do ano passado. A região Sul registrou alta de 24,1%, seguida da região Centro-Oeste (+24,0%), Norte (+20,3%), Nordeste (+19,4%) e Sudeste (+18,2%). Segundo o ICVA nominal com ajuste de calendário na comparação com março de 2021, as vendas na região Centro-Oeste cresceram 39,1%, seguida da região Sul (+38,2%), Nordeste (+36,0%), Sudeste (+33,3%) e Norte (+31,5%).

## TRIMESTRE

As vendas no primeiro trimestre de 2022, descontada a inflação e sem ajustes de calendário, registraram alta de 8,8% ante igual período do ano passado. Em termos nominais, também sem efeitos de calendário, o crescimento foi de 21,9%.





## SINDIREPA-SP adere ao movimento global “Right To Repair”

O SINDIREPA-SP – Sindicato da Indústria de Reparação de Veículos e Acessórios do Estado de São Paulo, adere ao “Right To Repair”, movimento que prevê a liberdade de escolha dos consumidores dos locais onde desejam realizar a manutenção e/ou reparação de seus veículos, bandeira global iniciada por Estados Unidos e Europa. Nos Estados Unidos, o estado de Massachusetts tem travado fortes batalhas judiciais que ainda encontram-se em curso, enquanto a Europa tem avançado há alguns anos com legislações relacionadas aos direitos dos consumidores, porém a tecnologia evolui e traz novos desafios como a telemática e conectividade na nuvem, eliminando o acesso das oficinas para a realização de diagnósticos e consequente reparo.

No Brasil e América do Sul não é diferente. No entanto, segundo Antonio Fiola, presidente do SINDIREPA-SP, a oficina independente não é concorrente das concessionárias de veículos, pois os reparadores também compram peças em seu balcão para realizar o devido conserto e manter os veículos das marcas em circulação “Os principais consumidores de autopeças, que buscam por qualidade e preços atrativos, são os reparadores. Afinal, a excelência do atendimento e do serviço passa também pela qualidade das autopeças”, enfatiza.

De acordo com o presidente da associação, com a evolução da tecnologia e o crescimento de semicondutores nos veículos automotores somados agora à introdução de sistemas de segurança “firewall” estão aumentando as dificuldades de acesso por parte das oficinas independentes aos diagnósticos com os equipamentos disponíveis hoje. No entanto, a rede de concessionárias após o período de garantia não possui capilaridade física para atendimento da frota circulante.

Fiola acredita que depois que se pagou pelo produto, o consumidor tem a posse e deveria ter o direito de acesso a todas as informações e a liberdade de escolha de onde vai realizar a manutenção e/ou reparação de seu veículo. Desta forma, as montadoras de veículos estariam atendendo o espírito da Lei Geral de Proteção de Dados e do Código de Defesa do Consumidor. Por isso, o SINDIREPA-SP resolveu acompanhar o movimento global e trazer ao Brasil o “Right To Repair”, que está sendo introduzido em etapas. “É o consumidor que tem direito aos dados e informações de seu veículo”, explica Fiola, acrescentando não poder ser obrigado a realizar a manutenção ou reparação exclusivamente na rede de concessionárias das montadoras.

A primeira etapa foi entender o movimento “Right To Repair” e seu histórico nos Estados Unidos e Europa e confirmar que os consumidores dos países vizinhos como Argentina e Uruguai sofrem do mesmo problema. No segundo momento, foi feito um ofício para todas as montadoras associadas à Anfavea, apresentando o movimento e sua preocupação no Brasil com a imagem das marcas

e a busca de equilíbrio. Na terceira etapa, é o estudo do emaranhado de legislações no país para poder avançar com projeto de lei que possa amparar os consumidores. Por fim, a comunicação constante para esclarecimento junto ao mercado e à sociedade.

Para o presidente da entidade, se nada for feito, a complexidade tecnológica implementada nos veículos deverá trazer fortes prejuízos aos consumidores, pois perderão o seu direito de escolha, além do iminente impacto nas mais de 100 mil micros e pequenas empresas que geram emprego e renda no país.



Fiola destaca que oficina independente não concorre com concessionárias

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



## Semana de 11 a 14 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 11 a 14 de abril, estudos realizados pelo After.Lab, empresa de inteligência de mercado do Aftermarket Automotivo.

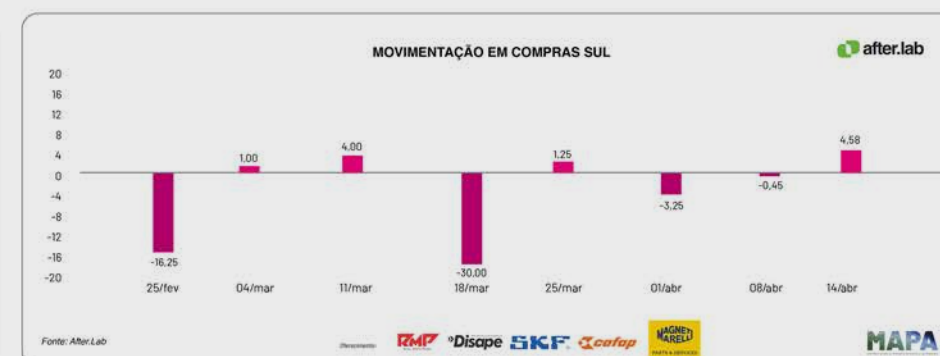
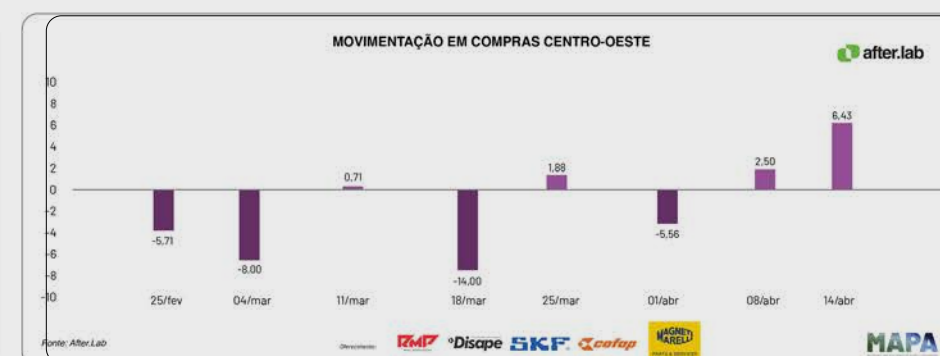
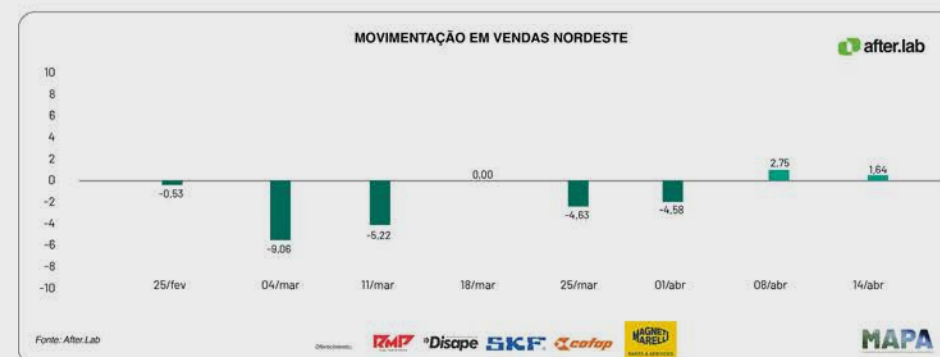
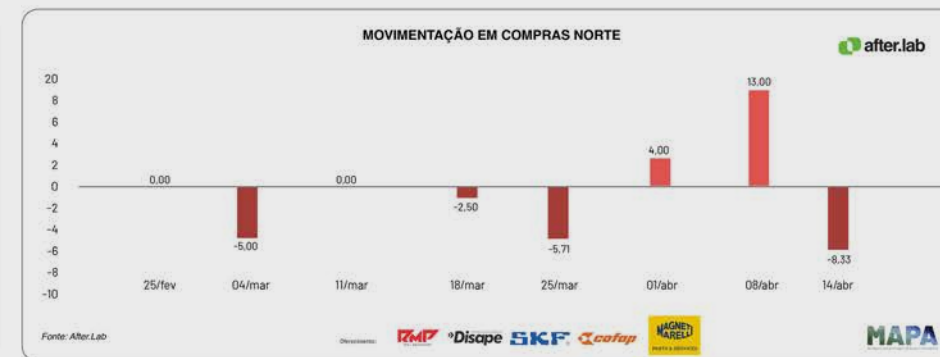
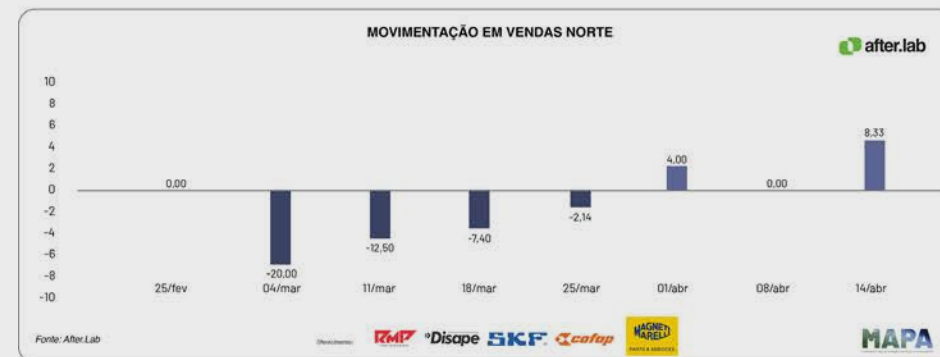
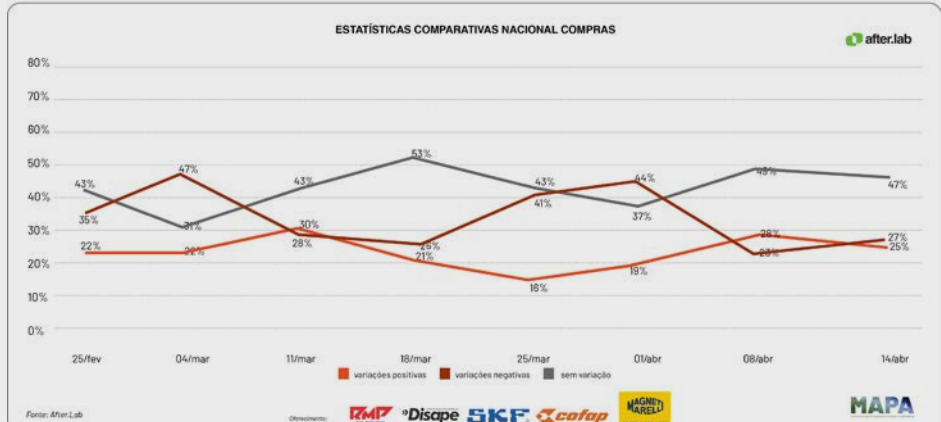
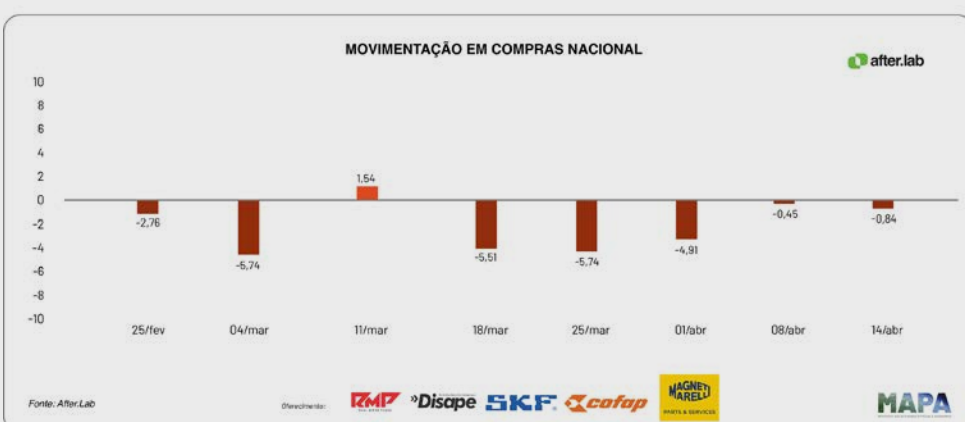
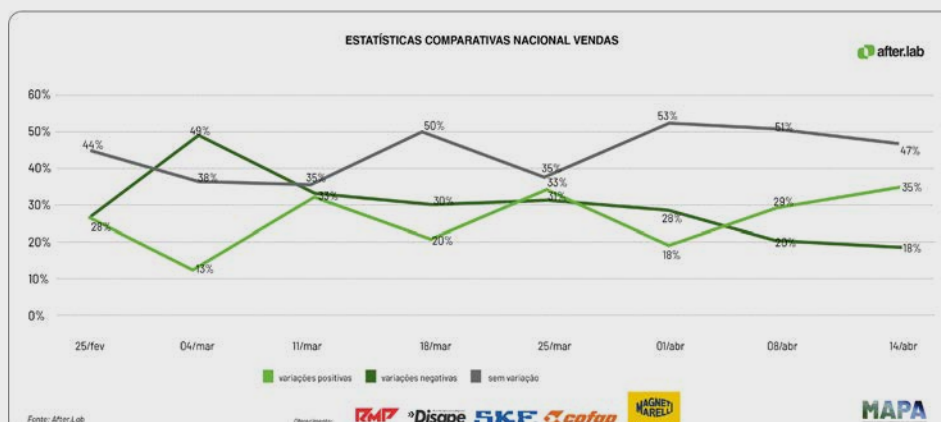
### MAPA

As vendas no varejo de autopeças voltaram a subir. Os pesquisadores do After.Lab apuraram alta de 4,03% na média nacional ponderada. Os índices regionais de vendas registraram 8,33% no Norte; 1,64% no Nordeste; 8,75% no Centro Oeste; 5% no Sudeste; e 0,36% no Sul. As compras por parte dos varejos não acompanharam a curva

positiva e apresentaram discreta queda. A média nacional ponderada foi de -0,84%.

Na variação regional das compras, -8,33% no Norte; -3,31% no Nordeste; 6,43% no Centro Oeste; -2,75% no Sudeste; e 4,58% no Sul. Os gráficos de estatísticas comparativas mostram que a estabilidade nas vendas caiu de 51% para 47% dos entrevistados. O índice de varejistas que venderam mais no período subiu de 29% para 35% da amostra. E o índice de varejistas que venderam menos caiu de 20% para 18% dos entrevistados.

No comportamento de compras, a estabilidade caiu de 49% para 47% dos varejistas pesquisados. As lojas que compraram mais passaram de 28% para 25% e a variação negativa subiu de 23% para 27% da amostra.





**ONDA**

Vamos agora aos resultados do ONDA, pesquisa que vem semana após semana flagrando o persistente cenário de desabastecimento e inflação no mercado de autopeças.

O índice de abastecimento apurado pelos profissionais do After.Lab permanece com média nacional ponderada negativa desde o início da série histórica. Na semana encerrada em 14 de abril, a variação foi de -13,88%.

Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do Brasil apuraram os seguintes resultados: índice zero no Norte, finalmente uma apuração que não trouxe resultado negativo; -13,46% no Nordeste; -12,86% no Centro-Oeste; -15,11% no Sudeste; e -15,42% no Sul.

Os itens em geral lideram o ranking da falta de produtos com 35,6% das respostas, seguidos por componentes elétricos, com 13,6%, e freios, com 11,9%.

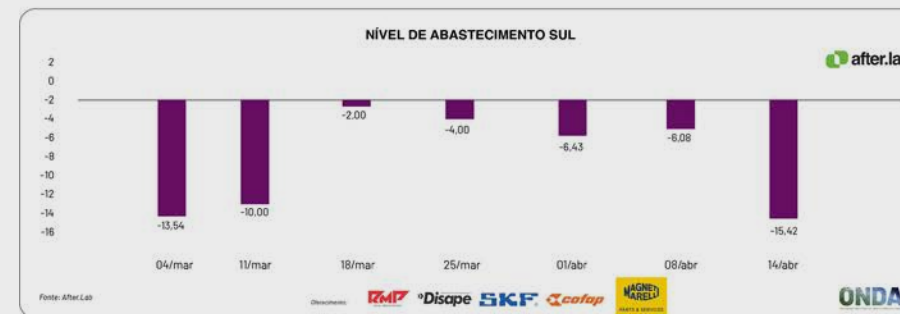
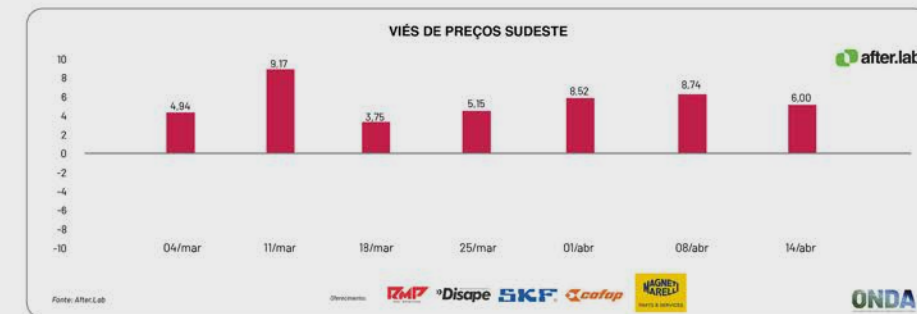
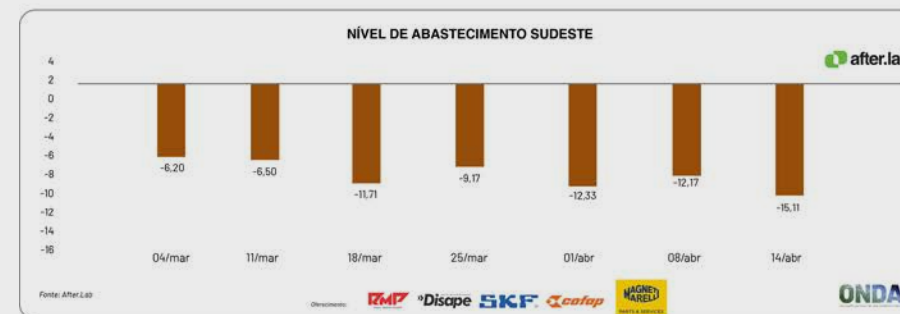
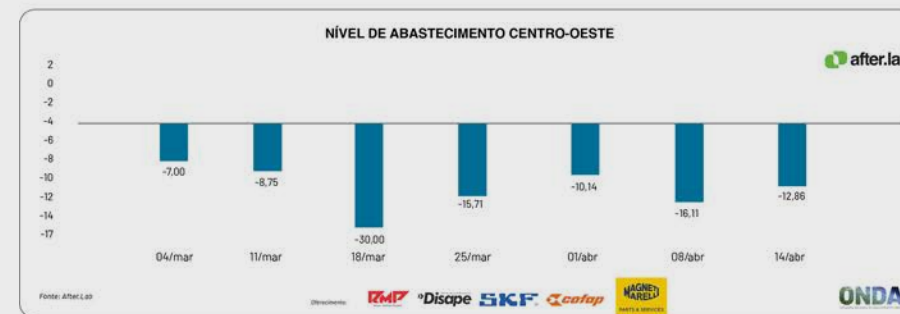
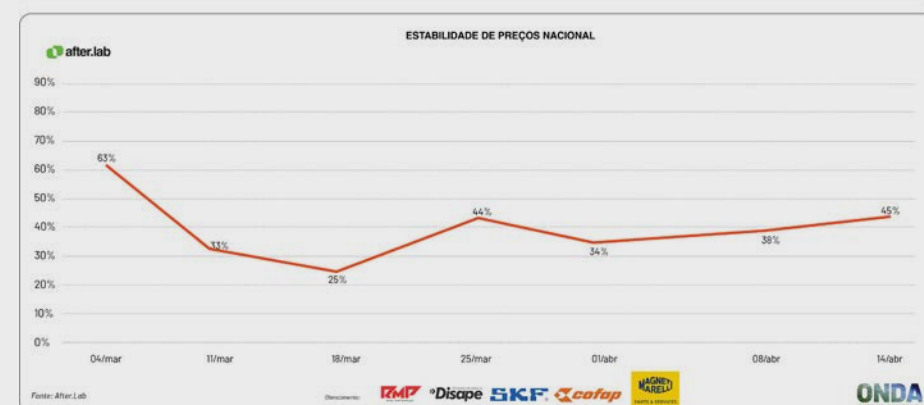
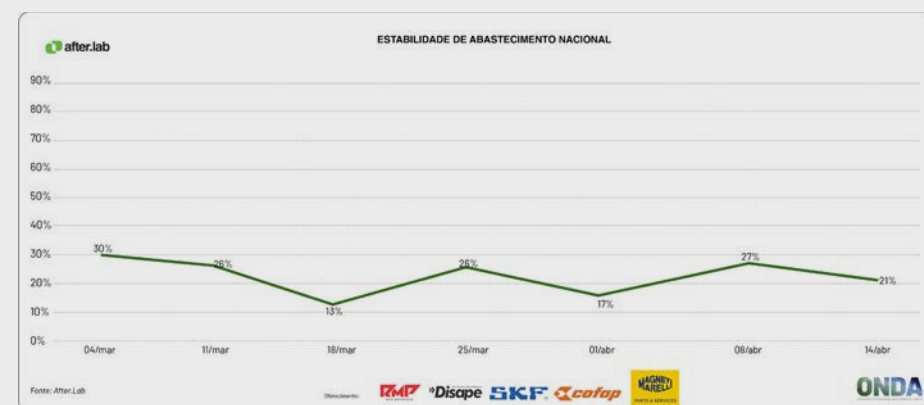
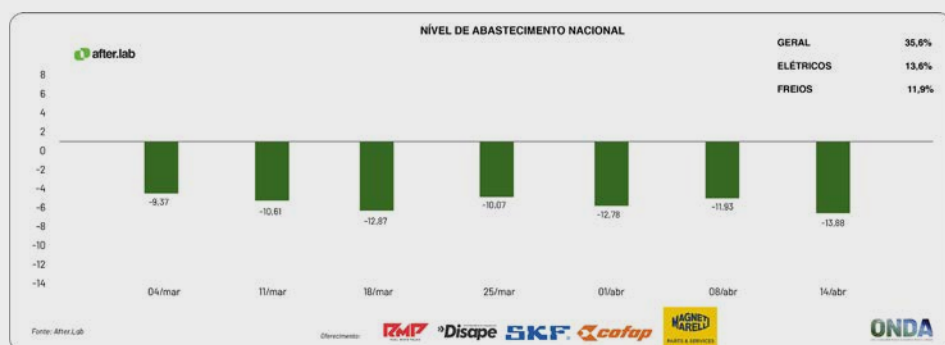
Os preços ao varejo permanecem indicando percepção contínua de alta por parte dos entrevistados. O viés nacional no período foi de 6,61%.

O viés de alta nos preços por região trouxe os seguintes índices: 12,67% no Norte; 8,64% no Nordeste; 8,25% no Centro-Oeste; 6% no Sudeste; e 3,92% no Sul.

Os itens em geral responderam por 26,3% das percepções de alta nos preços, seguidos por óleos lubrificantes, com 15,8%; e componentes para freios, com 13,2%.

A estabilidade do abastecimento caiu de 27% para 21% dos entrevistados. Já a estabilidade de preços ao varejo subiu de 38% para 45%.

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





## Semana de 18 a 22 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 18 a 22 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.

### MAPA

O MAPA mostrou que, após um respiro de duas semanas, as vendas no varejo voltaram a cair. A média nacional ponderada no período foi de -3,12%.

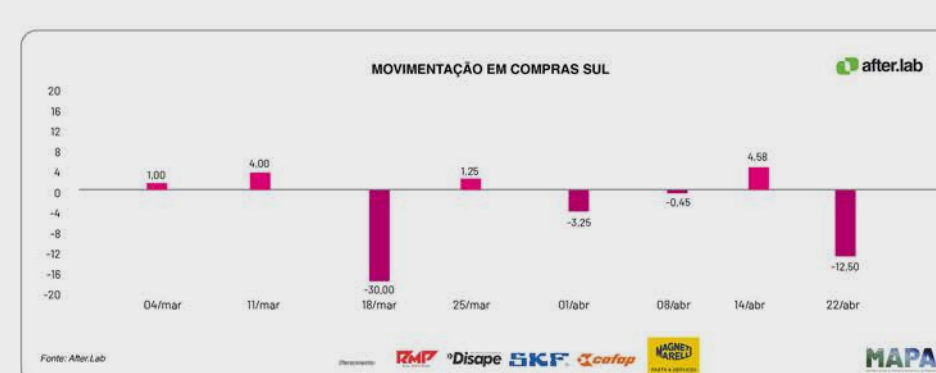
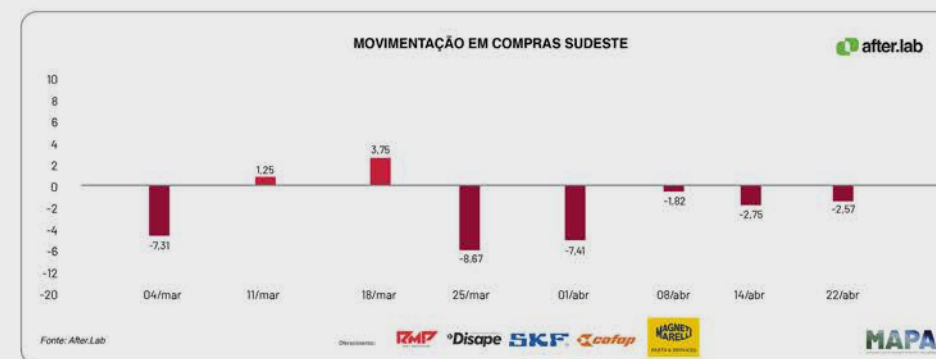
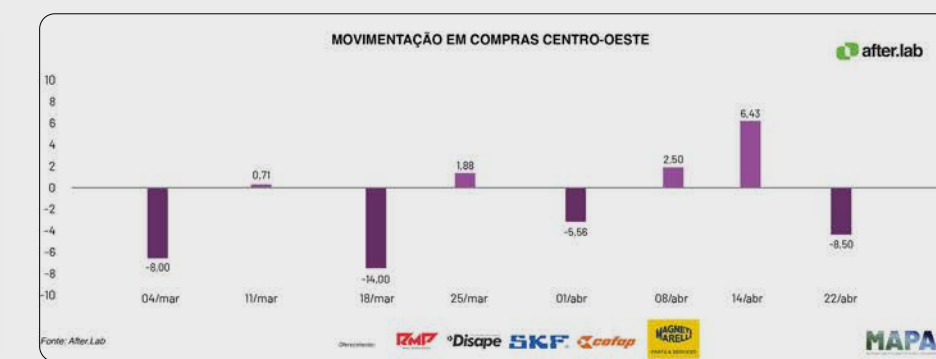
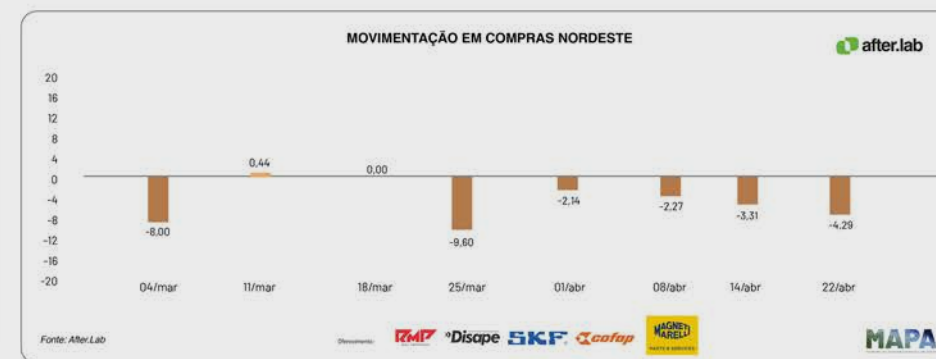
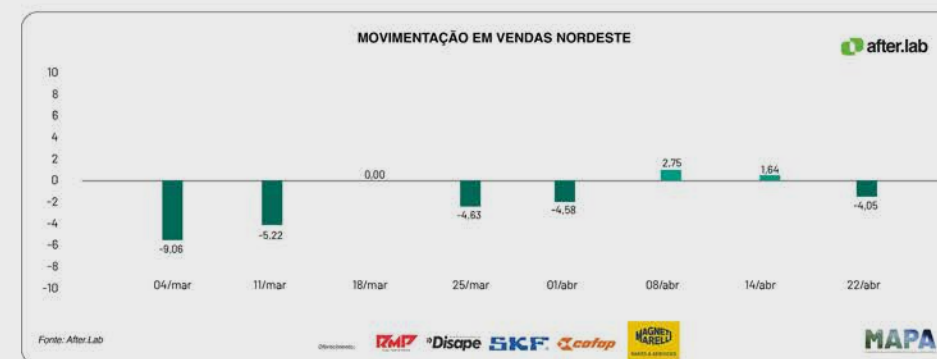
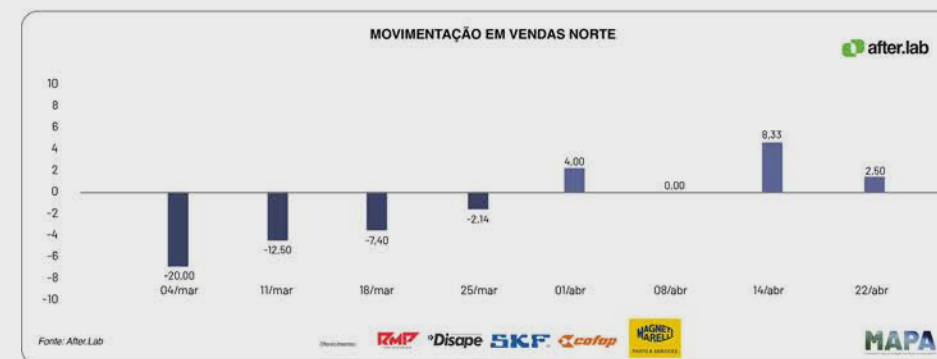
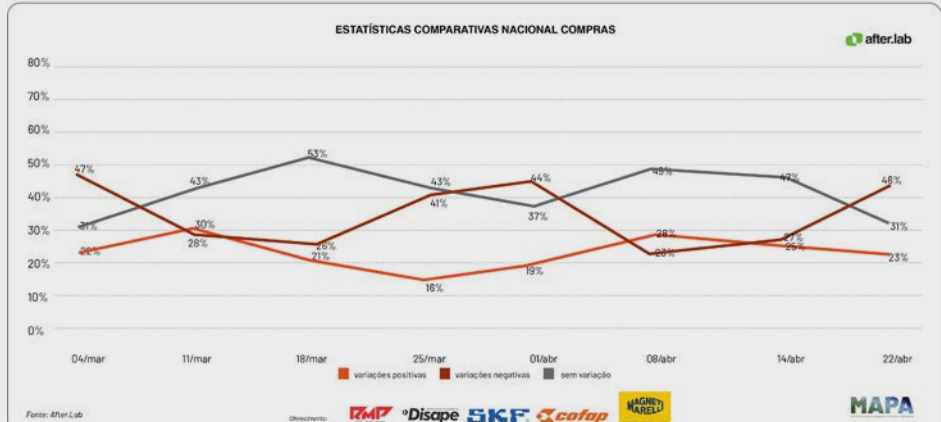
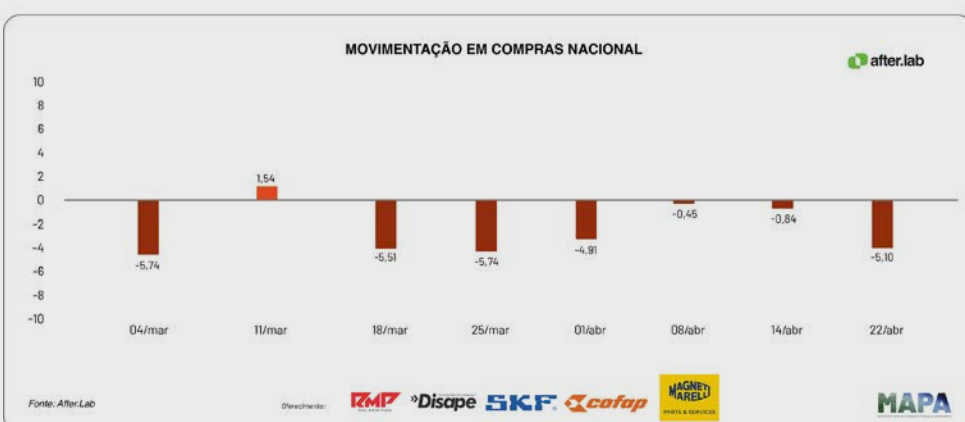
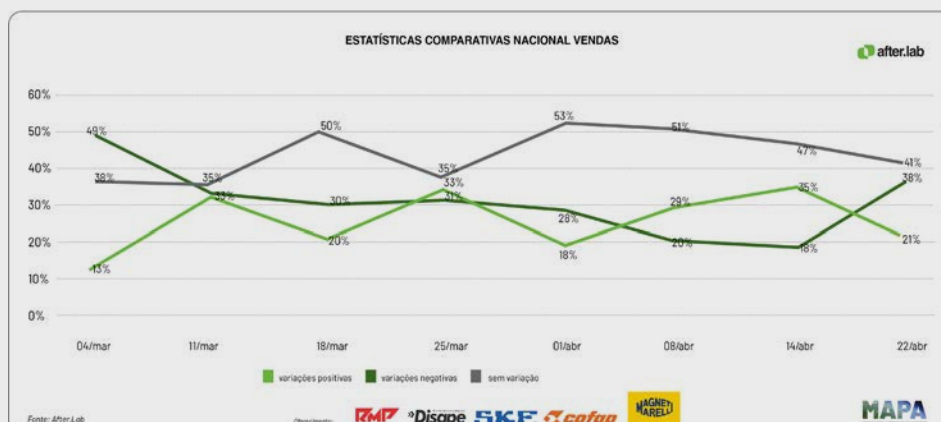
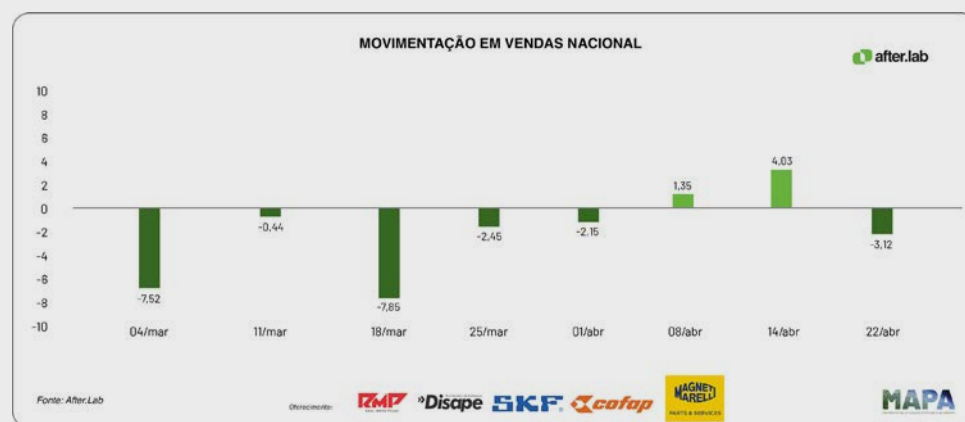
Na apuração regional das vendas, alta de 2,5% no Norte; -4,05% no Nordeste; -3,57% no Centro Oeste; -3,89% no Sudeste; e -1,67% no Sul.

O movimento de vendas foi acompanhado pelas compras, que mantêm aqui sequência negativa de seis semanas. A média nacional ponderada anunciada pelos varejistas entrevistados em todo o Brasil ficou em -5,10%.

Na divisão regional, os índices de compras no período foram: 2,5% no Norte; -4,29% no Nordeste; -8,5% no Centro Oeste; -2,57% no Sudeste; e -12,5% no Sul.

Os gráficos de estatísticas comparativas mostram que a estabilidade nas vendas caiu de 47% para 41%. Os varejistas que anunciaram crescimento caíram de 35% para 21% e os que venderam menos subiram de 18% para 38% dos entrevistados.

No comportamento de compras, a estabilidade caiu de 47% para 31%. As variações positivas recuaram de 25% para 23% e as negativas cresceram de 27% para 46% 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 -9,1%.

Os varejistas de autopeças entrevistados nas cinco regiões do Brasil continuam apontando queda no abastecimento: -16,67% no Norte; -7,22% no Nordeste; -15% no Centro-Oeste; -8,94% no Sudeste; e -6,33% no Sul.

Os itens em geral responderam por 31,8% do desabastecimento, seguidos por borrachas, com 10,6%, e correias, com 9,1%.

Em relação à estabilidade no abastecimento, o índice subiu de 21% para 39% dos varejistas entrevistados na semana pelos profissionais do After.Lab.

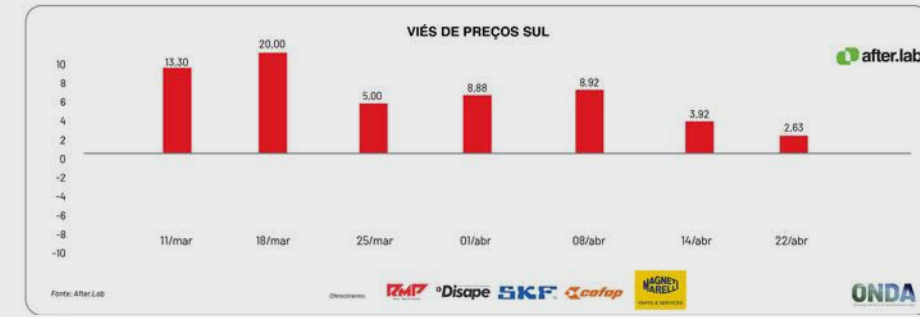
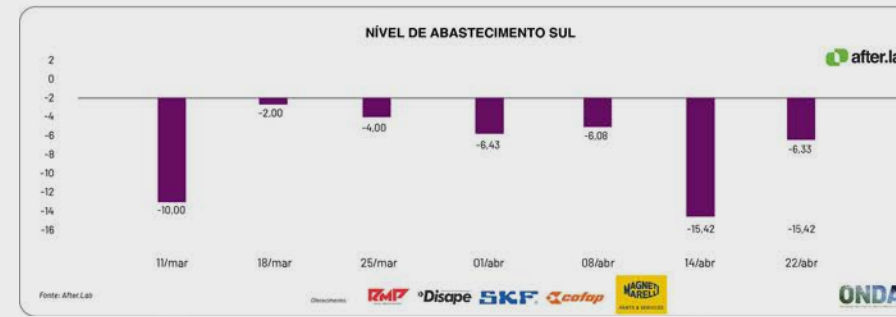
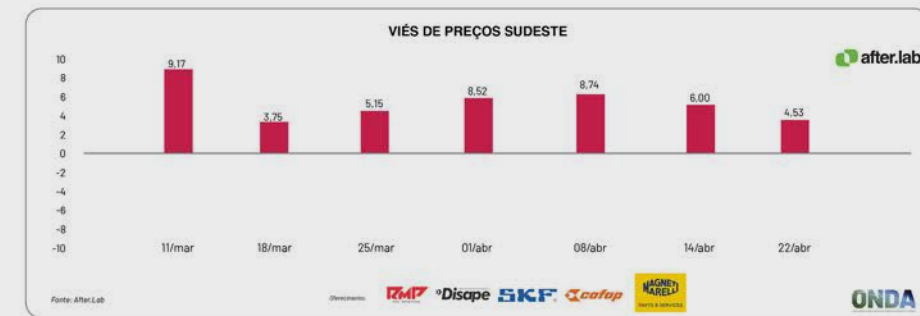
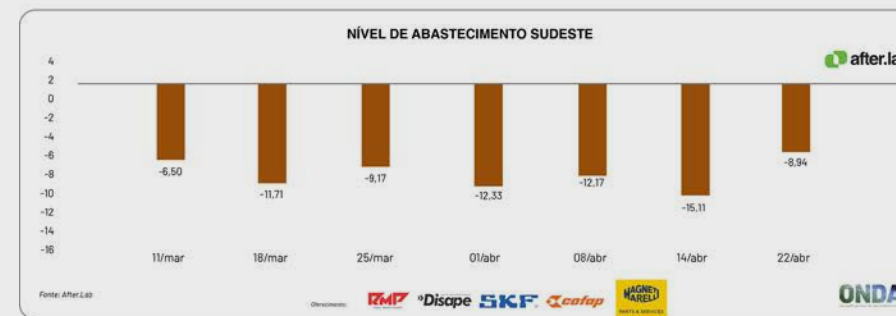
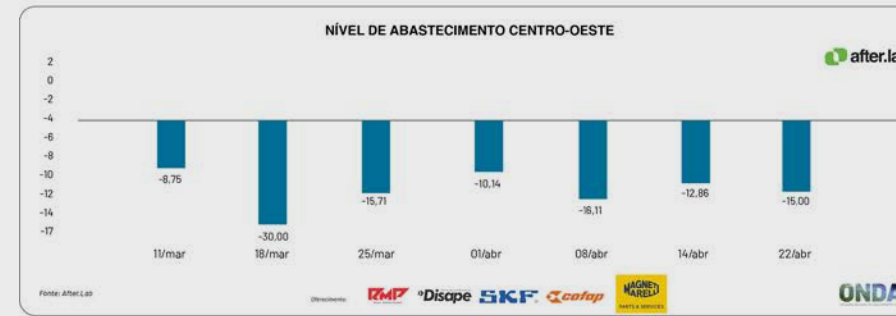
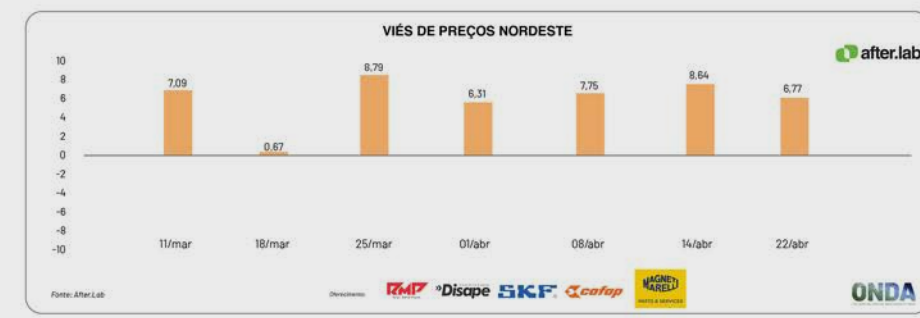
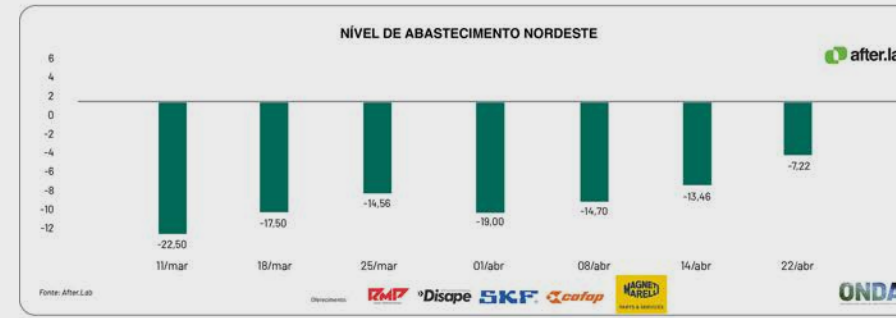
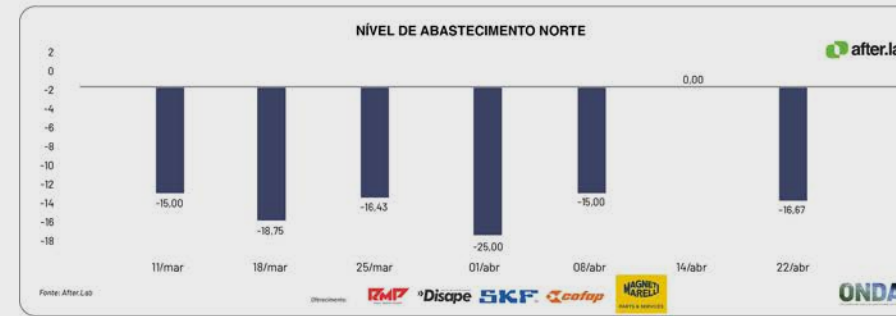
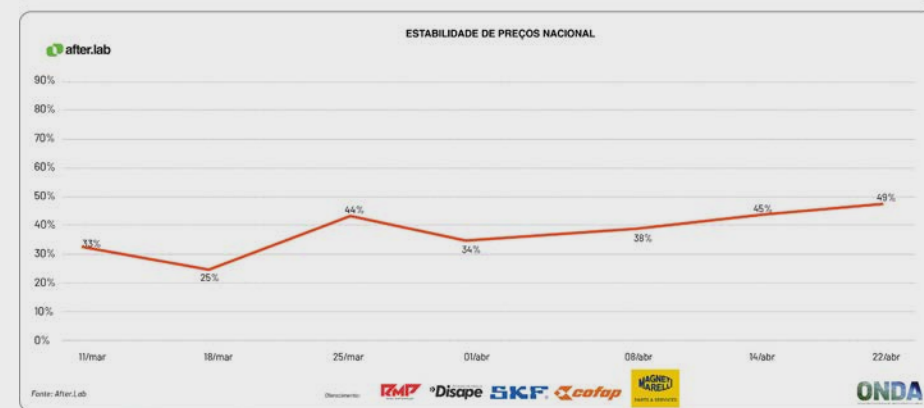
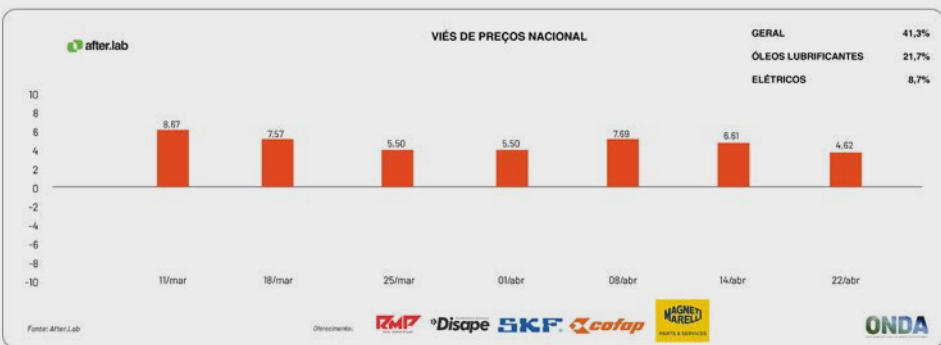
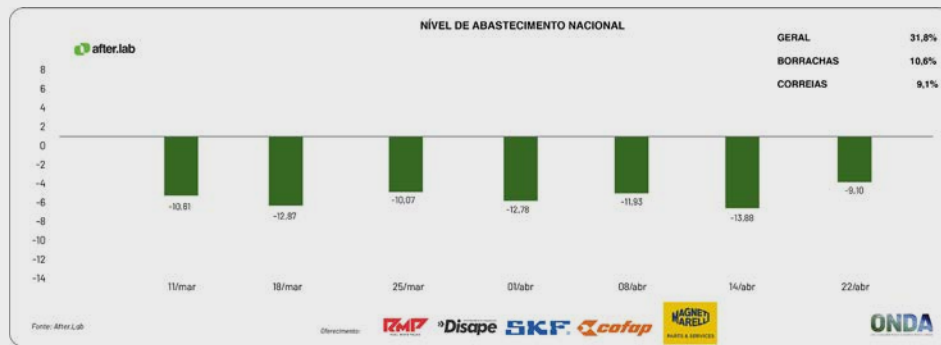
A trajetória de preços continua a sustentar o longo histórico de inflação. O viés nacional apurado no período a partir da percepção dos varejistas entrevistados mostra média nacional ponderada de 4,62%.

Os itens em geral responderam por 41,3% das percepções de alta nos preços, seguidos por óleos lubrificantes, com 21,7%, e componentes elétricos, com 8,7%.

A percepção de alta nos preços por parte dos varejistas permanece nas cinco regiões do Brasil: 6,67% no Norte; 6,77% no Nordeste; 4,14% no Centro-Oeste; 4,53% no Sudeste; e 2,63% no Sul.

Ainda em relação aos preços, a curva de estabilidade subiu de 45% para 49% no período em análise.

Acompanhe os resultados atualizados das pesquisas MAPA e ONDA 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**.

**A.TV** X  
 Maio



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

**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



**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.**

