



# novovarejo

automotivo



## Maiores e Melhores Regionais revelam segredos da vitória

Premiados contam como investimentos em tecnologia foram fundamentais para a conquista do primeiro lugar na pesquisa que avaliou o desempenho empresarial dos distribuidores que atuam regionalmente

**DESCUBRA ONDE FAZER A MELHOR COMPRA DE PEÇAS**

**PARA AS LINHAS LEVE, PESADA, MOTOS E ACESSÓRIOS.**

**Pellegrino**



**VELOCIDADE  
FAZ PARTE**

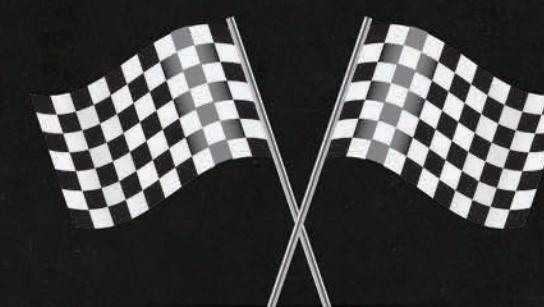


**DO NOSSO**

**DNA**

**Bia Figueiredo:** a primeira mulher a vencer na Indy Lights, na Fórmula Renault e atualmente é piloto da TCR Cobra Racing Team. Foi a primeira mulher brasileira a correr na Fórmula Indy e nas 500 Milhas de Indianápolis.

**COM A COBRA**  
VOCÊ TEM AINDA  
MAIS **VELOCIDADE**  
E **EFICIÊNCIA** PARA  
O SEU NEGÓCIO.



Nós sabemos que sair na frente muda tudo, e **no mercado automotivo isso faz toda a diferença.**  
**Junte-se com quem tem o DNA da velocidade e desempenho.**



**PROCURE A FILIAL COBRA MAIS PRÓXIMA  
E CONHEÇA OS NOSSOS SERVIÇOS.**

www.cobrarolamentos.com.br  
sac@cobrarolamentos.com.br  
0800 016 3333 | @cobrarolamentos



## Números e contradições por todos os lados

Nas últimas semanas temos sido bombardeados diariamente com pesquisas eleitorais. Não raro trazendo resultados consideravelmente diferentes, a depender do instituto responsável.

Contradições envolvendo índices e números também fazem parte do dia a dia dos gestores de negócios no Brasil. O país vive uma situação curiosa. Os dados mais recentes divulgados mostram crescimento do PIB, redução do desemprego e queda na inflação. Ao mesmo tempo, o consumo cai e os juros se mantêm nas alturas. Um cenário, digamos, contraditório.

Estamos a poucos dias de iniciar o trimestre que fechará 2022 e o momento é oportuno para tentar entender o que nos espera não só para os próximos meses, mas também para o ano que vem. E é aí que entra nossa entrevista com a profissional responsável pelo Monitor do PIB-FGV, Juliana Trece. A missão do repórter Lucas Torres, que conversou com a especialista, foi exatamente tratar das contradições que circundam a conjuntura econômica nacional.

Na conversa esclarecedora, a profissional adverte para as vulnerabilidades dos bons índices que o país vem obtendo neste momento – fortemente marcados por movimentos eleitorais – e possíveis desdobramentos no futuro.

Todos nós desejamos que o Brasil entre em um ciclo sustentável de crescimento, mas a queda no consumo faz acender um sinal de alerta. Citando mais uma vez nossa entrevista, o forte endividamento das famílias, os juros astronômicos e a precarização do emprego são situações que já começam a pesar sobre a economia e a conta vai chegar.

Até mesmo o estado da arte na inovação – tão absolutamente necessária no ambiente de negócios em que vivemos hoje – já começa sentir o baque das contradições conjunturais que enfrentamos. Em outra reportagem desta edição, mostramos os desafios das startups, as queridinhas do mercado e parceiras cada vez mais importantes para a adequação dos varejos a demandas hoje obrigatórias, mas que não compõem a expertise das lojas.

Pois até mesmo as avançadas empresas de tecnologia estão passando por um momento difícil – na verdade, o mais difícil até então. Resultado deste momento de acomodação da economia às contradições que estamos enfrentando.

E o varejo de autopeças, como fica neste mar de números e dúvidas por todos os lados? De acordo com a pesquisa MAPA, realizada pelo after.lab, a empresa de inteligência de mercado da Novomeio Hub de Mídia, o segmento acumula três semanas seguidas de vendas em queda, no período de 26 de agosto a 9 de setembro.

O papel do jornalismo independente é informar os fatos como eles são. O breve resumo trazido neste espaço editorial pode ser detalhado nas citadas reportagens que publicamos aqui. Nossa obrigação é mostrar e antecipar aos gestores do varejo os cenários que vêm pela frente e, na medida do possível, descomplicar números e contradições.

Nhm  
www.novomeio.com.br

**Publisher**  
Ricardo Carvalho Cruz  
(rccruz@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 - #372 15 de Setembro 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)

# #NAPELLEGRINOTEMMELHORESMARCAS

MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS



Faça já seu pedido



Na **Pellegrino** você encontra as melhores marcas de produtos para as linhas leve, pesada, moto e acessórios.

**+ 100  
MARCAS.**



Acesse nosso portfólio com sua câmera.

**29 FILIAIS  
NOS PRINCIPAIS POLOS  
COMERCIAIS DO PAÍS.**



Confira a filial mais perto de você e entre em contato.

**+ 54 MIL  
PRODUTOS DISPONÍVEIS.**



Acesse nosso catálogo e conheça nossos produtos.

Pellegrino Autopeças

@pellegrinoautopecas

Pellegrino Distribuidora de Autopeças

**Pellegrino**



Nossa reportagem ouve as cinco empresas vencedoras da primeira edição da pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças Regional e apura os fatores que foram determinantes na vitória.

26

08

Responsável pelo Monitor da Atividade Econômica da Fundação Getúlio Vargas (Monitor do PIB-FGV), Juliana Trece faz uma análise abrangente sobre as perspectivas do consumo nos próximos meses.

20

Parceiro exclusivo do Novo Varejo, a Fraga Inteligência Automotiva traz informações novas sobre a distribuição da frota de veículos pelas cinco regiões do Brasil.

Personagem icônica nas últimas sete décadas, rainha Elizabeth II também tinha forte relação com o universo automotivo. A monarca é personagem inesperada nesta edição da série Mulheres do Aftermarket.

36

Startups tem sido parceiras valiosas para a implantação de inovações tecnológicas e de gestão no setor varejista. Mas estas empresas vêm enfrentando um momento desafiador.



14

## Internet ganha influência nas relações comerciais do varejo

As novas ferramentas digitais que podem ser úteis para as lojas de autopeças ganharam destaque em reportagem da nossa edição 273

A transformação tecnológica imposta ao setor automotivo é um dos temas mais importantes do momento. As novas tecnologias cada vez mais impactam não apenas o funcionamento dos automóveis e o comportamento dos consumidores, mas também a gestão dos negócios. Há 100 edições nossa reportagem destacou exemplos de aplicações das ferramentas da Indústria 4.0 que também poderiam ser bem aproveitadas pelos gestores dos varejos de autopeças. rede wi-fi, RFID, dispositivos móveis e conectividade, beacon (GPS Indoor), Big Data, Integração de sistemas, impressão 3D e realidade virtual. Inicialmente, as soluções digitais estavam voltadas a finalidades militares e sociais, só depois começaram a ser integradas à indústria. “Um dos pontos que envolvem a Indústria 4.0 é a IoT, Internet of Things ou Internet das Coisas, conceito de se conectar qualquer dispositivo

eletrônico à internet por meio da nuvem, possibilita que a robotização tenha participação mais ativa no processo produtivo, com novo modelo de produção, mais descentralizado, flexível e customizado”, dizia o texto. A Internet das Coisas – uma rede gigantesca de objetos conectados, capazes de coletar, enviar e receber informações e, assim, intermediar a relação entre as pessoas e as coisas – naquele momento ainda era pouco utilizada no Brasil. Alguns pontos de partida eram fundamentais para evolução da IoT: infraestrutura (internet); ATM'S (Automated Teller Machine), como os terminais de bancos; microcomputadores acessando a internet; RFID (Radio-Frequency Identification ou Método de Identificação Automática), identificação por radiofrequência; e o cloud computing, nuvem.

## Amortecedores Cofap. Tecnologia e Desempenho em cada detalhe.



Para pegar a estrada ou rodar na cidade com conforto e segurança use amortecedores Cofap.



Afinal, todo chão é chão para quem escolhe os amortecedores Cofap. Aprovado por quem aplica, vende e usa.

Se tem Cofap tem qualidade.



www.mmcofap.com.br



Juntos salvamos vidas.

## Responsável pelo Monitor do PIB-FGV avalia que falta base sustentável para manter desempenho da economia

*Juliana Trece diz que espera um 2023 difícil independentemente do resultado das eleições*

No início deste mês de setembro, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) divulgou dados demonstrando que a economia brasileira superou boa parte das expectativas no primeiro semestre de 2022. No período, o Produto Interno Bruto da nação atingiu alta de 2,5%.

Tais resultados geraram sensações mistas entre diferentes correntes de analistas econômicos e conjunturais do país. De um lado, aqueles que pediam cautela – contextualizando os números gerais com a forte dependência dos setores de serviço e consumo expostas pelo relatório completo, e a relação que este cenário tem com medidas consideradas artificiais de estímulo à economia. Do outro, segmentos mais otimistas que apontam para uma tendência de melhora contínua – passadas as turbulências causadas pela pandemia da covid-19.

A fim de destrinchar, com dados concretos, o atual cenário e oferecer uma perspectiva real aos empresários do aftermarket automotivo nacional, nossa reportagem recorreu ao Instituto Brasileiro de Economia, da Fundação Getúlio Vargas (FGV IBRE).

Em uma conversa com Juliana Trece, analista responsável pela elaboração mensal do Monitor da Atividade Econômica (Monitor do PIB-FGV), abordamos questões como o impacto do atual endividamento das famílias brasileiras no desempenho do consumo no médio e longo prazo; a sustentabilidade de uma política de incentivo que compromete o teto de gastos como propulsora da atividade do consumo local; e as possíveis dificuldades trazidas por um cenário internacional instável. Confira a seguir a íntegra de mais esta entrevista exclusiva.

**Novo Varejo - No início do mês, o IBGE divulgou um crescimento robusto do PIB brasileiro relativo ao primeiro semestre, com alta de 2,5%. Muito deste índice esteve atrelado ao forte desempenho do setor de serviços e um crescimento também no consumo em geral. A que você atribuiu este cenário positivo?**

**Juliana Trece** - Realmente, a gente viu números positivos. Além do PIB, tivemos outras respostas importantes: o mercado de trabalho respondeu, com a taxa de desemprego dando uma reduzida; a inflação também não está mais em uma crescente tão alta. Tudo isso mostrou que nossa economia teve um impulso forte na primeira parte do ano. Como você bem destacou, porém, a gente consegue ver que o consumo e os serviços foram os principais fatores para este avanço. Então, quando olhamos principalmente a parte de serviços, vemos uma ligação com o período de normalização de atividades que ficaram muito tempo paradas durante a pandemia e que agora florescem a partir de uma demanda represada. Nisso se incluem transportes, bares, restaurantes etc. Já no campo do consumo, minha leitura é que os resultados têm sido reflexo dos diversos estímulos que o governo tem dado para a economia.

**NV - O quanto deste bom momento da economia é sustentável?**

**JT** - A sustentabilidade deste cenário para o segundo semestre e para o ano que vem traz algumas incertezas. Quando a gente fala de consumo, temos indicadores dentro desta própria categoria que indicam que a gente pode ter dificuldades ainda neste ano com relação à manutenção de uma atividade na mesma magnitude. Por exemplo, vimos com os dados do monitor no PIB que o consumo de serviços cresceu 7% no primeiro semestre do ano, enquanto o consumo de bens duráveis caiu 6,8%. Isso mostra que itens mais caros, que precisam, em geral, de financiamento acabam tendo dificuldade em um cenário de juros mais elevados. Dentro deste grupo estão os eletrodomésticos e os automóveis, itens que já têm passado por dificuldades neste momento bom da economia e que devem sofrer ainda mais com a desaceleração que a gente espera para o resto do ano e para 2023.

**NV - Recentemente, a Confederação Nacional do Comércio revelou que 78% das famílias brasileiras estão endividadas e que a combinação do endividamento com a inadimplência atingiu o maior patamar em 12 anos. Este dado, que traz muita preocupação para o varejo, entra na sua conta na hora de projetar a desaceleração econômica em um horizonte próximo?**

**JT** - Perfeito. Essa questão de o endividamento das famílias estar tão elevado é mais um fator que nos faz achar que a

economia vai desacelerar. Isso mostra que **parcela importante da população está com parte da renda comprometida com financiamentos e com a inadimplência. São fatores que colocam a variável do consumo, que é o que tem segurado a economia no momento, em dúvida.** Eu, sinceramente, acredito que o consumo ainda vai ter papel de destaque, mas vai diminuir progressivamente, pois não há muito como segurar da forma que está vindo. Quando a gente olha com detalhes os dados de endividamento, por exemplo, vemos que o cartão de crédito ainda lidera. Mas, aos poucos, ele tem perdido espaço para carnês, algo que indica que as famílias estão utilizando créditos para suprir necessidades mais básicas. Não é como se elas estivessem financiando um imóvel ou um automóvel.

**NV - Os setores imobiliário e automotivo realmente têm mostrado uma queda persistente em termos de consumo. Quais fatores da economia estão contribuindo para este momento ruim?**

**JT** - Isso é fruto de um mercado com juros muito elevados, dentro do qual as famílias já estão com a renda comprometida e em um contexto de mercado de trabalho em que a queda do desemprego tem se ancorado majoritariamente em vagas com menor rendimento e de característica informal. O cenário é este: temos uma menor renda disponível tanto porque a inflação está elevada quanto porque parte da renda está ficando comprometida com dívidas. Isso vai tirando o fôlego do consumo destes bens.

**NV - Você pode expandir um pouco este raciocínio sobre a dinâmica do endividamento? Ele funciona como aquele jargão popular “vender a janta para comer no almoço”?**

**JT** - A dinâmica é exatamente essa: por um lado, a dívida acaba ajudando o consumo em um primeiro momento, mas no futuro o custo pode ser mais elevado do que se a desaceleração acontecesse por agora. Outro ponto que eu queria comentar é o do crédito consignado. Uma modalidade que vem sendo utilizada e que acaba ajudando as famílias a terem mais renda em um primeiro momento, mas que tende fazê-las se enrolar no médio e longo prazo.

**NV - Alguns especialistas têm classificado o atual crescimento como ‘artificial’. Você compartilha desta ideia? Como as eleições podem impactar este horizonte de desaceleração inevitável?**

**JT** - Em resumo, eu acho que esse crescimento é, sim, um pouco artificial à medida que a economia está sendo muito estimulada. Não tem como sobreviver por muito tempo. Não existe muito mais fôlego. Tínhamos a normalização, mas esse



Desempenho do consumo tem sido reflexo dos estímulos que o governo tem dado para a economia, diz a especialista



COMEÇAMOS A CONTAGEM REGRESSIVA.  
**PRÓXIMA PARADA: DUBAI!**

**Em 2022 chegamos aos 100 anos de história e vamos comemorar no topo do mundo.**

Agradecemos a todos os clientes que se inscreveram, compraram e participaram da nossa campanha.

São 100 ganhadores que vão curtir com a gente esse roteiro espetacular.

**#RUMOADUBAI**



fôlego já acabou. **O que tem segurado a economia são realmente os estímulos e isso acaba esbarrando bastante na questão fiscal.** Então, independentemente de quem ganhar a eleição, o ano que vem será muito provavelmente um ano difícil. O Brasil até tem uma relação dívida-PIB estável, mas, dependendo do tempo em que estes estímulos provisórios se tornarem permanentes – ferindo o teto de gastos –, tudo isso pode fazer com que a trajetória da dívida cresça. Eu, realmente, vejo um cenário difícil. Sem contar que, adicionalmente, temos uma possibilidade de existir recessão global, algo que, se acontecer, vai acabar nos afetando.

**NV - A que você atribui esta possibilidade de recessão global? Em quais áreas um cenário como este impactaria a economia brasileira mais fortemente?**

**JT** - Essa perspectiva vem das seguidas elevações de juros voltadas a conter a inflação em algumas das principais economias do mundo. Temos que ter em mente: isso no Brasil, infelizmente, é até comum, já que historicamente lidamos com cenários de inflação muito alta. Mas, nos países de economias mais avançadas isso não é tão recorrente. Pelo contrário. Então, este ponto faz com que vislumbremos uma grande possibilidade de haver recessão global e diminuição do ritmo do comércio exterior. Em relação aos impactos por aqui, sugiro projetarmos um ambiente em que a China – nosso maior parceiro comercial – desacelere fortemente. Digo isso porque dependemos dos chineses tanto na parte de exportações quanto na de importações. Sendo assim, se a China desacelera de uma forma muito forte, ela irá impactar até mesmo alguns setores chave de nossa economia que têm passado à margem de algumas das nossas crises mais agudas, que são os segmentos mais ligados às commodities, como o agronegócio.

Para Juliana Trece, inflação elevada e dívidas são fatores que desafiam o consumo no setor automotivo

## Nosso time de experts espera você.

A maior variedade em marcas e produtos, com um atendimento de especialistas.

Aproveite tudo que a RMP tem a te oferecer.

[loja.rmp.com.br](https://loja.rmp.com.br)



Posicione a câmera do seu smartphone para acessar.



Conheça nossas redes sociais:

@rmpdistribuidora

RMP





## Bons números da macroeconomia contrastam com a crise no setor de tecnologia. Como navegar neste ambiente?

*Especialista em investimentos nas startups oferece balizadores para varejistas que buscam surfar na onda do consumo e estabelecer parceria com estas empresas*

Os números da economia divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) no início do mês de setembro geraram uma onda de projeções otimistas por parte do mercado financeiro.

A constatação do fato de o PIB nacional ter atingido sua quarta alta consecutiva, com um crescimento de 1,2% ao longo do segundo trimestre de 2022, levou os analistas do Boletim Focus a projetarem um avanço de 2,39% no consolidado do ano – estimativa que apresenta grande contraste em relação ao primeiro informativo deste calendário, quando, em 7 de janeiro, o mercado previa uma alta de modestos 0,36%.

Na entrevista especial desta edição, a analista do FGV-IBRE, Juliana Trece, avaliou o atual momento sob a perspectiva macroeconômica utilizando detalhes do último relatório do IBGE para oferecer insights importantes sobre o cenário da economia local no médio e longo prazo.

Em sua análise, a economista apontou fatores como a retomada presencial do setor de serviços, que seguiu se valendo da demanda reprimida durante a pandemia para saltar 1,3% no segundo trimestre, e os estímulos dados pelo governo nas figuras do saque do FGTS e da antecipação do INSS como determinantes para o bom desempenho do PIB registrado pelo IBGE.

Na mesma entrevista, Trece ressaltou suas dúvidas em relação à sustentabilidade deste ambiente de aceleração e previu momentos mais difíceis tanto para o 2º semestre de 2022 quanto para o ano de 2023.

Tais análises refletem uma perspectiva mais geral sobre a economia brasileira e não necessariamente servem como guidance para o empresário – para quem a tarefa de planejar investimentos ou cortes obedece a critérios muito particulares de seus segmentos. Seria a hora, por exemplo, dos varejistas investirem em tecnologias que os permitam surfar ainda mais neste boom do consumo?

**DINPAR**  
Automotiva

300 itens de **Linha Química Automotiva**

12 mil itens de **Autopeças**

7.800 mil itens de **Fixação Automotiva**

4.800 clientes

98 Representantes

Equipe técnica de vendas

Política de Fretes

Há **34 anos** o seu Distribuidor “essencial”

**DINPAR - São Paulo/SP**

Mais de **300 fornecedores**

3M, ECD, Ley, GT-OIL, Henkel, Hipper Freios, IKS, KITSBOR, MOBENSANI, RADNA, SUPRENS, VALCLEI, VOX, ZM



## Proatividade

Para responder esta e outras perguntas, entendendo um pouco sobre o comportamento esperado dos tomadores de decisão, nada melhor do que mergulhar na cabeça de um profissional cuja missão está focada quase estritamente em avaliar a qualidade do risco-retorno de um investimento.

CEO da Dome Ventures, Diogo Catão trabalha selecionando e desenvolvendo startups que sejam capazes de aplicar suas ideias disruptivas de uma maneira sustentável e eficiente dentro das instituições públicas – posição delicada em um momento em que diversas empresas de tecnologia atuantes no país passam por crises financeiras profundas.

Em meio a este difícil balanço de um cenário geral otimista e um setor que se encontra em crise de modelo, Catão afirma que, escolhendo bem os investimentos, o momento é de seguir sendo proativo na busca da modernização – algo que, para o varejo, significa majoritariamente realizar investimentos na digitalização de processos e nos modais digitais de venda e relacionamento com o cliente.

“Os investimentos são necessários e vão continuar. É preciso, no entanto, fazer as diligências necessárias na hora de investir e não apenas ‘comprar uma ideia de Power Point’”, aponta o líder da Dome Ventures.

Questionado sobre quais devem ser estes pontos de atenção de um empresário na hora de investir no atual momento, ele foi sucinto: os de sempre.

“É preciso analisar os aspectos jurídicos e financeiros. Com um diagnóstico adequado e bem mapeado por parte dos empresários, não creio em redução da quantidade de investimento. Pode ocorrer, porém, uma queda no volume financeiro investido, mas não um freio na atividade em si”, indicou Catão.



Catão diz que necessidade de inclusão na onda da digitalização aumentou riscos para empresários

Distribuidora de Autopeças  
» **Disape**

Tem uma porção de gente pensando em **você** por aqui.

Um time **competente** oferece resultados **surpreendentes**.

[loja.disape.com.br](http://loja.disape.com.br)

Conheça nossas redes sociais:

 @disapedistribuidora

 Disape Autopeças



Posicione a câmera do seu smartphone para acessar.

## Especialista analisa erros do setor de tecnologia, epicentro de demissões em massa e queda de investimento no último semestre

Outrora vistas como um oceano azul em razão da capacidade de criar soluções tão disruptivas que as permitiam navegar em um ambiente sem concorrentes, as startups estão em meio a um primeiro naufrágio coletivo desde que se popularizaram. O tom parece ser dramático, visto que, atualmente, ainda existem mais de 13 mil startups operando no Brasil.

Basta lançar um olhar mais aprofundado, no entanto, para entender que a magnitude da crise das startups no país merece, sim, um tom hiperbólico.

Depois de surfarem na onda dos 'investimentos inevitáveis' em tecnologia durante a pandemia do novo coronavírus, estas empresas tiveram uma queda de 44% no volume de investimento recebido de janeiro a junho de 2022 frente ao mesmo período de 2021.

Esta redução do nível de arrecadação não passou impune e teve de ser endereçada por algumas das principais empresas do segmento por meio das polêmicas demissões em massa. Somadas, empresas como Ebanx, Kavak, Facily, Vtex, Favo, QuintoAndar e SumUP ultrapassaram a marca das 1200 demissões só neste ano.

A crise, é claro, assusta os varejistas. Afinal, as empresas do setor têm estado entre as mais ativas na construção de parcerias junto às startups – comportamento refletido no fato

de haver 270 retail techs (como são chamadas as startups especializadas no varejo) no país.

Questionado sobre os fatores que levaram o setor de tecnologia a esta crise, bem como sobre maneiras com as quais varejistas podem se proteger na hora de investirem em parcerias com empresas desta modalidade, Diogo Catão apontou que a chave está na observação de possíveis descolamentos entre a proposta da solução e a capacidade de entrega de quem a oferece.

De acordo com o especialista em investimentos no setor, os perigos aumentaram à medida que os empresários se viram obrigados a se incluírem na onda de transformação digital para sobreviver durante a pandemia.

"Muitas empresas tiveram de investir em tecnologia, se reinventando para se manterem vivas no mercado. Muitas vezes, porém, isso foi feito sem a cautela para averiguar a capacidade de entrega de cada uma delas. Algumas foram bem-sucedidas, outras infelizmente não", analisou Catão antes de complementar com uma dica valiosa para quem quer investir em tecnologia a partir deste segundo semestre: "O importante é que o aprendizado fique. Que a lição seja aprendida. Ainda é realmente necessário se reinventar e investir em projetos de impacto, mas tão importante quanto é fazê-lo com critério".

**AUTHOMIX**  
Qualidade Original

**PALHETAS AUTHOMIX:  
MÁXIMA PERFORMANCE  
E QUALIDADE ORIGINAL**



f @  
authomix

Acesse o site e confira  
**authomix.com.br**

**UM MIX DE SOLUÇÕES  
PARA SEU NEGÓCIO**





## Gigante pela própria natureza – características marcantes da frota brasileira por região

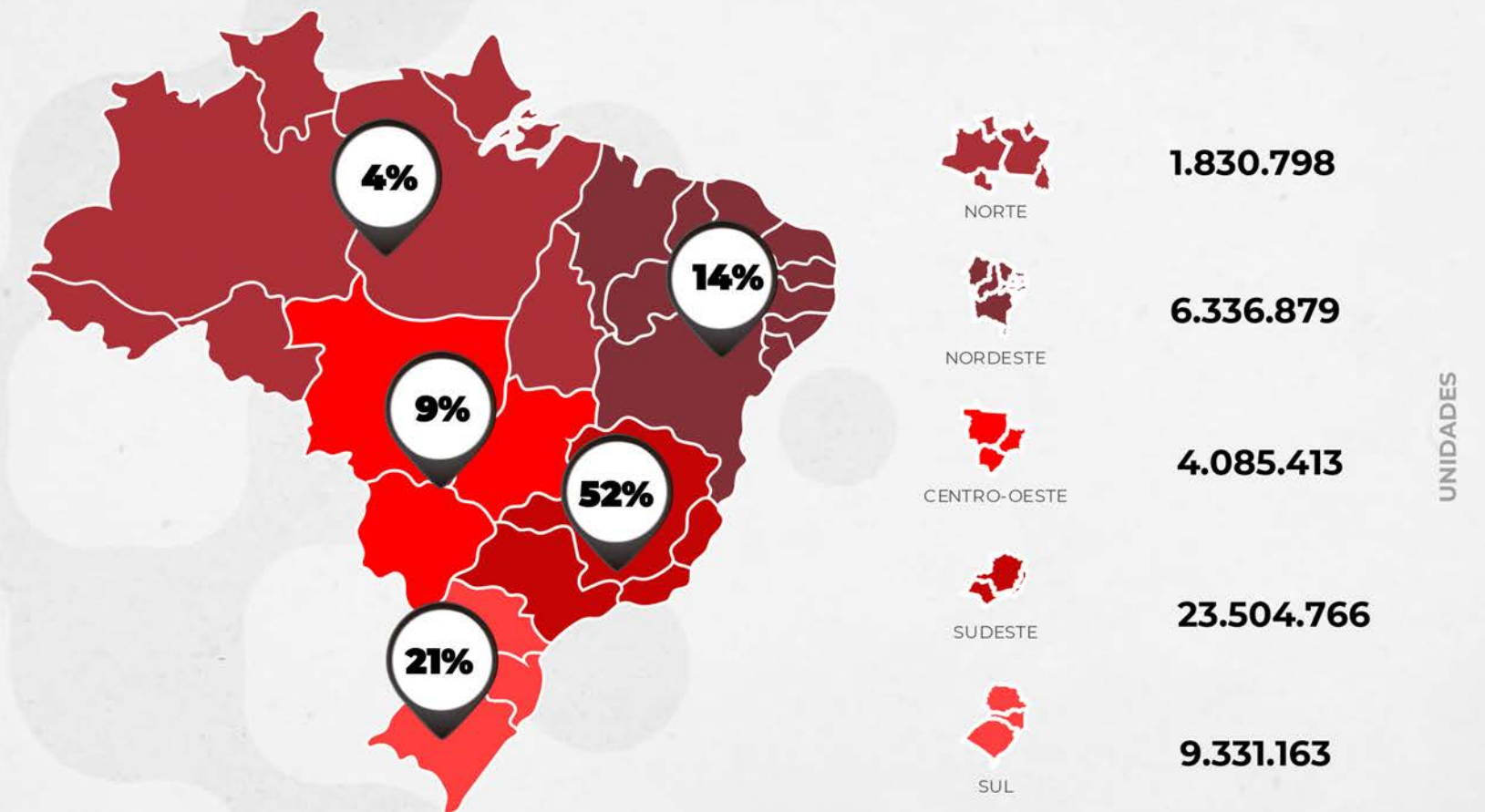
O mercado brasileiro de reposição é notadamente reconhecido como um dos maiores e mais desafiadores do planeta. Se levarmos em consideração a demanda em quantidade de peças, certamente pode ser considerado o 4º maior do mundo e um dos mais relevantes globalmente pelas características de sua frota (82% de origem europeia ou americana).

Parte da grandeza do mercado de autopeças no Brasil se dá pelo fato do país reunir condições geográficas quase continentais. São 212 milhões de habitantes, 5.568 municípios e 27 unidades federativas, com uma invejável Frota de mais de 45,3 milhões de veículos leves em circulação. Essas características somadas fazem da missão de atuar no Brasil uma tarefa quase impossível. Os traços regionais, presentes na exuberante cultura de nosso país, também interferem nos hábitos dos consumidores no que se refere à escolha dos veículos mais utilizados em cada uma das 5 grandes regiões brasileiras. As diferentes coberturas de redes de concessionárias e incentivos promovidos por estados são outros agravantes.

Atualmente, 52% da Frota Brasileira está concentrada na região Sudeste, enquanto 21% concentra-se no Sul, 14% no Nordeste, 9% no centro-oeste e 4% na região norte do país. Algumas curiosidades marcam em números as diferenças de popularidade de veículos entre as principais regiões. O Ford Fiesta, por exemplo, é o 6º veículo com maior frota no Brasil, mas é somente o 10º mais popular na região nordeste e é o 15º mais presente na frota da região norte. Por sua vez, a Toyota Hilux é a 6ª mais recorrente na região Norte, mas apenas o 22º veículo de maior quantidade no Brasil e o 33º mais popular na região Sul. Veja na tabela os 25 maiores veículos leves em circulação no Brasil, classificados por sua posição no ranking da Frota Nacional.

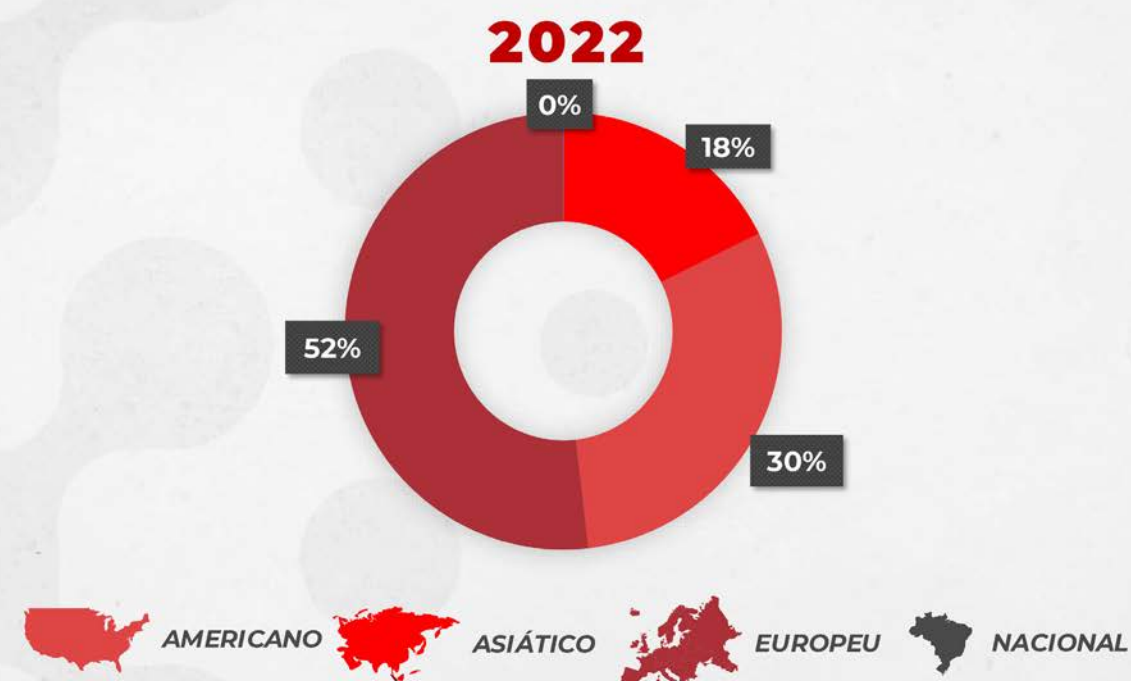
### FROTA LEVE

### 2022 – Frota por Região



### FROTA LEVE

2022 | Frota Brasileira em Circulação de veículos leves por origem das montadoras



## 2021 - Linha Leve | Frota Brasileira em Circulação dos 25 veículos mais populosos | Por Região

### ABC da Frota por Região do Brasil

RANKING NACIONAL	VEÍCULO	SUDESTE	SUL	NORDESTE	CENTRO OESTE	NORTE
1	GOL	1º	1º	1º	1º	1º
2	UNO	2º	2º	2º	2º	2º
3	PALIO	3º	3º	3º	3º	4º
4	STRADA	7º	9º	4º	4º	3º
5	ONIX	6º	4º	5º	6º	5º
6	FIESTA	5º	5º	10º	7º	15º
7	FOX	4º	6º	8º	10º	16º
8	CELTA	9º	8º	6º	8º	9º
9	CORSA	8º	7º	13º	17º	20º
10	KA	10º	10º	11º	13º	17º
11	HB20	11º	16º	14º	12º	13º
12	COROLLA	13º	12º	12º	9º	18º
13	SAVEIRO	12º	13º	17º	18º	11º
14	SIENA	15º	20º	9º	16º	7º
15	CLASSIC	16º	11º	7º	15º	12º
16	SANDERO	17º	14º	18º	21º	21º
17	VOYAGE	14º	21º	19º	14º	19º
18	PRISMA	19º	19º	16º	19º	14º
19	CIVIC	18º	15º	28º	20º	23º
20	S10	23º	36º	20º	5º	8º
21	ECOSPORT	21º	18º	21º	22º	30º
22	HILUX	39º	33º	15º	11º	6º
23	FIT	20º	17º	46º	31º	32º
24	MONTANA	27º	26º	40º	45º	31º
25	RENEGADE	24º	24º	31º	37º	46º

Estar atento às particularidades de cada uma das praças e possuir um estoque adequado às necessidades específicas de cada ponto de venda é fundamental para o sucesso dos agentes comerciais. Afinal, a compra de autopeças é um ato de necessidade, e estar com a peça certa, na hora certa, e, no local adequado, é o principal fator de escolha do reparador na hora de optar pelo seu fornecedor.

## Distribuição da Frota de Veículos Leves por Unidade Federativa

Seguiremos com o compromisso de acompanhar e informar nosso segmento a respeito das particularidades da frota nacional, além de oferecer informações precisas para o desenvolvimento de estratégias de marketing, produtos e soluções comerciais para o mercado de reposição.

Afinal, quando se trata de soluções práticas, precisas e confiáveis, sejam elas técnicas ou de inteligência, a Fraga Inteligência Automotiva é seu parceiro estratégico por mais de 32 anos.



## A ROLES CONTA COM UM AMPLO PORTFÓLIO PARA ENTREGAR A SOLUÇÃO QUE O SEU NEGÓCIO PRECISA!

Uma variedade de produtos para abastecer a sua loja. Encontre alguns da marca AuthoMix em nosso **caça-palavras!**

Na **Roles** você encontra os melhores produtos e marcas do mercado de autopeças. Conte com a gente para atender toda a demanda da sua loja com a mais alta qualidade!

**Roles**, a marca com **amplo portfólio** que entrega a solução que o seu negócio precisa.

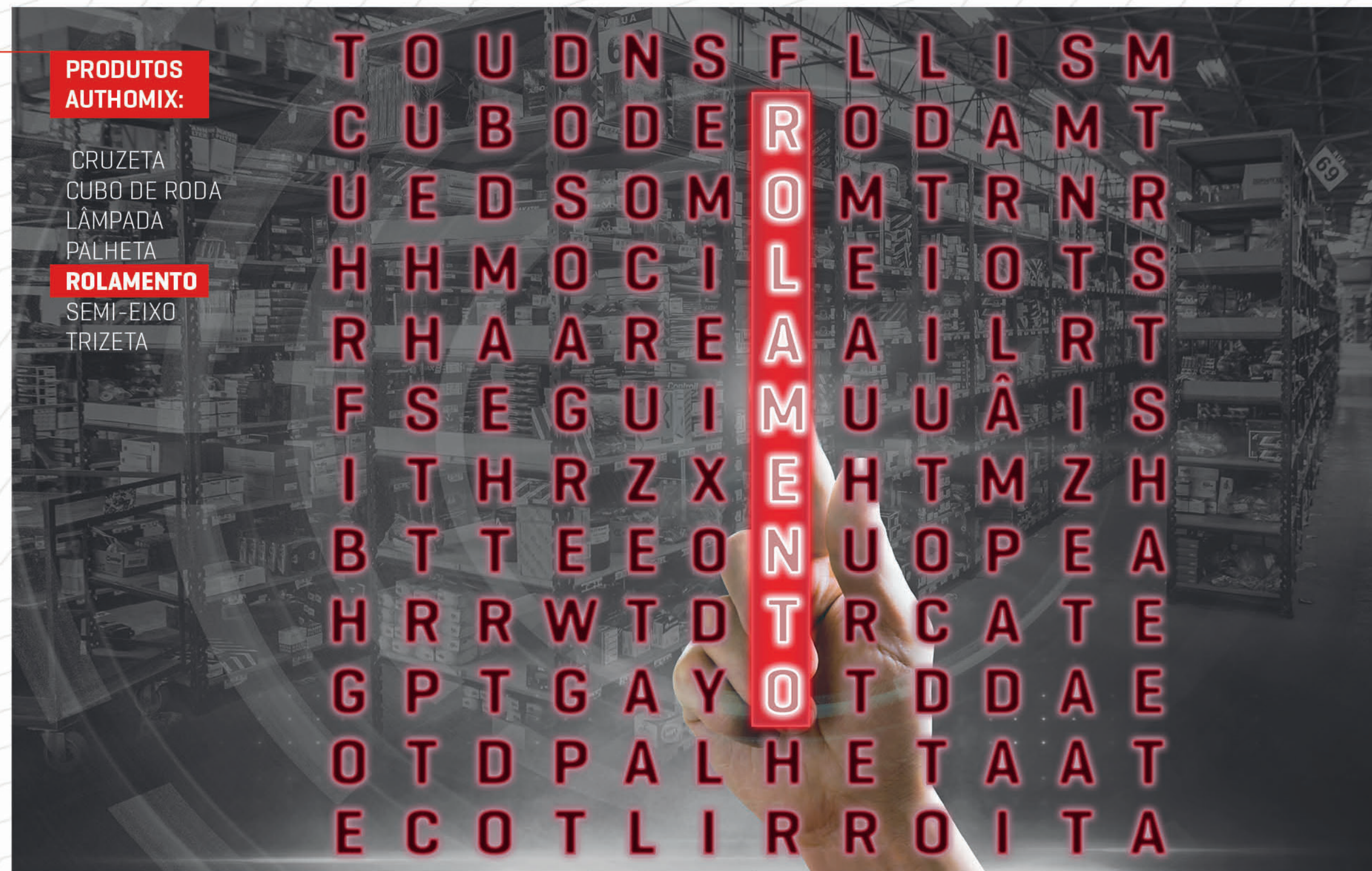
**JUNTOS FAZEMOS MELHOR!**

### PRODUTOS AUTHOMIX:

CRUZETA  
CUBO DE RODA  
LÂMPADA  
PALHETA

### ROLAMENTO

SEMI-EIXO  
TRIZETA



**AUTHOMIX**

   Roles Autopeças  [roles.com.br](https://roles.com.br)

**JUNTOS FAZEMOS MELHOR**

**ROLES**  
AUTOPEÇAS

# Adequações na pandemia impulsionam vencedores do Maiores e Melhores Regional

*De acordo com os distribuidores premiados, investimentos em tecnologia foram chave não apenas para responder aos desafios da covid-19, mas também para tornar a operação mais eficiente dali em diante*

Em 28 de julho deste ano, cinco distribuidores de autopeças do aftermarket automotivo brasileiro sagraram-se os primeiros vencedores da história na pesquisa Maiores e Melhores em sua versão regional.

Com metodologia elaborada pela Ipsos e aprimorada pelo after.lab, núcleo de pesquisa e inteligência de negócios da Novomeio Hub de Mídia, o levantamento entrevistou mais de 1.400 varejistas de todo Brasil, convidando-os a avaliar o desempenho empresarial de seus fornecedores a partir de 21 atributos que compõem sete grupos de análise:

**PRODUTO:** Qualidade das marcas, Variedade das Marcas e Disponibilidade.

**COMERCIAL:** Atendimento, Entrega e Equipe de Vendas.

**RELACIONAMENTO:** Apoio técnico, Garantia e Suporte Promocional.

**IMAGEM:** Inovação, Evolução e Admiração.

**IMPORTÂNCIA:** Frequência de Compra, Parceria e Confiança.

**PRESENÇA:** Competência, Comunicação e Compromisso.

**RESPEITO:** Legalidade, Ética e Transparência.

Para determinar os distribuidores que seriam submetidos ao crivo dos varejistas de cada região, o after.lab se utilizou dos dados da pesquisa nacional Maiores e Melhores 2021 e apurou como finalistas os melhores distribuidores regionais colocados no Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul.

Definidas as empresas participantes, as pesquisas foram realizadas por telefone e, etapa seguinte, habilitaram-se aos prêmios aqueles distribuidores que tiveram pelo menos 25% de citação pelos varejos de autopeças.

## VENCEDORES

A ordem da classificação final obedeceu aos mesmos critérios da pesquisa nacional, ou seja, as melhores notas médias obtidas pelas empresas na soma das notas de todos os 21 quesitos avaliados pelos varejistas.

**Ao fim da apuração, as vencedoras foram MELO (Norte), AUTOFORT (Nordeste), COMANDO (Centro-Oeste), G&B (Sudeste) e EMBREPAR (Sul).**

Muitos pontos em comum uniram os cinco vencedores. Entre eles, é claro, se destacou a capacidade de cada um em reconhecer as singularidades do mercado em suas regiões, bem como detalhes sutis sobre a forma como os varejistas destas localidades preferem ser atendidos.



## Diferenças regionais começam pelo tamanho da frota

A atividade do setor de manutenção de automóveis está diretamente ligada a diferentes fatores, tais como poder de compra do consumidor, idade da frota e até mesmo a legislação que incide sobre o estado em questão.

Entre todos, porém, o tamanho da frota circulante é aquele que oferece um panorama mais geral sobre o 'material' com o qual os empresários do setor trabalham ao longo de todo ano.

As características da frota, aliás, são ainda mais importantes na gestão da empresa regional, pois o grande distribuidor nacional está dimensionado para atender as demandas da somatória de todos os perfis distribuídos pelo Brasil.

Veja como se dividem, em quantidade por região, os veículos que circulam pelo Brasil:

Norte	1.830.798
Nordeste	6.336.879
Centro-Oeste	4.085.413
Sudeste	23.504.766
Sul	9.331.163

Fonte: Fraga Inteligência Automotiva

Para além deste tino fundamental em reconhecer as singularidades de seus públicos-alvo, porém, se destacou a capacidade que todos os distribuidores regionais vencedores tiveram em atender uma necessidade universal do tempo em que vivemos: a modernização em meio aos percalços da pandemia da covid-19.

Questionados sobre as soluções criadas para se manterem importantes durante este contexto de transformação, players como a G&B e a Autofort destacaram o fato de terem realizado investimentos determinantes no campo da tecnologia para realização de vendas remotas B2B e sem pausa no horário comercial.

Eficientes sob o ponto de vista prático, estes investimentos mostraram excelente alinhamento estratégico destas empresas com o cenário macro brasileiro.

Isso porque, de acordo com pesquisas como a realizada pela Mastercard ao final de 2021, as vendas na modalidade remota cresceram 75% entre os anos de 2020 e 2021, atingindo uma representatividade de 11% do faturamento total do varejo.

"Buscamos soluções para que o lojista pudesse fazer suas compras 24 horas por dia com a entrega mais rápida do mercado para que nenhuma loja ficasse desabastecida. Toda a nossa equipe se

desdobrou para fazer o possível para que atravessássemos esse momento da melhor forma possível", afirmou Antonio Carlos Beiram, diretor da G&B.

Estes e outros insights estiveram presentes em nossa roda de conversa com os diretores das empresas premiadas.

E estas valiosas referências serão agora divididas com você, leitor. Confira a seguir como cada gestor avaliou o reconhecimento dos varejistas na principal pesquisa voltada ao elo da distribuição automotiva e veja também como todos eles se adaptaram às dificuldades da pandemia da covid-19. São receitas de sucesso.



Beiram conta que G&B buscou aproximação ainda maior com o cliente

### SUDESTE

Vencedor: G&B

Nota média: 8,70

"Somos extremamente gratos pela premiação! Como boa parte das empresas brasileiras, sofremos com os impactos que a pandemia nos trouxe, mas jamais deixamos de agir. Sentimos nossa responsabilidade com o mercado e acima de tudo, com as pessoas. Foram anos de muito trabalho, dedicação, inovação e, principalmente, respeito. Respeito ao varejista.

Receber esse reconhecimento é um presente para toda a nossa equipe e nos motiva a seguir com ainda mais garra! Sentimos juntos as dificuldades e hoje sentimos o reconhecimento pelo nosso trabalho.

Neste período, buscamos estar ainda mais perto de nossos clientes e das fábricas, entendendo as dores de cada um e fazendo o possível para que todos passássemos por esse desafio juntos e mais fortes. Nosso principal investimento foi em tecnologia, principalmente no nosso e-commerce B2B.

Buscamos soluções para que o lojista pudesse fazer suas compras 24 horas por dia com a entrega mais rápida do mercado para que nenhuma loja ficasse desabastecida. Toda a nossa equipe se desdobrou para fazer o possível para que atravessássemos esse momento da melhor forma possível.

Além disso, de lá para cá, os varejistas passaram a precisar de prazos maiores, atendimento mais eficiente e entregas ainda mais velozes.

Com as novidades e facilidades implantadas durante esse período, o volume aumentou. Estamos preparados para atender o lojista presencialmente, por telefone ou e-commerce, segundo a preferência de cada um".

**Antonio Carlos Beiram, diretor**

### NORDESTE

Vencedor: AUTOFORT

Nota média: 8,75

"O prêmio representa todo nosso esforço, dedicação e empenho para dar as melhores opções para nossos clientes. É o reconhecimento do mercado que nos mostra que estamos no caminho certo e nos motiva para continuar buscando o melhor.

Durante a pandemia tivemos que investir mais em tecnologia e treinar ainda melhor nossos colaboradores. Estes momentos de grande adversidade nos desafiam a usar mais a criatividade para sobreviver e o Maiores e Melhores nos mostrou que respondemos bem a esta demanda.

Vale destacar que o mercado como um todo teve que se reinventar nesse período a partir do aumento de vendas em meios digitais, aumento de entregas via delivery e etc. Esse mundo novo fez com que o nosso negócio tivesse que sair da 'zona de conforto' e aprender novas formas de negociar e atender. Agora estamos vivendo uma nova realidade, sabendo que ela deve continuar".

**Cesar Garcia, diretor**



Garcia destaca digitalização do mercado

**NORTE**

Vencedor: MELO

Nota média: 8,60

Vencer o Maiores e Melhores regional foi um reconhecimento do trabalho de todos nós da empresa. Fizemos diversos ajustes durante a pandemia da covid-19 para superar as dificuldades, a começar pela adequação às medidas sanitárias, colocando mais pessoas na rua, na parte de fora, para evitar aglomerações na porta da nossa empresa. Foi uma loucura, mas usamos a criatividade para superar, já que a situação se arrastou por bastante tempo aqui na nossa região em termos da necessidade de distanciamento etc. Sempre digo que todas as adaptações, independentemente de quais são, servem ao nosso propósito maior, que é entregar excelência no atendimento ao cliente. Acho que é isso que nos permitiu estar em 1º lugar na pesquisa!”

**Karla Ferreira, diretora****SUL**

Vencedor: EMBREPAR

Nota média: 8,64

“Estamos muito gratos por sermos reconhecidos pelos varejistas de autopeças como o melhor distribuidor de autopeças da nossa região. Aproveitamos este momento para reafirmar nossa missão de priorizar a qualidade e a eficiência no atendimento ao cliente e o trabalho em equipe. Durante a pandemia investimos forte em tecnologia, apostando na “SKY PEÇAS”, um sistema prático e eficiente para consulta de produtos e estoque. O sistema “SKY PEÇAS” foi desenvolvido justamente para facilitar o dia a dia do cliente, podendo ser acessado pela web ou app mobile - algo que mantivemos até hoje”.

**Comunicado oficial da Embrepar**

**MAIORES & MELHORES**  
em distribuição de autopeças  
**REGIONAL**



Paulo Roberto destaca três atributos de sustentação à conquista

**CENTRO-OESTE**

Vencedor: COMANDO

Nota média: 8,39

“Buscamos ser reconhecidos pelo mercado por três quesitos: atender a 100% da lista de compras, produtos com a qualidade / marcas desejadas e preços competitivos. Assim, este prêmio nos mostra que estamos no caminho certo, que o mercado nos enxerga da forma que gostaríamos e nos aponta também pontos a serem corrigidos. Durante a pandemia, percebemos a necessidade de reforçarmos os estoques para atender os três pilares, principalmente no quesito disponibilidade. Todos sabemos que faltou muito produto na retomada do mercado e abastecer estoques com fluxo de caixa prejudicado pelo lockdown não foi uma tarefa fácil para ninguém. Também precisamos nos adaptar colocando parte da equipe no sistema de home office para cuidar dos colaboradores mais vulneráveis. Com toda esta necessidade de adaptação, percebemos que todos saímos da zona de conforto, os varejistas e reparadores precisaram abrir mão de preferências de marcas e distribuidores para conseguir colocar o carro do cliente, peça principal do nosso negócio, para rodar. Foram tempos difíceis, mas são justamente em tempos difíceis que aparecem as maiores oportunidades”.

**Paulo Roberto, Gestão de Negócios****Cerimônia de premiação pode ser assistida na a.tv**

O evento que anunciou os vencedores da pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças Regional foi transmitido em 28 de junho pela a.tv, o canal de conteúdo em vídeo do aftermarket automotivo brasileiro. A cerimônia foi conduzida pela jornalista Dreisse Drielle. Se você perdeu, não deixe de ver e fique por dentro dos resultados das empresas regionais em 21 quesitos de avaliação do desempenho empresarial. Clique **AQUI** e assista agora.







## O MUNDO NOVO QUE VEM AÍ

O impacto para os seus negócios e para as pessoas que compõem o seu ecossistema

O maior evento do Aftermarket Automotivo está de volta aos seus elegantes ambientes presenciais. O Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças volta em 2022 e reunirá fisicamente a elite do setor, representada pelos grandes executivos e empresários dos seus diferentes segmentos.

E nessa edição sob um argumento muito especial, os novos modelos de gestão corporativa que se sustentam por um compromisso mais amplo e evidente com o meio ambiente, o meio social e os meios de governança empresarial. É o avanço do conceito **ESG – Environmental, Social and Governance**, que substitui e expande as responsabilidades presentes sobre as práticas de sustentabilidade futuras.

Se para uma empresa a prioridade anterior era ser lucrativa, hoje a sociedade, e seus consumidores conscientizados, exigem uma extensão dessa finalidade, amparando suas avaliações e decisões de consumo aos conceitos de gestão sustentável de cada companhia, em uma decisiva reavaliação no modelo de escolha de marcas e produtos, que surge dessas novas responsabilidades e exigências.

Esse será o tema central do Maiores e Melhores 2022.

**MM22. Um manifesto em favor do meio ambiente, do social, da governança.**

**10 DE NOVEMBRO 2022, 19H30**  
HILTON HOTEL MORUMBI

**MM22**  
ESG CONCEPT

## 2º. Workshop Brasil Aftermarket realizado pela ANDAP e SICAP e organizado pelo Novo VarejoAutomotivo promove o aftermarket brasileiro na Automechanika de Frankfurt

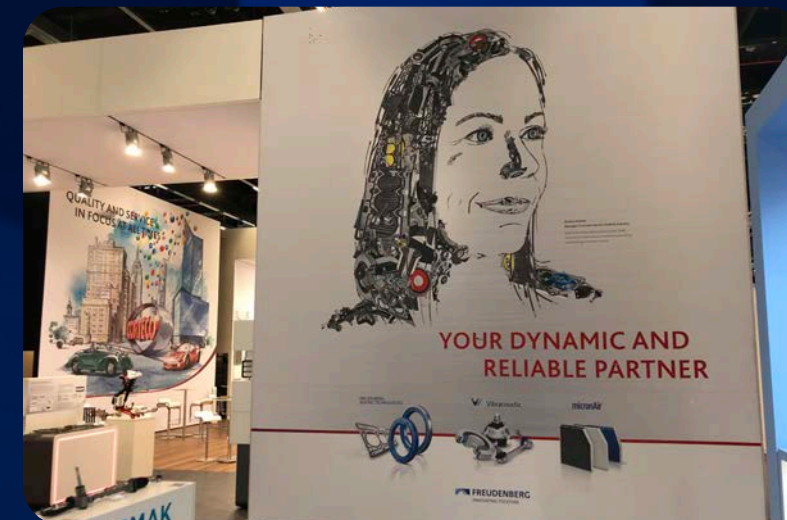
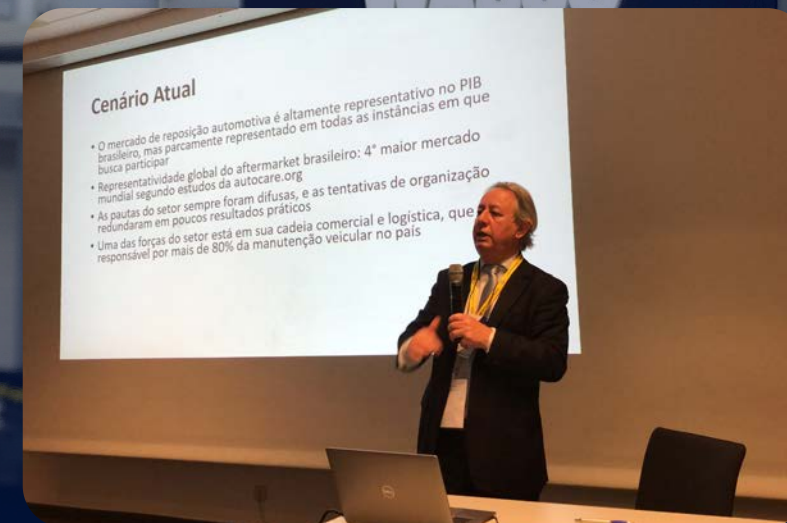
*Veja flagrantes do evento e da maior feira de autopeças do mundo trazidos por nossa reportagem diretamente da Alemanha*

A Andap e o Sicap – entidades que congregam distribuição de autopeças no mercado de reposição – realizaram em 15 de setembro, na feira Automechanika de Frankfurt, na Alemanha, o Segundo Workshop Brasil Aftermarket.

Organizado pelo Novo Varejo Automotivo, o evento tratou de temas como comércio eletrônico, matriz energética, desafios do aftermarket, Right to Repair no Brasil e um plano positivo para o futuro.

Ocupando área de 200 mil metros quadrados e oito pavilhões, a Automechanika de Frankfurt é considerada a maior feira de autopeças do mundo e teve, na edição 2022, mais de 2 mil e 800 expositores, sendo 80% deles vindos do exterior.

Nas imagens do painel exclusivo a seguir, você acompanha flagrantes do workshop e da feira trazidos por Marcelo Gabriel, enviado especial do Novo Varejo a Alemanha.





APOIO:





## Mulheres do Aftermarket: além de reinar, Elizabeth II também reparava automóveis

*Conheça a íntima relação da monarca mais longeva do Reino Unido com os automóveis*

No último dia 8 de setembro, o Reino Unido perdeu sua rainha mais longeva. Depois de 70 anos ocupando o trono da monarquia britânica, Elizabeth II faleceu aos 96 anos de idade.

Seu tempo recorde no posto de suserana, porém, não é o motivo que traz a monarca em destaque desta edição especial da série 'Mulheres do Aftermarket'. O motivo é outro e tem ligação direta com as diversas personagens que já passaram por esta série: a paixão pelos automóveis.

O início desta história data da década de 1940, antes mesmo de Elizabeth Alexandra Mary se tornar 'Elizabeth II'. Naquele período, a então princesa integrou o corpo feminino do serviço auxiliar militar durante a Segunda Guerra Mundial, posto em que aprendeu – entre outras funções – a realizar serviços mecânicos em automóveis, bem como conduzir veículos como ambulâncias e caminhões.

**Fruto do treinamento recebido neste período, Elizabeth II adquiriu uma de suas qualidades mais singulares: a habilidade de desmontar e montar motores automotivos.** Isso mesmo, a

rainha era uma legítima mecânica e não hesitava em sujar as mãos de graxa para consertar uma máquina sobre quatro rodas!

Passada a segunda grande guerra, encerradas as obrigações como reparadora e já devidamente empossada no posto de rainha, a monarca nunca deixou de demonstrar sua paixão pelos carros assumindo com frequência a condução de vários dos espetaculares automóveis que compuseram suas coleções ao longo das décadas. Sempre com motoristas à disposição, a rainha não raramente dispensava estes serviços e conduzia ela própria suas máquinas pelas charmosas e singulares 'mãos inglesas'.

E foi assim que produziu uma de suas últimas memórias públicas. Mostrando um vigor incomum para uma nonagenária e apreço especial pelos carros, Elizabeth II foi flagrada dirigindo uma Land Rover 2001. O clique foi feito no último mês de maio, em Sandringham.

A ligação da rainha recém-falecida com os carros não para por aí. Além de consertar veículos e gostar de dirigi-los, ela era uma colecionadora de dar inveja a qualquer amante dos clássicos automotivos.

O modelo da Land Rover que conduziu em seu último passeio público como motorista era, inclusive, um de seus preferidos e se somava a máquinas da mesma fabricante como um Defender 2002 equipado com motor 4.2 V8 e um Range Rover LWB Landulet personalizado.

Mas nem só de Land Rovers, porém, era composta a coleção real. Outros veículos, tão clássicos quanto, já tiveram seus motores acelerados pelos pés pesados da rainha do Reino Unido. Entre estes automóveis, se destacavam modelos como:

**Década de 1950** - Lincoln Cosmopolitan (1950); Rolls Royce Phantom IV (1950); Humber Royal Cars (1954); Daimler Regency Empress by Hooper (1953-56); Ford Zephyr Estate carroçaria especial (1956).

**Década de 1960** - Vauxhall Cresta Friary (1961); Rolls-Royce Phantom V (1961); Rolls Royce Silver Cloud Convertible (1965); Austin Princess (1969);

**Década de 1970** - Rover P5B Coupe 3.5 V8 (1971); Jaguar XJ Convertible (1972).

**Década de 1980** - Rolls-Royce Phantom VI (1987).

**Década de 2000** - Daimler V8 Super LWB (2001); Bentley State Limousine (2002); Jaguar X-Type Estate (2004-09).

**Década de 2010** - Bentley Mulsanne (2011); Bentley Bentayga First Edition (2016).



Elizabeth II a bordo da luxuosa State Limousine 2002 fabricada pela Bentley exclusivamente para a rainha



Evento contou com mais de 1.000 participantes, entre franqueados e indústrias

## Rede Ancora realiza Convenção Nacional em Santa Catarina

A Rede Ancora realizou entre os dias 24 e 26 de agosto, no Costão do Santinho, em Florianópolis (SC) mais uma edição de sua Convenção Nacional, evento que reúne as lojas franqueadas, indústrias e os colaboradores para dias de muito conteúdo e imersão no setor. Este ano o tema do evento foi "Autopeças no mundo digital" e os conteúdos voltados à tecnologia no setor foram complementados com o que a franqueadora está planejando para o futuro e já idealizando no presente. A convenção contou com a presença de mais de 1.000 pessoas, entre franqueados e indústrias. O encontro foi aberto por Said Raidan, presidente executivo da rede,

mais o show da Ilusion, com Henry Vargas & Klauss. O segundo dia foi marcado pela apresentação do Mercado Livre e as presenças de Oscar Schmidt, Rick Chester e Rogério Salume. A programação foi encerrada com a apresentação da equipe da Rede Ancora, que abordou inovação na empresa. No terceiro dia foi feita uma imersão no setor em que uma equipe da Ancora reforçada explicou mais detalhadamente as inovações da empresa, assim como das indústrias parceiras, para palestrar sobre temas pertinentes às marcas. E, para fechar o evento, uma festa com shows de Bruna Viola e Rodolfo Sales.

**13 A 16**  
**SETEMBRO**  
**2023**

**CENTRO DE CONVENÇÕES**  
**DE PERNAMBUCÓ**  
**RECIFE-PE**

**PÚBLICO**  
**+45 mil**

**+800**  
*marcas*

**+18mil**  
*m<sup>2</sup> de área*

REALIZAÇÃO E PROMOÇÃO:

**AutoNor**  
EMPREENDIMENTOS

INFORMAÇÕES:  
(81) 3467.6572  
LY TOSCANO  
(81) 9 8784.5512

[www.autonor.com.br](http://www.autonor.com.br)  
f @ feiraautonor



Levamento da FecomercioSP mostra que 76% das famílias paulistas têm dívidas

## Endividamento na capital paulista supera recorde da série histórica

O endividamento das famílias paulistas segue crescendo. Em agosto, a porcentagem de lares com dívidas marcou um novo recorde para a série histórica da Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC). O levantamento, realizado pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), indica que o percentual chegou a 76,6%. Há um ano, esta parcela era de 67,2%. Em números absolutos, são 3,08 milhões de famílias com algum tipo de dívida (400 mil a mais, no contraponto anual).

A maior parcela das dívidas, mais uma vez, está concentrada no cartão de crédito (83,1%), seguido pelo carnê (16,5%) e pelo crédito pessoal (12,3%). Embora menor em relação aos demais, este último atingiu o maior patamar em quatro anos. A elevação indica que os consumidores estão buscando a modalidade para pagar compromissos do cotidiano, evitando um crédito mais caro (como o cheque especial), ou até mesmo porque já ultrapassaram o limite do cartão.

Acompanhado o endividamento, a inadimplência voltou a subir, atingindo 24% dos lares. O motivo, em ambos os casos, é a inflação elevada, que atrapalha os ganhos conquistados com a melhoria do mercado de trabalho. Em agosto de 2021, o percentual de famílias

inadimplentes era de 18,8%. Atualmente, 965 mil estão com as contas em atraso – 215 mil a mais, em comparação ao mesmo período do ano passado. O número dos lares que afirmam que não conseguirão pagar as dívidas em atraso ficou tecnicamente estável (8,6%).

Quanto às faixas de renda, a pesquisa demonstra que houve recorde de endividamento em ambas. Os percentuais foram de 78,8%, para as famílias que ganham até dez salários-mínimos, e de 70,2%, para as que recebem acima desse valor. Em relação à inadimplência, ambas subiram no mês, mas aqui a diferença é mais significativa: de 28,7%, para o primeiro grupo, e de 11,7%, para o segundo.

Com mais condições de quitar os compromissos assumidos, os lares com maiores rendimentos também estão mais propensos a consumir. A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) – outro indicador da FecomercioSP – cresceu 2,8% para o grupo com mais de dez salários-mínimos, ao passo que o grupo que recebe menos recuou 1,1%. O índice apontou 76,9 pontos, para o primeiro caso, e 96,4, para o segundo.

Desconsiderando o recorte por renda, o ICF se manteve estável: 81,9 pontos, crescendo 18,7% no contraponto anual. Já o Índice de Confiança do Consumidor (ICC) avançou 1,1%, atingindo 106,8 pontos.

## Motorservice retoma treinamentos presenciais na fábrica

Com o objetivo de oferecer capacitação técnica aos reparadores de veículos, a Motorservice, fornecedora de componentes para motores por meio das marcas Kolbenschmidt (KS), Pierburg e BF, está retomando os cursos práticos gratuitos sobre recondicionamento de motores a combustão interna no centro de treinamento da empresa, localizado na planta de Nova Odessa (SP).

O curso, com duração de três dias, será realizado das 8h00 às 17h00 de 26 de setembro a 30 de setembro. A previsão é que haja programação para os meses de outubro e novembro, mas as datas serão divulgadas posteriormente.

O conteúdo abordará o funcionamento do motor, os componentes utilizados e suas características dimensionais e construtivas, diagnósticos e correções de danos e falhas, e os procedimentos corretos para a desmontagem e montagem, conforme normas técnicas disponíveis.

O Centro de Treinamento Motorservice dispõe de motores a combustão interna para as tecnologias Ciclo Otto e Ciclo Diesel, onde serão apresentados os temas: Princípios básicos dos motores à combustão interna; Novas tecnologias para os motores à combustão

interna (Controle de emissões); Características dos motores Ciclo Otto e Ciclo Diesel; Metrologia para os componentes e montagem dos motores; Componentes dos motores e suas funções; Sistema de lubrificação do motor; Sistema de arrefecimento do motor; Danos e falhas prematuras nos motores; Desmontagem e montagem dos motores. Durante o cronograma do curso, será promovida também visita à fábrica (divisões).

Cada participante receberá certificado do curso, sujeito à frequência nos três dias de treinamento, mesmo que as faltas sejam justificadas. Para melhor aproveitamento do treinamento, a recomendação é que o participante possua experiência e/ou formação em mecânica automotiva.

A hospedagem (três diárias) com café da manhã, determinada pela Motorservice, não terá custo para o participante, bem como coffee breaks, almoço e traslado ida e volta do hotel ao Centro de Treinamento.

Para dúvidas mais informações ou dúvidas, entrar em contato através do 0800 721 78 78, (019) 3466-9700 ou e-mail assistencia. tecnica@br.rheinmetall.com.



**MOTORSERVICE**  
RHEINMETALL AUTOMOTIVE

Curso sobre recondicionamento de motores a combustão interna é gratuito e dura três dias

# Gastos no setor automotivo superam despesas com alimentação no domicílio

Fortemente aquecido, o segmento automotivo continuará em crescimento, movimentando até o final deste ano R\$ 604,5 bilhões, o que representa um acréscimo de cerca de 11% em relação a 2021. É o que aponta a Pesquisa IPC Maps, especializada em potencial de consumo dos brasileiros, com base em dados oficiais. O levantamento aponta para uma nova tendência no comportamento do consumidor, que passa a gastar mais com veículo próprio em detrimento até das despesas com alimentação e bebidas no domicílio. Para Marcos Pazzini, responsável pelo IPC Maps, a explicação para este cenário está na pandemia. "Como na ocasião muitas indústrias pararam de produzir, principalmente autopeças eletrônicas, as empresas tiveram de prolongar os prazos de entrega e reajustar seus valores. Enquanto isso, crescia a demanda por transportes via aplicativos e deliveries, tanto pelo consumidor — que passou a usar mais esses serviços —, quanto pelos trabalhadores — que viram nesse

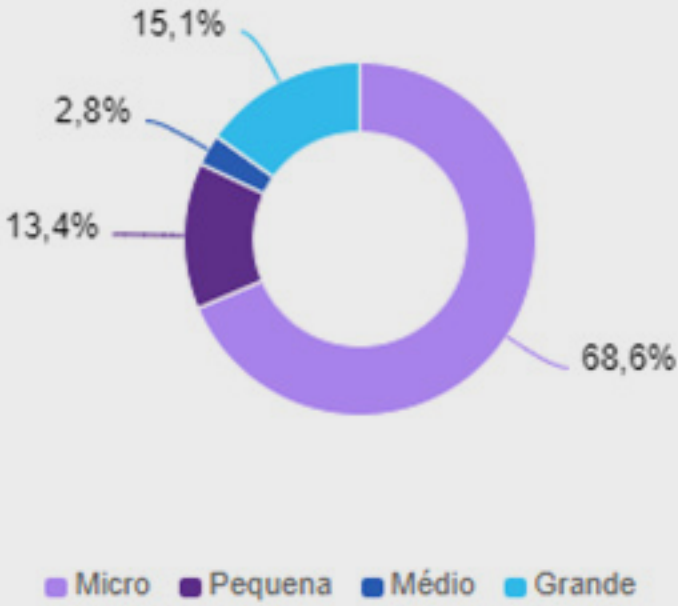
segmento uma oportunidade de compensar a perda do emprego ou de parte do seu salário, ou mesmo, de ter uma renda extra", avalia. Ainda segundo o estudo, de 2019 para cá, o potencial de consumo na categoria subiu quase 200%. Neste cálculo, são levadas em conta as despesas das famílias referentes à gasolina, álcool, consertos de veículos, estacionamentos, óleos, acessórios/peças, pneus, câmaras de ar e lubrificações/lavagens. Compreende, ainda, aquisição de veículos. Igualmente em evolução está a frota de veículos (incluindo todos os tipos). Enquanto, em 2021, eram 109,9 milhões de automóveis, ônibus, caminhões, motos, entre outros, em 2022, essa quantidade subiu para mais de 113,4 milhões de veículos. Já, na contramão desses números, quase 70 mil empresas de comércio e reparação de veículos baixaram suas portas entre 2021 e 2022, totalizando hoje 863.557 unidades presentes no Brasil.

IPC MAPS - ÍNDICE DE POTENCIAL DE CONSUMO							
TOTAL BRASIL							
VEÍCULO PRÓPRIO (Valores em R\$/ano)	A	B1	B2	C1	C2	D/E	TOTAL
2022	98.815.819.166	115.893.026.567	163.539.042.979	122.253.707.900	67.910.845.436	36.172.371.243	604.584.813.291
2021	77.847.575.707	97.699.745.526	159.601.763.282	118.733.771.257	57.886.571.743	33.041.316.373	544.810.743.887
Varição 2022/2021 (%)	26,93%	18,62%	2,47%	2,96%	17,32%	9,48%	10,97%
EMPRESAS DE COMÉRCIO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS	2022	2021	Qtde 2022 - 2021	Qtde 2022/2021			
	863.557	932.625	-69.068	-7,41%			

# Micros e pequenas empresas são as que mais investem em tecnologia no Brasil

Pesquisa realizada pela Cortex, empresa de Inteligência de Vendas B2B na América Latina, mostrou que as micro e pequenas empresas representam 82% dos negócios que mais adotam tecnologias para auxiliar o crescimento do negócio. O estudo analisou 1,2 milhão de empresas e monitorou cerca de 10 mil ferramentas tecnológicas. Entre as categorias analisadas estão Cloud Providers, Business Email Hosting, CRM, Marketing Automation, AI Services, Blog, E-commerce, Security, entre outros. De todas as empresas analisadas, 295 mil foram apontadas com alto índice de adoção tecnológica. Desse total, 68,6% são microempresas; 15,1% são grandes; 13,4% são de pequeno e 2,8% de médio porte. Os números indicam o quanto as empresas menores têm inserido tecnologias para facilitar e otimizar suas demandas diárias. A análise também mapeou os setores que mais investem em tecnologia. Varejo e Serviços ficaram na frente, seguidos de Financeiro, Indústria e Logística. No setor de varejo, líder em adoção tecnológica, o comércio de vestuário e acessórios, produtos alimentícios e produtos farmacêuticos são os que mais se destacam. O Diretor de Inovação da Cortex, Marvin Fiori, explica que a transformação digital já não é mais um diferencial competitivo, mas uma necessidade: "O investimento em tecnologia precisa fazer parte da estratégia de qualquer companhia para que ela possa evoluir e se destacar. Para além do benefício de facilitar processos e otimizar o tempo, a tecnologia, junto à inteligência de dados, também é uma excelente fonte de insights e apoio às tomadas de decisões estratégicas para o negócio".

O estudo da Cortex mapeou também as principais soluções de tecnologias utilizadas pelas empresas no Brasil. Para e-commerce, por exemplo, temos Shopify, Loja Integrada e Wix. Já para comunicação, as mais usadas são Microsoft Teams, Slack e Zoom. Mas quando o assunto é produtividade e colaboração, o top 3 fica com GSuite, Office 365 e Zoho. Para provedor Cloud, temos Amazon AWS, Locaweb e Google Cloud. Para segurança, o ranking fica com Symantec, McAfee e TrendMicro.





CONDUZINDO O FUTURO DA MOBILIDADE NO BRASIL

# CARTA DA ANFAVEA

**Resultados de janeiro a agosto de 2022**  
Results for January to august 2022 / Resultados de enero a agosto de 2022



## Autoveículos - Vehicles / Vehículos

▶ Licenciamento		▶ Exportação		▶ Produção	
Vehicle registration / Matriculación de vehículos		Export / Exportaciones		Production / Producción	
Unidades Units / Unidades		Unidades Units / Unidades		Unidades Units / Unidades	
AGO 22 - AUG 22/AGO 22	208,6 mil Thousand/Mil	AGO 22 - AUG 22/AGO 22	46,8 mil Thousand/Mil	AGO 22 - AUG 22/AGO 22	238,0 mil Thousand/Mil
JUL 22 - JUL 22/JUL 22	182,0 mil Thousand/Mil	JUL 22 - JUL 22/JUL 22	41,9 mil Thousand/Mil	JUL 22 - JUL 22/JUL 22	219,0 mil Thousand/Mil
AGO 22/JUL22 AUG 22/AUG 21 - AGO 22/JUL 22	14,6 %	AGO 22/JUL22 AUG 22/AUG 21 - AGO 22/JUL 22	11,7 %	AGO 22/JUL22 AUG 22/AUG 21 - AGO 22/JUL 22	8,7 %
AGO 21 - AUG 21/AGO 21	172,8 mil Thousand/Mil	AGO 21 - AUG 21/AGO 21	29,4 mil Thousand/Mil	AGO 21 - AUG 21/AGO 21	165,3 mil Thousand/Mil
AGO 22/AGO 21 AUG 22/AUG 21 - JUL 22/JUL 21	20,7 %	AGO 22/AGO 21 AUG 22/AUG 21 - JUL 22/JUL 21	58,9 %	AGO 22/AGO 21 AUG 22/AUG 21 - JUL 22/JUL 21	43,9 %
JAN-AGO 22 - JAN-AUG 22 - ENE-AGO 22	1.308,6 mil Thousand/Mil	JAN-AGO 22 - JAN-AUG 22 - ENE-AGO 22	335,0 mil Thousand/Mil	JAN-AGO 22 - JAN-AUG 22 - ENE-AGO 22	1.548,6 mil Thousand/Mil
JAN-AGO 21 - JAN-AUG 21 - ENE-AGO 21	1.422,4 mil Thousand/Mil	JAN-AGO 21 - JAN-AUG 21 - ENE-AGO 21	253,3 mil Thousand/Mil	JAN-AGO 21 - JAN-AUG 21 - ENE-AGO 21	1.478,6 mil Thousand/Mil
JAN-AGO 22 / JAN-AGO 21 JAN-AUG 22 / JAN-AUG 21 - ENE-AGO 22 / ENE-AGO 21	-8,0 %	JAN-AGO 22 / JAN-AGO 21 JAN-AUG 22 / JAN-AUG 21 - ENE-AGO 22 / ENE-AGO 21	32,2 %	JAN-AGO 22 / JAN-AGO 21 JAN-AUG 22 / JAN-AUG 21 - ENE-AGO 22 / ENE-AGO 21	4,7 %

Fonte: Renavam/Denatran

## Produção de veículos em agosto é recorde do ano

A produção de autoveículos em agosto bateu novo recorde deste ano, com 238 mil unidades, alta de 8,7% sobre julho e de 43,9% sobre agosto de 2021. Pela primeira vez o volume acumulado do ano superou o do mesmo período do ano anterior: 1,549 milhão, contra 1,479 milhão, crescimento de 4,7%. O segmento de ônibus vem sendo um dos destaques, com 20 mil unidades produzidas no ano, 50% a mais do que nos oito primeiros meses de 2021. Também chamaram a atenção as máquinas agrícolas, que continuam com desempenho relevante de vendas, e sobretudo as máquinas rodoviárias, com o melhor resultado histórico nos últimos meses. "Em agosto, pela primeira vez em um ano e meio, conseguimos operar sem nenhuma fábrica completamente parada. O fluxo de semicondutores finalmente começa a melhorar, embora ainda estejamos passando por um período de restrições de oferta", comemorou o presidente da ANFAVEA, Márcio de Lima Leite. O balanço mensal da entidade apresentou outros números animadores. As vendas em agosto totalizaram 209 mil unidades, melhor resultado dos últimos 19 meses. Foi a primeira vez no ano que esse indicador superou a barreira das 200 mil unidades. A média diária de 9,1 mil emplacamentos também foi a melhor do ano.

A exportação mantém forte viés de alta. As quase 47 mil unidades enviadas a outros mercados representaram elevação de 11,7% sobre junho e de 59% sobre agosto de 2021. No acumulado do ano, o volume de 335 mil autoveículos exportados supera com folga o dos anos anteriores, inclusive o de 2019, último ano antes da pandemia. Da mesma forma, as vendas de máquinas autopropulsadas vêm num patamar bastante elevado. Em julho (último dado apurado) foram 9.130 unidades vendidas, ligeira queda de 3,4% sobre junho, mas com alta de 16,4% sobre julho de 2021.

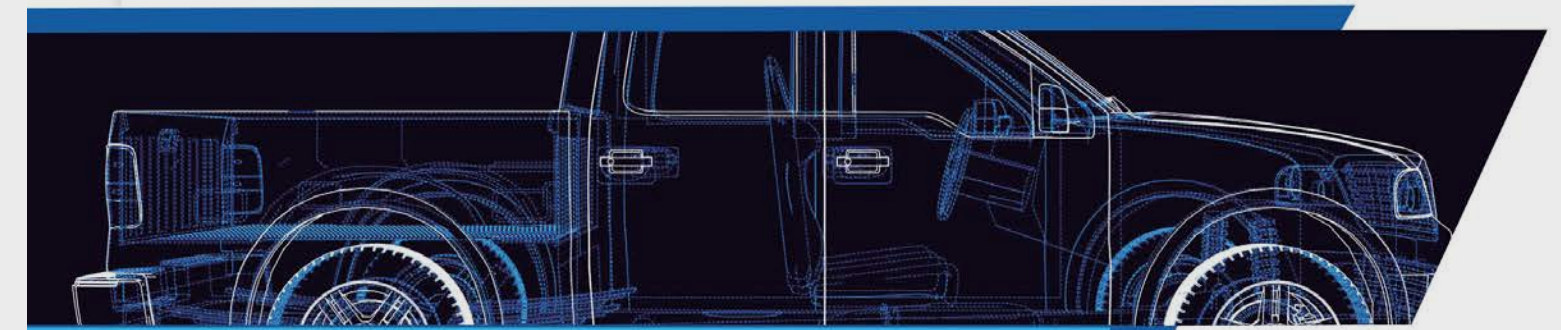
No acumulado do ano, o total de 59 mil máquinas agrícolas e rodoviárias vendidas supera em 26,5% o volume dos primeiros sete meses do ano anterior. Destaque para as máquinas rodoviárias, que em junho e julho tiveram os melhores resultados da história, em consequência dos elevados investimentos em infraestrutura.



## Automóveis - Passenger Cars / Automóviles

▶ Licenciamento		▶ Exportação		▶ Produção	
Vehicle registration / Matriculación de vehículos		Export / Exportaciones		Production / Producción	
Unidades Units / Unidades		Unidades Units / Unidades		Unidades Units / Unidades	
AGO 22 - AUG 22/AGO 22	154,8 mil Thousand/Mil	AGO 22 - AUG 22/AGO 22	37,4 mil Thousand/Mil	AGO 22 - AUG 22/AGO 22	181,0 mil Thousand/Mil
JUL 22 - JUL 22/JUL 22	135,4 mil Thousand/Mil	JUL 22 - JUL 22/JUL 22	35,3 mil Thousand/Mil	JUL 22 - JUL 22/JUL 22	160,2 mil Thousand/Mil
AGO 22/JUL22 AUG 22/AUG 21 - AGO 22/JUL 22	14,3 %	AGO 22/JUL22 AUG 22/AUG 21 - AGO 22/JUL 22	5,9 %	AGO 22/JUL22 AUG 22/AUG 21 - AGO 22/JUL 22	13,0 %
AGO 21 - AUG 21/AGO 21	119,8 mil Thousand/Mil	AGO 21 - AUG 21/AGO 21	21,8 mil Thousand/Mil	AGO 21 - AUG 21/AGO 21	120,4 mil Thousand/Mil
AGO 22/AGO 21 AUG 22/AUG 21 - JUL 22/JUL 21	29,1 %	AGO 22/AGO 21 AUG 22/AUG 21 - JUL 22/JUL 21	71,4 %	AGO 22/AGO 21 AUG 22/AUG 21 - JUL 22/JUL 21	50,4 %
JAN-AGO 22 - JAN-AUG 22 - ENE-AGO 22	973,7 mil Thousand/Mil	JAN-AGO 22 - JAN-AUG 22 - ENE-AGO 22	269,9 mil Thousand/Mil	JAN-AGO 22 - JAN-AUG 22 - ENE-AGO 22	1185,8 mil Thousand/Mil
JAN-AGO 21 - JAN-AUG 21 - ENE-AGO 21	1047,8 mil Thousand/Mil	JAN-AGO 21 - JAN-AUG 21 - ENE-AGO 21	201,1 mil Thousand/Mil	JAN-AGO 21 - JAN-AUG 21 - ENE-AGO 21	1112,5 mil Thousand/Mil
JAN-AGO 22 / JAN-AGO 21 JAN-AUG 22 / JAN-AUG 21 - ENE-AGO 22 / ENE-AGO 21	-7,1 %	JAN-AGO 22 / JAN-AGO 21 JAN-AUG 22 / JAN-AUG 21 - ENE-AGO 22 / ENE-AGO 21	34,2 %	JAN-AGO 22 / JAN-AGO 21 JAN-AUG 22 / JAN-AUG 21 - ENE-AGO 22 / ENE-AGO 21	6,6 %

Fonte: Renavam/Denatran



## Comerciais Leves - Light commercials / Comerciales livianos

▶ Licenciamento		▶ Exportação		▶ Produção	
Vehicle registration / Matriculación de vehículos		Export / Exportaciones		Production / Producción	
Unidades Units / Unidades		Unidades Units / Unidades		Unidades Units / Unidades	
AGO 22 - AUG 22/AGO 22	39,6 mil Thousand/Mil	AGO 22 - AUG 22/AGO 22	6,4 mil Thousand/Mil	AGO 22 - AUG 22/AGO 22	36,2 mil Thousand/Mil
JUL 22 - JUL 22/JUL 22	33,8 mil Thousand/Mil	JUL 22 - JUL 22/JUL 22	4,0 mil Thousand/Mil	JUL 22 - JUL 22/JUL 22	42,9 mil Thousand/Mil
AGO 22/JUL22 AUG 22/AUG 21 - AGO 22/JUL 22	17,4 %	AGO 22/JUL22 AUG 22/AUG 21 - AGO 22/JUL 22	58,2 %	AGO 22/JUL22 AUG 22/AUG 21 - AGO 22/JUL 22	-15,8 %
AGO 21 - AUG 21/AGO 21	38,7 mil Thousand/Mil	AGO 21 - AUG 21/AGO 21	5,2 mil Thousand/Mil	AGO 21 - AUG 21/AGO 21	28,5 mil Thousand/Mil
AGO 22/AGO 21 AUG 22/AUG 21 - JUL 22/JUL 21	2,3 %	AGO 22/AGO 21 AUG 22/AUG 21 - JUL 22/JUL 21	23,3 %	AGO 22/AGO 21 AUG 22/AUG 21 - JUL 22/JUL 21	27,0 %
JAN-AGO 22 - JAN-AUG 22 - ENE-AGO 22	243,0 mil Thousand/Mil	JAN-AGO 22 - JAN-AUG 22 - ENE-AGO 22	46,3 mil Thousand/Mil	JAN-AGO 22 - JAN-AUG 22 - ENE-AGO 22	241,0 mil Thousand/Mil
JAN-AGO 21 - JAN-AUG 21 - ENE-AGO 21	280,9 mil Thousand/Mil	JAN-AGO 21 - JAN-AUG 21 - ENE-AGO 21	35,0 mil Thousand/Mil	JAN-AGO 21 - JAN-AUG 21 - ENE-AGO 21	248,2 mil Thousand/Mil
JAN-AGO 22 / JAN-AGO 21 JAN-AUG 22 / JAN-AUG 21 - ENE-AGO 22 / ENE-AGO 21	-13,5 %	JAN-AGO 22 / JAN-AGO 21 JAN-AUG 22 / JAN-AUG 21 - ENE-AGO 22 / ENE-AGO 21	32,2 %	JAN-AGO 22 / JAN-AGO 21 JAN-AUG 22 / JAN-AUG 21 - ENE-AGO 22 / ENE-AGO 21	-2,9 %

Fonte: Renavam/Denatran





### Licenciamento de autoveículos novos nacionais

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

▶ 2022

▶ 2021

	AGO AUG/AGO A	JUL JUL/JUL B	JAN-AGO JAN-AUG/ENE-AGO C	AGO AUG/AGO D	JAN-AGO JAN-AUG/ENE-AGO E	A/B %	A/D %	C/E %
<b>Unidades - Total / Units / Unidades</b>	<b>184.506</b>	<b>159.259</b>	<b>1.142.136</b>	<b>149.456</b>	<b>1.266.365</b>	<b>15,9</b>	<b>23,5</b>	<b>-9,8</b>
<b>Veículos leves / Light vehicles / Vehículos livianos</b>	<b>170.903</b>	<b>147.076</b>	<b>1.053.932</b>	<b>135.922</b>	<b>1.177.093</b>	<b>16,2</b>	<b>25,7</b>	<b>-10,5</b>
Automóveis / Passenger cars / Automóviles	140.153	121.331	873.143	107.842	963.254	15,5	30,0	-9,4
Comerciais leves / Light commercials / Comerciales livianos	30.750	25.745	180.789	28.080	213.839	19,4	9,5	-15,5
<b>Caminhões / Trucks / Camiones</b>	<b>11.891</b>	<b>10.941</b>	<b>77.941</b>	<b>12.258</b>	<b>79.188</b>	<b>8,7</b>	<b>-3,0</b>	<b>-1,6</b>
Semileves / Semi-light / Semilivianos	187	177	1.161	139	713	5,6	34,5	62,8
Leves / Light / Livianos	1.006	964	7.144	1.214	7.785	4,4	-17,1	-8,2
Médios / Medium / Medianos	833	833	7.176	1.123	7.088	0,0	-25,8	1,2
Semipesados / Semi-heavy / Semipesados	3.400	2.984	21.915	3.074	20.480	13,9	10,6	7,0
Pesados / Heavy / Pesados	6.465	5.983	40.545	6.708	43.122	8,1	-3,6	-6,0
<b>Ônibus / Buses / Ómnibus y Colectivos</b>	<b>1.712</b>	<b>1.242</b>	<b>10.263</b>	<b>1.276</b>	<b>10.084</b>	<b>37,8</b>	<b>34,2</b>	<b>1,8</b>

mil unidades thousand units / miles de unidades	JAN JAN/ENE	FEV FEB/FEB	MAR MAR/MAR	ABR APR/ABR	MAI MAY/MAY	JUN JUN/JUN	JUL JUL/JUL	AGO AUG/AGO	SET SEP/SET	OUT OCT/OCT	NOV NOV/NOV	DEZ DEC/DIC	TOTAL
<b>2019</b>	175,9	176,7	186,2	205,8	219,8	200,5	218,5	216,9	210,0	228,2	218,7	233,1	<b>2.490,2</b>
<b>2020</b>	171,2	179,9	146,5	47,4	52,4	115,7	155,7	165,5	188,5	196,0	205,1	222,9	<b>1.846,8</b>
<b>2021</b>	155,0	153,7	172,0	158,0	169,2	158,1	151,0	149,5	133,2	140,4	148,3	177,9	<b>1.866,1</b>
<b>2022</b>	108,4	117,1	129,1	128,4	164,2	151,2	159,3	184,5					<b>1.142,1</b>

Fonte/Source/Fuente: Renavam/Denatran



### Licenciamento de autoveículos novos importados

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

▶ 2022

▶ 2021

	AGO AUG/AGO A	JUL JUL/JUL B	JAN-AGO JAN-AUG/ENE-AGO C	AGO AUG/AGO D	JAN-AGO JAN-AUG/ENE-AGO E	A/B %	A/D %	C/E %
<b>Unidades - Total / Units / Unidades</b>	<b>24.101</b>	<b>22.735</b>	<b>166.506</b>	<b>23.328</b>	<b>156.045</b>	<b>6,0</b>	<b>3,3</b>	<b>6,7</b>
<b>Veículos leves / Light vehicles / Vehículos livianos</b>	<b>23.491</b>	<b>22.121</b>	<b>162.786</b>	<b>22.641</b>	<b>151.584</b>	<b>6,2</b>	<b>3,8</b>	<b>7,4</b>
Automóveis / Passenger cars / Automóviles	14.600	14.100	100.554	11.986	84.535	3,5	21,8	18,9
Comerciais leves / Light commercials / Comerciales livianos	8.891	8.021	62.232	10.655	67.049	10,8	-16,6	-7,2
<b>Caminhões / Trucks / Camiones</b>	<b>610</b>	<b>613</b>	<b>3.719</b>	<b>687</b>	<b>4.461</b>	<b>-0,5</b>	<b>-11,2</b>	<b>-16,6</b>
Semileves / Semi-light / Semilivianos	578	558	3.310	647	4.338	3,6	-10,7	-23,7
Leves / Light / Livianos	5	45	327	34	96	-88,9	-85,3	240,6
Médios / Medium / Medianos	3	8	43	6	9	-62,5	-50,0	377,8
Semipesados / Semi-heavy / Semipesados	18	1	25	0	11	1.700,0	-	127,3
Pesados / Heavy / Pesados	6	1	14	0	7	500,0	-	100,0
<b>Ônibus / Buses / Ómnibus y Colectivos</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

mil unidades thousand units / miles de unidades	JAN JAN/ENE	FEV FEB/FEB	MAR MAR/MAR	ABR APR/ABR	MAI MAY/MAY	JUN JUN/JUN	JUL JUL/JUL	AGO AUG/AGO	SET SEP/SET	OUT OCT/OCT	NOV NOV/NOV	DEZ DEC/DIC	TOTAL
<b>2019</b>	23,9	21,9	23,0	26,2	25,6	22,7	25,1	26,1	24,8	25,2	23,6	29,5	<b>297,7</b>
<b>2020</b>	22,3	21,1	17,2	8,4	9,8	17,1	18,8	17,9	19,2	19,0	19,9	21,1	<b>211,6</b>
<b>2021</b>	16,2	13,7	17,4	17,1	19,4	24,4	24,5	23,3	21,9	22,0	24,7	29,2	<b>253,8</b>
<b>2022</b>	18,1	15,2	17,8	18,9	22,8	26,9	22,7	24,1					<b>166,5</b>

Fonte/Source/Fuente: Renavam/Denatran



## 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?**

# Reposição cresce pelo quarto mês consecutivo

Relatório divulgado pelo Sindipeças revela variação positiva de 6,5% em junho e 9,3% no acumulado do ano

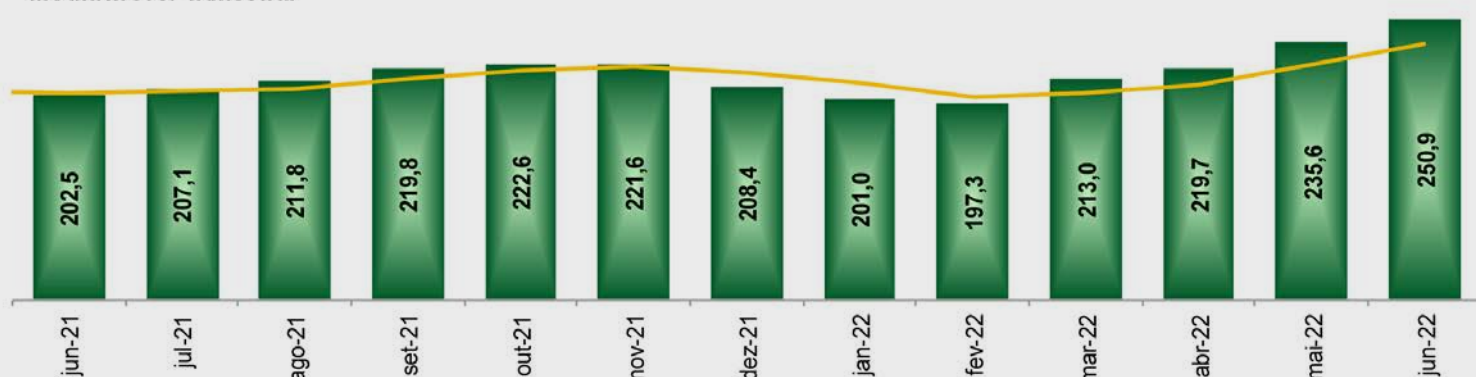
A edição mais recente do Relatório do Mercado de Reposição divulgada pelo Sindipeças revela que em junho, último mês do primeiro semestre, o faturamento nominal do mercado de reposição – calculado a partir da aplicação de média móvel trimestral e com empresas que segmentam as informações entre linha leve e pesada – apresentou variação de 6,5% com relação ao mês anterior, quarto mês consecutivo de crescimento. Em comparação ao ano de 2021, o acumulado apresentou aumento de 9,6% e, em relação a julho/21, aumento de 23,9%.

As vendas para a reposição de veículos leves apresentaram variação mensal de 7,1%, em ressonância ao faturamento geral. No comparativo interanual, obteve-se, em relação a junho/21, crescimento de 22,7% e de 9,3% no acumulado do ano. Para o segmento de pesados, as variações prosseguiram em nível positivo. Em comparação a maio/22, as vendas aumentaram 5,0%. Contra o mesmo mês do ano passado, o acréscimo foi de 27,0%. E, para o acumulado do ano, houve alta foi de 10,5%.

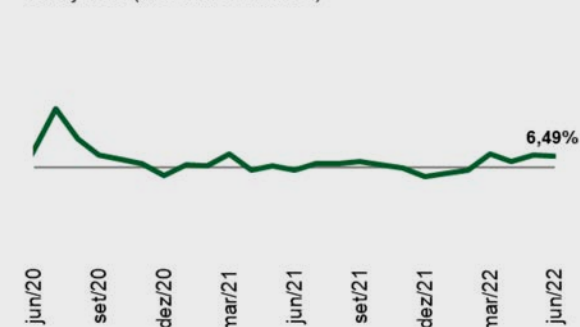
(Tabela 1) Índice do Mercado de Reposição<sup>1</sup>

Discriminação	Variação percentual		
	Jun 22/ Mai 22	Jun 22/ Jun 21	Acumulado do ano
Faturamento nominal (LL e LP) <sup>2</sup>	6,49%	23,88%	9,60%
IGP-M (jun/22)	0,59%	10,70%	24,20%

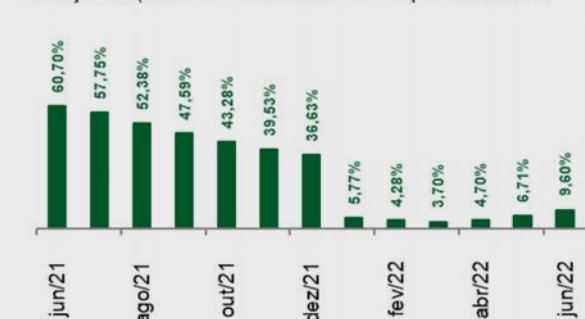
(Gráfico 1) Faturamento do mercado de reposição  
Em número-índice (jan/15=100)  
Média móvel trimestral



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



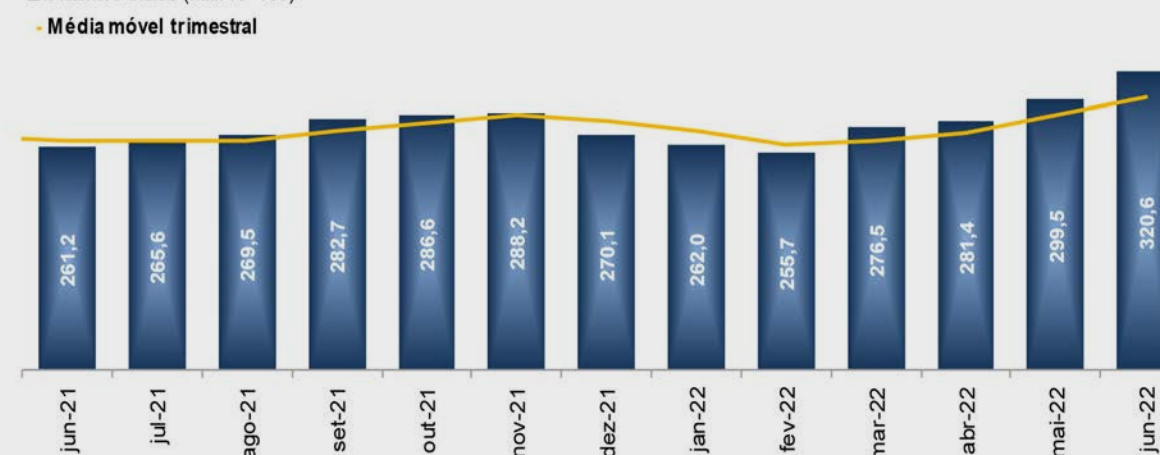
(Gráfico 3) Faturamento Reposição  
Variação % (acumulado do ano x mesmo período do ano)



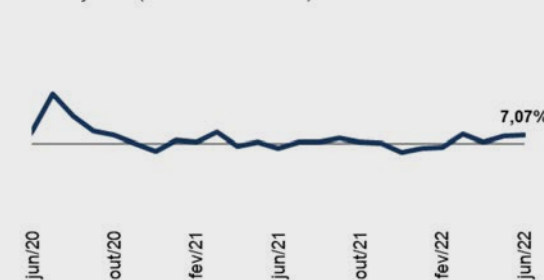
(Tabela 2) Índice do Segmento de Linha Leve<sup>1</sup>

Discriminação	Variação percentual		
	Jun 22/ Mai 22	Jun 22/ Jun 21	Acumulado do ano
Faturamento nominal Linha Leve <sup>1</sup>	7,07%	22,74%	9,26%

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



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



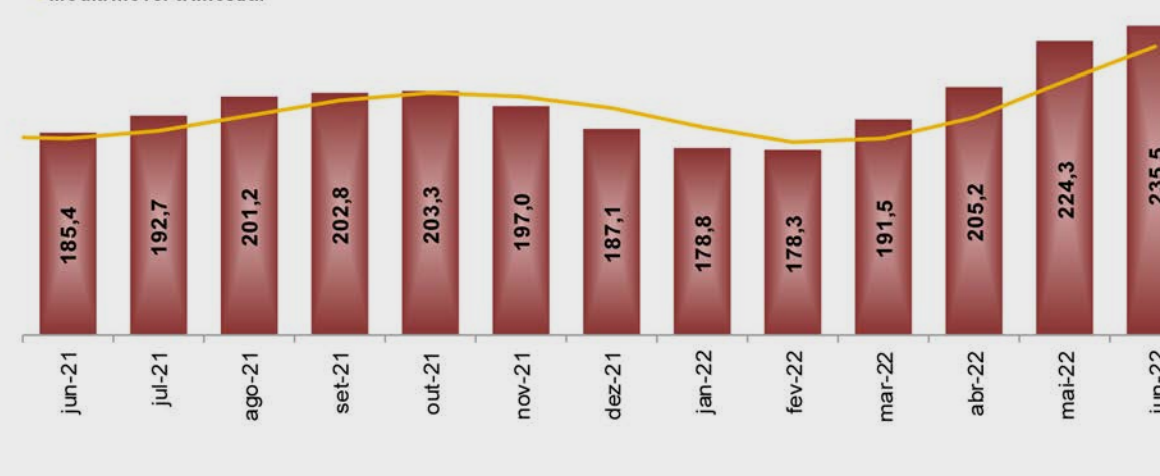
(Gráfico 6) Faturamento mensal Linha Leve  
Variação % (acumulado do ano x mesmo período do ano anterior)



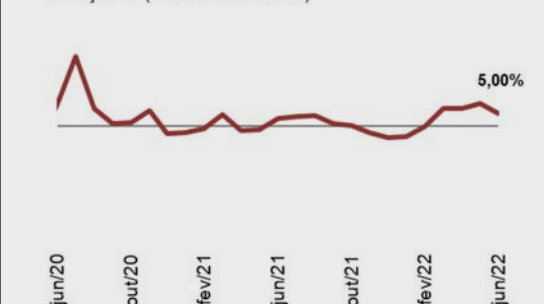
(Tabela 3) Índice do Segmento de Linha Pesada

Discriminação	Variação percentual		
	Jun 22/ Mai 22	Jun 22/ Jun 21	Acumulado do ano
Faturamento nominal Linha Pesada <sup>1</sup>	5,00%	26,99%	10,53%

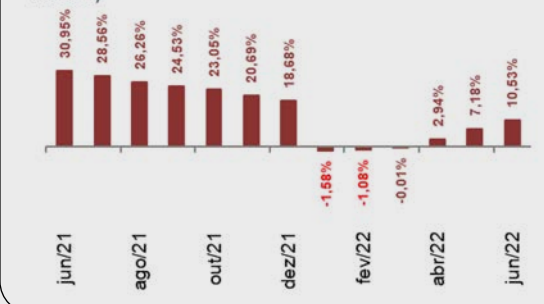
(Gráfico 7) Faturamento do segmento de linha pesada  
Em número-índice (mar/15=100)  
Média móvel trimestral



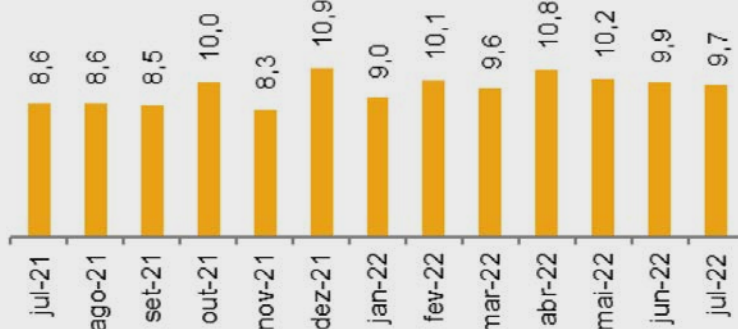
(Gráfico 8) Faturamento Linha Pesada  
Variação % (mês x mês anterior)



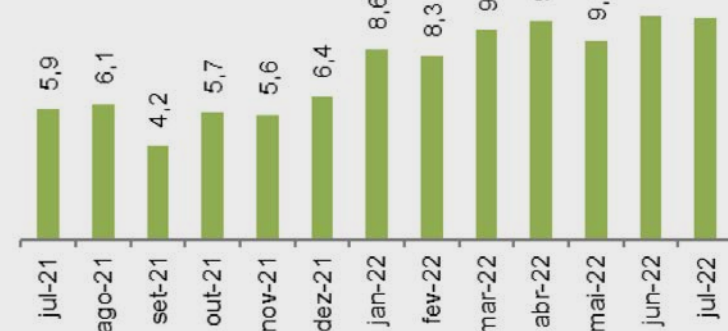
(Gráfico 9) Faturamento Linha Pesada  
Variação % (acumulado do ano x mesmo período do ano anterior)



**(Gráfico 10) IPCA – Acessórios e Peças**  
Em % - acumulado 12 meses

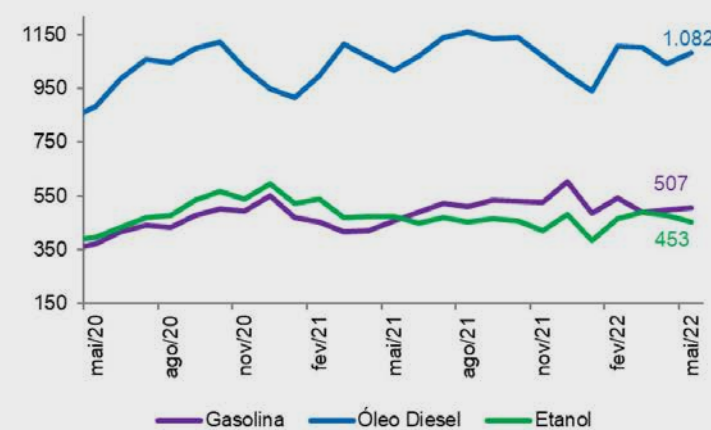


**(Gráfico 11) IPCA – Conserto de Automóvel**  
Em % - acumulado 12 meses

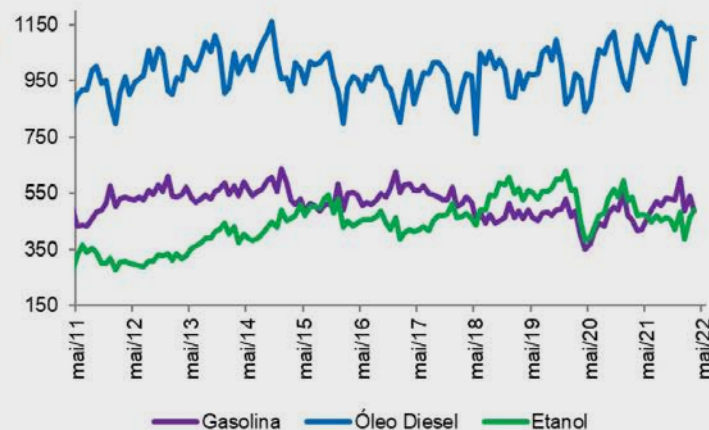


**Consumo de combustíveis: diesel, etanol e gasolina**

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

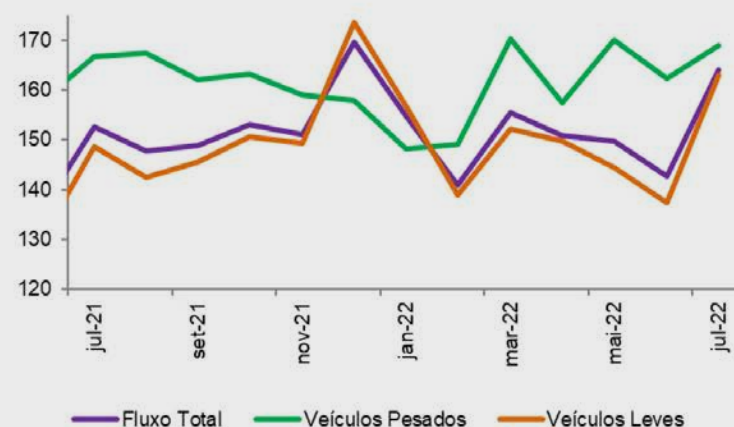


**(Gráfico 13) Consumo de combustíveis**  
Em milhares de barris/dia

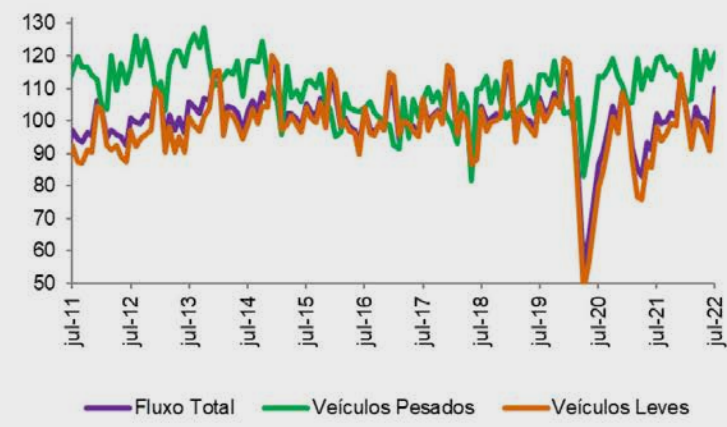


**Fluxo nas rodovias pedagiadas**

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



**(Gráfico 15) Fluxo de veículos pedagiados - Mensal**  
Em número-índice (2011=100)



200 Renault Kwid E-Tech 100% elétricos serão usados por motoristas de Uber em São Paulo

## Renault e empresas parceiras anunciam projeto de mobilidade elétrica para São Paulo

A Mobilize, marca do Renault Group dedicada à nova mobilidade e que oferece ampla gama de serviços de mobilidade, e a Zarp Localiza, solução customizada para motoristas de aplicativo da Localiza, anunciaram o início de um grande projeto de mobilidade elétrica da América Latina. Trata-se da disponibilização de 200 Kwid E-Tech 100% elétricos para motoristas de Uber de São Paulo, que serão usados no serviço de transporte por aplicativo. Os veículos foram assinados, por meio do Renault on Demand, um serviço Mobilize Financial Services, pela Zarp Localiza, empresa que irá disponibilizar para motoristas da Uber selecionados em São Paulo. Esses motoristas terão acesso a eletropostos da Shell Recharge, instalados nas lojas da Zarp Localiza, e a um ponto de recarga da Copel, que, por meio de uma parceria com a Renault e Mobilize, prestará o serviço com dois carregadores elétricos em uma unidade do hipermercado Carrefour. Esses pontos de recarga utilizam energia 100% renovável e podem ser localizados e reservados pelo motorista no aplicativo Mobilize Charge Pass e, também pelo sistema da Tupinambá Energia.

A primeira fase da iniciativa tem duração de um ano e irá viabilizar para os motoristas, além do carro elétrico, um ecossistema de carregamentos, oportunidades e benefícios para que eles possam ter a melhor performance durante sua jornada. A escolha desse público para ser o protagonista do programa levou em consideração o seu perfil de mobilidade: são pessoas experientes, que rodam 5 mil km por mês, gostam muito de carro, fazem uma gestão eficiente desse ativo e são engajadas no ecossistema de transporte de passageiros. Os 200 motoristas foram selecionados por meio de uma parceria Zarp Localiza e Uber. Os critérios de seleção consideram aqueles com melhor avaliação pelo consumidor final da plataforma; com melhor comportamento de direção; engajados no ecossistema de mobilidade e transporte de passageiros; e que reconhecem no carro elétrico um diferencial para a mudança da mobilidade brasileira. O Kwid E-Tech 100% elétrico, escolhido para ser o veículo deste projeto de mobilidade, tem autonomia de 298 quilômetros no uso urbano, segundo a norma SAE J1634, utilizada pelo Inmetro, e também pode ser recarregado em uma tomada 220V.

# Varejo de veículos e motos, partes e peças cai 8,5% em julho

Segundo pesquisa mais recente divulgada pelo IBGE, recuo no grupo foi bem maior que a média geral do varejo brasileiro, que ficou em -0,8%

Em julho de 2022 o volume de vendas no comércio varejista nacional caiu 0,8% frente a junho, na série com ajuste sazonal. A média móvel trimestral foi de 0,9%. O acumulado no ano está em 0,4% e o dos últimos 12 meses, em -1,8%.

No comércio varejista ampliado, que inclui as atividades de Veículos, motos, partes e peças e de Material de construção, o volume de vendas caiu 0,7% frente a junho. A média móvel trimestral recuou 0,9% no trimestre encerrado em julho.

O volume de vendas frente a julho de 2021 caiu 6,8%. O acumulado no ano está em -0,8% e o dos 12 meses chegou a -1,9%.

Período	Varejo (%)		Varejo Ampliado (%)	
	Volume de vendas	Receita nominal	Volume de vendas	Receita nominal
Julho / Junho*	-0,8	-1,6	-0,7	-0,1
Média móvel trimestral*	-0,9	-0,4	-0,9	0,2
Julho 2022 / julho 2021	-5,2	10,3	-6,8	7,8
Acumulado 2022	0,4	15,9	-0,8	14,6
Acumulado 12 meses	-1,8	12,7	-1,9	13,0

\*Série COM ajuste sazonal

VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO, SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES: Julho 2022 - Brasil									
ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (1)			MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR			ACUMULADO		
	Taxa de Variação (%)			Taxa de Variação (%)			Taxa de Variação (%)		
	MAI	JUN	JUL	MAI	JUN	JUL	NO ANO	12 MESES	
COMÉRCIO VAREJISTA (2)	-0,5	-1,4	-0,8	-0,2	-0,1	-5,2	0,4	-1,8	
1 - Combustíveis e lubrificantes	2,1	-0,9	12,2	7,2	8,0	17,4	7,0	1,9	
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	1,0	-0,1	-0,6	-0,5	2,2	-0,1	0,4	-0,9	
2.1 - Super e hipermercados	1,9	0,0	-0,8	-0,6	2,2	-0,1	0,2	-1,0	
3 - Tecidos, vest. e calçados	3,9	-5,7	-17,1	8,5	2,2	-16,2	11,0	4,8	
4 - Móveis e eletrodomésticos	-3,4	-1,5	-3,0	-12,5	-14,7	-14,6	-10,1	-15,3	
4.1 - Móveis	-	-	-	-9,3	-17,4	-17,3	-8,6	-12,1	
4.2 - Eletrodomésticos	-	-	-	-14,5	-14,0	-13,7	-11,2	-16,9	
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	3,9	-0,2	-1,4	9,3	9,0	4,0	7,5	6,1	
6 - Livros, jornais, rev. e papelaria	4,8	-3,6	-2,0	25,8	2,7	11,2	17,4	7,2	
7 - Equip. e mat. para escritório, informática e comunicação	1,8	-1,7	-1,5	2,1	1,9	-0,4	0,6	-3,8	
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-2,6	-1,4	-0,5	-7,2	-11,4	-28,7	-7,5	-6,2	
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (3)	0,5	-2,5	-0,7	-0,7	-3,0	-6,8	-0,8	-1,9	
9 - Veículos e motos, partes e peças	-0,5	-4,6	-2,7	0,8	-7,1	-8,5	-1,0	0,8	
10 - Material de construção	-1,5	-1,5	-2,0	-7,7	-12,0	-13,7	-8,3	-8,5	

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio.  
(1) Séries com ajuste sazonal.  
(2) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.  
(3) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10.

## Oito atividades tiveram taxas negativas

Em julho, na série com ajuste sazonal, houve taxas negativas em sete das oito atividades pesquisadas: Tecidos, vestuário e calçados (-17,1%), Móveis e eletrodomésticos (-3,0%), Livros, jornais, revistas e papelaria (-2,0%), Equipamentos e material para escritório informática e comunicação (-1,5%), Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria (-1,4%), Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-0,6%), e Outros artigos de uso pessoal e doméstico (-0,5%). Apenas a atividade de Combustíveis e lubrificantes (12,2%) mostrou crescimento.

No comércio varejista ampliado, ambas os setores tiveram queda: Veículos e motos, partes e peças (-2,7%) e Material de construção (-2,0%).

RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO, SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES: Julho 2022 - Brasil									
ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (1)			MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR			ACUMULADO		
	Taxa de Variação (%)			Taxa de Variação (%)			Taxa de Variação (%)		
	MAI	JUN	JUL	MAI	JUN	JUL	NO ANO	12 MESES	
COMÉRCIO VAREJISTA (2)	-0,2	0,5	-1,6	17,0	17,3	10,3	15,9	12,7	
1 - Combustíveis e lubrificantes	-4,2	-0,4	-3,4	38,6	36,8	26,3	37,1	37,6	
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	3,6	1,1	0,8	15,3	19,0	17,0	14,4	11,7	
2.1 - Super e hipermercados	3,4	1,4	0,8	14,8	18,6	16,5	13,9	11,4	
3 - Tecidos, vest. e calçados	10,5	-8,2	-4,3	26,0	19,1	-2,6	26,8	16,9	
4 - Móveis e eletrodomésticos	-3,4	-0,5	-3,4	0,0	-3,4	-4,1	2,1	-4,2	
4.1 - Móveis	-	-	-	4,8	-3,7	-3,3	5,2	0,3	
4.2 - Eletrodomésticos	-	-	-	-2,0	-3,3	-4,5	0,9	-6,0	
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	4,9	0,5	-0,7	22,8	23,1	18,8	18,6	14,6	
6 - Livros, jornais, rev. e papelaria	21,2	-2,1	-3,1	34,8	9,7	17,7	24,4	12,8	
7 - Equip. e mat. para escritório, informática e comunicação	1,1	1,8	-3,7	7,6	6,4	1,6	4,2	-0,9	
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	-1,9	-0,6	0,5	5,4	0,7	-18,9	4,4	4,8	
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (3)	1,8	-1,1	-0,1	15,9	13,7	7,8	14,6	13,0	
9 - Veículos e motos, partes e peças	0,6	-3,6	-2,4	17,7	8,6	5,8	15,5	17,0	
10 - Material de construção	0,0	-1,3	-1,0	5,7	0,1	-4,0	4,8	7,8	

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio.  
(1) Séries com ajuste sazonal.

### Recuo frente a julho de 2021 foi de 5,2%

Na comparação com julho de 2021, o comércio varejista recuou 5,2%, com taxas negativas em cinco das oito atividades: Outros artigos de uso pessoal e doméstico (-28,7%), Tecidos, vestuário e calçados (-16,2%), Móveis e eletrodomésticos (-14,6%), Equipamentos e material para escritório informática e comunicação (-0,4%) e Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-0,1%).

Três atividades cresceram, nesta comparação: Combustíveis e lubrificantes (17,4%), Livros, jornais, revistas e papelaria (11,2%) e Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria (4,0%).

No comércio varejista ampliado, Veículos e motos, partes e peças, e Material de construção recuaram frente a julho de 2021 (-8,5% e -13,7% respectivamente).

O grupamento de Combustíveis e lubrificantes subiu 17,4% frente a julho de 2021 quinto mês consecutivo a registrar variações no campo positivo. O mês de julho também foi influenciado pela queda nos preços dos combustíveis – cabe lembrar que no IPCA, o item Combustíveis teve queda de 14,15% na passagem de junho para julho de 2022.

Com isso, o setor exerceu a maior influência positiva no mês: 1,6 p.p. do total de -5,2% para o indicador interanual. O acumulado no ano, ao passar de 5,1% até junho para 7,0% no mês de referência,

a atividade mostra crescimento de ritmo de vendas. O mesmo se dá para o acumulado nos últimos doze meses que, ao passar de 0,9% até junho para de 1,9% em julho, mostra aumento de intensidade de crescimento.

O volume de vendas de Veículos e motos, partes e peças caiu 8,5% nas vendas frente a julho de 2021, a segunda seguida (-7,1% em junho de 2021). Com isso, o acumulado do ano foi de -1,0%, primeiro valor negativo desde fevereiro de 2021 (-10,0%). Nos últimos dozes meses, o acumulado foi 0,8%, menor valor desde abril de 2021 (-3,7%).

### Vendas têm queda em 20 UFs na comparação com junho

Na série com ajuste sazonal, houve resultados negativos em 20 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Bahia (-3,1%), Rio de Janeiro (-3,1%) e Maranhão (-2,8%). Por outro lado, pressionando positivamente, figuram 7 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Mato Grosso (3,5%), Paraná (1,7%) e Amapá (1,5%).

Nessa mesma comparação, no varejo ampliado, houve resultados negativos em 23 das 27 UFs, com destaque para Sergipe (-5,7%), Rondônia (-5,3%) e Tocantins (-4,2%). Por outro lado, as taxas positivas foram no Espírito Santo (0,8%), Paraíba (0,7%) e Amapá (0,1%).

Frente a julho de 2021, a variação das vendas no comércio varejista foi de -5,2% com resultados negativos em 20 das 27 UFs, com destaque para: Rondônia (-24,1%), Tocantins (-11,4%) e Acre (-11,3%). Por outro lado, pressionando positivamente, figuram sete UFs, com destaque para Roraima (10,1%), Alagoas (5,8%) e Ceará (2,5%).

Já no comércio varejista ampliado, a variação ante julho de 2021 foi de -6,8% com resultados negativos em 26 das 27 UFs, com destaque para: Pernambuco (-14,0%), Bahia (-13,9%) e Rondônia (-12,9%). Houve alta apenas em Roraima (1,5%).

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



## Semana de 22 a 26 de agosto

Os gráficos a seguir apresentam os resultados das pesquisas **MAPA** - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e **ONDA** - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços do período de 22 a 26 de agosto, estudos realizados pelo after.lab.

### MAPA

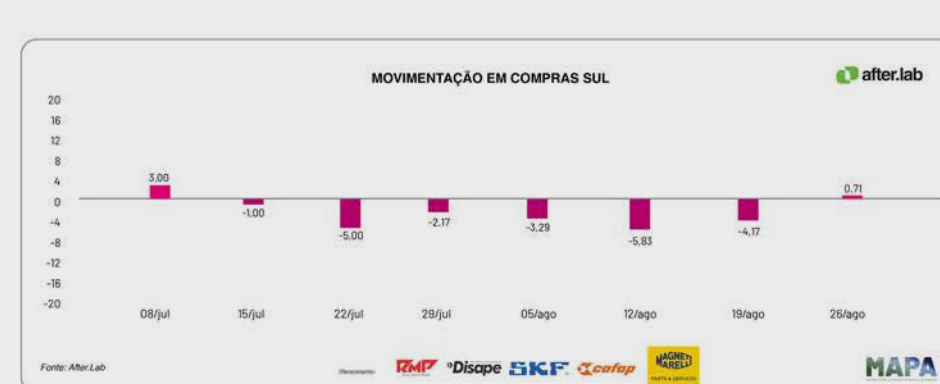
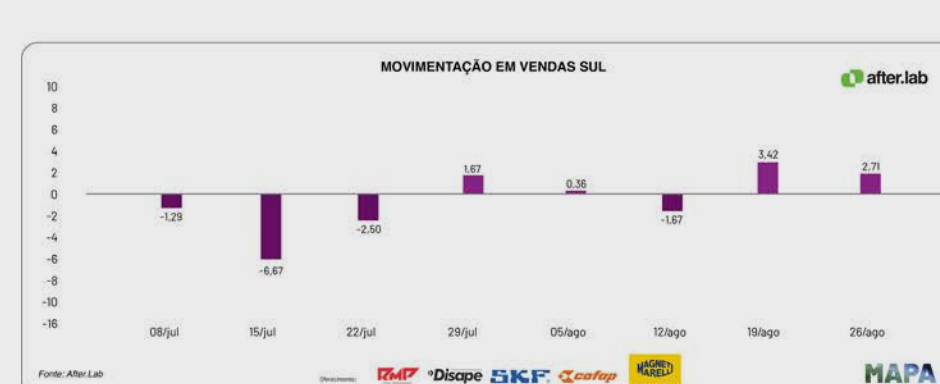
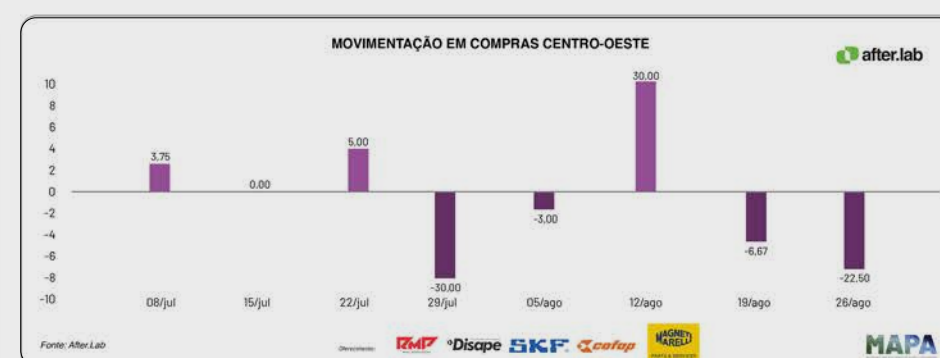
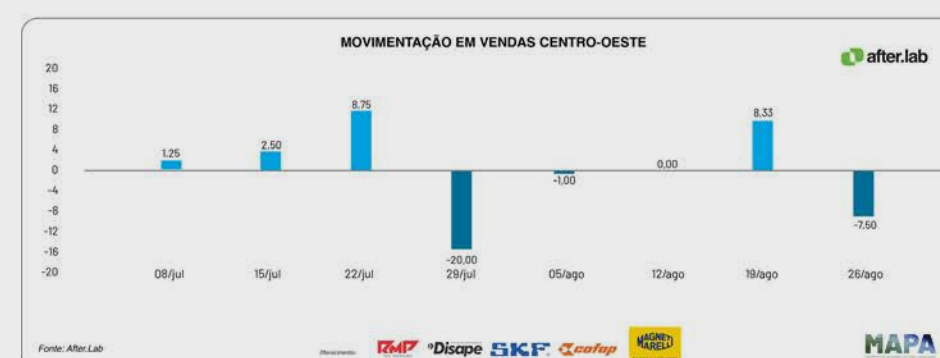
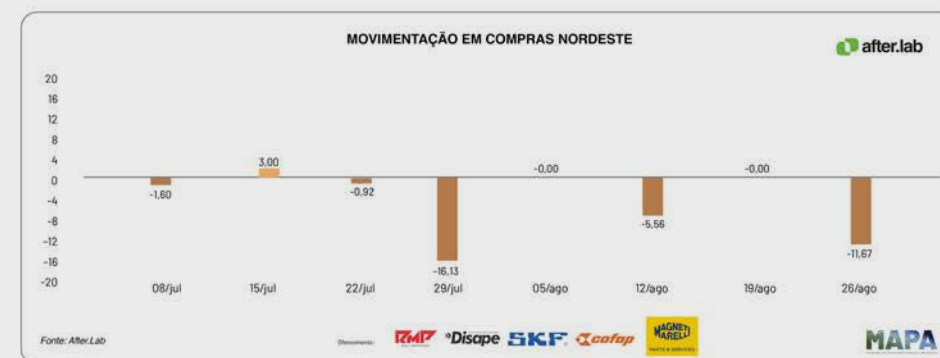
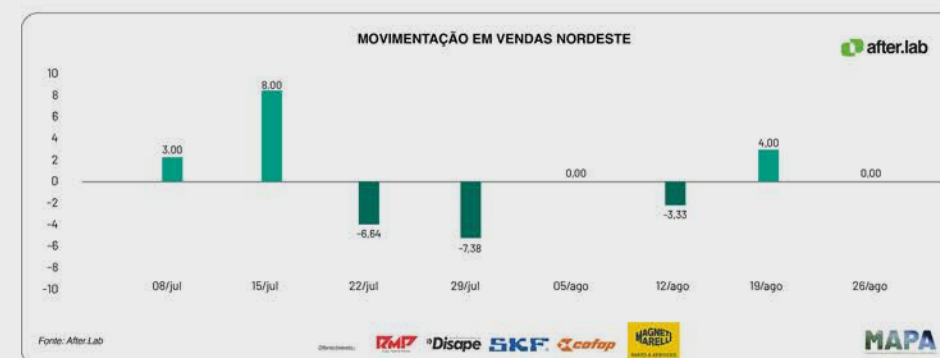
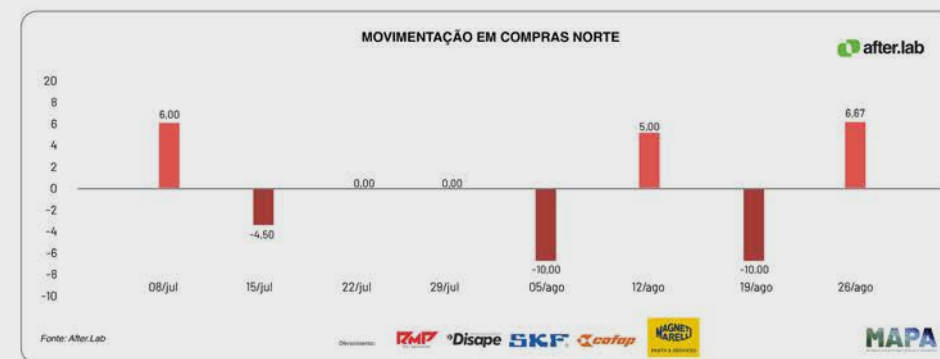
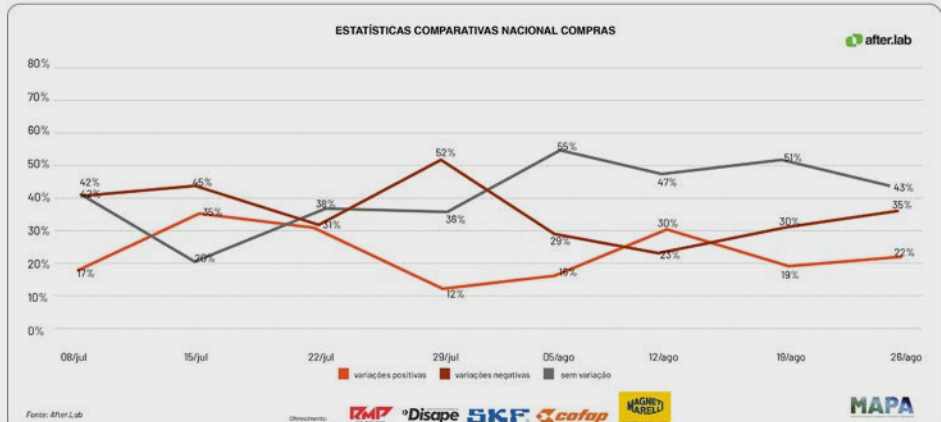
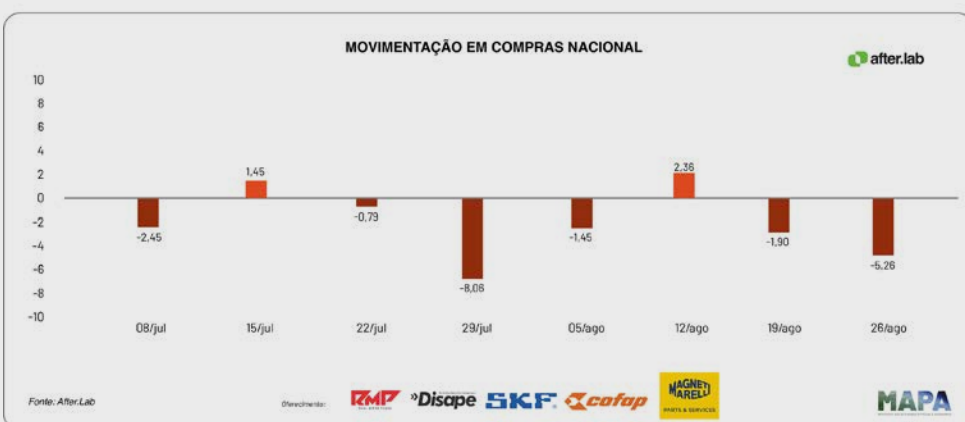
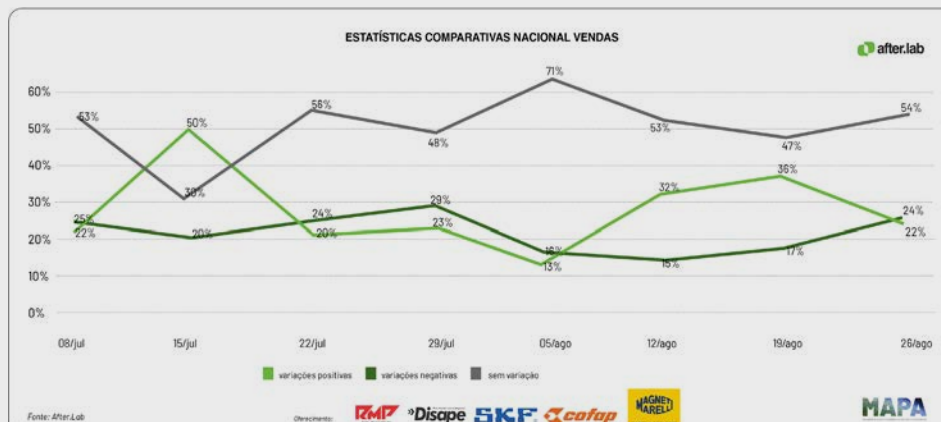
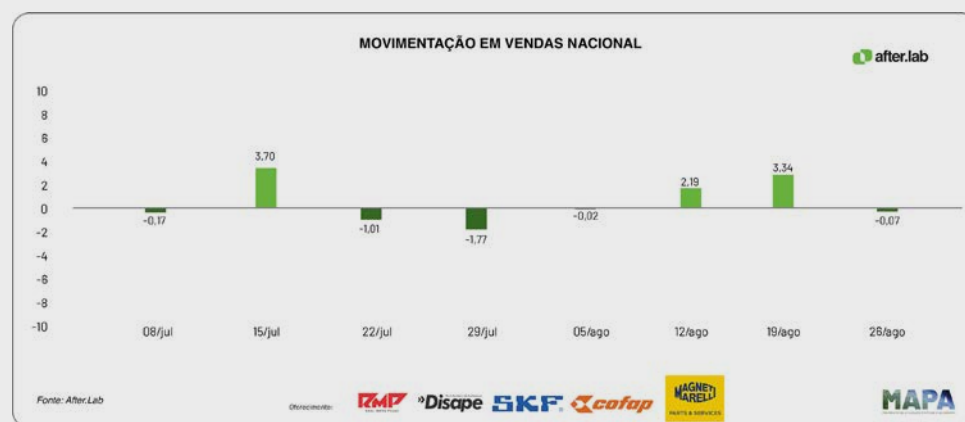
O gráfico de vendas nacionais do varejo de autopeças voltou a cair. Os dados apurados pelo MAPA revelam um recuo de -0,07% na média nacional ponderada no período em análise. Os índices regionais de vendas trazidos pelos profissionais do after.lab têm as seguintes variações: 3,33% no Norte; variação zero no Nordeste; -7,5% no Centro Oeste; -0,16% no Sudeste; e 2,71% no Sul.

Os gráficos de estatísticas comparativas revelam que a estabilidade nas vendas subiu de 47% para 54% dos entrevistados. O índice de varejistas que venderam mais no período teve queda, passando de 36% para 22% da amostra. Finalmente, os varejistas que venderam menos na semana subiram de 17% para 24% dos entrevistados.

Seguindo a curva de vendas, as compras apresentaram queda nesta semana. A média nacional ponderada foi de -5,26%.

Na variação semanal regional das compras, 6,67% no Norte; -11,67% no Nordeste; -22,5% no Centro Oeste; -3,39% no Sudeste; e 0,71% no Sul.

No comportamento de compras, a estabilidade caiu de 51% para 43% dos varejistas pesquisados. As lojas que compraram mais passaram de 19% para 22% da amostra e as que compraram menos subiram de 30% para 35%.



**ONDA**

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

O índice apurado pelos profissionais do after.lab no período revelou mais uma vez média nacional ponderada negativa para o abastecimento de autopeças no varejo, com índice de -6,74%.

Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do Brasil apuraram os seguintes resultados: -10% no Norte; variação zero no Nordeste; 1% no Centro-Oeste; -7,42% no Sudeste; e -12,86% no Sul.

Os itens em geral lideram o ranking da falta de produtos com 19,4% das respostas, seguidos por componentes de suspensão, com 16,1%, e correias, com 9,7%.

A estabilidade do abastecimento subiu de 43% para 50% dos varejistas entrevistados.

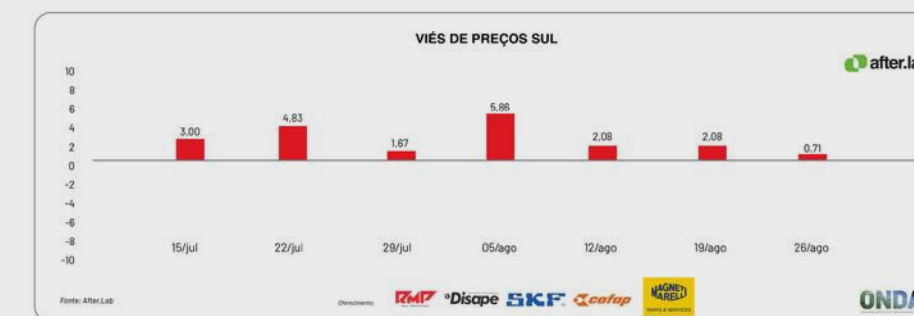
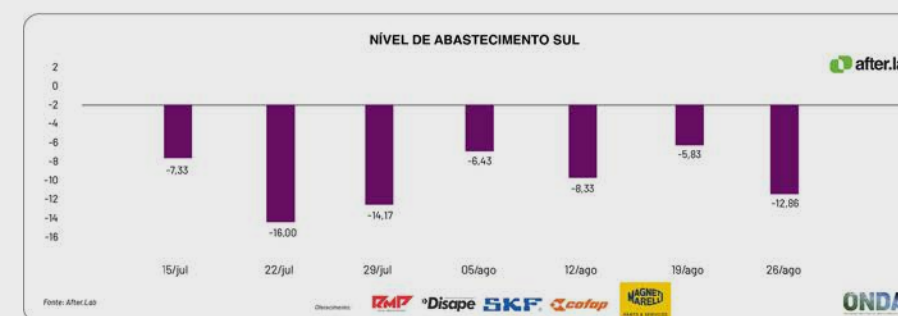
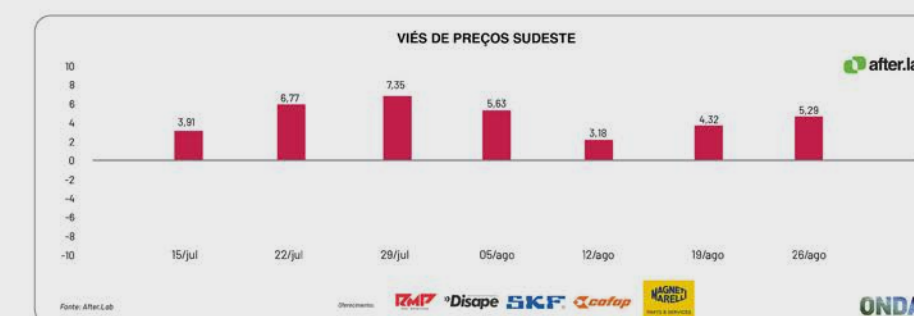
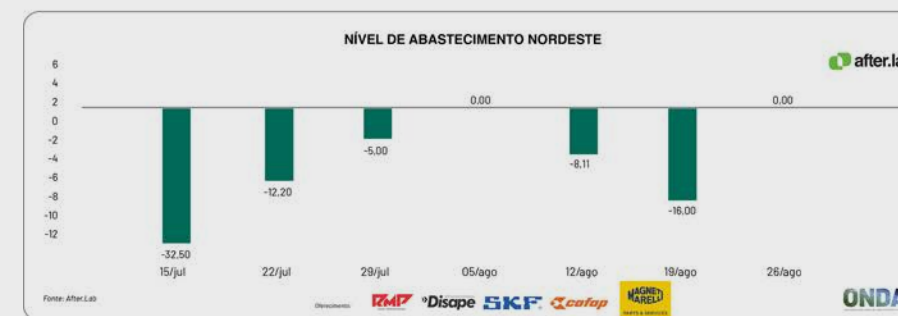
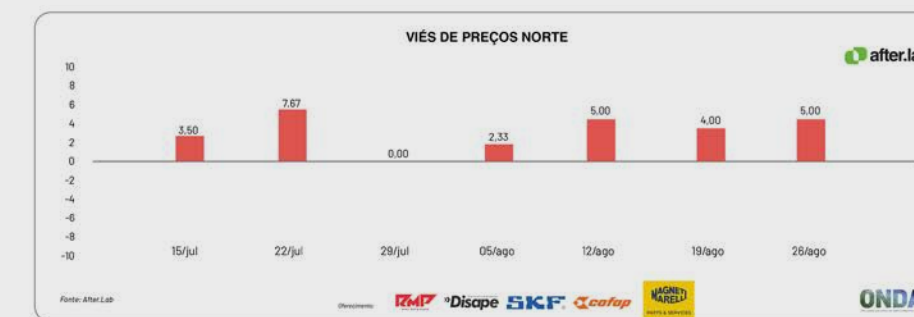
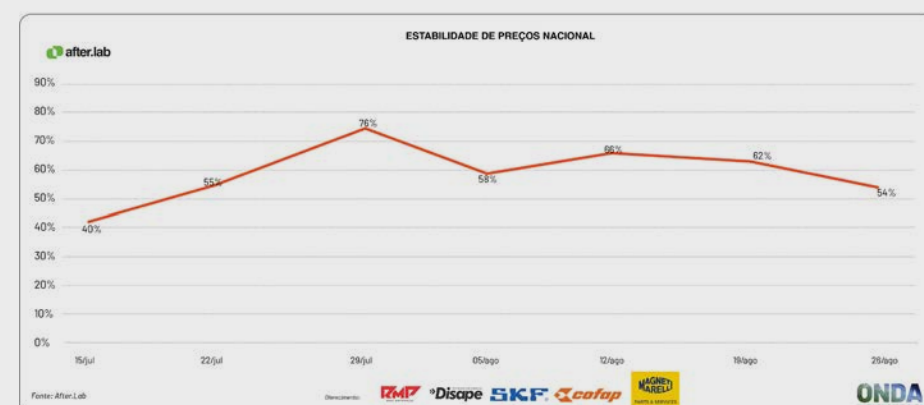
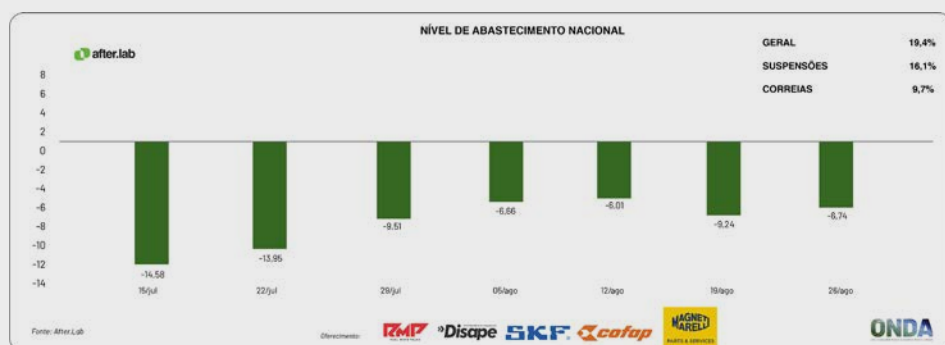
Já os preços ao varejo continuam mantendo trajetória inversa à do abastecimento, com percepção contínua de alta. O viés nacional no período foi de 4,87%.

A região Norte apontou alta de 5% no viés dos preços. Nas demais, 8,33% no Nordeste; 5% no Centro-Oeste; 5,29% no Sudeste; e 0,71% no Sul.

Os itens em geral lideram o ranking da alta de produtos com 28,6% das respostas, seguidos por óleos lubrificantes, com 23,8%, e ferragens, com 19%.

A estabilidade de preços ao varejo recuou de 62% para 54%.

Acompanhe semanalmente nas plataformas digitais do Novo Varejo os resultados atualizados das pesquisas MAPA e ONDA, uma realização do after.lab, empresa de inteligência de mercado do grupo Novomeio Hub de Mídia.



**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**



# Semana de 29 de agosto a 02 de setembro

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 29 de agosto a 02 de setembro. Os estudos são realizados pelo after.lab, empresa de pesquisas e inteligência de mercado do grupo Novo Meio.

## MAPA

As vendas do varejo brasileiro de autopeças voltaram a apresentar desempenho negativo. A média nacional ponderada no período ficou em -0,08%.

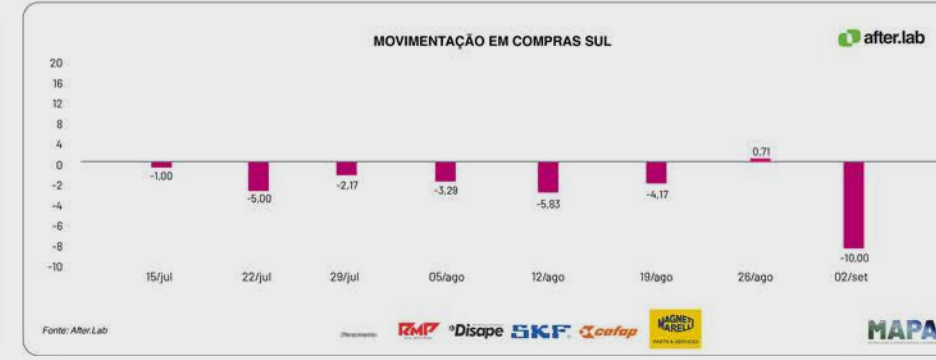
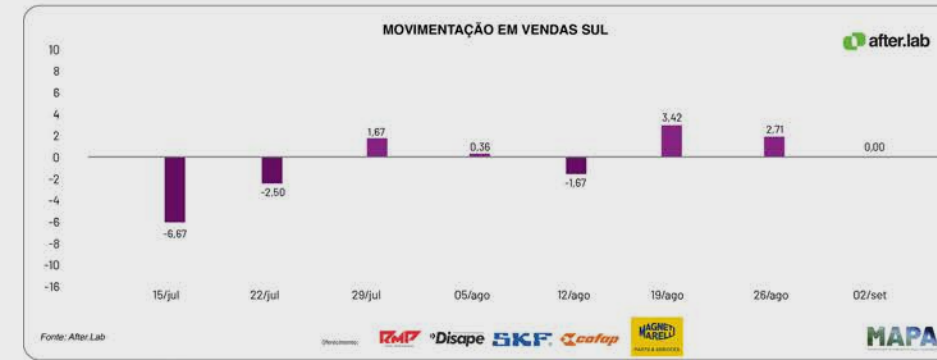
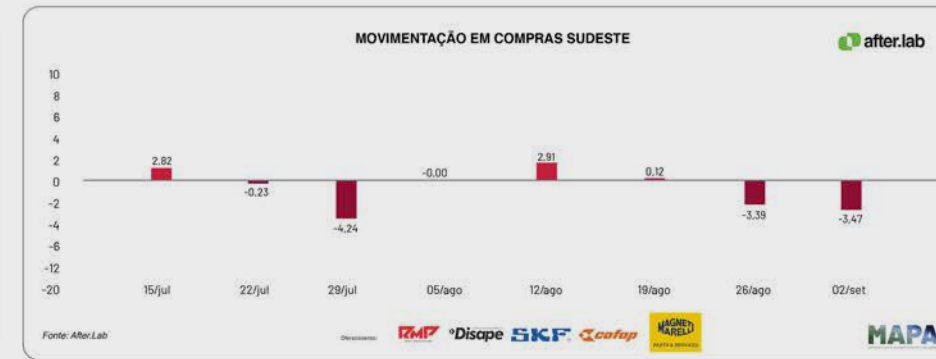
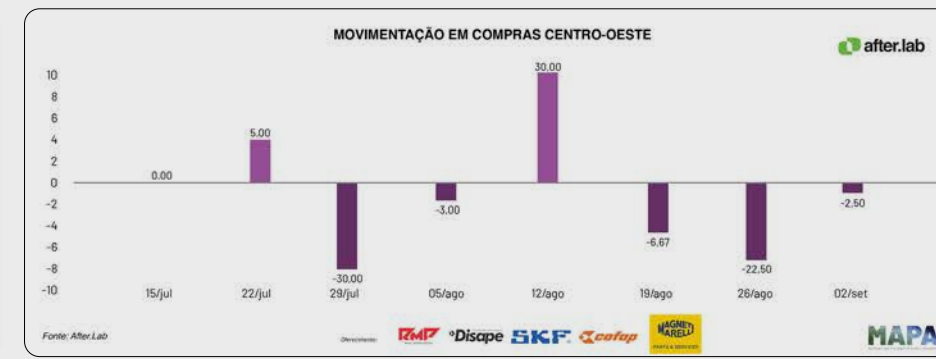
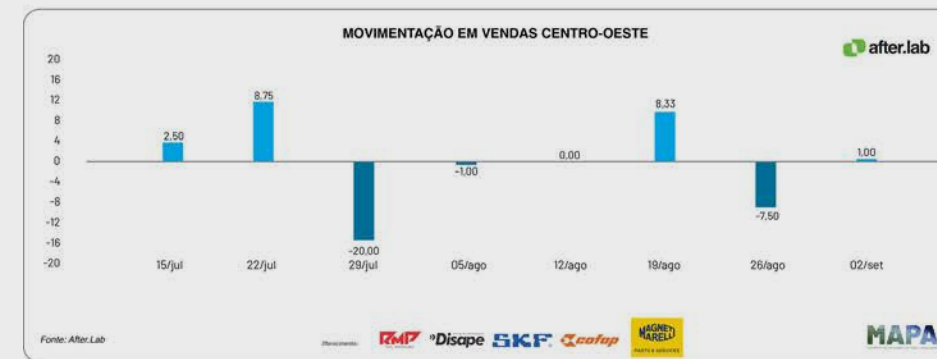
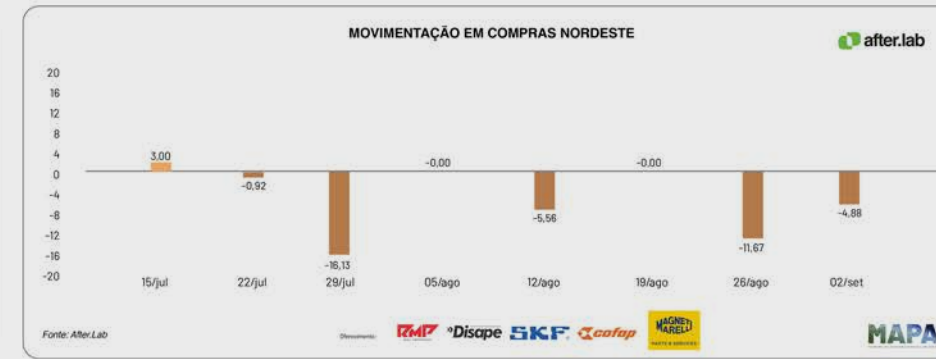
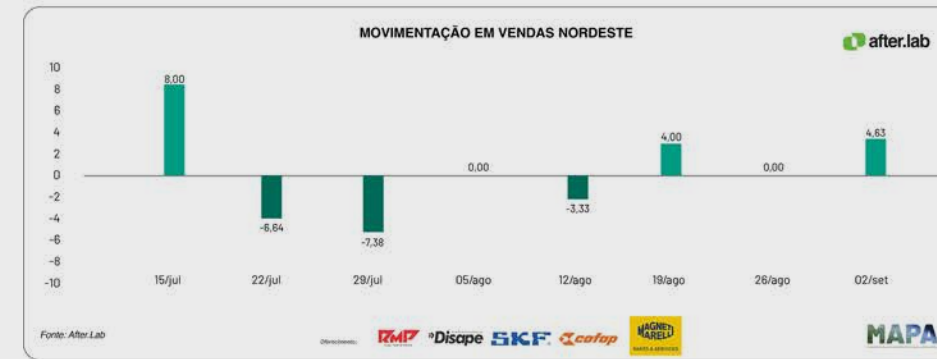
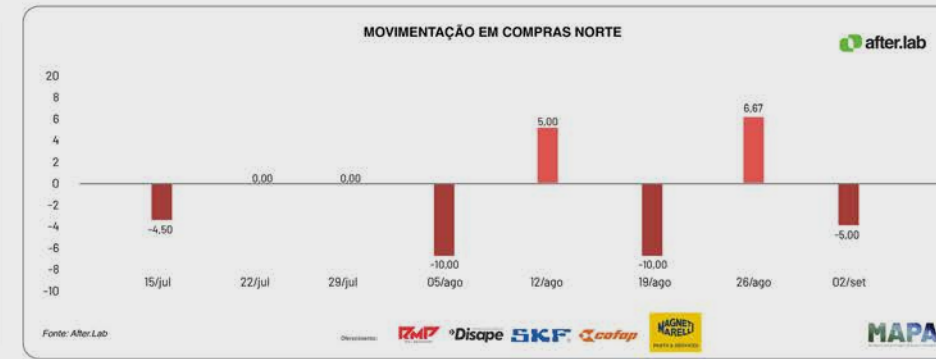
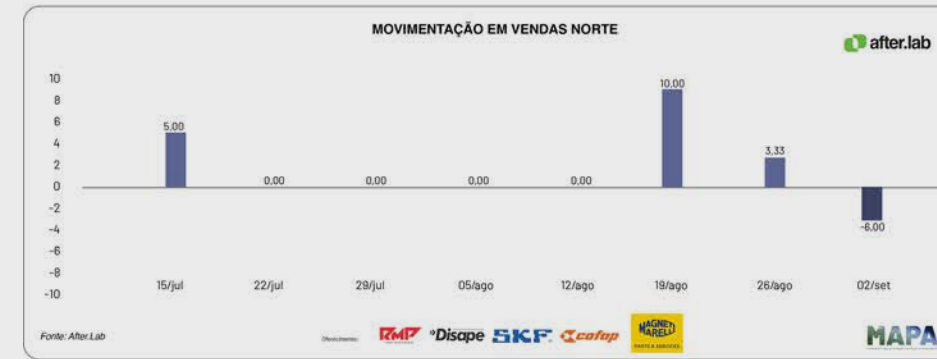
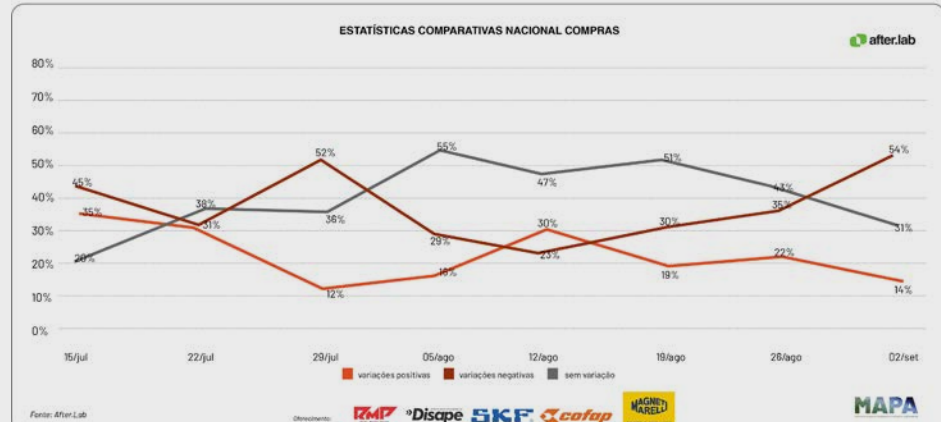
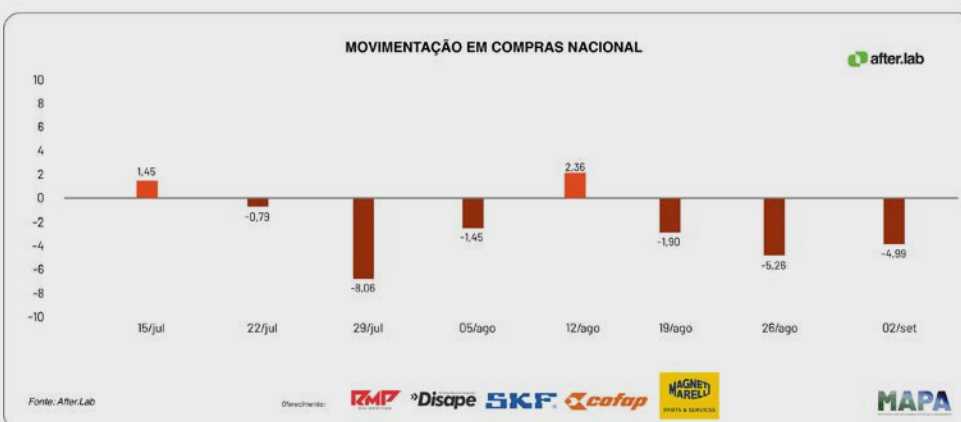
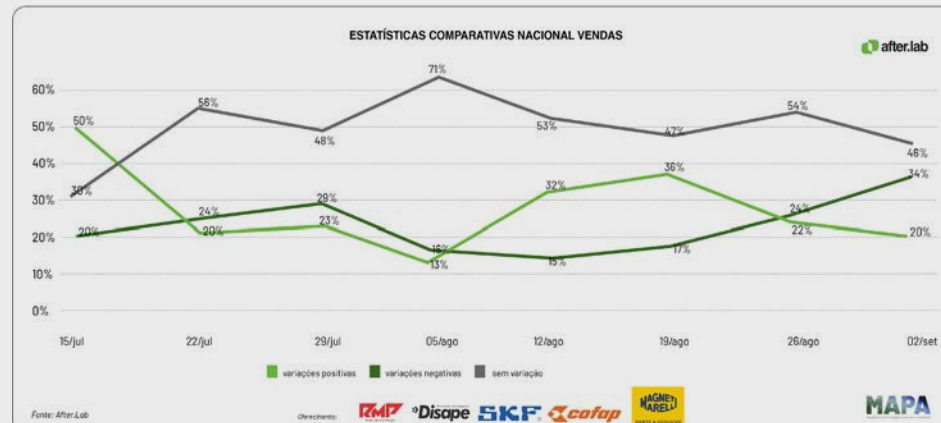
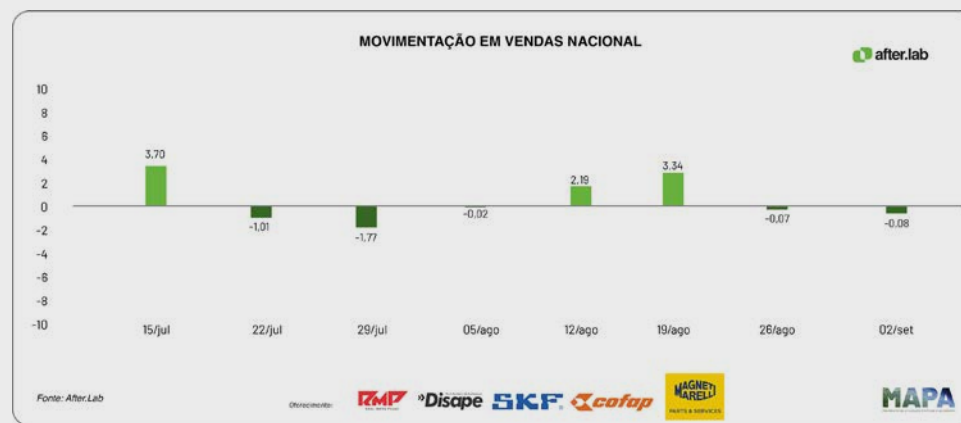
Na apuração regional das vendas, -6% no Norte; 4,63% no Nordeste; 1% no Centro Oeste; -1,35% no Sudeste; e variação zero no Sul.

Os gráficos de estatísticas comparativas mostram que a estabilidade nas vendas foi de 54% para 46% dos varejos entrevistados. Os varejistas que venderam mais caíram de 22% para 20% e os que venderam menos subiram de 24% para 34%.

As compras do varejo voltaram a cair. A média nacional ponderada na semana foi de -4,99%.

Na divisão regional, os índices de variação nas compras no período foram: -5% no Norte; -4,88% no Nordeste; -2,5% no Centro Oeste; -3,47% no Sudeste; e 10% no Sul.

No comportamento de compras, a estabilidade caiu de 43% para 41%. As variações positivas caíram de 22% para 14% e as negativas subiram de 35% para 54% dos entrevistados.



**ONDA**

Mais uma vez, nenhuma alteração nas tendências de abastecimento e preços no período de 29 de agosto a 02 de setembro. A ruptura no abastecimento de autopeças permanece desde o início da realização da pesquisa ONDA. A média nacional ponderada nesta semana ficou em -8,27%. Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do Brasil mostram: variação zero no Norte; -11,88% no Nordeste; -10% no Centro-Oeste; -6,18% no Sudeste; e -11,67% no Sul.

Os itens em geral responderam por 20% do desabastecimento, seguidos por componentes de suspensão, com 16%, e correias, com 12%.

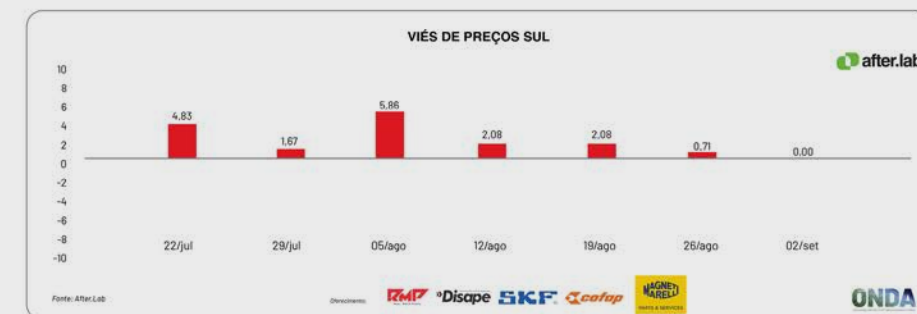
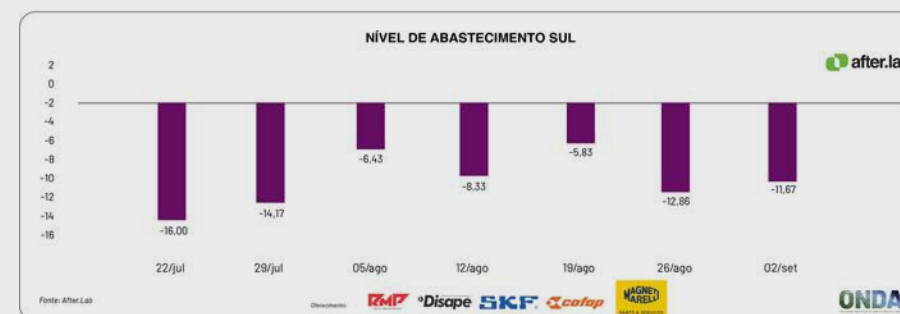
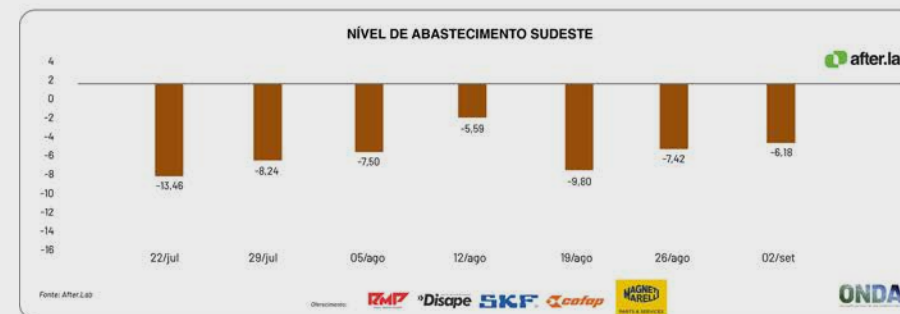
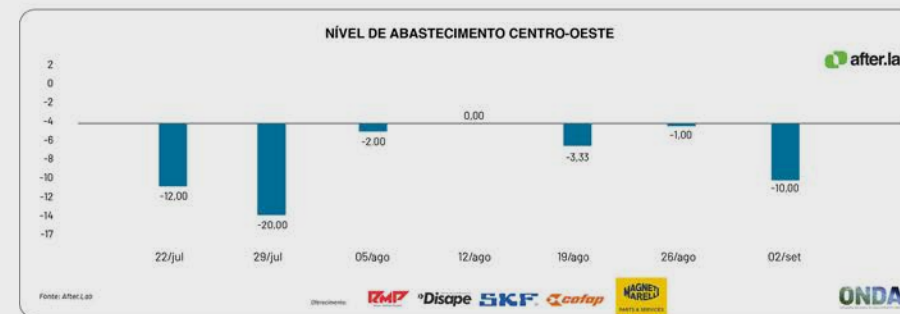
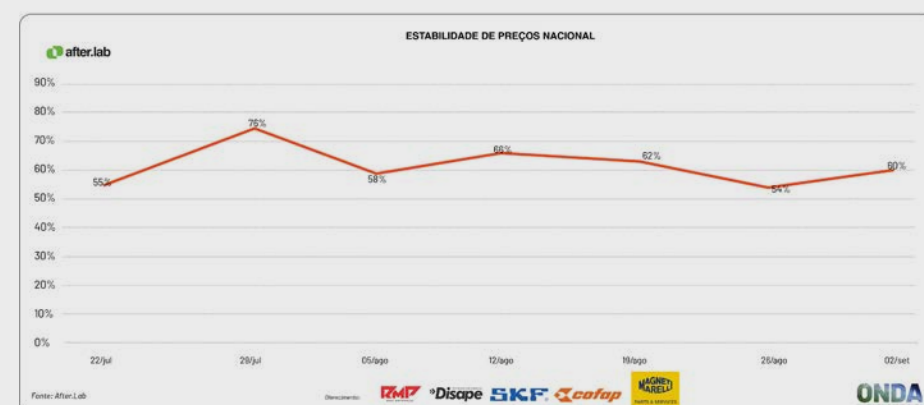
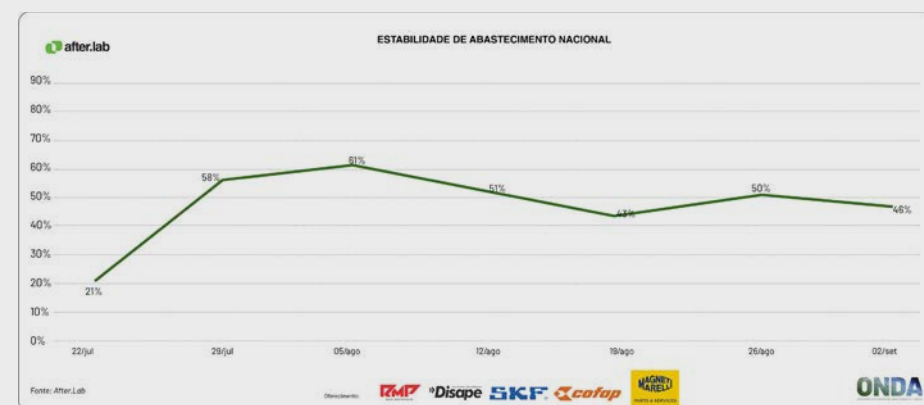
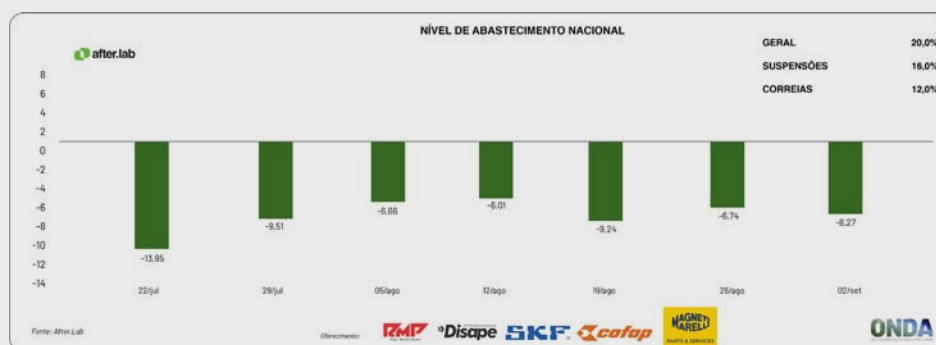
A trajetória de preços continua a sustentar o longo histórico de inflação. O viés nacional apurado no período mostra média nacional ponderada de 2,52%.

A percepção de alta nos preços por parte dos varejistas se deu em quatro das cinco regiões do Brasil, com viés de 5% no Norte; 4,38% no Nordeste; 2,67% no Centro-Oeste; 2,59% no Sudeste; e variação zero no Sul.

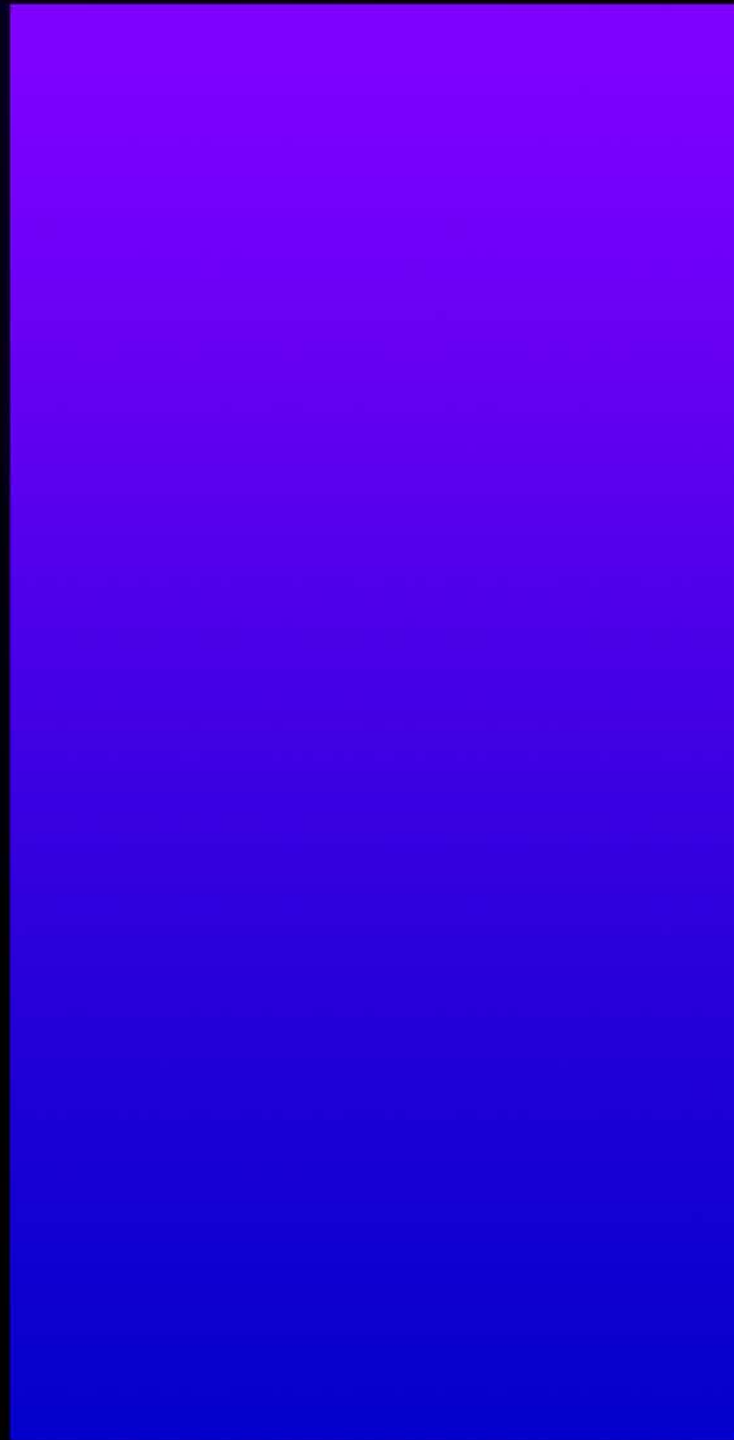
Os itens em geral responderam por 23,5% das percepções de alta nos preços, seguidos por óleos lubrificantes, com 35,3%; e componentes de suspensão, com 17,6%.

A estabilidade no abastecimento caiu de 50% para 46% dos entrevistados. Em relação aos preços, a curva de estabilidade subiu de 54% para 60% dos varejistas no período.

Os índices apurados pelas pesquisas MAPA e ONDA são atualizados semanalmente e disponibilizados para consulta em todas as plataformas digitais do Novo Varejo Automotivo. Acompanhe as divulgações e fique por dentro do desempenho do varejo com os índices mais atualizados do mercado.



A NOVOMEIO AGORA É A



# Nhm<sup>®</sup>

Novomeio  
hub de mídia

# HUB

Somos a reação de uma geração conectada, com sede de criação e competência técnica e mercadológica para informar, entreter, abastecer e desenvolver conteúdos para múltiplas esferas de atividades, interesses e experiências. Uma manifestação nascida nos tradicionalismos noventistas e renascida das urgências contemporâneas. Um hub entre o que é, o que já foi mas ainda pode ser, e o que para sempre será, um encontro entre o novo e o meio.



Nhm<sup>®</sup>  
Novomeio  
hub de mídia



Nhm<sup>®</sup>  
Novomeio  
hub de mídia



Nhm<sup>®</sup>  
Novomeio  
hub de mídia



Nhm<sup>®</sup>  
Novomeio  
hub de mídia



Nhm<sup>®</sup>  
Novomeio  
hub de mídia



Nhm<sup>®</sup>  
Novomeio  
hub de mídia



# + 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.**

