



novovarejo

automotivo

Carta de Fortaleza une mercado em busca de representatividade

Entidades nacionais do aftermarket automotivo assinam documento que tem por objetivo unificar discursos e fortalecer o setor na defesa de seus direitos.

DESCUBRA ONDE FAZER A MELHOR COMPRA DE PEÇAS

PARA AS LINHAS LEVE, PESADA, MOTOS E ACESSÓRIOS.

Pellegrino



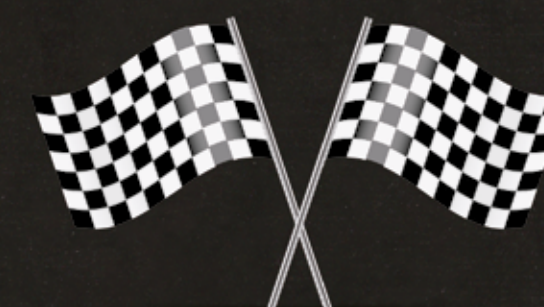
**VELOCIDADE
FAZ PARTE**



**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



Casamento ‘de papel passado’

A união das entidades do aftermarket automotivo tem sido construída ao longo dos últimos meses e este processo foi acompanhado de perto pelo Novo Varejo. Na edição digital de 15 de julho, por exemplo, mostramos os passos dados para a criação de uma política setorial e a mobilização em favor da liberdade de escolha do consumidor – questão que é foco do movimento Right to Repair que, por sua vez, também vem merecendo ampla cobertura em todas as nossas plataformas de comunicação.

Esta edição que você começa a ler agora traz a conclusão deste processo de ‘desindividualização’ a partir da assinatura da Carta de Fortaleza. Dedicamos várias páginas ao tema – começando já pela entrevista a seguir – porque entendemos que este provavelmente será o fato mais importante para o mercado em 2022.

Como mostra nossa reportagem de capa, não é de hoje que o aftermarket automotivo vem buscando alternativas para atuação em conjunto, fortalecendo sua representatividade e sendo, com isso, mais efetivo na defesa legítima de seus interesses e direitos.

Boas ideias e boas iniciativas nunca faltaram. Em palestra realizada no Sincopex de São Paulo em 6 de julho, o consultor Sergio Alvarenga – que já exerceu funções em todas as entidades do mercado de reposição – recordou algumas delas: em 2002, o diagnóstico da Integration apresentou ameaças e oportunidades das entidades e do mercado; em 2008, o Carro 100% levantou a bandeira da manutenção preventiva e da aproximação com o dono do carro; em 2015, o diagnóstico da Roland Berger tentou elucidar a cadeia de valor, seus gargalos e caminhos; em 2018, foi realizada a Perspectiva McKinsey do mercado de reposição.

É claro que todas estas ações – e há muitas outras mais – contribuíram para alguma evolução no devido momento, mas o legado acabou sendo pouco relevante. São diferentes as razões para que as iniciativas conjuntas do aftermarket automotivo tenham baixa continuidade. Talvez uma delas seja o fato de que o planejamento pode até ocorrer em conjunto, mas após a concretização da ideia, cada elo segue seu destino individualmente tentando potencializar apenas os resultados de seu interesse.

A necessidade de uma integração destes elos de forma organizada já havia sido percebida pelo próprio mercado. A tentativa mais efetiva foi a criação do GPE - Grupo de Planejamento Estratégico, que se tornaria mais tarde o Grupo de Manutenção Automotiva (GMA). Outra ação que não teve continuidade.

Agora, toda a experiência adquirida nestes últimos mais de 20 anos de trabalhos e tentativas pode e deve ser parâmetro para que a nova Carta de Fortaleza concretize de uma vez por todas o pensamento conjunto que irá proporcionar a nosso setor a representatividade que sempre lhe faltou. Além das entidades envolvidas, existe por trás um planejamento sólido de importantes ações que serão desenvolvidas daqui pra frente. Todo o aftermarket automotivo aplaude a iniciativa e aguarda bons resultados desta união.

Nhm
www.novomeio.com.br

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

Diretor Geral
Claudio Milan
(claudio@novomeio.com.br)

Diretor Comercial e de Relações com o Mercado
Paulo Roberto de Oliveira
(paulo@novomeio.com.br)

Diretor de Criação
Gabriel Cruz
(gabriel.cruz@wpm.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 - #371 1 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



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

**+ 100
MARCAS.**

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

**+ 54 MIL
PRODUTOS DISPONÍVEIS.**



Acesse nosso portfólio com sua câmera.



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



Acesse nosso catálogo e conheça nossos produtos.





Entidades do aftermarket independente assinam compromisso de união para buscar a necessária representatividade que o setor nunca teve, mas sempre precisou. Leia nesta edição a íntegra da Carta de Fortaleza.

18

14 A queda nas vendas de carros novos e o consequente incremento na comercialização de veículos usados vêm trazendo bons números ao aftermarket, conforme dados exclusivos trazidos pela Fraga.

Reparadores elegem seus melhores fornecedores na 13ª edição do Prêmio Sindirepa-SP. Vencedores foram anunciados na FIESP.

44

Enquanto boa parte do chamado primeiro mundo caminha para a propulsão elétrica, a tecnologia dos veículos híbridos com uso do etanol pode ser a solução mais adequada para o Brasil.



34

08 Ranieri Leitão, presidente do Sincopeças Brasil, fala sobre a importância da Carta de Fortaleza e traz informações sobre o desempenho do mercado no Ceará.

Digitalização de processos é essencial para a administração enxuta do estoque

Big data e inteligência artificial são conceitos que cada vez devem fazer parte da gestão dos varejos de autopeças, independentemente do porte das lojas, conforme demonstrou o Novo Varejo 271

Nos últimos anos uma das ações importantes para a eficiência na gestão da empresa tem sido a redução de gastos desnecessários. Isso é algo que está diretamente relacionado ao estoque. Conhecer a demanda ideal para atender com qualidade o consumidor tornou-se um desafio e a chave para um negócio bem-sucedido. Uma vez que produtos em excesso acarretam custos desnecessários com estoques, não ter o produto no momento em que o consumidor precisa também trará consequências que afetam diretamente a experiência do cliente, introduziu a reportagem principal da edição 271 do Novo Varejo. O texto demonstrava que a exatidão na previsão da demanda poderia reduzir em média 15% o volume dos estoques e aumentar o atendimento dos pedidos em 17%. Tal estatística impacta diversas

áreas de eficiência do varejo, não se limitando à elevação do faturamento em vendas. As ordens de pedidos não atendidas fazem com que o consumidor vá procurar em outro estabelecimento o produto não encontrado – o que pode significar não apenas a perda de uma venda esporádica, mas a fidelização do cliente pela empresa concorrente. Para evitar problemas, a reportagem enumerava cinco mandamentos da gestão de estoque: quanto mais área se ocupa com armazenagem, menos área se torna disponível para vendas; um lugar para cada item e um item em cada lugar; nunca estoque o que for desnecessário; o estoque não deve estar alto quando o caixa está baixo; e o nível dos estoques deve acompanhar a produção/venda dos produtos.

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 resolvemos vidas



Ranieri entende que união é a melhor estratégia para que setor seja visto pelo poder público

Quem não é visto, não aparece

União do mercado a partir da Carta de Fortaleza é estratégia para fazer com que o poder público finalmente enxergue a força do aftermarket independente, conforme explica Ranieri Leitão

Foram muitas as batalhas perdidas nos últimos anos por falta de representatividade. Embora nosso aftermarket automotivo seja o quarto maior do mundo, o setor sempre esteve em desvantagem na defesa de seus legítimos interesses junto às esferas do poder.

Com a união decretada em 16 de agosto – concretizada por meio da Carta de Fortaleza, divulgada um dia antes da abertura da Autop, a feira de autopeças do Ceará – as associações que congregam entidades de representação do mercado esperam mudar este cenário.

A partir de agora, as ações serão definidas em conjunto, por “um só corpo”, como diz Ranieri Leitão, presidente do Sincopeças Brasil, Sincopeças Ceará, Assomotos e Assopeças. Liderança de grande influência no Nordeste brasileiro – e no país como um todo – Ranieri foi um dos convidados do Diálogo Automotivo em agosto, programa da a.tv, o canal de conteúdo em vídeo do mercado de manutenção veicular.

A entrevista a seguir traz um resumo da conversa que tivemos com ele ainda durante a realização da Autop – e cuja íntegra você pode assistir em [youtube.com/c/ATVmidia](https://www.youtube.com/c/ATVmidia)

Novo Varejo - Um dos temas mais importantes do mercado neste momento é a Carta de Fortaleza. O que este documento representa?

Ranieri Leitão - A carta representa muito para mim, para todos nós e o setor automotivo como um todo. Eu acrescento

que era meu grande sonho, que a gente pudesse se desnudar de toda vaidade, todo orgulho e termos o setor trabalhando unido, todas as entidades nacionais. Essa oportunidade chegou e a gente tem que abraçar com garra e levar à frente nosso projeto para encontrarmos soluções para os problemas do setor em todo o Brasil.

NV - Como esta união irá proporcionar na prática a representatividade, inclusive nas esferas políticas, que o mercado tanto precisa?

RL - Até então, o que acontecia? O Sincopeças Brasil fazia suas ações, o Sindirepa fazia as dele, assim como Andap, Sicap e Conarem, e a gente pouco conversava sobre elas. Nós encontramos esse caminho para unir as ideias, estarmos juntos nas ações que vamos realizar. Em todas as ações do Sincopeças Brasil daqui pra frente – ou o Sincopeças de algum estado – a gente vai se comunicar com o grupo, que chamamos União Brasil, e não é o partido político.

NV - A união dará origem futuramente a uma nova entidade nacional? Haverá um porta-voz para representar o grupo?

RL - A individualidade de cada entidade vai prevalecer. Porém, o que a gente vai prospectar de ideias será o momento em que teremos que nos comunicar, para que todos falem a mesma língua. O que a gente precisa? Que o poder público entenda que somos um corpo só, que estamos fazendo pelo setor como

um todo. Tudo o que eu for fazer daqui pra frente eu vou fazer possibilitando que meus pares possam perceber meu trabalho e a gente faça as coisas acontecerem juntos. É interessante o que o Sindirepa ou o Sincopeças está fazendo? Então vamos fazer juntos. É só assim que seremos vistos e lembrados pelo poder público. Não tem outro jeito. Nós não temos padrinho político nacional. Não temos um congressista eleito pelo setor. Então precisamos mostrar que estamos unidos, é preciso que sejamos vistos. E como o Rodrigo Carneiro diz, temos que parar com essa ideia de ser vira-lata. A gente tem um setor importante para a economia do Brasil, nós somos o quarto mercado de aftermarket do mundo. Isso é muito importante. E temos que aproveitar, pensar grande. E pensar juntos. Com isso a gente cria uma ambiência que vai fortalecer o setor, eu não tenho dúvida disso.

NV - O próprio mercado em grande parte não tem consciência de sua importância para o país.

RL - Essa grandeza precisa ser vista. Primeiro por nós. Temos que ser vistos e lembrados como um setor forte, representativo, que paga seus impostos, que contribui para o Brasil crescer. E na hora em que o poder público enxergar a gente dessa maneira, estaremos surfando, nadando de braçada para alcançar nossos objetivos.

NV - Quais são as principais pautas do aftermarket automotivo hoje?

RL - Em minha opinião – e eu não quero convencer, mas combinar com nossos amigos – a inspeção técnica veicular é uma pauta importante. É necessário que o Brasil pense nisso. Eu acho que, assim que passar a eleição, temos que ir a Brasília e buscar a solução para esse problema. Até porque nós temos um alibi em relação à ITV: podemos contribuir com a redução dos custos para a saúde do Brasil se tivermos a ITV. A segunda pauta é o direito à reparação. Isso é de comum acordo entre nós. Precisamos encontrar uma solução para termos o direito à reparação. Para que nossas oficinas possam trabalhar normalmente sem precisar passar o chapéu nas montadoras e nas concessionárias. Isso é ridículo. Porque nós somos tão fortes quanto eles; aliás, nossas oficinas são mais aparelhadas do que as oficinas das concessionárias. Então por que esconder esse jogo da gente? O dono do veículo não tem interesse que o jogo seja ditado pra ele, ele quer escolher a oficina em que vai levar o carro. E a montadora tem que entender isso.

NV - Mas as montadoras têm um lobby muito forte. Como se combate isso?

RL - Eu tenho dito sistematicamente que a única forma de combater lobby é o setor estar unido. Para que o poder público possa entender que somos um corpo só. Que a gente fala a

mesma língua. Que a gente não quer nada pra nós, queremos para o nosso povo.

NV - Como vai o mercado de reposição no Ceará?

RL - Está muito aquecido. Hoje, em determinadas oficinas, leva uma semana para agendar um horário. Estão lotadas. As autopeças estão vendendo bem, os distribuidores estão vendendo bem, está todo mundo satisfeito. Há alguns problemas, como a falta de determinadas peças, e alguns carros, com isso, ficam ocupando espaço nas oficinas. Mas é passageiro, acredito que logo iremos superar. O fato é que os motores estão aquecidos.

NV - Uma questão muito importante no mercado de reposição é o treinamento, tanto técnico quanto de gestão. Quais são as ações de todo o sistema que você comanda no Ceará em favor do aprimoramento das pessoas do setor?

RL - Nós temos uma responsabilidade e não abrimos mão disso. É a qualificação, tanto dos gestores quanto dos profissionais. No Ceará, de segunda a quinta-feira nós temos todas as noites qualificação no nosso sistema Sincopeças Assopeças Assomotos. Pelo menos umas 80 pessoas são treinadas por dia, geralmente são cursos de uma semana. E o que mais me dá prazer é perceber as empresas melhorando a qualidade na gestão. Nada me dá mais satisfação do que chegar numa empresa e o empresário me dizer que graças ao nosso trabalho ele está positivo no banco e comprando a vista. Não tem coisa melhor do que isso. É o combustível que me move.

NV - Uma questão que vem sendo debatida pelo aftermarket é a Substituição Tributária para autopeças. Alguns estados já saíram do regime e essa diferenciação vem causando discrepâncias no mercado. Qual é o impacto da ST hoje para o setor?

RL - Eu sempre tenho dito a meus pares que não é fácil a gente sair de um regime de tributação. Fica muito mais fácil se a gente conseguir conscientizar o poder público e as secretarias das fazendas dos estados sobre a necessidade de baixar as alíquotas das Margens de Valor Agregadas. Porque a Substituição Tributária não é o percalço. Ela é interessante, porém a fome da tributação é que faz mal ao nosso setor. Aqui no Ceará nós conseguimos com o apoio do governador, sensibilizando o secretário de Fazenda, que nós tínhamos que ter uma MVA menor. No Brasil nós temos hoje uma MVA média de 90% a 95%. Nós conseguimos que no Ceará fosse 40%, além do benefício fiscal que a gente tem aqui. Isso é algo que nós conquistamos sensibilizando nossos governantes para que eles pudessem enxergar que quanto menor fosse a carga tributária maior seria a arrecadação. E nós provamos que isso era verdade e conseguimos. Reduziu-se a carga tributária do



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

Sama, 100 anos de tradição, evolução e crescimento.

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

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

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

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

Consulte o regulamento completo e participe!

Ceará e tivemos ganhos nos tributos dentro do estado. Como se explica isso? As pessoas param de sonegar. Perceberam claramente que com uma carga tributária menor, se sonegava menos. E a prova taí.

NV - Você entende que se justifica a concessionária ter uma Margem de Valor Agregado diferente do mercado de reposição independente?

RL - Não justifica. Por mais que eles tentem se justificar, não entra na minha cabeça essa condição. Eles dizem que há um by pass, uma etapa a mais, mas essa não é a verdade. Até porque a gente sabe perfeitamente que muitas fábricas de autopeças passam para as montadoras um preço bem diferente daquele que passam para o mercado de reposição. Não estou falando mal de nenhuma fábrica, e também não estou falando mal de nenhuma montadora, só estou dizendo que é indigesto aceitar que a concessionária tenha carga tributária menor do que o mercado independente. Aqui no Ceará, por exemplo, enquanto nosso mercado paga 40% de MVA as concessionárias pagam 26,5%. Tá errado e eu tenho batido sistematicamente nisso, e vou continuar batendo, sempre.

NV - Um tema sensível para o varejo de autopeças hoje é a digitalização, que foi bastante acelerada durante o pico da pandemia. Como vai esse processo no Ceará?

RL - Nós estamos muito atrasados. E eu tenho dito sempre aos empresários do nosso setor que eles precisam colocar um olho nas plataformas de marketplace. Queira ou não, essa moçada jovem que está aí, acostumada ao mundo digital, vai continuar comprando no digital. Não tem mais como retroagir. É questão de tempo para as pessoas se adaptarem. E eu acho que o nosso mercado tem se adaptado. Ainda bem que nosso mercado é diferente de alguns outros, o que justifica a procura pela loja física. Existem especificações na hora de comprar uma mercadoria que, se você não observar com muito cuidado e zelo, compra errado. E a gente vê isso no dia a dia dos consumidores que compram pela internet, levam a peça para a oficina e, chegando lá, a peça está errada. Em minha opinião, tem que ter esses dois mundos no nosso setor, a loja física vai continuar, mas também vai ter que ter a loja digital.

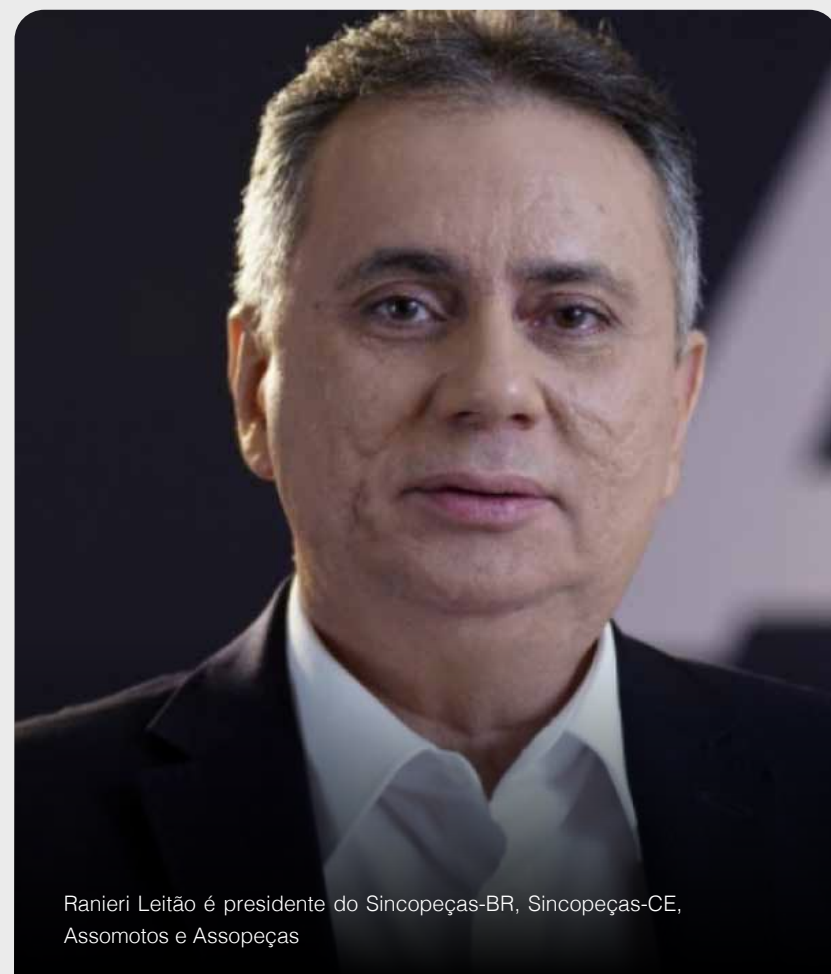
NV - A publicação da norma ABNT para os vendedores de autopeças foi uma conquista importante para o varejo. Como tem sido a adesão dos profissionais a esta norma?

RL - Como é uma ação muito recente, a gente precisa, primeiro, procurar sensibilizar os empresários e os profissionais do setor para a grande importância desse documento. Eu creio que a partir de agora é outro timing para as empresas terem profissionais mais bem qualificados. É um trabalho nosso do dia a dia, vamos fazer esse trabalho, e vamos procurar entidades

como, por exemplo, o Sebrae, que possam apostar nessa ideia e contribuir com as empresas, diminuindo os custos das empresas para poder potencializar a normalização dos seus trabalhadores. Quero dizer para todos que invistam nesse projeto, façam com que sua equipe se transforme, só você empresário pode aderir a isso e contribuir para sua empresa ter uma gestão mais eficiente. Gestão eficiente é com pessoas eficientes, profissionais mais qualificados e a norma está aí para atender, o apoio do IQA está aí para trazer a solução pra gente, o Sebrae vai nos ajudar.

NV - Entramos no período de campanha eleitoral e em seguida virá a Copa do Mundo. O ambiente estará agitado daqui pra frente. Qual é sua perspectiva para os próximos meses e para o ano que vem?

RL - Eu sempre tenho expectativa boa porque eu acredito na força do trabalho. Principalmente agora, com a Carta de Fortaleza, eu espero que estejamos verdadeiramente unidos e possamos avançar com nossas propostas. Vamos levar nossas propostas para o próximo presidente da República, vamos atuar mais fortemente no Congresso Nacional para que possamos ter mais voz e conseguir nossos objetivos. Eu acredito no nosso setor e na força do empresário de autopeças.



Ranieri Leitão é presidente do Sincopeças-BR, Sincopeças-CE, Assomotos e Assopeças

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



Posicione a câmera do seu smartphone para acessar.



Conheça nossas redes sociais:

@rmpdistribuidora

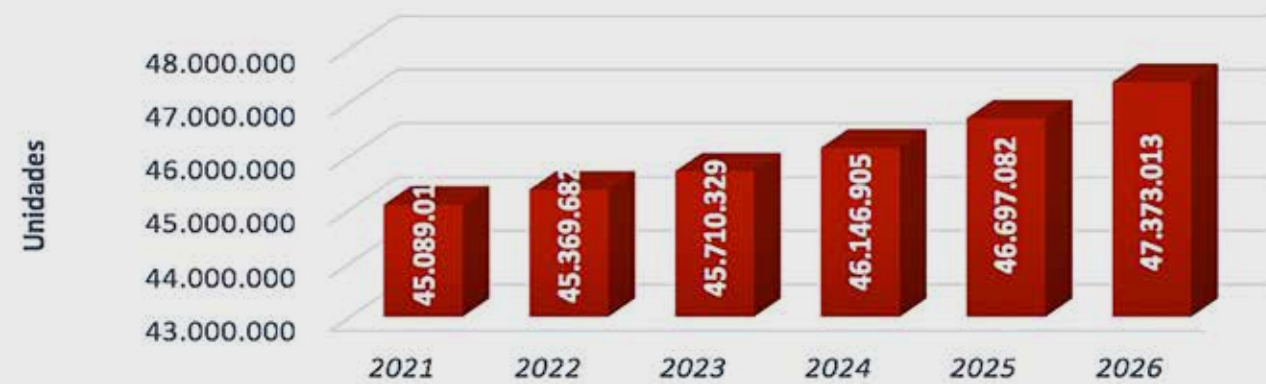
RMP



Carros usados impulsionam mercado de autopeças.

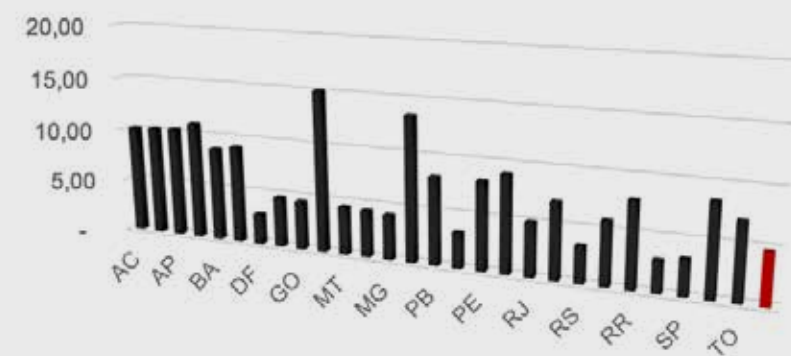
O comércio eletrônico de peças e acessórios automotivos no Brasil, sem sombra de dúvidas pode ser considerado um sucesso. Atualmente os canais digitais de vendas já somam entre 5 e 8 % do total de receitas geradas no aftermarket e devem movimentar até 8 bilhões de reais no ano de 2022. Isso sem levar em consideração o que é transacionado nas plataformas B2B dos grandes distribuidores e varejos do país.

Evolução da Frota Circulante Real e Prevista- Linha Leve



Ainda que a frota brasileira esteja crescendo constantemente, nota-se que o mercado local ainda possui grande potencial de desenvolvimento no longo prazo, principalmente quando comparado a de países de primeiro mundo. Atualmente a relação de habitantes por veículos no Brasil é de 4,73 (pessoas para cada carro leve em circulação) sendo que em estados como Maranhão e Pará essa taxa supera os 10 habitantes para cada veículo em circulação. Como se observa no gráfico:

2021 - Habitantes por Veículo Leve em Circulação no Brasil



AUTHOMIX
Qualidade Original

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

f @
authomix

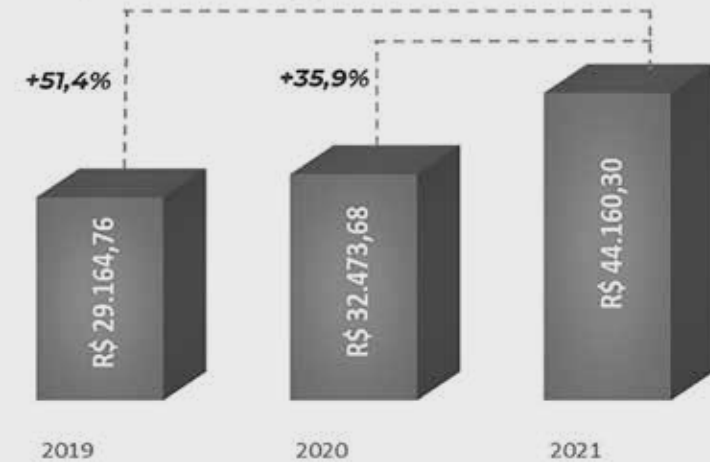
Acesse o site e confira
authomix.com.br

**UM MIX DE SOLUÇÕES
PARA SEU NEGÓCIO**

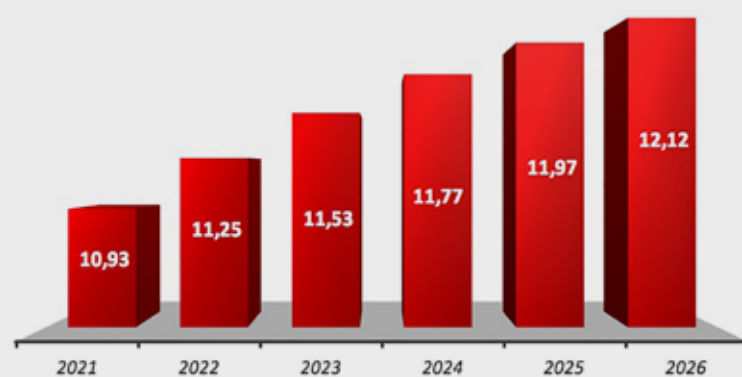


Ainda que existam infindáveis potencialidades no mercado nacional, o preço atual das unidades e o custo de mantê-las pesa significativamente na decisão do consumidor, que busca opções mais econômicas e acessíveis para adquirir seu automóvel. Os dados apresentados no gráfico à direita apontam que nos últimos três anos, o valor médio dos veículos leves zero km sofreu uma valorização de 51%, que pode ser explicada pela volatilidade cambial, juros elevados e a falta de insumos (matéria-prima e componentes). Tal fenômeno também é observado pelo preço médio dos veículos em circulação no Brasil.

Evolução real dos preços médios dos veículos no Brasil



2021 - 2026 | Evolução prevista Idade Média: Leves



Com os preços em ascensão ao decorrer dos anos, o consumidor passou a buscar opções mais econômicas que lhe permitissem, ainda, conquistar seu veículo próprio. Desta forma, a demanda por carros usados teve um aumento de 18,15% no ano de 2021 segundo a Fenabrave, uma vez que esses modelos têm custo reduzido se comparados aos de zero km, tornando-se uma possibilidade atrativa aos que buscam comprar um carro. Essa nova realidade altera os hábitos de manutenção no mercado brasileiro e impacta na idade média da frota, uma vez que o número de veículos usados em circulação está em constante crescimento e, agora, mais valorizados. Veja no gráfico à esquerda a evolução real e prevista da idade média da Frota Brasileira.

Este conjunto de variáveis nos permite afirmar que o mercado de reposição será impactado positivamente, principalmente pelo fato de que uma frota mais velha e de maior valor agregado resulta em uma maior procura por manutenções veiculares.

O ponto de atenção para os tomadores de decisão do segmento permanece sendo o custo do combustível e sua consequente redução do uso dos veículos.

CARROS USADOS IMPULSIONAM MERCADO DE AUTOPEÇAS

FRAGA

<p>Alta no preço das unidades:</p> <p>Preços dos automóveis leves zero km aumentou 20,4% nos últimos 3 anos.</p>	<p>Desejo pelo veículo próprio:</p> <p>Frota circulante aumentará cerca de 5% até o ano de 2026.</p>	<p>Preferência por carros usados:</p> <p>Frota envelhecida cerca de 11% entre 2021 e 2026 (Busca por opções mais econômicas)</p>
---	---	---

Ou seja:

Frota mais velha	= Maior procura por manutenção	= Maior demanda e lucro para o mercado de autopeças
------------------	--------------------------------	---

DINPAR Automotiva

“Há 34 anos o seu distribuidor essencial em Fixação”



7.800 itens de fixação e miudezas automotivas



Mais de 300 itens de fixação química, reparação e embelezamento automotivo



12.000 itens de autopeças de altíssimo giro

Entregas rápidas

Catálogos técnicos

Brindes

Televendas Dinpar
(11) 2984 6840

Demais Estados
0800 7773068

vendas@dinpar.com.br
www.dinpar.com.br



Antonio Fiola (Sindirepa), Alcides Neto (Sicap), Rodrigo Carneiro (Andap), Ranieri Leitão (Sincopercas) e José Arnaldo Laguna (Conarem) no evento de assinatura da Carta de Fortaleza

Carta de Fortaleza oficializa união do aftermarket automotivo

Associações que reúnem sindicatos do mercado assinam compromisso que busca conquistar a representatividade que o setor tanto precisa

Em 23 de novembro de 2000, as principais lideranças das entidades de representação do aftermarket automotivo brasileiro e de empresas de todos os elos da cadeia de negócios do setor passaram um dia inteiro reunidas a portas fechadas num hotel de São Paulo para discutir caminhos que levassem às soluções para os principais problemas do mercado de reposição na oportunidade. Dois consultores da Fundação Getúlio Vargas foram convidados para mediar as discussões.

A inacessibilidade tecnológica para reparação – o tema parece familiar? –, políticas de monitoramento de preços e a ameaça do mercado oficial aos negócios do setor independente foram a tônica do debate. Ao final do encontro, um consenso: a solução para problemas coletivos não poderia ser encontrada individualmente.

Aquela não foi a primeira nem a última tentativa de unir o mercado para

fortalecer a representatividade do setor. Pelo contrário. A reunião foi uma iniciativa do então Grupo de Planejamento Estratégico (GPE), que depois evoluiu para Grupo de Manutenção Automotiva (GMA), que surgiu como o catalisador da tão desejada 'desindividualização' do mercado. Não conseguiu.

Avancemos 22 anos no tempo. Fortaleza, 16 de agosto de 2022. Um dia antes da abertura da 17ª edição da AUTOP - Feira Nacional de Autopeças, Motopeças, Acessórios, Equipamentos e Serviços, as principais associações do mercado de reposição independente se encontram para divulgar um documento que oficializa a desejada união do setor ensaiada tantas vezes no passado.

Este documento é a Carta de Fortaleza, cuja íntegra detalha com precisão os objetivos da iniciativa – e você pode ler na sequência desta reportagem.

ORGANIZAÇÃO

Ao longo do tempo, o mercado independente de manutenção veicular perdeu batalhas em razão da baixa representatividade que tem nas esferas de poder. Quer exemplos? Nada mais representativo deste conceito do que o InovarAuto e o Rota 2030, os programas que representam as duas últimas políticas para o setor automotivo brasileiro que praticamente ignoraram a existência do aftermarket independente, tratando basicamente da produção e não do pós-venda.

“O poder público não conhece a reposição, não sabe como funciona, a gente acha que eles sabem tudo mas não sabem nada. Sabem o que é uma indústria de automóveis ou caminhões. Sabe que tem uma indústria de autopeças, mas o resto não sabem nada. Esse é

um trabalho nosso, vender nosso peixe direito. É impossível chegar ao governo sem um mínimo de organização. Alguma coisa mínima de acreditação pública.” disse recentemente em uma apresentação no Sincopercas-SP o consultor Sergio Alvarenga, da Alvarenga Projetos Automotivos – ele foi, ao lado de Marcelo Gabriel, head do after.lab, um dos principais articuladores da Carta de Fortaleza. Sergio Alvarenga é, também, a única liderança remanescente neste processo da reunião realizada em 2000 que citamos na abertura desta reportagem. Todo o mercado espera e acredita que agora a união saia do discurso para a prática. Não é mais uma questão de retórica. É questão de sobrevivência.



Sergio Alvarenga foi um dos principais articuladores da Carta de Fortaleza, ao lado de Marcelo Gabriel

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

JUNTOS FAZEMOS MELHOR

ROLES
AUTOPEÇAS

A Carta de Fortaleza na íntegra

Aos dezesseis dias do mês de agosto de dois mil e vinte e dois, na cidade de Fortaleza, em conformidade com a Constituição da República Federativa do Brasil de 22 de setembro de 1988, promulgada em 05 de outubro de 1988, em seu artigo 1º, inciso IV, artigo 3º, incisos I, II, III e IV, artigo 5º inciso XVII, e artigo 170º, incisos IV e V, e considerando:

- que o mercado de reposição automotiva é altamente representativo no PIB brasileiro, mas parcamente representado em todas as instâncias em que busca participar;
- a representatividade global do aftermarket brasileiro: 4º maior mercado mundial segundo estudos da autocare.org (5,1% do mercado total);
- que as pautas do setor sempre foram difusas, e as tentativas de organização redundaram em poucos resultados práticos;
- que uma das principais forças do setor está em sua cadeia comercial e logística, que é responsável por mais de 80% da manutenção veicular no país;
- que as montadoras estão avançando no mercado de reposição, impondo barreiras técnicas e tecnológicas;
- que as entidades internacionais do aftermarket estão buscando coalizões para suportar os desafios impostos pela tecnologia e pela busca de reserva de mercado das montadoras (ex.: Associations in Motion);
- as exigências legais de segurança, meio ambiente e saúde que incidem na manutenção dos veículos automotores em circulação;
- a necessidade de manter a logística de abastecimento de autopeças da frota circulante;
- a importância da manutenção dos empregos em toda a cadeia produtiva do Aftermarket automotivo;
- a necessidade de manter competitiva a indústria de componentes automotivos instalada no país;
- os desafios inerentes ao desenvolvimento técnico e tecnológico envolvido na manutenção veicular que impacta indústria, comércio e serviços;
- a premência de uma representação internacional junto aos fóruns competentes.

As instituições que atuam integral e exclusivamente no mercado de reposição automotiva, a saber: Associação Nacional dos Distribuidores de Autopeças (ANDAP), Conselho Nacional de Retífica de Motores (CONAREM), Associação Nacional dos Sincopeças do Brasil (SINCOPEÇAS BRASIL), Associação das Entidades e Empresas de Reparação de Veículos no Brasil (SINDIREPA BRASIL), decidem:

- estabelecer o compromisso de UNIÃO para representar e defender os legítimos interesses do mercado de reposição automotivo (aftermarket automotivo) do Brasil junto aos Três Poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário) nos três níveis (Federal, Estadual e Municipal), atuando em conjunto com as entidades de defesa do consumidor, o Poder Público e demais entes públicos e privados nos interesses relativos ao bem comum da Sociedade Civil, e junto às instituições internacionais e de âmbito global;

- desenvolver pautas conjuntas e integradas de atuação para todos os elos da cadeia;
 - encampar as iniciativas já em curso: certificação de pessoas (IQA), padronização de banco de dados de autopeças (Sindirepa), tabela oficial de tempos de serviços (Sindirepa), e o movimento Right to Repair (Sindirepa), para amplificar seus resultados;
 - convidar outras entidades do âmbito automotivo, que se enquadrem na condição de atuarem integral e exclusivamente no mercado de reposição, a ingressar na UNIÃO.
- Nesta condição e após firmarem este compromisso na presente CARTA DE FORTALEZA, deliberam de comum acordo:
- formalizar o interesse na fundação da UNIÃO;
 - que os pilares da UNIÃO sejam a representação Institucional, o desenvolvimento técnico e tecnológico, a sustentabilidade (econômica, social e ambiental), as pessoas, e o fomento dos negócios;
 - pela fundação da Universidade do Aftermarket (UniAfter), como associação educacional sem fins lucrativos, para o desenvolvimento de ações de formação e capacitação de mão de obra para o mercado de reposição automotiva de forma ampla, em consonância com o pilar fundamental da associação que são as pessoas;
 - que a UniAfter será o ponto de irradiação dos conceitos, das premissas e das pautas conjuntas e integradas da UNIÃO;

Assim, com efeito imediato, nomeiam como representantes para a consecução das deliberações ora propostas os senhores: Luiz Sérgio Alvarenga por parte do SINCOPEÇAS BRASIL e do SINDIREPA BRASIL, Marcelo Luiz Dias da Silva Gabriel por parte da ANDAP e Ricardo Cattucci por parte do CONAREM, que se comprometem desde já com o desenvolvimento e execução de um plano de trabalho com atribuição de tarefas, datas e responsabilidades para cumprir o que vai nesta CARTA DE FORTALEZA.

ANDAP CONAREM SINCOPEÇAS BRASIL SINDIREPA BRASIL

Assinam

Pela Associação Nacional dos Distribuidores de Autopeças (ANDAP)

Rodrigo F. A. Carneiro

Pelo Conselho Nacional de Retífica de Motores (CONAREM)

José Arnaldo Mota Laguna

Pela Associação Nacional dos Sincopeças do Brasil (SINCOPEÇAS BRASIL)

Ranieri Palmeira Leitão

Pela Associação das Entidades e Empresas de Reparação de Veículos no Brasil (SINDIREPA BRASIL)

Antonio Carlos Fiola Silva

Líderes das entidades destacam importância e objetivos da união



“O mais importante que a gente poderia fazer para o setor neste momento é nos abraçar e nos unir como mercado independente de autopeças. E, a partir de agora, dar um crescimento maior às demandas do setor. Porque temos muitos desafios pela frente. E na hora em que o poder público entender que estamos unidos eu acho que essas coisas mudam de posição. Não queremos ser mais do que ninguém, queremos apenas ser ouvidos. É preciso que sejamos respeitados como setor. É preciso que o poder público olhe pra gente com olhos estratégicos. Então a gente fez uma reunião, formamos um grupo, as entidades nacionais, e resolvemos a partir dessa reunião caminhar juntos. E aqui nós estamos, com esse propósito. E daqui sai a Carta de Fortaleza que norteará o nosso trabalho para que a gente possa crescer. Tivemos dois grandes maestros, o Sergio Alvarenga e o Marcelo Gabriel, que nos assessoram de forma brilhante. E a gente entende que a partir de agora começa a existir um trabalho diferente. Porque, geralmente, cada entidade fazia uma coisa com um olhar diferente. E agora vamos falar a mesma linguagem para que as pessoas entendam que estamos unidos. E para estarmos unidos precisamos verdadeiramente deixar de lado orgulho e vaidade e qualquer coisa que nos leva a querer ser mais do que o outro”.

Ranieri Leitão, presidente do Sincopeças Brasil

“A Carta de Fortaleza, como ficou conhecido o manifesto, representa a integração das entidades para que o movimento ‘Right to Repair’ ganhe força no Brasil a fim de assegurar ao consumidor final a livre escolha para fazer a manutenção do veículo. A força das entidades tem como foco garantir o respeito ao consumidor final para livre escolha da reparação, criar uma nova plataforma de relacionamento do mercado de reposição, promover a formação de todos os agentes da cadeia produtiva, bem como envolver as associações do aftermarket da América do Norte, Europa, América Latina e América Central. A ideia é avançar e contar com a mobilização de todos os países envolvidos no movimento e expandir para os que ainda não aderiram. Entre as iniciativas, está prevista a fundação da Universidade do Aftermarket (UniAfter), como associação educacional sem fins lucrativos, para o desenvolvimento de ações de formação e capacitação de mão de obra para o mercado de reposição automotiva de forma ampla, em consonância com o pilar fundamental da associação que são as pessoas. Assim, a UniAfter reunirá todas as ações voltadas à capacitação profissional, como certificação de pessoas, padronização de banco de dados de autopeças, tabela oficial de tempos de serviços, e o movimento ‘Right to Repair’, para amplificar seus resultados, além de pautas conjuntas e integradas que sejam de interesse do mercado de reposição.

Rodrigo Carneiro, presidente da Andap



Distribuidora de Autopeças
» **Disape**


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

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

loja.disape.com.br

Conheça nossas redes sociais:

 @disapedistribuidora

 Disape Autopeças



Posicione a câmera do seu smartphone para acessar.



“Oitenta por cento dos carros que estão circulando pelas ruas são reparados por nós, por nossa cadeia. E a gente vem percebendo que não temos sido unânimes nem igualitários em nossos discursos. Precisamos olhar para o mesmo lado porque a gente precisa das mesmas coisas. Acho que esse dia de hoje vai ser um marco para nosso aftermarket automotivo porque, de fato, a gente vai olhar para as questões mais importantes. Pois, se depender da montadora a gente não vai mais mexer no carro, não vamos mais conseguir vender peças e a concessionária não vai dar conta. Hoje a nossa frota atinge 17 anos de idade média – há uma década era 11 anos porque estava se vendendo muito carro. Esse crescimento é geração de receita para nós, mas a montadora continua fechando a porta de acesso aos módulos dos carros. Essa é uma das questões, a gente aderiu ao movimento Right to Repair no mundo, hoje o Sindirepa Brasil deixa de aderir ao movimento e esta união passa a estar no movimento. Temos um caminho longo para ser percorrido, mas as entidades juntas já mostram muito mais força. Se formos falar com o poder Legislativo, podemos não ter deputados lobistas, mas temos uma quantidade de votos absurda. Se você pegar o número de varejos, oficinas, distribuidores mais funcionários é um volume considerável para os políticos”.

Antonio Fiola, presidente do Sindirepa Brasil

“O que estamos fazendo é um projeto extremamente aberto no sentido de agregar energia, agregar força, para que a gente continue tendo 95% de participação no mercado de manutenção de motores no Brasil. Todos nós estamos envolvidos. O desafio que a gente está apresentando, imagine a gente criar uma série de aberturas voltadas para o lado político, para o lado da legislação, o acesso à informação. Com certeza, como disse o Ranieri, o esforço conjunto vai dar certo e vamos ser muito mais respeitados. Vamos construir um modelo, a gente construiu no Brasil, não deixamos o remanufaturados entrar, provavelmente vamos conseguir também o acesso e a participação na manutenção de veículos no Brasil como é hoje na Europa e nos Estados Unidos”.

José Arnaldo Laguna, presidente do Conarem



“Nós temos aqui todos os elos da cadeia, isso mostra que podemos trabalhar muito bem juntos. A ideia da pauta única é muito importante para mostrar nossa força. O setor como um todo tem nos mostrado sua importância durante a pandemia. A gente vê um outro setor, um outro aftermarket. Vimos que somos importantes, fazemos parte da cadeia essencial, trabalhamos todo esse período fornecendo peças para manter as ambulâncias rodando, os bombeiros, os médicos, os carros de passeio, é um setor, além de tudo, muito importante para a sociedade. Daí vem essa ideia de nos unirmos e mostrarmos melhor essa força. Essa é a oportunidade que estamos tendo”.

Alcides Acerbi Neto, presidente do Sicap

Nota: O Sicap não é signatário da carta, pois como todo sindicato tem que seguir as diretrizes determinadas pela legislação.

AutoNor
FEIRA DE TECNOLOGIA
AUTOMOTIVA DO
NORDESTE

13 A 16
SETEMBRO
2023

CENTRO DE CONVENÇÕES
DE PERNAMBUCÓ
RECIFE-PE

+45 mil
PÚBLICO

+800
marcas

+18 mil
m² de área

REALIZAÇÃO E PROMOÇÃO:

AutoNor
EMPREENDEIMENTOS

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

www.autonor.com.br
f @ feiraautonor



Feira recebeu mais de 33 mil visitantes

Autop gera mais de R\$ 100 milhões em negócios e quebra recorde de público

No dia seguinte à apresentação da Carta de Fortaleza, foi aberta ao público a 17ª edição da AUTOP – Feira Nacional de Autopeças, Motopeças, Acessórios, Equipamentos e Serviços. “Em nosso conhecimento, essa é a única feira no mundo realizada por uma entidade de classe, um sindicato. A chamada de abertura da Autop 2022 foi ‘Dias Melhores’, como a música do Jota Quest. Isso foi a propósito. É pra intensificar que precisamos querer, almejar, desejar com muita intensidade que nossos dias sejam bem diferentes, ou seja, melhores. E já que os motores estão aquecidos – slogan da Autop este ano – precisamos esquecer um pouco a pandemia, evidentemente mantendo os cuidados, e partir para outro pensamento: que nossos dias sejam realmente melhores. Esqueçamos o passado, os dois anos de sofrimento. Com esse pensamento organizamos nossa feira em cima de uma plataforma recheada de responsabilidades sócio ambientais”, discursou Ranieri Leitão, presidente do Sistema Sincopeças/

Assopeças/Assomotos do Ceará - SSA/CE, responsável pela realização e organização do evento, que ocorreu no moderno Centro de Eventos do Ceará, em Fortaleza. Ao longo dos quatro dias, empresários e profissionais do setor estiveram reunidos em um ambiente presencial de encontro e network, sinalizando um importante momento para a retomada da economia e dos negócios no segmento pós-pandemia. Segundo dados divulgados pela organização, foram mais de 33 mil visitantes, o maior número registrado em 16 edições; 230 marcas expositoras e mais de R\$ 100 milhões de negócios gerados e prospectados. Para Ranieri Leitão, a participação de caravanas empresariais, vindas de todo o Brasil através de parceria com distribuidores e com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Ceará - Sebrae/CE, foi o ponto de destaque para a realização de negócios durante a feira.



A PREMIAÇÃO MAIS AGUARDADA DO SETOR DA REPARAÇÃO AUTOMOTIVA FOI UM SUCESSO!!

PARCEIRA DA REPARAÇÃO

MOTRIO  **GRUPO RENAULT**

PRATA

PATROCINADORES 2022

OURO

BRONZE

PREMIADOS 2022

<p>BOMBA COMBUSTÍVEL</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 BOSCH 2 MAGNETI MARELLI 3 BROSOL 	<p>AMORTECEDOR</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 COFAP 2 MONROE 3 KYB 	<p>CABO DE VELA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 NGK 2 BOSCH 3 DELPHI 	<p>VELA DE IGNIÇÃO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 NGK 2 BOSCH 3 ACDELCO 	<p>EMBREAGEM</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 LUK 2 SACHS 3 VALEO
<p>PASTILHA DE FREIO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 COBREQ 2 JURID FRAS-LE 3 BOSCH SYL 	<p>DISCO DE FREIO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 FREMAX 2 HIPPER FREIOS 3 TRW VARGA 	<p>JUNTA HOMOCINÉTICA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 COFAP 2 SPICER NAKATA 3 ALBARUS 	<p>ROLAMENTO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 SKF 2 INA 3 FAG 	
<p>CORREIAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 CONTINENTAL 2 DAYCO 3 GATES 	<p>FILTROS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 FRAM 2 WEGA 3 MANN FILTER 	<p>ÓLEO LUBRIFICANTE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 MOBIL 2 PETRONAS (VS MAX, PETRONAS E SELENIA) 3 ELF – TOTALENERGIES 	<p>COMPONENTES DE MOTOR (Anel de Motor, Bronzina e Pistão de Motor)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 MAHLE METAL LEVE 2 TAKAO 3 KS 	
<p>SISTEMA DE CLIMATIZAÇÃO (Condensador, Evaporador e Compressor)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 DENSO 2 DELPHI 3 VALEO 	<p>EQUIPAMENTO DE DIAGNÓSTICO DE MOTOR</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 TECNOMOTOR 2 NAPRO SUN BOSCH 3 ALFATEST LAUNCH 4 RAVEN 			

Realização:  Organização:  Apoio de Mídia:  www.premiosindirepasp.com.br

“A Autop superou todas as nossas expectativas! Tivemos a participação de mais de 60 caravanas, contribuimos para aumentar o volume de negócios no setor, estreitar os relacionamentos e, principalmente, dar um upgrade na qualificação profissional e na possibilidade de inovação no setor através de congressos e palestras”.

O evento também contou com diversas ações pautadas nos pilares do ESG (sigla em inglês para os princípios ambiental,

social e de governança), em conformidade com as métricas e objetivos sustentáveis estabelecidos pelo Pacto Global da Organização das Nações Unidas - ONU, sendo o primeiro evento do segmento automotivo no país com gestão sustentável.

A 17ª edição da Autop teve o patrocínio do Sebrae Nacional, da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo - CNC, da Prefeitura Municipal de Fortaleza e da Schaeffler Brasil.



Abertura ocorreu em 17 de agosto



Publicação foi lançada na Autop por Ranieri Leitão e Marcelo Gabriel

Com dados do after.lab e da Fraga Inteligência Automotiva, Sincopeças Brasil lança primeiro anuário do varejo

A Autop 2022 reservou uma novidade elaborada especificamente para o varejo de autopeças. Pela primeira vez, o setor ganhou um anuário exclusivo.

A versão impressa do Anuário do Comércio de Autopeças do Brasil 2022 / 2023 foi lançada no evento, onde teve início também a distribuição da publicação. A versão digital pode ser acessada no site do Sincopeças Brasil, menu Anuários.

Trazendo informações sobre a frota nacional e o ecossistema composto por varejos e distribuidores da reposição automotiva, o relatório tem 52 páginas e foi elaborado para ser a referência do setor no Brasil.

“A importância do anuário é muito grande, até porque os números do setor estão lá. Quantos empresários não se preocupam com os números do setor e não têm essas informações? Agora nós temos isso escrito, publicado e o anuário vai ser um sucesso. Quero aproveitar

para parabenizar o trabalho do Sergio Alvarenga e do Marcelo Gabriel, dois monstros nessa luta que resultou num trabalho bacana”, disse Ranieri Leitão, presidente do Sincopeças Brasil.

Para consolidar as informações inéditas trazidas pela publicação, a entidade contou com dados elaborados pela Fraga Inteligência Automotiva e o after.lab, a empresa de pesquisas e inteligência de negócios da Novomeio Hub de Mídia.

“Este anuário é um esforço conjunto entre o Sincopeças Brasil, a Fraga Inteligência Automotiva, que trabalhou muito conosco na definição das informações, e o after.lab. Estamos muito contentes em ter esse lançamento, que abre a temporada de anuários no mercado, ou seja, 2022/2023. Ano que vem faremos a atualização dos dados na edição 2023/2024. É motivo de bastante orgulho a gente colocar esse anuário de pé”, comemorou Marcelo Gabriel, head do after.lab.



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

Palestra inaugural da Autop aposta no carro híbrido como solução para o Brasil

Apoiado por novas pesquisas, Gerson Prado, CEO da SK e presidente da Nexus Internacional, apresentou as tendências para a mobilidade no planeta

Enquanto grande parte do planeta encaminha o futuro da mobilidade em favor dos carros elétricos, no Brasil o debate é marcado por incertezas. Não existe qualquer política pública para estimular uma futura eletrificação da frota. Além disso, o país é referência mundial de sucesso no uso do álcool combustível, no nosso caso o etanol.

A Autop 2022, realizada em agosto no Ceará, trouxe na cerimônia de abertura uma palestra em que Gerson Prado, CEO da SK e presidente da Nexus Internacional, procurou traçar tendências com base em pesquisas recentes e bastante abrangentes.

Após demonstrar os cenários em diferentes regiões do planeta – que você vai conhecer na sequência – Gerson Prado mostrou que apenas 1% de todo o CO2 emitido no mundo vem do Brasil. “O que Europa, China e Estados Unidos não têm, nós temos: a Amazônia. Diferente dessas regiões, nossa matriz energética é hidrelétrica, ou seja, sustentável. E a produção de energias fotovoltaica e eólica está crescendo”.

Isso faz com que o país tenha uma urgência menor para buscar soluções tecnológicas que reduzam a emissão veicular de CO2. Segundo dados apresentados na palestra, 72% dos veículos da nossa frota são flex; 15% são movidos apenas a gasolina e 11% a diesel. “Enquanto os carros lá fora usam gasolina e diesel, a gente usa etanol. A queima do etanol

emite 80% a menos de CO2 que a gasolina. E quando você combina o etanol com o híbrido, esse índice vai para 95%”.

HÍBRIDO

Como resultado desta configuração única, o presidente da Nexus Internacional acredita que o futuro dos automóveis no Brasil caminha para a solução híbrida, que, segundo ele, também será adotada pelos países da América do Sul, África e a Índia – sendo que o Brasil será o centro tecnológico global para o desenvolvimento desta solução.

“O presidente da Volkswagen do Brasil, Pablo Di Si, foi para a Alemanha, mostrou o potencial do etanol e conseguiu aprovação do board da matriz para que o Brasil seja centro mundial de excelência em veículos a combustão movidos por combustíveis renováveis. Então, a Volkswagen já tomou a decisão. Porque o carro elétrico não vai acontecer no mundo inteiro. Tem lugar que vai continuar com a combustão interna. O premier da Índia falou que lá também a solução é o etanol; a Índia é um grande produtor de etanol, não vai precisar comprar o produto do Brasil, mas a tecnologia do motor virá do Brasil. Abasteceremos toda a América do Sul, que também não vai para o elétrico. Nosso país será base de excelência tecnológica”, prevê Gerson.

Aftermarket automotivo continuará forte no Brasil

A concretização da tendência de solução híbrida para os carros brasileiros apontada por Gerson Prado na abertura da Autop 2022 representará uma excelente notícia para o aftermarket automotivo, afinal pouparia o país das disrupturas promovidas pela migração para a mobilidade elétrica que, entre outras consequências, reduz drasticamente o número de peças móveis nos veículos.

Segundo o palestrante, estudo realizado pela Mahle mostra que, em 2035, 85% da nossa frota serão de veículos a combustão interna e apenas 8% de veículos elétricos – e os veículos pesados também terão motores a combustão interna, com a presença do biodiesel e células de combustível.

“Sendo o Brasil o centro tecnológico global para biocombustíveis, a gente mantém nossa cadeia de fornecedores ativa. Também surgirão novas marcas, porque algumas vão sair em razão da eletrificação lá fora – não vão ficar só no Brasil, somos muito pequenos no mundo. E precisamos de uma regulamentação do Governo Federal sobre os veículos conectados. Se isso não ocorrer, eles ficarão nas mãos das montadoras”, comentou Gerson Prado, comemorando no final de sua apresentação o fato de o mercado de reposição continuar forte e promissor no Brasil para os próximos anos.



Segundo pesquisas da Nexus Internacional, Brasil caminha para propulsão híbrida com etanol



Gerson Prado mostrou otimismo com o futuro do setor no país

Carro elétrico é resposta ao aquecimento global

Oficialmente, a mobilidade está mudando para combater o grande vilão do aquecimento global: a emissão de CO2. “Se nada for feito, em 2085 será quase impossível sobreviver no nosso planeta”, decretou Gerson Prado em sua apresentação na Autop 2022. “O Acordo de Paris, na COP 21, decidiu limitar o aumento da temperatura a 1,5 grau em relação à era pré-industrial e alcançar um mundo totalmente neutro de CO2 em meados do século”, completou.

E a solução citada textualmente pelos participantes do evento foi o carro elétrico, além do incentivo a energias renováveis – países como a China ainda têm na queima do carvão sua principal matriz energética, mas isso vai mudar nas próximas décadas. Segundo dados apresentados pelo palestrante na Autop – em sintonia com o que vem sendo bastante divulgado nos últimos anos – diferentes regiões do planeta já aceleram rumo à eletrificação da frota.

“Os carros na China poluirão o que poluem atualmente até 2025. A partir daí, começa a cair a curva. Motocicleta para de poluir em 2040 – moto com combustão interna desaparece. A Europa decidiu que

em 2035 nenhum veículo com combustão interna será fabricado lá. O Biden também está direcionando os Estados Unidos no mesmo caminho. Ele diz que os EUA tem o compromisso de emissão zero em até 2050 – um pouco diferente de Europa e China, Estados Unidos ainda não tem regras tão claras, mas o Partido Democrata vai empurrar para esse caminho”.

Para resumir a história, a presença da mobilidade elétrica é uma tendência irreversível para uma parcela significativa dos países, em especial o mundo desenvolvido. “Daqui pra frente o mundo será carro elétrico, bicicleta elétrica e muita moto elétrica. As fábricas precisarão ter selo verde – assim como toda a cadeia de suprimentos que atende o negócio. Caso contrário, não conseguirão vender para as gerações Y e Z. Esse pessoal quer economia sustentável, economia circular. Quais são os agentes da mudança? Governo, tecnologia, consumidor e a oportunidade de muito dinheiro. Com o volume de dinheiro que a economia sustentável vai gerar daqui pra frente, esse negócio vai acontecer. Não é frescura, é mercado”.

Emissão de CO2 no planeta

China	31%
Europa	14%
EUA	14%
Oriente Médio	8%
Índia	7%
Brasil	1%

Fonte: Gerson Prado em Palestra na Autop 2022



Marcas terão de investir em recursos que atendam interesses das novas gerações de consumidores e para isso softwares serão fundamentais

Montadoras terão de entregar experiência e não apenas carros

Você certamente já ouviu dizer que cada vez mais o automóvel está se transformando em um celular sobre rodas. Aos menos atentos, a comparação pode parecer exagerada. Mas não é. Com a propulsão elétrica, o que fará diferença nos veículos é o software.

De acordo com números apresentados por Gerson Prado em sua palestra, a participação de softwares para veículos representa hoje apenas 0,02 dos 2,55 trilhões de euros que compõem o total do mercado de automóveis no mundo. Em 2030, esse valor já será de 1,2 trilhão no contexto de um mercado que dobrará de tamanho.

“Isso muda drasticamente os atores de nossa cadeia de fabricação de veículos. A indústria vai entregar experiência, é isso que ela vai vender, painel bonito, cheio de telas, Netflix etc”, diz Gerson Prado. Segundo ele, a perspectiva mostra uma reação das montadoras ao

desinteresse dos jovens pela compra de carros. “O que a indústria fez? Experiência. É isso que o consumidor quer. Veículo feio não vai mais ter lugar no mercado, carro tem que ser atrativo. São esses os dois atributos que a indústria de automóveis no mundo vai vender: design e atratividade, experiência. Quem não vender experiência não venderá carro”.

Para atender a esta exigência, os carros se tornam cada vez mais complexos e apurados do ponto de vista tecnológico. “Como funcionava o carro no ano 2000? Tinha 1,3 milhão de códigos. Hoje são de 10 a 100 milhões de códigos. Em 2030, cerca de 200 a 300 milhões de linhas de códigos. Mudou o carro. É um smartphone, muda totalmente a maneira como é construída a fonte de fornecimento dos materiais”, prevê Gerson Prado.

Mercado de automóveis no mundo

2022	2030
Total: 2,55 tri de euros	Total: 5,0 tri de euros
Combustão: 2,3 tri de euros	Combustão: 1,8 tri de euros
Elétricos: 0,2 de euros	Elétricos: 1,9 de euros
Softwares: 0,02 tri de euros	Softwares: 1,2 tri de euros

Fonte: Gerson Prado em Palestra na Autop 2022

Carros serão definidos por softwares

Em mais de 100 anos, quem definiu o fabricante do carro e venceu no mercado foi o powertrain – motor e câmbio. “A gente sempre comprou carro confiando no motor e no câmbio. As montadoras adquiriram a capacidade de engenharia para construir motores e câmbios confiáveis. Só podia fabricar carro quem tinha motor e câmbio”, expôs Gerson Prado, CEO da SK e presidente da Nexus Internacional, em sua palestra de inauguração da Autop 2022.

Só que o carro elétrico não tem powertrain. “Muda tudo. O carro elétrico tem rodas, chassi – que são as baterias – e um motor elétrico. O que vai definir o carro daqui pra frente? Software. E com o baita mercado de 5 trilhões que teremos, as montadoras desesperadamente saíram com investimentos bilionários em desenvolvimento de software para veículos elétricos”.

Como sabemos, no entanto, software não é expertise das montadoras o que, segundo Gerson Prado, naturalmente trará novos players para o setor, inclusive na fabricação de veículos. “Muda o eixo do poder de fabricação do carro no mundo, que era Estados Unidos e Europa, e vai se movimentar para a China. E olha quem está entrando no carro elétrico: Sony, Huawei, Google,

Microsoft e Apple. Todas terão carros elétricos porque eles serão definidos por software e esses caras dominam tudo de software. É só comprar o motor elétrico e as baterias de alguém, o resto é roda. Já que o carro ficou fácil de fazer, um monte de gente nova está fabricando ou vai fabricar carro elétrico”.



Ao eliminar o powertrain, carro elétrico abre espaço para novos fabricantes

Investimentos em software anunciados pelas montadoras

Volkswagen	70 bilhões de euros
Ford	50 bilhões de euros
Honda	40 bilhões de euros
General Motors	35 bilhões de euros
Stellantis	35 bilhões de euros
Toyota	35 bilhões de euros
Renault / Nissan	20 bilhões de euros

Fonte: Gerson Prado em Palestra na Autop 2022

Mercado de reposição: diferentes perspectivas em diferentes países

Muitas entre as informações apresentadas na palestra de Gerson Prado retratada nesta reportagem foram extraídas de um abrangente estudo que a Nexus encomendou ao BCG - Boston Consulting Group. Uma das questões apuradas diz respeito ao futuro do aftermarket automotivo a partir das transformações disruptivas já em curso. Somando o que existe hoje ao carro elétrico, tendo como base comparativa os resultados de 2019, o mercado de reposição nos seis países mais ricos da Europa encolherá 7%. “E nos anos seguintes só vai piorar”, adverte Gerson Prado.

O palestrante também chamou atenção para os inovadores modelos de negócios trazidos pelos novos players. “A Tesla só vende o carro online, controla 100% da venda, não tem revendedor. Já matou a concessionária. E controla 100% do canal de manutenção, determina quem vai cuidar da lataria, da mecânica. Somente aquele cara pode mexer no Tesla porque ela não compartilha dados do veículo com ninguém, apenas para quem é autorizado”.

A Tesla representa a face mais conhecida destes newcomers, mas há outras empresas praticando transformações igualmente disruptivas para o aftermarket. “Quero falar de outro modelo interessante, chinês, a NIO. Essa empresa nasceu totalmente focada em atender o consumidor, não tem intermediários. Diferente da Tesla, que na reparação nomeia empresas, a NIO controla 100% da manutenção, tem serviço 24 horas de resgate, dá garantia de conectividade até o fim da vida do carro e garantia eterna do veículo enquanto ele não for vendido. Outra coisa das mais inteligentes que a NIO criou: 40% do custo de um carro é a bateria. Tem gente que roda 150 quilômetros.

Pra que cobrar o preço de um carro que roda 1.000 quilômetros? Ela vende o carro sem a bateria, na hora da compra o consumidor escolhe a bateria e sai com ela instalada. Se precisar fazer uma longa viagem, entra num box e em dois minutos e meio um sistema mecanizado troca a bateria por outra de maior autonomia e o cliente paga pelo uso, um aluguel. Quando retornar, vai ao box e recebe sua bateria de volta”.

Nos mercados que migrarão para os carros elétricos, a revolução no aftermarket automotivo será drástica. Mas o Brasil não ficará livre dessas transformações, mesmo adotando a solução híbrida. “O que acontece com os fabricantes de autopeças? Se a cadeia de fornecimento atual para Europa, Estados Unidos e China não é a mesma do carro elétrico, as plataformas atuais desaparecem. E vocês acreditam que uma fábrica gigante vai querer produzir só os 18% que o aftermarket representa no mundo? Não vai. A gente estima que marcas globais importantes de fabricação de autopeças desaparecerão. Mas, em consequência da frota gigante que existe no planeta, outras marcas surgirão”, prevê Gerson.

Outro desafio crescente é o carro conectado. “Todos os carros novos que a Ford traz para o Brasil já leem a falha, contam o motorista e informam onde ele vai arrumar e qual é o preço do serviço. O veículo conectado pode acabar com as marcas, o carro vai dizer para o dono do carro onde ele pode arrumar. E você não vai perguntar marca, você confia no seu carro”, finaliza Gerson Prado.

Tempos de mudanças profundas que precisam ser acompanhados com atenção extrema por todos aqueles que vivem em função do carro.



Espalhadas por toda a China, estações próprias da NIO realizam a troca imediata das baterias dos carros elétricos. Empresa controla 100% da manutenção de seus veículos

Líderes da Carta de Fortaleza se posicionam sobre as eleições de 2022

Reforma tributária e contenção da corrupção aparecem como prioridade

No último dia 16 de agosto, alguns dos principais líderes da reposição automotiva nacional anunciaram um pacto para unir elos como varejo, distribuição e reparação em defesa de pautas comuns ao aftermarket.

Um dos objetivos do movimento é que a união entre Sincopeças Brasil, Sindirepa Brasil, Conarem e Andap fortaleça o setor nas mesas de negociações junto aos poderes públicos.

Com a equipe já estabelecida para defender os interesses da reposição, os líderes das entidades que assinaram o

documento conhecido como Carta de Fortaleza aguardam agora a definição dos ocupantes das cadeiras no Executivo e no Legislativo a partir do próximo ano, definições que ocorrerão após as eleições gerais de outubro.

A fim de compreender as preferências e as prioridades dos componentes da aliança de Fortaleza nas próximas eleições, nossa reportagem conversou com Ranieri Leitão (Sincopeças), Antonio Fiola (Sindirepa) e José Arnaldo Laguna (Conarem).



Projetos efetivos de reforma tributária historicamente não chegam a uma conclusão no Legislativo brasileiro

Reforma tributária e contenção da corrupção são prioridades do mercado. Educação também foi citada

O primeiro debate presidencial, realizado em 28 de agosto, deixou claro que as eleições do Executivo serão marcadas por questões que muitas vezes passarão à margem de uma conversa propositiva para o país.

Todas estas distrações, porém, não têm apreendido atenção dos líderes do aftermarket. Prova disso é o fato de Leitão e Fiola apontarem para questões práticas e objetivas quando questionados sobre as principais pautas das eleições que se aproximam.

“Talvez a pauta mais importante é que exista, realmente, uma grande reforma tributária capaz de deixar uma condição melhor para as empresas funcionarem por aqui”, opinou Ranieri Leitão.

O anseio do presidente do Sincopeças Brasil foi compartilhado por Antonio Fiola que, atendo-se a uma preocupação com os atuais indicadores econômicos, acrescentou o controle da inflação e a promoção de uma agenda que estimule o crescimento econômico como fundamentais para quem assumir o país a partir de 2023.

Como fonte propulsora para alcançar estes objetivos, o líder do Sindirepa Brasil destacou a possibilidade de um retorno do Ministério da Indústria, Comércio e Desenvolvimento.

Além da pauta econômica, outro tema que ganhou a atenção dos líderes do aftermarket foi a corrupção, uma praga recorrente em

investigações e acusações desde os primórdios da República e que, nas últimas duas décadas, esteve no centro da cobertura midiática com assuntos como Mensalão e Orçamento Secreto. Esta é, segundo Leitão, uma pauta universal. “Precisamos de transparência e do fim da corrupção. Seja quem for o eleito, precisamos que seja dado o exemplo do Executivo para o Brasil todo e, inclusive, para o mercado”, apontou o líder do Sincopeças-BR.

Voz integrante da Carta de Fortaleza, José Arnaldo Laguna, presidente do Conarem, enfatizou a educação como pilar fundamental de um país mais produtivo e eficiente sob o ponto de vista econômico.

O líder afirmou que um dos maiores exemplos desta necessidade está na dificuldade das empresas para a contratação de mão de obra qualificada, o que obriga a iniciativa privada e entidades como a que preside a criar programas de formação próprios.

“Precisamos de uma formação melhor em todas as escalas. Os jovens têm de sair da escola sabendo ler, escrever e interpretar. Além disso, é preciso que haja a valorização do ensino técnico como um todo. Afinal, além de existir uma demanda para estes postos, eles precisam ser percebidos como tão atrativos quanto algumas vagas tradicionais que exigem curso superior”, refletiu Laguna.



Alguns dos signatários da carta expõem suas expectativas para um Brasil melhor

Right to Repair é bandeira da Carta de Fortaleza e será alvo de negociação com o Legislativo

Para além das pautas mais amplas, que afetam o país como um todo, questionamos os líderes das entidades do aftermarket nacional participantes da reportagem sobre o tema prioritário do momento para a aliança formada em Fortaleza.

Em tom uníssono, Antonio Fiola e José Arnaldo Laguna apontaram para a necessidade de criar uma legislação que garanta o direito aos profissionais e oficinas independentes de repararem automóveis e máquinas em geral.

Expandindo o tema, Laguna destacou a importância desta garantia não apenas para a sobrevivência de uma cadeia mais competitiva, mas também para a manutenção da saúde da frota nacional.

“Todos os players do mercado sabem que nossos reparadores mais qualificados estão na manutenção independente. Em geral, os profissionais das concessionárias são treinados para fazer trabalhos mais simples, dentro da garantia. Agora, na hora de identificar os problemas e encontrar soluções diversas, a reparação independente possui mão de obra mais habituada a resolver defeitos complexos”.

Mostrando compreensão realista do funcionamento atual da cadeia de autopeças, Laguna compartilhou que o tema do Right to Repair foi um dos motivos de entidades ligadas à indústria, como o Sindipeças, não terem se comprometido com a Carta de Fortaleza. Segundo ele, a indústria de autopeças tem ligação

comercial estreita com as montadoras, players que lideram alguns dos movimentos de ‘bloqueio’ de acesso a informações cruciais. “Sabemos que elas não podem se envolver nestes temas e entendemos isso. Porém, estamos de braços abertos para nos juntarmos em pautas com as quais compartilhamos interesse”, concluiu Laguna.



Movimento trabalha pelo acesso dos independentes às informações dos veículos necessárias ao reparo

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?



Polarização eleitoral é fator de preocupação

Ranieri Leitão, presidente do Sincopeças Brasil, destacou à nossa reportagem sua especial preocupação com o momento que a sociedade brasileira atravessa. “Em razão da polarização que está ocorrendo na política brasileira, sinto que o aftermarket está vendo estas eleições com mais temor. Existe uma falta de esperança envolvida com a divisão que isso causa. O Brasil está dividido dentro das empresas, dentro das famílias... A polarização não é interessante porque sempre fomos um país unido e o fato disso não estar ocorrendo agora tem prejudicado o nosso setor”.



Categoria OURO premiou as marcas líderes na opinião dos reparadores

13ª edição do Prêmio Sindirepa-SP apresenta as marcas eleitas pelos mecânicos

A 13ª edição do Prêmio Sindirepa-SP, que aconteceu no dia 15 de agosto, na FIESP, revelou as marcas de fabricantes de autopeças e equipamentos que os reparadores mais gostam para utilizar nos reparos em 15 categorias de produtos. As marcas vencedoras em cada uma delas receberam a premiação Ouro, Prata e Bronze, respectivamente para os primeiro, segundo e terceiro lugares. Realizada pela CINAU – Central de Inteligência Automotiva, unidade de negócios do Grupo Oficina Brasil, a avaliação contou com a participação de 384 reparadores associados ao Sindirepa-SP, que elegeram as marcas que mais gostam, considerando vários requisitos, entre eles, qualidade, disponibilidade e atendimento às oficinas.

Segundo Antonio Fiola, presidente do Sindirepa-SP, o mercado de reparação de veículos vive um momento promissor devido ao aumento da idade média da frota circulante que pode chegar a 17 anos, fator que impacta na demanda pela manutenção.

Entre as 15 categorias, duas tiveram mais de um ganhador que ocuparam a mesma colocação. É o caso de pastilhas de freio, que resultou em dois empates, sendo um na segunda posição com Jurid e Fras-le e o outro na terceira com Bosch e Syl. Já em equipamentos de diagnóstico de motores, quatro empresas ficaram em primeiro lugar (Tecnomotor, Napro Sun e Bosch), enquanto duas ficaram em segundo Alfatest e Launch e em terceiro a Raven.

PRESEÇA

O evento presencial, após duas edições online em razão da pandemia, lotou o auditório e reuniu a diretoria do Sindirepa-SP; o presidente do Sindipeças, Cláudio Sahad, o presidente da ANDAP, Rodrigo Carneiro; o presidente do Sincopeças-SP, Heber Carvalho, além de executivos e profissionais das dezenas de fábricas selecionadas nas premiações.

As empresas vencedoras poderão usar os selos Ouro, Prata e Bronze durante um ano em materiais de divulgação, assim como

ganharão desconto ao anunciarem nos veículos de imprensa parceiros do evento, entre eles o Novo Varejo Automotivo.

Organizado pelo Grupo Photon, o Prêmio Sindirepa-SP recebeu o patrocínio de 22 empresas ligadas ao setor de reparação de veículos: Bradesco Seguros; Monroe Amortecedores, Luk, INA, Fag, Takao, Cofap Magneti Marelli, Dana, Kolbenschmidt KS, Mahle Metal Leve, Mobensani, Pitstop, Porto Seguro, Tecfil, Alfatest, Bosch, Continental, Delphi, Denso, IQA, Mobil, SKF, Solera Audatex e ZF.



Empresas premiadas na categoria PRATA

Pesquisa Prêmio Sindirepa-SP 2022 Vencedores das 15 categorias de produtos

BOMBA COMBUSTÍVEL	SISTEMA DE CLIMATIZAÇÃO	CABO DE VELA	VELA DE IGNIÇÃO	EMBREAGEM
OURO	OURO	OURO	OURO	OURO
Bosch	Denso	NGK	NGK	LUK
PRATA	PRATA	PRATA	PRATA	PRATA
Magneti Marelli	Delphi	Bosch	Bosch	Sachs
BRONZE	BRONZE	BRONZE	BRONZE	BRONZE
Brosol	Valeo	Delphi	ACDelco	Valeo

PASTILHA DE FREIO	DISCO DE FREIO	JUNTA HOMOCINÉTICA	EQUIPAMENTO DE DIAGNÓSTICO DE MOTOR	CORREIAS
OURO	OURO	OURO	OURO	OURO
Cobreq	Fremax	Cofap	Tecnomotor	Continental
PRATA	PRATA	PRATA	Napro	PRATA
Jurid	Hipper Freios	Nakata	SUN	Dayco
Fras-le	BRONZE	Spicer	Bosch	BRONZE
BRONZE	TRW Varga	BRONZE	PRATA	Gates
Bosch	-	Albarus	Alfatest	-
SYL	-	-	Launch	-
-	-	-	BRONZE	-
-	-	-	Raven	-



Empresas premiadas na categoria BRONZE

FILTROS	ÓLEO LUBRIFICANTE	COMPONENTES DE MOTOR	AMORTECEDOR	ROLAMENTO
OURO	OURO	OURO	OURO	OURO
Fram	Mobil	Mahle Metal Leve	Cofap	SKF
PRATA	PRATA	PRATA	PRATA	PRATA
Wega	Petronas	Takao	Monroe	INA
BRONZE	BRONZE	BRONZE	BRONZE	BRONZE
Mann Filter	ELF - Totalenergies	KS	KYB	FAG

**TODOS PELO
TIETÊ**
SALTO • 2022



PATROCINADOR OURO

COBREQ®

Compromisso das empresas com o ESG é crescente

Cobreq patrocina projeto para despoluição do Rio Tietê

A Cobreq patrocinou a 2ª Conferência de Despoluição do Rio Tietê, do projeto "Todos pelo TIETÊ", realizado no dia 20 de agosto na Estância Turística de Salto, interior de São Paulo.

Em 2019, a Sociedade Civil Saltense se mobilizou e realizou a 1ª edição da Conferência, lançando o Projeto "Todos pelo TIETÊ", contando com a presença de autoridades públicas, representantes de diversas instituições públicas e privadas, além da sociedade civil organizada. O apoio ao projeto vem ao encontro das iniciativas de ESG (melhorias para o meio ambiente, social e governança) que vêm sendo adotadas pela empresa.

Durante a manhã, houve palestras e debates, com a presença de autoridades em meio ambiente de São Paulo e a tarde, no Pavilhão das Artes (praça pública), ocorreram inúmeras atrações, como exposições de artes, oficinas de reciclagem, grupos de teatros e shows diversos, além de distribuição gratuita de pipocas, algodão doce e brinquedos para as crianças.

Foram convidados para participar outros 12 municípios também banhados pelo Tietê como Mogi das Cruzes, Suzano, Guarulhos,

Osasco, Barueri, Santana do Parnaíba, Pirapora do Bom Jesus, Cabreúva, Itu, Porto Feliz, Tietê e Laranjal Paulista, cujos impactos da poluição são mais severos.

O objetivo do evento foi chamar a atenção das autoridades e da mídia em geral, buscando um debate de ideias, propostas e soluções para a poluição crescente do Rio Tietê, destacando os impactos para o turismo, saúde e lazer. Ao final do dia, um grande abraço solidário circundou a praça principal.

"É importante as indústrias terem comprometimento com atividades que busquem a conscientização e ações efetivas que impactem o meio ambiente e o mundo que queremos deixar para as próximas gerações. A Cobreq apoia iniciativas preocupadas com o ESG como o Projeto Tietê", disse Daniel Fabbris, gerente de Vendas e Marketing TMD Friction do Brasil.

Como patrocinadora, a Cobreq passa a integrar a comissão organizadora, podendo em caráter consultivo, opinar na programação de demais eventos e acompanhar a responsável utilização dos valores arrecadados com o evento.

Evento gratuito Maxxi Training apresenta inovações tecnológicas no mercado automotivo

No próximo dia 15 de setembro, o Maxxi Training Academy realizará o Maximizando - Inovação e Tecnologia no Mercado Automotivo, um evento online e gratuito, destinado a profissionais da área automotiva sobre as últimas novidades e tecnologias do mercado. A tecnologia e a transformação digital vêm se consolidando a cada dia no mercado automotivo e para que essa transformação tenha efetividade em todo o processo do ecossistema do segmento é necessário que os personagens envolvidos no processo estejam alinhados às novas tendências. Esse crescente desenvolvimento tecnológico no setor automotivo é o aumento significativo de veículos híbridos e elétricos na frota brasileira, o grande investimento em carros autônomos e drones tripulados, que vêm aliados à mudança de comportamento dos usuários de transporte.

O Maximizando terá o Líder de Operações do Grupo Dpaschoal/DPK, Armando Diniz, o Diretor de Negócios da Cia DPaschoal, Marcos Arthuzo, o Gerente de Desenvolvimento do Produto e Assistência Técnica de Aftermarket Automotivo da Scheaffler América do Sul, Thiago Martins, o Consultor Técnico da SKF, Marcelo Nunes, o Técnico Automobilístico e Palestrante de Sistemas Elétricos Automotivos pela Bosch, Ismael Ramos, o

Engenheiro Mecânico da Nakata, Edson Vieira, o Executivo de Vendas da Mahle Metal Leve, Caique Barbosa e o Fundador da Equipe Full Time Racing e Chefe de Equipe de Automobilismo, Maurício Ferreira.

"Que o mercado automotivo vem evoluindo tecnologicamente a passos largos, todos sabemos, mas será que estamos preparados para conseguirmos atender a essa demanda? Esse evento vem justamente para preencher essa lacuna, oferecendo aos participantes um conteúdo rico em inovações e tecnologia do setor", diz o gerente de Treinamento do Maxxi Training, Leandro Mateus Vanni.

O Maximizando - Inovação e Tecnologia no Mercado Automotivo conta com o apoio da Bosch, da Magneti Marelli/Cofap, Mahle Metal Leve, Nakata, Fremax, Controil, Scheffler, SKF, Autocred, Continental, Valeo, Viemar Automotive, Cartech, Elring, Fras-Le, Monroe Amortecedores e Philips, será realizado pelo Maxxi Training Academy, com apoio da DPK, no dia 15 de setembro de 2022, das 17h às 21h, através do canal do Youtube do CTTi Lab (Centro de Tecnologia Treinamento & Inovação). A inscrição, que já está aberta, é gratuita e para mais informações, acesse www.maxximizando.com

MAXXI mizando

**SEU CONHECIMENTO EM INOVAÇÃO
E TECNOLOGIA AUTOMOTIVA**

Com transmissão online e participação de especialistas, ação realizará demonstrações técnicas em equipamentos e veículos



Califórnia proibirá venda de carros novos a gasolina a partir de 2035

Seguindo o mesmo caminho anunciado pela União Europeia, os membros do órgão que regula a qualidade do ar na Califórnia (EUA) – o Conselho de Recursos Aéreos – votaram para proibir a venda de carros novos movidos a gasolina a partir de 2035 e estabeleceram metas para reduzir a presença desses veículos no mercado.

A partir de 2026, 35% dos carros de passeio, SUVs e picapes 0km já serão obrigados a se enquadrar na categoria emissão zero. A cota será aumentada anualmente: 51% em 2028, 68% em 2030 até chegar aos 100% em 2035.

A decisão é considerada histórica e provavelmente desencadeará legislações semelhantes em outros estados do país – 15 deles tradicionalmente já acompanham as decisões da Califórnia quanto às emissões de poluentes veiculares.

Considerada o berço da cultura automotiva dos Estados Unidos, Califórnia anuncia decisão histórica

Sampel lança 40 itens na linha de metal/borracha suspensão automotiva

Em constante evolução, o portfólio da Sampel recebe novos itens na linha de suspensão. Os lançamentos de buchas, suporte do amortecedor, limitador de torção, bucha do eixo, suporte do câmbio, kit amortecedor com rolamento que atendem diversos modelos chegaram ao mercado. Você pode obter mais informações no catálogo online e no catálogo eletrônico da marca: www.catalogosampel.com.br



Marca amplia portfólio com variedade de itens



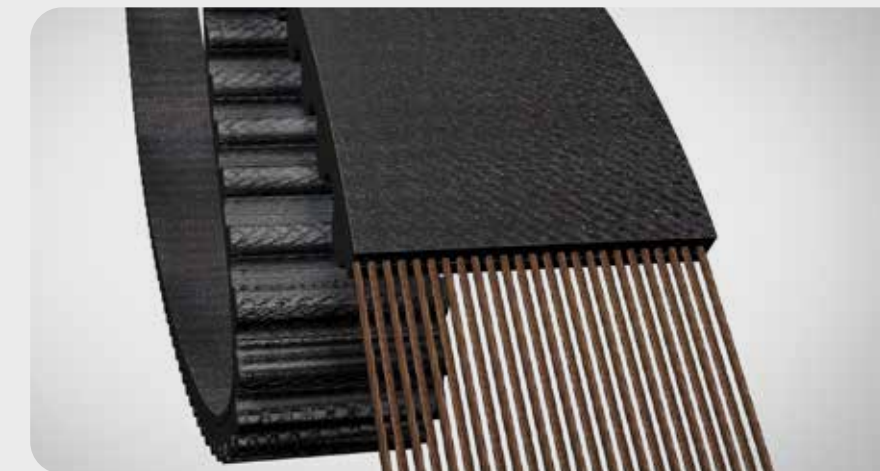
São 46 novos códigos de anéis de pistão

Magneti Marelli amplia oferta de componentes de motor

A Magneti Marelli amplia seu portfólio de componentes de motor com o lançamento de 46 novos códigos de anéis de pistão. As aplicações atendem veículos das montadoras Chevrolet, Citroën, Fiat, Ford, Hyundai, Honda, Kia, Mitsubishi, Nissan, Peugeot, Renault, Toyota e Volkswagen. Recomenda-se a substituição dos anéis quando o veículo apresentar saída de fumaça pelo escapamento, com maior emissão de poluentes, aumento no consumo de óleo e a diminuição do desempenho.

Continental prepara correia mais sustentável

A Continental apresenta este mês, na Automechanika da Alemanha, inovações para componentes de acionamento por correia que visam proteger o clima e o meio ambiente. Uma das novidades será a correia dentada cujo lado do perfil é feito não de neoprene como de costume, mas de um novo e patenteado composto de borracha sintética. O novo composto gera uma pegada de carbono cerca de 50% menor – desde sua fabricação até o descarte do cinto. O produto está pronto para produção em série e o lançamento está previsto para meados de 2023 em todo o mundo.



Pronto para produção: novo composto permite emissões de CO2 50% mais baixas

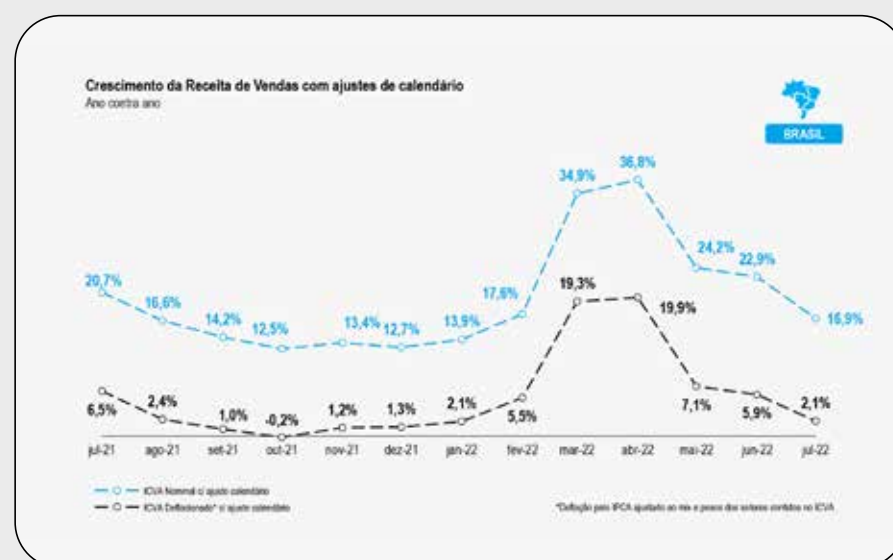
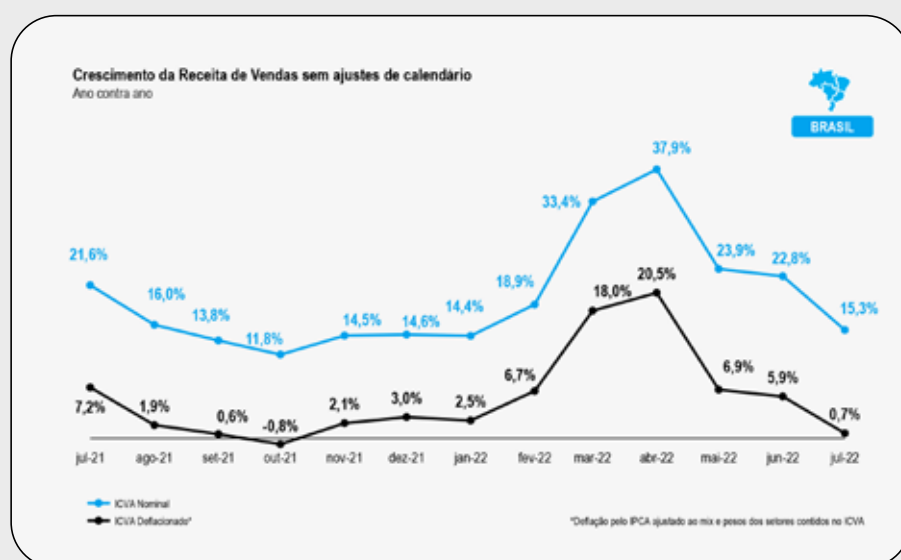
Varejo cresce 0,7% em julho, segundo o ICVA

É o nono mês seguido de alta. Em termos nominais, que espelham a receita de vendas observadas pelo varejista, o índice apresentou alta de 15,3%

As vendas no Varejo em julho de 2022 cresceram 0,7%, descontada a inflação, em comparação com igual mês de 2021. Em termos nominais, que espelham a receita de vendas observadas pelo varejista, o Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA) apresentou alta de 15,3%.

Os efeitos de calendário prejudicaram o resultado porque houve um domingo a mais, dia em que as vendas costumam ser mais fracas, e uma quinta-feira a menos, data em que o comércio está mais aquecido, que em julho de 2021. Sem considerar esses efeitos, o Varejo apresentou crescimento nominal de 16,9%. Na comparação

deflacionada, o crescimento nas vendas foi de 2,1%. Segundo Diego Adorno, gerente de Produtos de Dados da Cielo, o comércio continua em recuperação, mas os efeitos da base de comparação com o período mais crítico da pandemia da covid-19 sobre os resultados nominais têm sido cada vez menores. “O mês de julho foi o nono seguido de alta nas vendas no Varejo, apesar de uma desaceleração em relação a junho. Os segmentos mais ligados ao período de férias, como Turismo e Transporte, deram importante contribuição para o crescimento do Varejo”, diz.



INFLAÇÃO

O Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), apurado pelo IBGE, apontou alta de 10,07% no acumulado dos últimos 12 meses, com deflação de 0,68% em julho. A retração nos preços verificados no grupo de Combustíveis e Energia foi a que mais contribuiu para a deflação. Ao ponderar o IPCA pelos setores e pesos do ICVA, a inflação no varejo ampliado foi de 14,45% em julho, desacelerando em relação ao índice registrado no mês anterior.

SETORES

Descontada a inflação e com o ajuste de calendário, os macrossetores de Bens Não Duráveis e de Serviços registraram crescimento nas vendas em relação a julho de 2021. Já Bens Duráveis e Semiduráveis sofreu queda. O destaque no macrossetor de Bens Não Duráveis foi Postos de Combustíveis. No macrossetor de Serviços, um dos segmentos que mais colaboraram para o crescimento foi Turismo e Transportes. Já o macrossetor de Bens Duráveis e semiduráveis, que registrou baixa, foi impactado negativamente pelo segmento de Materiais de Construção.

REGIÕES

De acordo com o ICVA deflacionado e com ajuste de calendário, todas as regiões apresentaram crescimento em relação a julho do ano passado. A região Norte registrou alta de 7,5%, seguida da região Sul (+3,6%), Nordeste (+2,1%), Centro-Oeste (+1,7%) e Sudeste (+0,9%). Segundo o ICVA nominal com ajuste de calendário na comparação com julho de 2021, as vendas na região Sul cresceram 17,8%, seguida da região Norte (+17,3%), Sudeste (+17,1%), Nordeste (+16,5%) e CentroOeste (+14,9%).

ENTENDA O ÍNDICE

ICVA Nominal – Indica o crescimento da receita nominal de vendas no varejo ampliado do período, comparando com o mesmo período do ano anterior. Reflete o que o varejista de fato observa nas suas vendas.

ICVA Deflacionado – ICVA Nominal descontado da inflação. Para isso, é utilizado um deflator que é calculado a partir do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), apurado pelo IBGE, ajustado ao mix e pesos dos setores contidos no ICVA. Reflete o crescimento real do varejo, sem a contribuição do aumento de preços.

ICVA Nominal/Deflacionado com ajuste calendário – ICVA sem os efeitos de calendário que impactam determinado mês/período, quando comparado com o mesmo mês/período do ano anterior. Reflete como está o ritmo do crescimento, permitindo observar acelerações e desacelerações do índice.

Balança comercial argentina fecha semestre em déficit

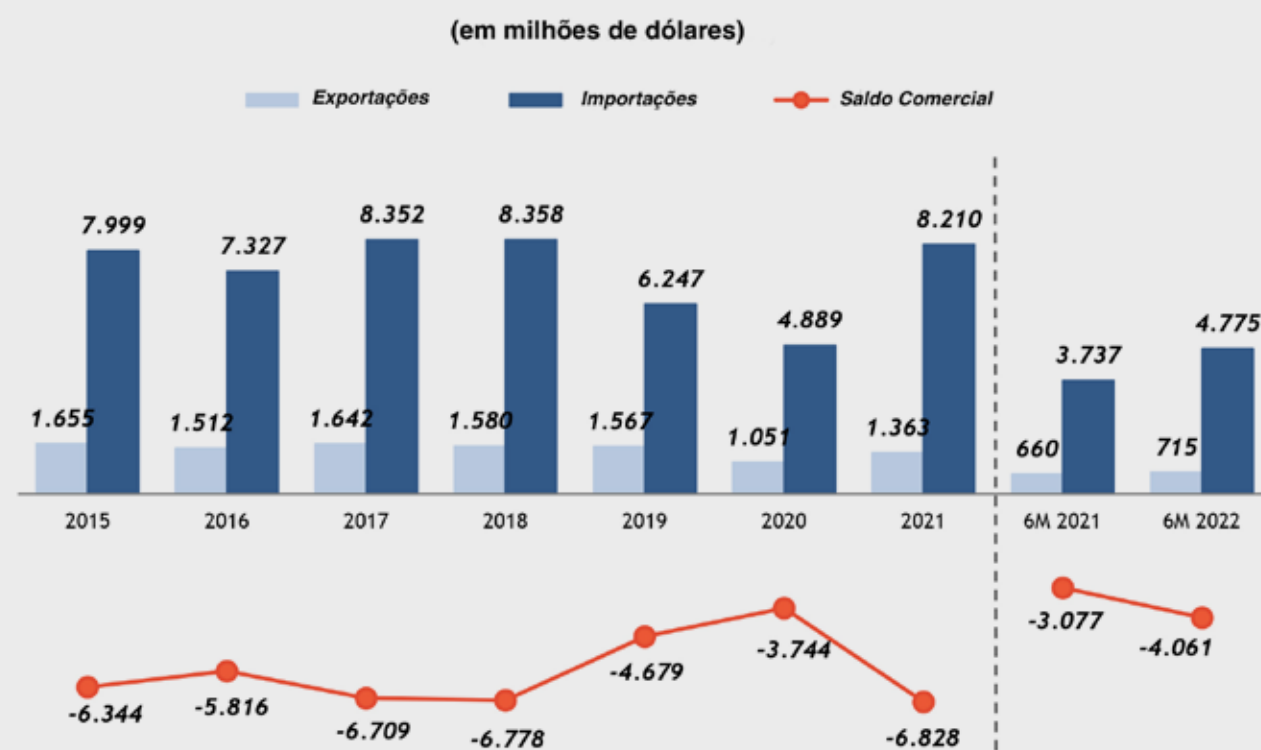
Resultado negativo no período superou os 4 bilhões de dólares. Brasil continua sendo o principal parceiro comercial do país

A balança comercial de autopeças da Argentina apresentou déficit de US\$ 4,061 bilhões durante o primeiro semestre de 2022, aumentando o saldo negativo em 31,9% em relação ao mesmo período de 2021.

As exportações cresceram 8,3%, encerrando o período analisado em US\$ 715 milhões. As importações de autopeças aumentaram 27,8%, atingindo US\$ 4,775 bilhões

até o momento em 2022. Esse crescimento acompanhou a tendência registrada na produção de veículos, que encerrou o primeiro semestre com 243.698 unidades fabricadas (+25,9%). Em 2021, 67% das importações do setor foram feitas pelas montadoras e seus fornecedores diretos, e desse total, 60% foram destinados à exportação de veículos.

BALANÇA COMERCIAL GLOBAL DE AUTOPEÇAS 2015 – 2022



Fonte: AFAC com dados de ABECEB e INDEC

Comércio exterior tem forte dependência do Brasil

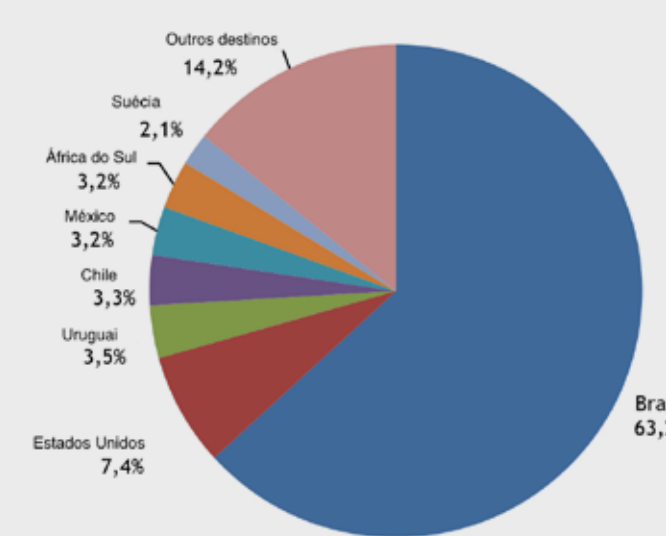
O Brasil continua sendo o principal parceiro da Argentina no comércio exterior de componentes automotivos. O déficit comercial de autopeças com nosso país aumentou 72,3% em 2022 na comparação com o ano anterior, passando de US\$ 634 milhões para US\$ 1,092 bilhão. Este crescimento deveu-se fundamentalmente ao aumento registado nas importações, uma vez que as exportações também subiram, embora em menor grau. As compras do país vizinho passaram de US\$ 1,069 bilhão para US\$ 1,544 bilhão, o que representou um aumento de 44,5%. Entre os principais itens importados encontramos

transmissão (US\$ 290 milhões), elétrica (US\$ 235 milhões), carrocerias e peças (US\$ 183 milhões) e componentes do motor (US\$ 169 milhões). Juntos, eles representam 56,8% das importações do Brasil.

Por outro lado, as exportações de autopeças para o Brasil aumentaram 3,9%, passando de US\$ 435 milhões para US\$ 452 milhões em 2022. Esse valor representa 63,2% do total de vendas ao exterior. Os principais itens exportados foram motores (US\$ 153 milhões), transmissão (US\$ 125 milhões) e componentes do motor (US\$ 84 milhões).

Exportações por destino

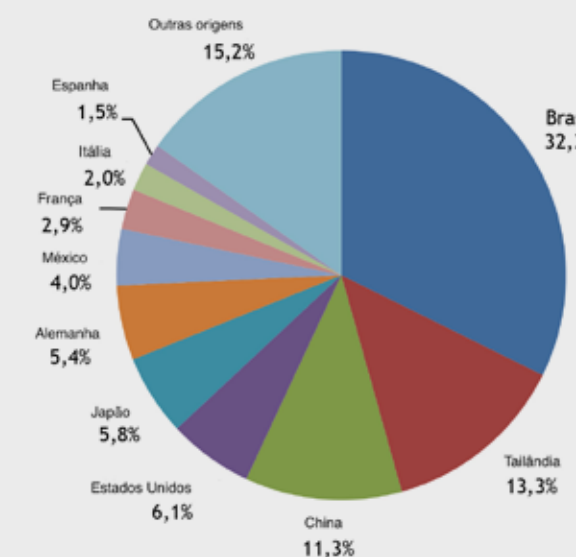
1º semestre 2022



Fonte: AFAC com dados de ABECEB e INDEC

Importações por origem

1º semestre 2022



Fonte: AFAC com dados de ABECEB e INDEC

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 01 a 05 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 01 a 05 de agosto, estudos realizados pelo after.lab, empresa de pesquisas e inteligência de negócios da Novomeio Hub de Mídia.

MAPA

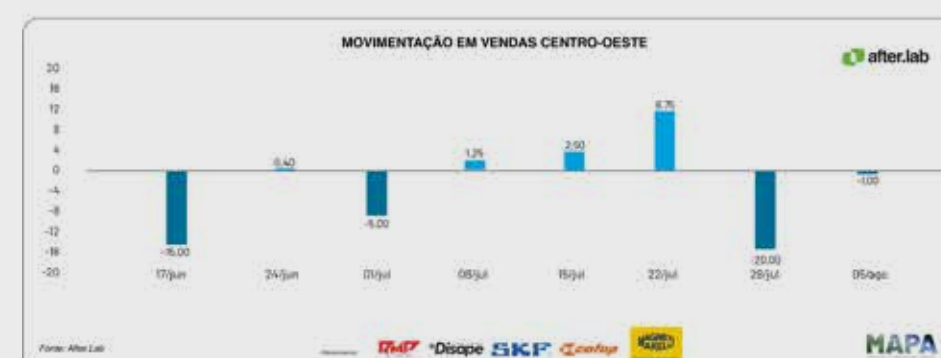
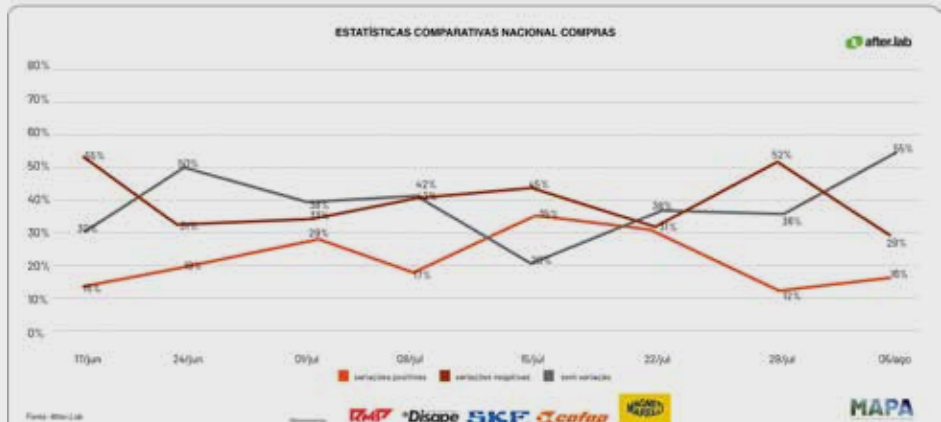
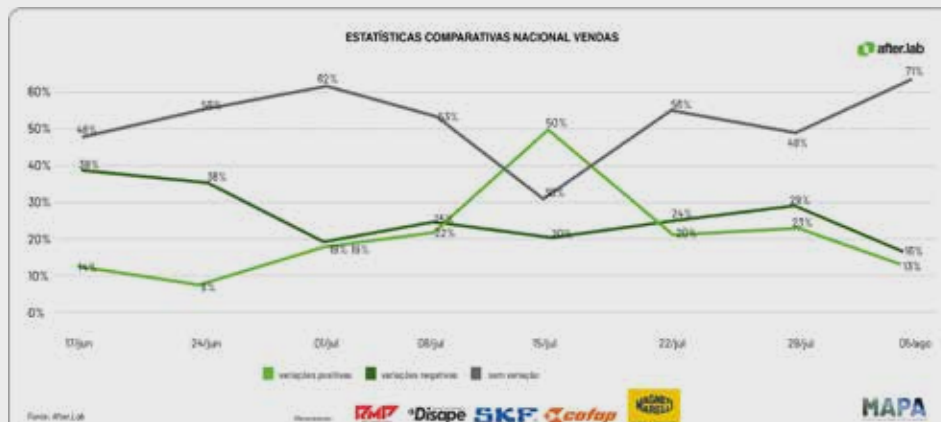
O gráfico de vendas nacionais do varejo de autopeças voltou a cair, ainda que em base quase irrelevante. Os dados apurados pelo MAPA revelam um recuo de -0,02% na média nacional ponderada na primeira semana de agosto.

Os índices regionais de vendas trazidos pelos profissionais do after.lab têm as seguintes variações: zero no Norte, no Nordeste e no Sudeste; -1% no Centro Oeste; e 0,36% no Sul.

Os gráficos de estatísticas comparativas revelam que a estabilidade nas vendas subiu de 48% para 71% dos entrevistados. O índice de varejistas que venderam mais no período teve queda, passando de 23% para 13% da amostra. Finalmente, os varejistas que venderam menos na semana também caíram, de 29% para 16% dos entrevistados.

Seguindo a curva de vendas, as compras também apresentaram queda nesta semana. A média nacional ponderada foi de -1,45%. Na variação semanal regional das compras, -10% no Norte; zero no Nordeste; -3% no Centro Oeste; zero no Sudeste; e -3,29% no Sul.

No comportamento de compras, a estabilidade subiu de 36% para 55% dos varejistas pesquisados. As lojas que compraram mais passaram de 12% para 16% da amostra e as que compraram menos caíram de 52% para 29%.



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 produtos no varejo, com índice de -6,66%.

Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do Brasil apuraram os seguintes resultados: -30% no Norte; variação zero no Nordeste; -2% no Centro-Oeste; -7,5% no Sudeste; e -6,43% no Sul.

Os itens em geral lideraram o ranking da falta de produtos com 29,4% das respostas, seguidos por correias, com 17,6%, e velas de ignição, com 11,8%.

A estabilidade do abastecimento subiu de 58% para 61% dos varejistas entrevistados.

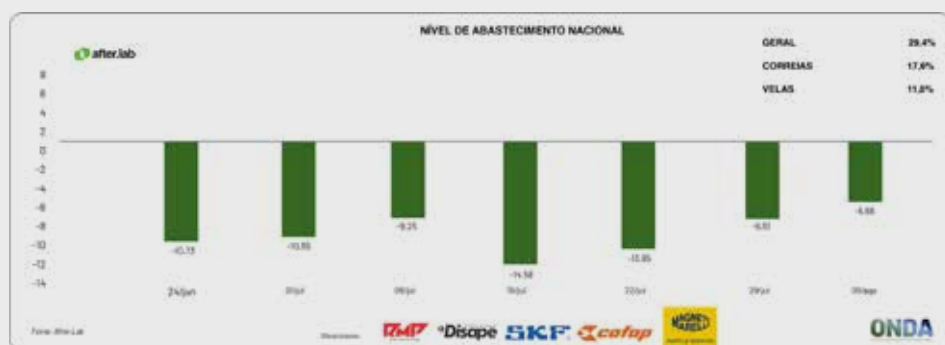
Já os preços ao varejo continuam mantendo trajetória inversa à do abastecimento, com percepção contínua de alta. O viés nacional no período foi de 8,6%.

A região Norte apontou alta de 2,33% no viés dos preços; nas demais, 25% no Nordeste; 3% no Centro-Oeste; 5,63% no Sudeste; e 5,86% no Sul.

Os itens em geral lideraram o ranking da alta de produtos com 31,6% das respostas, seguidos por óleos lubrificantes, com 26,3%, e correias, com 15,8%.

A estabilidade de preços ao varejo recuou de 76% para 58%.

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 da Novomeio Hub de Mídia.



Semana de 08 a 12 de agosto

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 08 a 12 de agosto. Os estudos são realizados pelo after.lab, empresa de pesquisas e inteligência de negócios com foco no mercado de reposição.

MAPA

As vendas do varejo brasileiro de autopeças apresentaram recuperação na semana em tela. A média nacional ponderada no período ficou em 2,19%.

Na apuração regional das vendas, variação zero no Norte, completando três semanas de absoluta estabilidade na região;

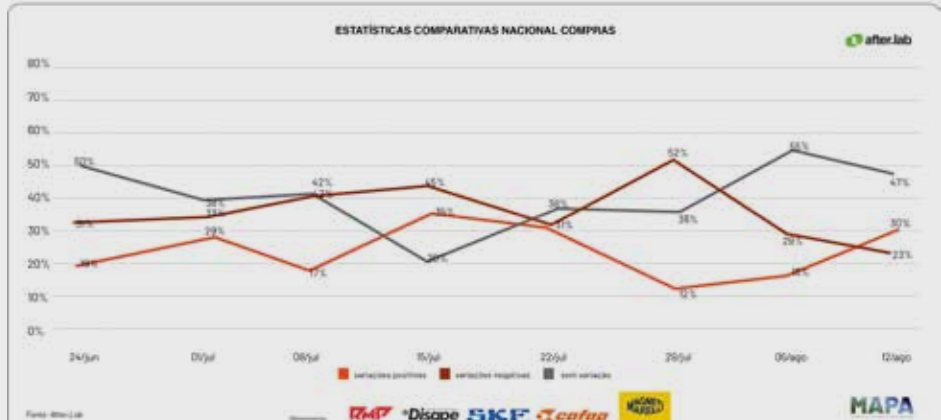
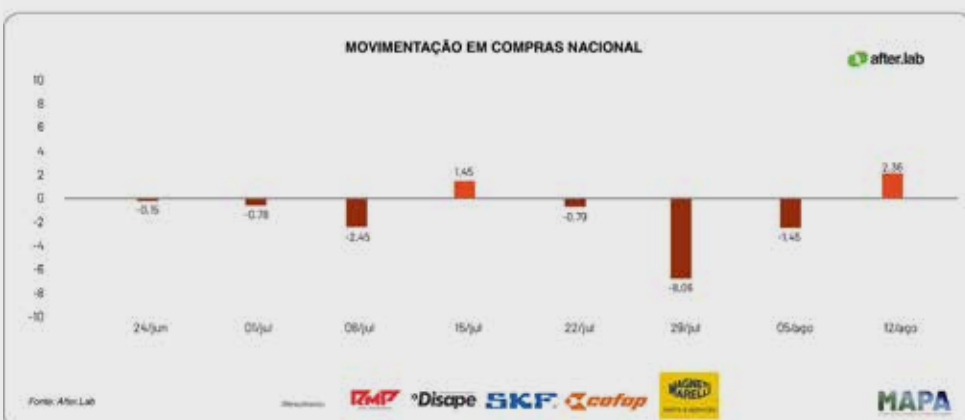
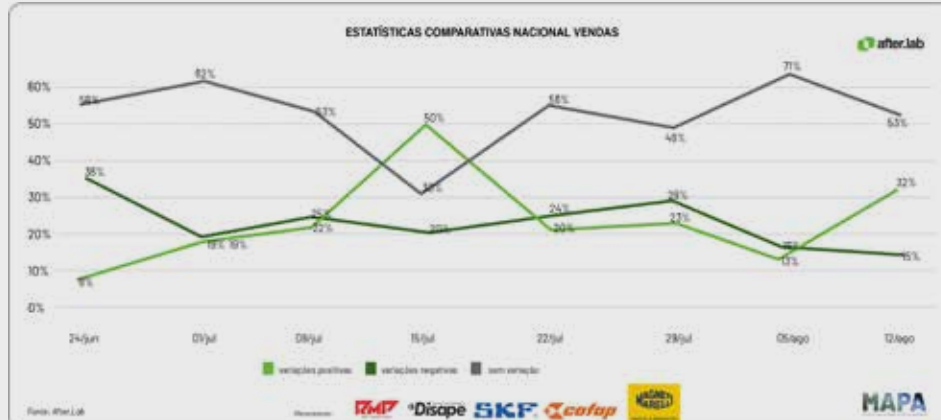
-3,33% no Nordeste; variação zero no Centro Oeste; alta de 6,36% no Sudeste; e -1,67% no Sul.

Os gráficos de estatísticas comparativas mostram que a estabilidade nas vendas foi de 71% para 53% dos varejos entrevistados. Os varejistas que venderam mais subiram de 13% para 32% e os que venderam menos recuaram de 16% para 15%.

As compras mais uma vez seguiram a movimentação das vendas. A média nacional ponderada apresentou crescimento de 2,36%.

Na divisão regional, os índices de variação nas compras no período foram: 5% no Norte; -5,56% no Nordeste; expressivos 30% no Centro Oeste; 2,91% no Sudeste; e -5,83% no Sul.

No comportamento de compras, a estabilidade caiu de 55% para 47%. As variações positivas subiram de 16% para 30% e as negativas recuaram de 29% para 23% dos entrevistados.



ONDA

Mais uma vez, nenhuma alteração nas tendências de abastecimento e preços no período de 08 a 12 de agosto. A ruptura no abastecimento de certos produtos permanece desde o início da realização da pesquisa ONDA. A média nacional ponderada nesta semana ficou em -6,01%.

Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do Brasil mostraram: -5% no Norte; -8,11% no Nordeste; variação zero no Centro-Oeste; -5,59% no Sudeste; e -8,33% no Sul.

Os itens em geral responderam por 24,2% do desabastecimento, seguidos por correias, com 18,2%, e componentes eletrônicos, com 12,1%.

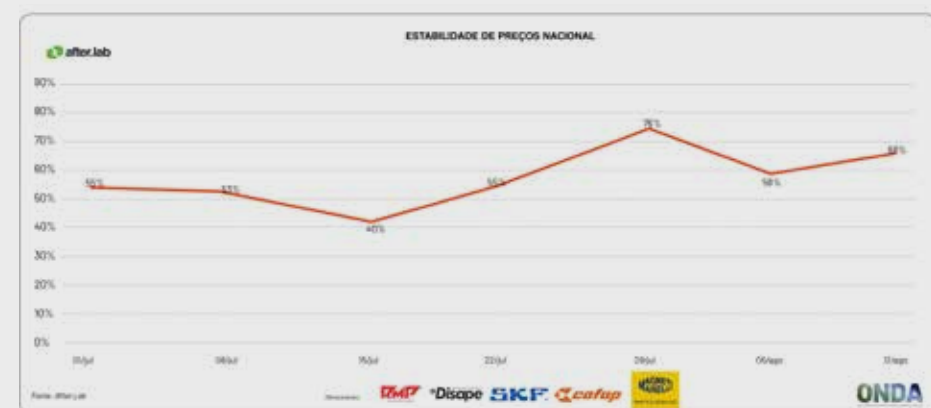
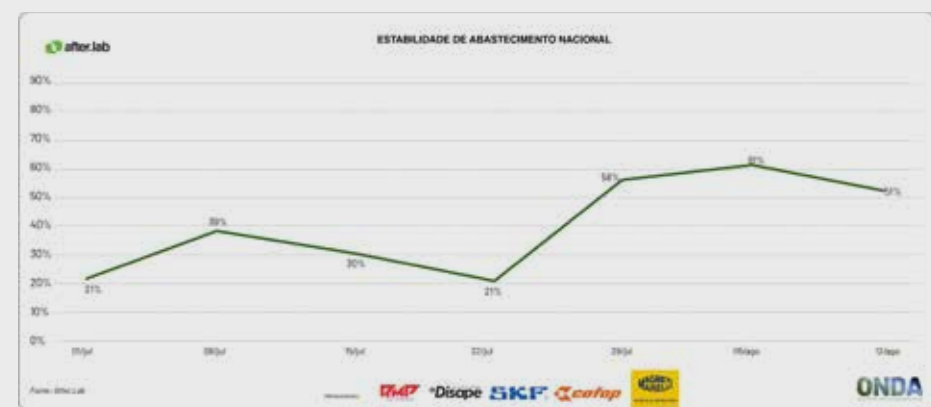
A trajetória de preços continua a sustentar o longo histórico de inflação. O viés apurado no período mostra média nacional ponderada de 3,12%.

A percepção de variação nos preços por parte dos varejistas se deu da seguinte forma nas cinco regiões do Brasil: com viés de 5% no Norte; 5,22% no Nordeste; variação zero no Centro-Oeste; 3,18% no Sudeste; e 2,08% no Sul.

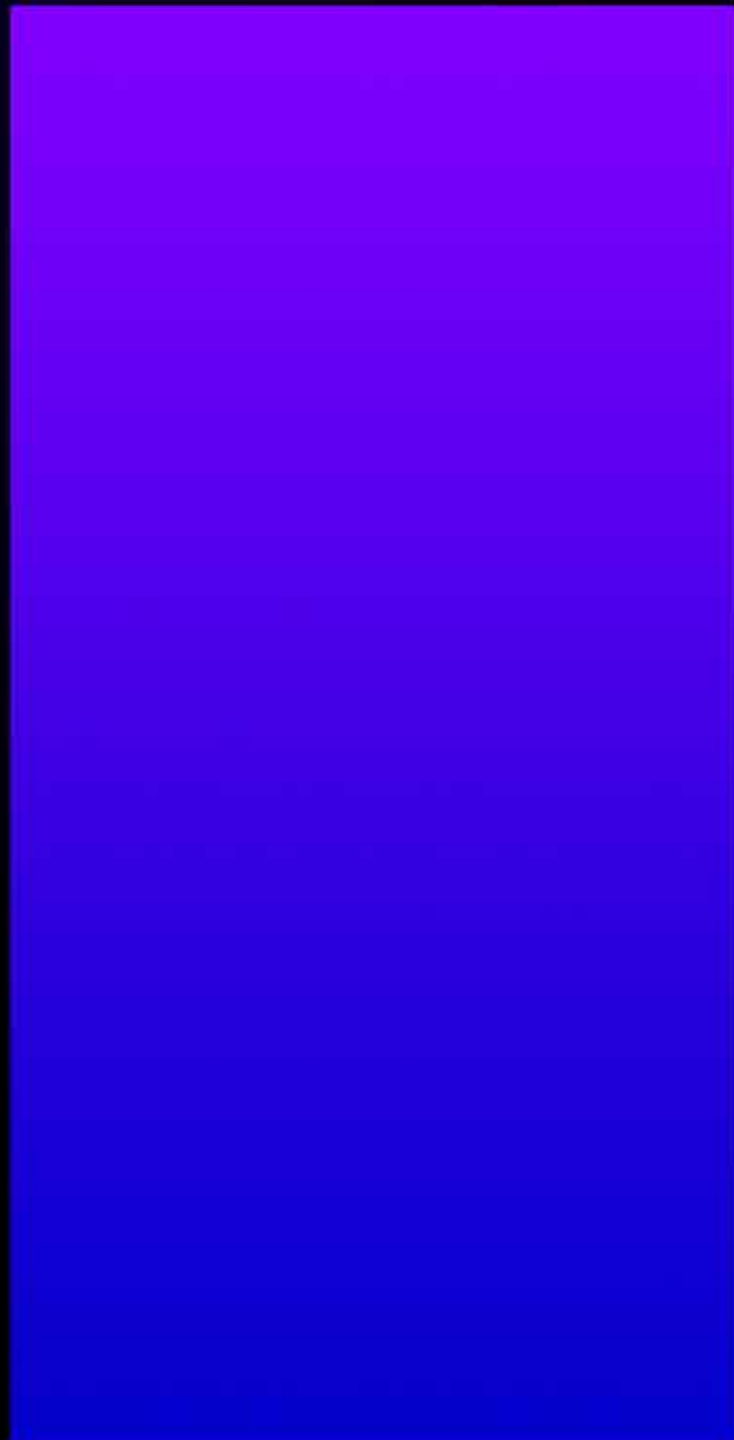
Os óleos lubrificantes responderam por 33,3% das percepções de alta nos preços, seguidos itens em geral, com 30,6%; e correias, com 11,1%.

A estabilidade no abastecimento caiu de 61% para 51% dos entrevistados. Em relação aos preços, a curva de estabilidade subiu de 58% para 66% 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.



A NOVOMEIO AGORA É A



Nhm[®]

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[®]
Novomeio
hub de mídia



Nhm[®]
Novomeio
hub de mídia



Nhm[®]
Novomeio
hub de mídia



Nhm[®]
Novomeio
hub de mídia



Nhm[®]
Novomeio
hub de mídia



Nhm[®]
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.**

