



## Maiores e Melhores Regionais revelam segredos da vitória

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

PÁGINA 26



Entidades do aftermarket automotivo assinam Carta de Fortaleza e prometem unir forças em defesa dos interesses do setor

PÁGINA 36



Ranieri Leitão, presidente do Sincop Peças-BR, analisa a pauta do varejo de autopeças brasileiro e a mobilização do mercado por representatividade

PÁGINA 08

Carro híbrido se apresenta como solução viável para mobilidade brasileira ao oferecer vantagens sobre o veículo 100% elétrico em nosso país

PÁGINA 44



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

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

**Pellegrino**





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

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

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

**#RUMOADUBAI**



## 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 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, 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 Sincopeças 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**  
novovarejoautomotivo.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 - #373 Setembro de 2022

Tiragem desta edição: 15 mil exemplares

Distribuição Nacional Via Correios

Novo Varejo é uma publicação mensal 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)

# #NAPELEGRINOTEMMELHORESMARCAS

MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS



Faça já seu pedido



**+ 100  
MARCAS.**



Acesse nosso portfólio com sua câmera.

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



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

**+ 54 MIL  
PRODUTOS DISPONÍVEIS.**



Acesse nosso catálogo e conheça nossos produtos.





Nossa reportagem ouviu as cinco empresas vencedoras da primeira edição da pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças Regional e apura ações que foram determinantes para a vitória.

**26**

**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.

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.

**36**



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.

**44**

**46**

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

HÁ 100 EDIÇÕES

## Varejos buscam alternativas para aumentar prazos de compra e venda das autopeças

*Financiamento da cadeia é um problema antigo. Edição 273 do Novo Varejo apresentou alternativas aos gestores das lojas*

A combinação de vendas a prazo com flexibilização das formas de pagamento vem ancorando o sucesso do varejo brasileiro como um todo desde a segunda metade do século passado. Grupos que se tornaram impérios, como as Casas Bahia,

se notabilizaram por facilitar o pagamento muito antes da popularização dos cartões de crédito, oferecendo seus famosos "crediários". Não por acaso a empresa fundada por Samuel Klein se tornou sinônimo de acessibilidade para as classes C, D

e E que puderam, finalmente, ver facilitada a aquisição de móveis e eletrônicos com a popularização do "conceito Casas Bahia".

O modelo de vendas a prazo, no entanto, não se restringiu aos grandes magazines. Ele

Apesar das referências positivas, ainda hoje existem setores importantes do comércio que não conseguiram entrar de cabeça na era do prazo e da flexibilização. Um deles é o varejo de autopeças, que, conforme detalhou nossa reportagem de capa da edição 273, vinha sofrendo para oferecer condições mais favoráveis ao consumidor final, seja pelo limitado prazo ofere-

cido por indústrias e distribuidores, pelos altos juros impostos por instituições financeiras ou ainda em razão da alta taxa de inadimplência que os pagamentos com cheques ou carnês acabam imprimindo. Ampliar os prazos de pagamento das compras juntos aos fornecedores e facilitar a vida dos clientes são dois dos principais desafios de gestão para o varejo de autopeças.

Uma das várias alternativas apontadas na época era investir em parcerias com instituições financeiras a fim de flexibilizar o crédito. A aproximação se tornaria mais eficiente quando feita pela entidade representativa do setor na região.

**Anuncie** No principal canal de comunicação das grandes indústrias e distribuidores com varejos de todos os países.

comercial@novomeio.com.br

## 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.

SIGA:

www.mmcofap.com.br



Juntos salvamos 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, presidente do Sincopeças Brasil e um dos signatários do documento*

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, Asso-

peças 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

**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 Co-

narem, 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 Bra-

sil 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, demonstrar que teríamos 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 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 táí.

**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 con-





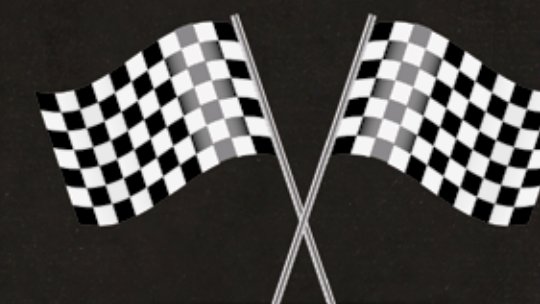
**VELOCIDADE  
FAZ PARTE**



**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](http://www.cobrarolamentos.com.br)  
✉ [sac@cobrarolamentos.com.br](mailto:sac@cobrarolamentos.com.br)  
☎ 0800 016 3333 | 📱 @cobrarolamentos





ENTREVISTA

cessionárias 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 di-

ferente 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 empre-

sários 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.

**TEM NOVIDADES NA MOTORS IMPORTS!**

Lançamento	Lançamento	Lançamento	Lançamento	Lançamento
33552 - DISCO FREIO DIANT. BMW 116/125/320/435 12...	34064 - BOMBA D'ÁGUA ELÉTRICA AUDI VW JETTA VII TSI 18...	34172 - DIAFRAGMA TAMPA VÁLVULA VW AMAROK 2.0 16V TDI	34214 - CAMISA RENAULT MASTER 2.3 16V 13... STD	33179 - ADITIVO RADIADOR GLOBAL INVISIBLE 35A 500ML

Entre em contato com uma de nossas lojas e conheça todas as nossas linhas de motores, suspensão, freios e câmbio.

Faça revisões em seu carro regularmente, respeite as sinalizações de trânsito.

**Ganhadores do Prêmio Maiores e Melhores 2021**

[www.motorsimports.com.br](http://www.motorsimports.com.br)



imagens meramente ilustrativas

**MAIOR**  
DISTRIBUIDOR  
DE AUTOPEÇAS  
PARA VEÍCULOS  
IMPORTADOS



DFTO. MARKETING MOTORS IMPORTS



**Continental**  
The Future in Motion

**Qualidade e competência que valem ouro.**

Pela sexta vez consecutiva, a Continental ganhou ouro na Categoria de Correias Automotivas do Prêmio Sindirepa. Uma vitória que ressalta o valor do nosso trabalho para entregar sempre produtos de alto nível aos balcões de autopeças e aos mecânicos que fazem a instalação e equipam os carros de muitos brasileiros. É por meio de um sério compromisso com o futuro da mobilidade que alcançaremos sempre a preferência (e a referência) quando se trata de produtos automotivos.



facebook.com/ContinentalBR

www.continental-industry.com

SAC: 0800 0111 572



## VIÉS – VARIAÇÕES NOS ÍNDICES E ESTATÍSTICAS PRÉ E PÓS-CRISE Comparativo entre os meses de agosto de 2020, 2021 e 2022

Chegamos ao final de mais um mês de agosto. Aquele que é lembrado como o mês que parece não acabar. Reputo essa má fama ao mês nomeado em homenagem a Augusto César, primeiro imperado romano, ao fato de no Brasil as escolas retornarem de suas férias e à ausência de feriados nacionais.

A despeito de sua baixa reputação, o mês de agosto é sempre muito bom para análise de séries temporais uma vez que permite compararmos os dados obtidos dentro de um mesmo lapso temporal. Lembrando que esta análise chamada VIÉS –

Variação nos Índices e Estatísticas só é possível graças ao laborioso trabalho do after.lab, empresa de pesquisa e inteligência de mercado da NovoMeio Hub de Mídia que, desde o início da pandemia vêm coletando dados junto aos empresários do varejo de autopeças sobre as variações em abastecimento (quebra ou ruptura), preço (aumentos ou reduções), vendas e compras, sempre em variação percentual em relação à semana anterior à coleta de dados.

Trata-se de um dado obtido pela percepção do respondente, sem a pre-

cisão absoluta que uma mensuração feita com o acesso, por exemplo, às notas fiscais. Mas serve, e tem servido de forma exemplar para o entendimento dos movimentos gerais do mercado e suas tendências.

De modo a facilitar a rápida apreensão do conteúdo apresentado, optamos pelo emprego de gráficos e uma breve explicação. Embora à primeira vista o gráfico pareça muito complexo, uma breve explicação o torna de fácil entendimento, vamos lá?

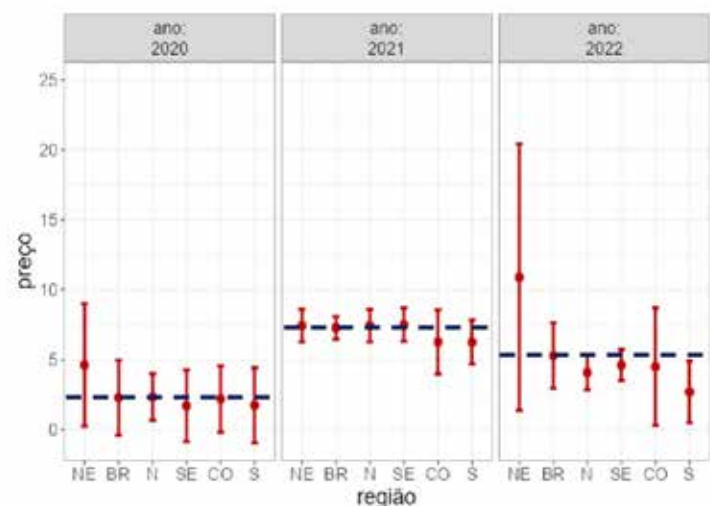
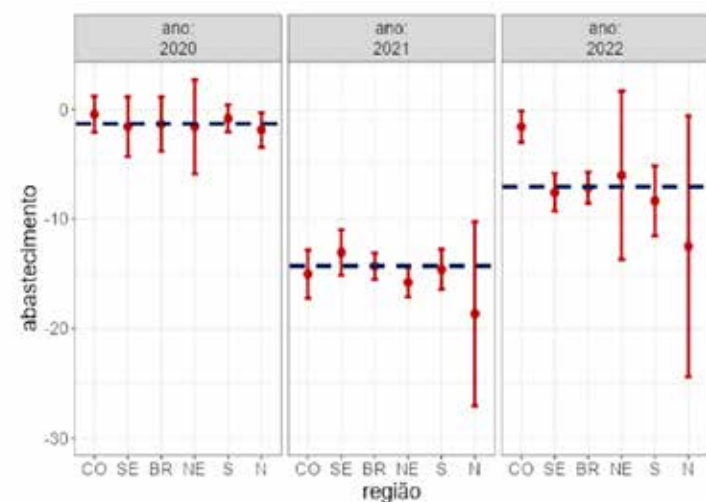
Os gráficos apresentam cada uma das quatro dimensões identificadas nas pesquisas MAPA e ONDA: abas-

tecimento, preço, venda e compra, divididos nos três anos dos quais dispomos dados coletados: 2020, 2021 e 2022. O círculo vermelho representa, para cada região (CO = Centro-Oeste, N = Norte, NE = Nordeste, SE = Sudeste, S = Sul e BR = agregado Brasil) a média mensal em cada uma das dimensões pesquisadas. Os traços horizontais inferior e superior representam a dispersão, em desvios padrão. A linha horizontal tracejada azul representa a média do agregado Brasil, e serve como guia ou referência para a análise dos dados de cada região.

### ABASTECIMENTO

Como estamos tratando de percepções sobre as dimensões pesquisadas, cabe inferir com todas as reservas possíveis que, de certa maneira, a quebra ou ruptura de abastecimento teve uma piora no mês de agosto de 2021 e que já experimentamos alguma melhora em agosto de 2022.

Em conversa com executivos e empresários, a opinião é que o pior já passou e que houve uma acomodação nos modelos de desenvolvimento de fornecedores, provavelmente levando à uma diminuição dos giros de estoque em função da necessidade de aumento das compras e estoques.



### PREÇO

Se em 2020 e 2021 era possível notar uma certa tendência de aumento de preço em relação à média do agregado país, nota-se em 2022 uma variação menor nas regiões Norte e Sul, uma vez que a média do Brasil foi puxada pela grande amplitude da região Nordeste. Uma possível explicação para tamanha

dispersão pode ser atribuída a algumas linhas de produtos que tenham sofrido maior impacto em termos de variação cambial.

De qualquer forma, o impacto da variação nos preços se nota em todo o ambiente econômico, e o mercado de reposição não estaria alheio aos impactos inflacionários nacionais.

**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

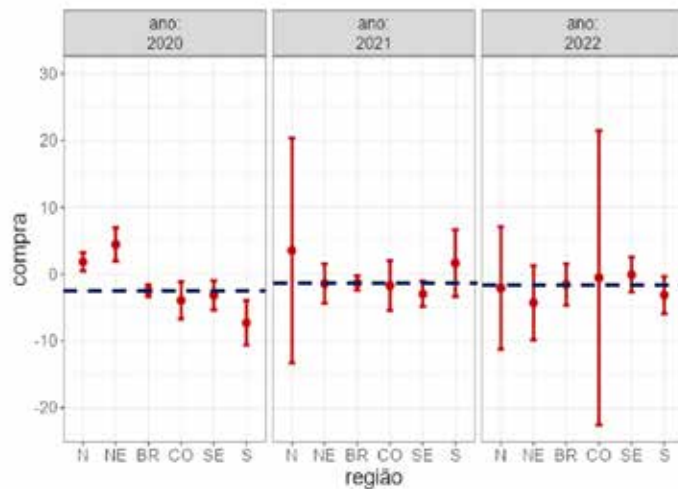
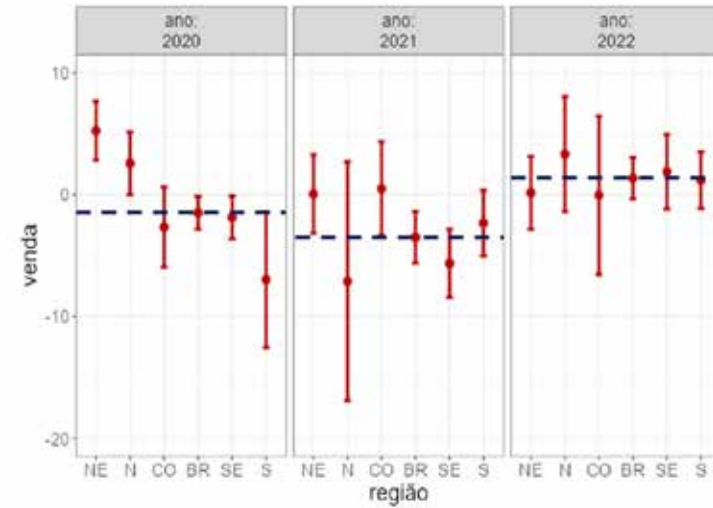




**VENDAS**

Uma leitura rápida do gráfico relativo às variações na Vendas sugere que o movimento em 2022 é positivo, ou seja, os empresários entrevistados apontam um aumento no percentual de compras em relação às semanas anteriores. Se é um indicador de que estamos encerrando um ciclo de queda nas compras, apenas o exame apurado das próximas

coletas é que vai nos responder. Um fato que atua positivamente para o mercado de reposição é o envelhecimento da frota circulante, e as dificuldades para aquisição de veículos novos, seja pelo custo que aumentou drasticamente, seja pela inexistência de estoque nas concessionárias. Se não troca o carro, o dono busca a manutenção.



**COMPRAS**

Pode até parecer ilusão de ótica, mas as variações em compras no agregado país se mantiveram bem próximas no mês de agosto dos anos 2020, 2021 e 2022. Embora com variações pequenas (Média2020 = -2,481; Média2021 = -1,336; Média2022 = -1,562), os resultados são bastante próximos

e as diferenças não são estatisticamente significantes [F (2, 9) = 0,376, p = 0,697]. Apenas nas regiões Nordeste e Sul que se notam diferenças estatisticamente significativas entre as variações médias nas compras, o que fica evidente também na inspeção visual do gráfico apresentado.

**CONCLUSÕES**

Mais uma edição do VIES chega às suas mãos, e com ela algumas indagações e questionamentos sobre o mercado de reposição no mês de agosto dos anos 2020, 2021 e 2022. Cada uma das análises apresentadas tem como objetivo estabelecer uma referência, um padrão para comparação entre os resultados do mercado e os resultados de sua empresa.

Não pretendemos ser os donos da verdade ou os videntes de plantão, para dizer em qual direção o mercado vai se dirigir. Antes o que queremos é prestar um serviço de qualidade ao mercado, servindo como referência para um entendimento mais amplo das dinâmicas vivenciadas por todos os elos da cadeia.

**HÁ 20 ANOS OFERECENDO A MAIOR LINHA DE SAPATAS DE FREIO DO MERCADO**




**MAZZICAR**  
**FREIOS**

EMPRESA CERTIFICADA ISO 9001:2015 / PRODUTO HOMOLOGADO PELO INMETRO

CONSULTE NOSSO CATÁLOGO  
[WWW.MAZZICAR.COM.BR](http://WWW.MAZZICAR.COM.BR)

✉ [mazzicar@mazzicar.com.br](mailto:mazzicar@mazzicar.com.br)  
☎ (11)4991-1454 / (11)4991-2801

Catálogo Online



**PRODUTOS DE QUALIDADE PARA VEÍCULOS NACIONAIS E IMPORTADOS**



✉ [VENDAS@VILLAFRANCANET.COM.BR](mailto:VENDAS@VILLAFRANCANET.COM.BR)  
☎ (11) 5584-2400

CONSULTE NOSSO CATÁLOGO  
[WWW.VILLAFRANCANET.COM.BR](http://WWW.VILLAFRANCANET.COM.BR)

Catálogo Online



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

O mercado brasileiro de reposição é notadamente reconhecido como um dos maiores e mais desafiadores do planeta.

Se levarmos em consideração a demanda em quantidade de peças, certamente pode ser considerado o 4º maior do mundo e um dos mais relevantes globalmente pelas características de sua frota (82% de origem europeia ou americana).

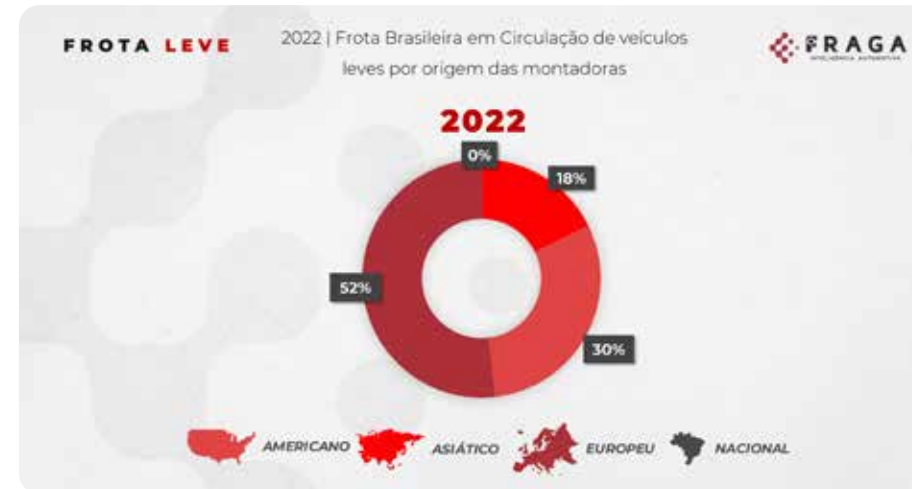
Parte da grandeza do mercado de autopeças no Brasil se dá pelo fato do país reunir condições geográficas quase continentais. São 212 milhões de habitantes, 5.568 municípios e 27 unidades federativas, com uma invejável Frota de mais de 45,3 milhões de veículos leves em circulação. Essas característi-

cas somadas fazem da missão de atuar no Brasil uma tarefa quase impossível.

Os traços regionais, presentes na exuberante cultura de nosso país, também interferem nos hábitos dos consumidores no que se refere à escolha dos veículos mais utilizados em cada uma das 5 grandes regiões brasileiras. As diferentes coberturas de redes de concessionárias e incentivos promovidos por estados são outros agravantes.

Atualmente, 52% da Frota Brasileira está concentrada na região sudeste, enquanto 21% concentra-se no Sul, 14% no Nordeste, 9% no centro-oeste e 4% na região norte do país.

Algumas curiosidades marcam em números as diferenças de po-



pularidade de veículos entre as principais regiões. O Ford Fiesta, por exemplo, é o 6º veículo com maior frota no Brasil, mas é somente o 10º mais popular na região nordeste e é o 15º mais presente na frota da região norte. Por sua vez, a Toyota Hilux é a

6ª mais recorrente na região Norte, mas apenas o 22º veículo de maior quantidade no Brasil e o 33º mais popular na região Sul. Veja na tabela os 25 maiores veículos leves em circulação no Brasil, classificados por sua posição no ranking da Frota Nacional.

### FRUTA LEVE

### 2022 – Frota por Região



UNIDADES

# MM22

ESG CONCEPT

## 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



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

### ABC da Frota por Região do Brasil

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

Distribuidora de Autopeças  
**Disape**


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

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

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

Conheça nossas redes sociais:

 @disapedistribuidora

 Disape Autopeças



Posicione a câmera do seu smartphone para acessar.



Estar atento às particularidades de cada uma das praças e possuir um estoque adequado às necessi-

dades específicas de cada ponto de venda é fundamental para o sucesso dos agentes comerciais. Afi-

nal, a compra de autopeças é um ato de necessidade, e estar com a peça certa, na hora certa, e, no lo-

cal adequado, é o principal fator de escolha do reparador na hora de optar pelo seu fornecedor.

## Distribuição da Frota de Veículos Leves por Unidade Federativa

Seguiremos com o compromisso de acompanhar e informar nosso segmento a respeito das particularidades da frota

nacional, além de oferecer informações precisas para o desenvolvimento de estratégias de marketing, produtos e solu-

ções comerciais para o mercado de reposição. Afinal, quando se trata de soluções práticas, precisas e confi-

áveis, sejam elas técnicas ou de inteligência, a Fraga Inteligência Automotiva é seu parceiro estratégico por mais de 32 anos.

### FROTA LEVE

2022 – Frota por Estado



**Há 25 anos a Corteco faz parte do Grupo Freudenberg.  
É tempo de celebrar essa trajetória de sucesso!**

Visite a Corteco Brasil:

[www.corteco.com.br](http://www.corteco.com.br)

[f](#) [in](#) [@](#) [v](#) Corteco Brasil

#SejaOriginalSejaFreudenbergNOK



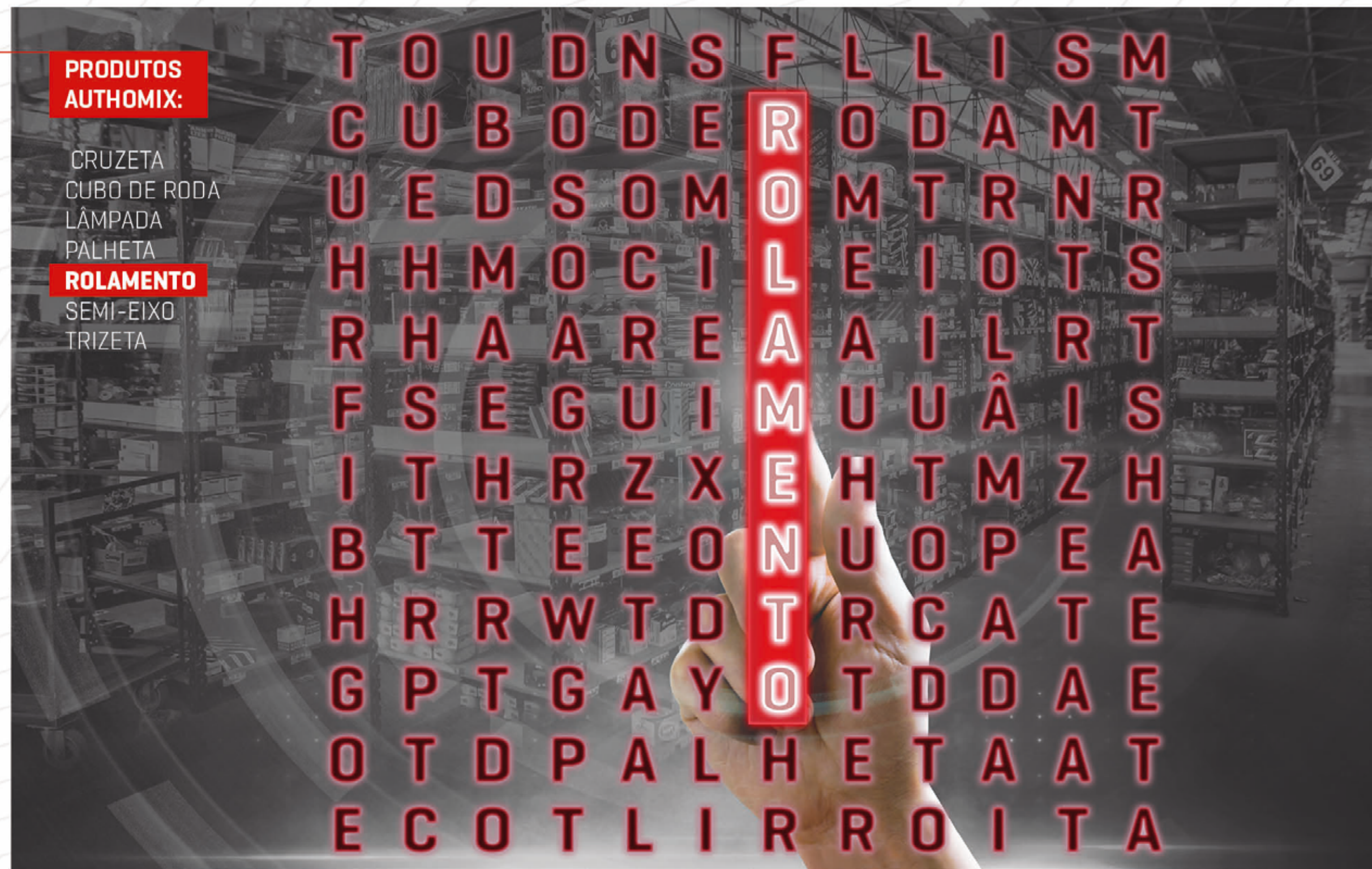
## A ROLES CONTA COM UM AMPLO PORTFÓLIO PARA ENTREGAR A SOLUÇÃO QUE O SEU NEGÓCIO PRECISA!

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

Word search grid with the word **ROLES** highlighted vertically in the 7th column.

**AUTHOMIX**

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

**JUNTOS FAZEMOS MELHOR**

**ROLES**  
AUTOPEÇAS



## Adequações na pandemia impulsionam vencedores do Maiores e Melhores Regional

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

Em 28 de julho deste ano, cinco distribuidores de autopeças do aftermarket automotivo brasileiro sagraram-se os primeiros vencedores da história na pesquisa Maiores e Melhores em sua versão regional. Com metodologia elaborada pela Ipeos e aprimorada pelo after.lab, núcleo de pesquisa e inteligência de negócios da Novomeio Hub de Mídia, o levantamento entrevistou mais de 1.400 varejistas de todo Brasil, convidando-os a avaliar o desempenho empresarial de seus fornecedores a partir de 21 atributos que compõem sete grupos de análise:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### VENCEDORES

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

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

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



**DINPAR**  
Automotiva

300 itens de **Linha Química Automotiva**

12 mil itens de **Autopeças**

7.800 mil itens de **Fixação Automotiva**

4.800 clientes

98 Representantes

Equipe técnica de vendas

Política de Fretes

Há **34 anos** o seu Distribuidor "essencial"

**DINPAR - São Paulo/SP**

Mais de **300 fornecedores**

3M, ECD, Ley, GTOIL, Henkel, Hipper Freios, IKS, KITSBOR, MOBENSANI, RADNÃO, SUPRENS, VALCLEI, VOX, ZM



# QUER CHEGAR COM MAIS VENDAS? COM AMORTECEDOR HG NAKATA VOCÊ CHEGA MAIS.

Sabe qual é a melhor escolha em amortecedores para seus negócios? HG Nakata. Aqui tem a tecnologia líder em suspensão trabalhando para garantir segurança, qualidade e o melhor negócio para quem compra e para quem vende. Chega mais, com HG Nakata é tudo azul pela frente.

# CHEGA MAIS

APROVEITE E ACESSE OS CONTEÚDOS FEITOS PARA VOCÊ VENDER MAIS E MELHOR:



**BLOG**  
Tudo o que você precisa saber para alavancar seus resultados.



**PODCAST**  
Ouça as dicas dos maiores feras em vendas de autopeças.



**EAD**  
Cursos online, gratuitos e com certificado.



**INSTAGRAM**  
Imperdível para quem trabalha com vendas de autopeças.



**CATÁLOGO ELETRÔNICO**  
A ferramenta de busca mais completa, moderna e fácil de usar.





## Diferenças regionais começam pelo tamanho da frota

A atividade do setor de manutenção de automóveis está diretamente ligada a diferentes fatores, tais como poder de compra do consumidor, idade da frota e até mesmo

a legislação que incide sobre o estado em questão.

Entre todos, porém, o tamanho da frota circulante é aquele que oferece um panorama mais geral sobre

o 'material' com o qual os empresários do setor trabalham ao longo de todo ano.

As características da frota, aliás, são ainda mais importantes na gestão da

empresa regional, pois o grande distribuidor nacional está dimensionado para atender as demandas da somatória de todos os perfis distribuídos pelo Brasil.

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

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

Para além deste tino fundamental em reconhecer as singularidades de seus públicos-alvo, porém, se destacou a capacidade que todos os distribuidores regionais vence-

dores tiveram em atender uma necessidade universal do tempo em que vivemos: a modernização em meio aos percalços da pandemia da covid-19.

Questionados sobre as soluções criadas para se manterem importantes durante este contexto de transformação, players como a G&B e a Autofort destacaram

*Fonte: Fraga Inteligência Automotiva*

o fato de terem realizado investimentos determinantes no campo da tecnologia para realização de vendas remotas B2B e sem pausa no horário comercial.

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

entre os anos de 2020 e 2021, atingindo uma representatividade de 11% do faturamento total do varejo. "Buscamos soluções para que o lojista pudesse fazer suas compras 24 horas por dia com a entrega mais rápida do mercado para que nenhuma loja ficasse desabastecida. Toda a nossa equipe se des-

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

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

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

# NA HORA DA REVISÃO PREVENTIVA NÃO PENSE NO PREÇO PROCURE PRODUTOS DE QUALIDADE



Tecnologia e Qualidade unidas em nossos processos para entregarmos, sempre, os melhores filtros automotivos.  
**SEU VEÍCULO MERECE FILTROS DE QUALIDADE!**



**A LINHA MAIS COMPLETA DO MERCADO, ATENDENDO TODOS OS TIPOS DE VEÍCULOS**





SUDESTE  
Vencedor: G&B  
Nota média: 8,70

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

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

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

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

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

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

**Antonio Carlos Beiram, diretor**

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

NORDESTE  
Vencedor: AUTOFORT  
Nota média: 8,75

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

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

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

**Cesar Garcia, diretor**



Garcia destaca digitalização do mercado

**AUTHOMIX**  
Qualidade Original

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



f i  
authomix

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

**UM MIX DE SOLUÇÕES  
PARA SEU NEGÓCIO**





**NORTE**

Vencedor: MELO  
Nota média: 8,60

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

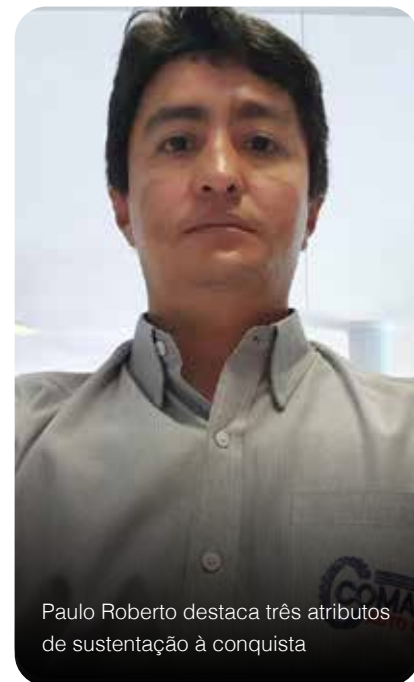
**Karla Ferreira, diretora**

**SUL**

Vencedor: EMBREPAR  
Nota média: 8,64

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

**Comunicado oficial da Embrepar**



Paulo Roberto destaca três atributos de sustentação à conquista

**CENTRO-OESTE**

Vencedor: COMANDO  
Nota média: 8,39

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

**Paulo Roberto, Gestão de Negócios**

**DRIVE+**

**DRIVE PLUS**  
**MAIS PROTEÇÃO E DESEMPENHO PARA O SEU MOTOR**

A Drive Plus tem uma linha completa de lubrificantes para o coração do seu carro. Produtos de alta tecnologia que permitem extrair o melhor desempenho do seu motor.

UMA MARCA  
**N! INEXUS**  
driveplusbrasil.com

Acesse aqui nossos canais de comunicação





## 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. Sabem que tem uma indústria de autopeças, mas o resto não sabem. 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 Sincopreços-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.

## NAKATA 70 ANOS DÉCADA DE 90. EM SINTONIA COM A GLOBALIZAÇÃO E A EVOLUÇÃO DO MERCADO

Os países mais ricos da Europa anunciam para 1992 a implantação de um ambicioso projeto de integração. Em tempos de globalização, conheça um novo capítulo da história da Nakata, contada década a década pelo Novo Varejo.

**1990 A 1999**



A posse do primeiro presidente eleito por voto direto em 30 anos enche o povo de otimismo. Fernando Collor, o "caçador de marajás" promete redução do papel do Estado, eliminação dos controles burocráticos da política econômica, abertura da economia e apoio ao processo de modernização das empresas brasileiras. Mas essa história não termina bem.

### BRASIL



Os anos 90 trazem de volta o carro popular. Graças a um entendimento entre o governo Collor e a Fiat é criado o programa que concede isenção de taxas e impostos para que automóveis 1.0 sejam vendidos a preços acessíveis. Mais tarde, o Fusca ressuscitaria para integrar a iniciativa.



### AFTERMARKET



O potencial do mercado brasileiro atrai investimentos de redes internacionais de centros automotivos, como a Midas e a Precision Tune Auto Care, que estabelecem operações e inauguram unidades no País para a realização de serviços undercar. Para as oficinas independentes resta o caminho da modernização compulsória. Investir em scanners, instalações, certificações de qualidade, cursos e treinamentos torna-se uma necessidade.

### NAKATA

A multinacional norte-americana Dana adquire em abril cerca de 98% do capital da Nakata, sendo 32,77% da família fundadora e o restante com a compra de ações preferenciais na Bolsa de Valores de São Paulo. O valor da negociação não é divulgado. Está é a oitava aquisição da Dana na América do Sul desde 1996.



VEJA A MATÉRIA COMPLETA ACESSANDO O QR CODE AO LADO.



### PERSONALIDADE

"As montadoras estão transferindo para seus fornecedores o ônus da pesquisa, de modo que não basta ter qualidade e preços bons. É também necessário ter capacitação técnica para resolver problemas".

**José Mindlin, empresário e um dos fundadores da Metal Leve**





## 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**



“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 já construiu no Brasil, não deixamos o remanufaturado 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**

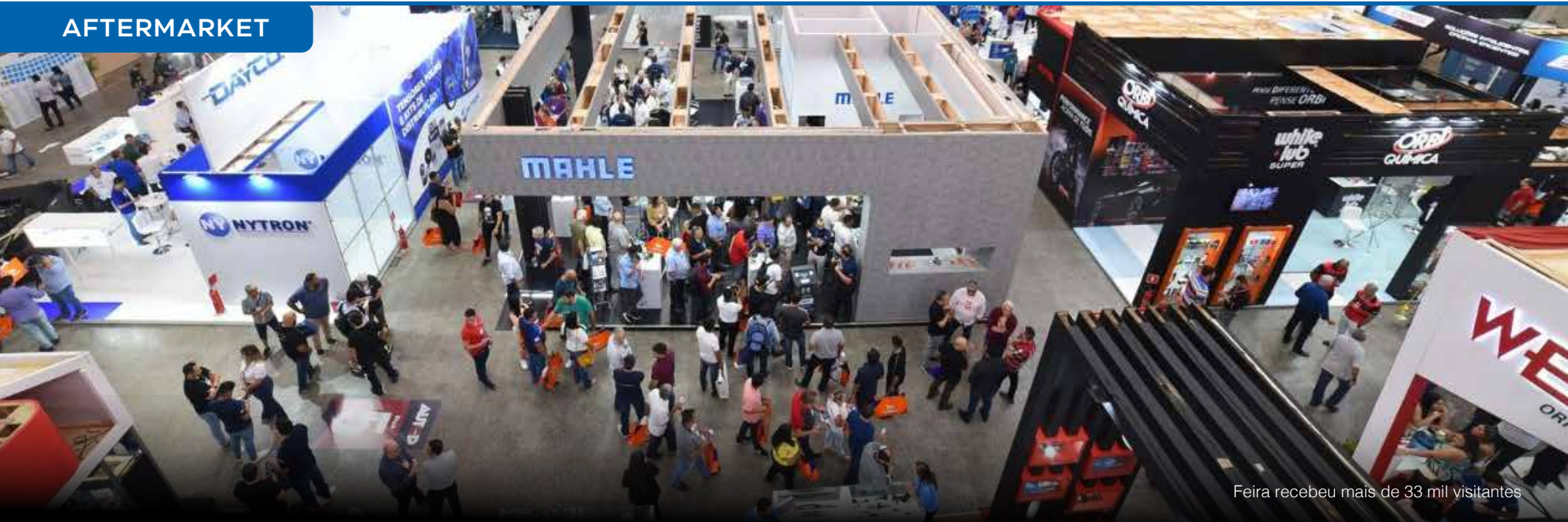


“Nós temos aqui todos os elos da cadeia, isso mostra que podemos trabalhar muito bem juntos. A ideia da pauta única é muito importante para mostrar nossa força. O setor como um todo tem nos mostrado sua importância durante a pandemia. A gente vê um outro setor, um outro aftermarket. Vimos que somos importantes, 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 está engajado no movimento de união, mas não é signatário da carta por questões da legislação que rege os sindicatos*





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 Sincoppeças/Assoppeças/Assomotos do Ceará - SSA/CE, responsável pela realização e organiza-

ção 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 Autop superou todas as nossas expectativas! Tivemos a participação de mais de 60 caravanas, contribuímos para aumentar o volume de negócios no setor, estreitar os relacionamentos e, principalmente, dar um upgrade na qualificação profis-



Abertura ocorreu em 17 de agosto

sional 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.

## Com dados do after.lab e da Fraga Inteligência Automotiva, Sincoppeças 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 Sincoppeças 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 aprovei-

tar 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 Sincoppeças 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 Sincoppeças 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.

**YIMING PARTS** atendendo o mercado de reposição com qualidade, tecnologia e responsabilidade desde 1996





## 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 Alema-

nha, 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.

## 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 ape-

nas 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

## 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



Gerson Prado mostrou otimismo com o futuro do setor no país

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.

## 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 ener-

gias 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





Categoria OURO premiou as marcas líderes na opinião dos reparadores

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

Evento presencial, no dia 15 de agosto, reuniu diretoria da entidade, representantes do setor de reposição e de fábricas

A 13ª edição do Prêmio Sindirepa-SP, em 15 de agosto, na FIESP, revelou as marcas de autopeças e equipamentos que os reparadores mais gostam em 15 categorias de produtos. As vencedoras receberam a premiação Ouro, Prata e Bronze, respectivamente para primeiro, segundo e terceiro lugares. Realizada pela CINAU – Central

de Inteligência Automotiva, a avaliação contou com 384 reparadores associados ao Sindirepa-SP, que elegeram as marcas considerando requisitos como qualidade, disponibilidade e atendimento às oficinas.

Segundo Antonio Fiola, presidente do Sindirepa-SP, o mercado de reparação de veículos vive um mo-

mento promissor devido ao aumento da idade média da frota circulante que pode chegar a 17 anos, fator que impacta na demanda pela manutenção.

O evento presencial lotou o auditório. As empresas vencedoras poderão usar os selos Ouro, Prata e Bronze durante um ano em materiais de divulgação.

Organizado pelo Grupo Photon, o Prêmio Sindirepa-SP recebeu o patrocínio de 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



Empresas premiadas na categoria BRONZE

## Pesquisa Prêmio Sindirepa-SP 2022 - Vencedores

### BOMBA COMBUSTÍVEL

**OURO:** Bosch    **PRATA:** Magneti Marelli    **BRONZE:** Brosol

### SISTEMA DE CLIMATIZAÇÃO

**OURO:** Denso    **PRATA:** Delphi    **BRONZE:** Valeo

### CABO DE VELA

**OURO:** NGK    **PRATA:** Bosch    **BRONZE:** Delphi

### VELA DE IGNIÇÃO

**OURO:** NGK    **PRATA:** Bosch    **BRONZE:** ACDelco

### EMBREAGEM

**OURO:** LUK    **PRATA:** Sachs    **BRONZE:** Valeo

### PASTILHA DE FREIO

**OURO:** Cobreq    **PRATA:** Jurid e Fras-le    **BRONZE:** Bosch e SYL

### DISCO DE FREIO

**OURO:** Fremax    **PRATA:** Hipper Freios    **BRONZE:** TRW Varga

### JUNTA HOMOCINÉTICA

**OURO:** Cofap    **PRATA:** Nakata e Spicer    **BRONZE:** Albarus

### EQUIPAMENTO DE DIAGNÓSTICO DE MOTOR

**OURO:** Tecnomotor, Napro, SUN e Bosch    **PRATA:** Alfatest e Launch    **BRONZE:** Raven

### CORREIAS

**OURO:** Continental    **PRATA:** Dayco    **BRONZE:** Gates

### FILTROS

**OURO:** Fram    **PRATA:** Wega    **BRONZE:** Mann Filter

### ÓLEO LUBRIFICANTE

**OURO:** Mobil    **PRATA:** Petronas    **BRONZE:** ELF-Totalenergies

### COMPONENTES DE MOTOR

**OURO:** Mahle Metal Leve    **PRATA:** Takao    **BRONZE:** KS

### AMORTECEDOR

**OURO:** Cofap    **PRATA:** Monroe    **BRONZE:** KYB

### ROLAMENTO

**OURO:** SKF    **PRATA:** INA    **BRONZE:** FAG



Pensou segurança,  
Pensou qualidade,  
Pensou tecnologia,  
Pensou inovação,  
Pensou conforto,  
Pensou tranquilidade,  
Pensou durabilidade,



 [facebook.com/frasle](#)  [instagram.com/frasle](#)  [twitter.com/frasle](#)



FRASLE