



**novovarejo**  
automotivo

**Sama**  
Autopeças

**100**

**ANOS DE  
TRADIÇÃO**



## Um século de história.

Em 2022, a Sama comemora seus **100 anos de existência.**

Hoje referência nacional em autopeças, com mais de **64 mil itens no portfólio e 29 filiais** por todo o Brasil, a Distribuidora é resultado de muito trabalho, parcerias, reinvenção e pé no acelerador. Uma marca que atravessou gerações. **Uma tradição 100 limites** para seguir evoluindo.

Sama. 100 anos de tradição



## DIAGNÓSTICO DE RISCO

Os impactos das transformações tecnológicas no aftermarket pautaram a 28ª edição do Seminário da Reposição Automotiva. Ao mesmo tempo em que o Brasil caminha para o veículo híbrido, a falta de acesso às informações dos carros conectados ameaça a reparação independente.

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

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

**Pellegrino**



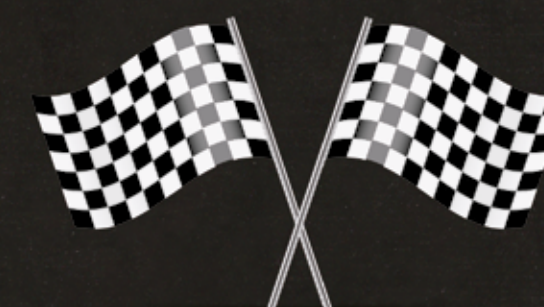
**VELOCIDADE  
FAZ PARTE**



**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



## O risco que o futuro reserva

Perspectivas e tendências dominam a pauta de mais esta edição do Novo Varejo Automotivo, agora impulsionada pelo Seminário da Reposição, realizado presencialmente em outubro, na cidade de São Paulo.

Não é de agora que os eventos do mercado de reposição têm procurado investigar o futuro da mobilidade e, em consequência, do próprio setor. É claro que o que vem pela frente sempre nos interessa, mas o momento que vivenciamos é muito mais desafiador do que já foi um dia. A velocidade com que a digitalização avança tanto nos veículos quanto na gestão das empresas e, ao mesmo tempo, as transformações em curso nos hábitos do consumidor e na indústria da mobilidade como um todo antecipam a grande disrupção que já está a caminho.

Basicamente, é disso que se trata o conteúdo que produzimos para a reportagem de capa desta edição. Extraímos os principais ensinamentos das palestras que focaram a inovação e transformamos em texto para que você também possa acompanhar os passos da evolução.

Desnecessário dizer que a leitura destas matérias é obrigatória para quem pretende continuar empreendendo no longo prazo. As transformações em gestação são profundas e só será pego de surpresa quem optar pela alienação ou o negacionismo – afinal, as informações estão circulando e já há indicativos muito claros daquilo que vem pela frente e também das consequências.

E é aí que mora o perigo. Como vimos no Seminário da Reposição Automotiva, o aftermarket independente será grandemente afetado pela popularização do carro conectado. Se as informações necessárias aos diagnósticos realizados pelas oficinas estão, hoje, armazenadas no próprio veículo, a conectividade fará com que esses valiosos dados sejam transferidos para o ambiente virtual conhecido como nuvem. E, como todos nós sabemos, a nuvem é um espaço privado em que só entra quem tem autorização do dono. No caso dos automóveis, o dono é a montadora e não o proprietário do automóvel, como seria natural.

A consequência disso é óbvia. Se nada for feito, não haverá como os reparadores independentes acessarem essas informações e a manutenção terá de ser feita nas concessionárias, estas sim autorizadas a navegar nas nuvens de suas respectivas marcas. Não é nenhum exagero, portanto, dizer que o mercado independente está sob risco – e um risco de proporções até aqui inéditas.

Diante deste cenário, torna-se cada vez mais indispensável a união do setor a partir de iniciativas como a Carta de Fortaleza, que originou a Aliança do Aftermarket. Daqui pra frente, será preciso ter muita representatividade para garantir os direitos das empresas e dos profissionais independentes. E, mais do que isso, o direito do consumidor à liberdade de escolha na hora de fazer a manutenção de seu veículo. Essa luta começa agora e você está convidado – não, convocado – fazer parte dela.

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@vwpn.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 - #377 1 de Novembro de 2022

Distribuição para mailing eletrônico 35.000

Audiência estimada em views no site 45.000

Novo Varejo Full Digital é uma publicação quinzenal da Editora Novo Meio Ltda dirigida aos varejistas de autopeças. Tem como objetivo divulgar notícias, opiniões e informações que contribuam para o desenvolvimento do setor.

www.novovarejo.com.br

www.facebook.com/novovarejo

instagram.com/jornalnovovarejo

linkedin.com/novovarejo

www.youtube.com/novovarejo

**Direção**

Ricardo Carvalho Cruz

**Jornalismo** (jornalismo@novomeio.com.br)

Claudio Milan

Lucas Torres

Christiane Benassi

**Publicidade** (comercial@novomeio.com.br)

Fone: 11 99981-9450

Paulo Roberto de Oliveira

**Arte**

José Ricardo

Lucas Cruz

**Marketing** (marketing@novomeio.com.br)

Elisa Juliano

**Audiovisual**

Phillip Spengler

Eduardo Grandizoli

Os anúncios aqui publicados são de responsabilidade exclusiva dos anunciantes, inclusive com relação a preço e qualidade. As matérias assinadas são de responsabilidade dos autores.

**Jornalista Responsável:**

Claudio Milan (MTb 22.834)

#NAPELLEGRINOTEMMELHORESMARCAS

MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS  
MELHORESMARCAS



Faça já seu pedido

+ 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.

f Pellegrino Autopeças

@pellegrinoautopecas

in Pellegrino Distribuidora de Autopeças



Os riscos da conectividade veicular para as empresas do mercado de reposição são crescentes. O armazenamento pelas montadoras das informações para o diagnóstico dos carros afetarão a liberdade de escolha dos consumidores.

26

40 Os fornecedores do setor automotivo na Europa estão pessimistas com os resultados para 2022 e o ano que vem. Inflação e escassez de energia elétrica estão entre os fatores que afligem as empresas do chamado velho mundo.

A eletrificação vem sendo apontada como a principal tendência para a mobilidade nos próximos anos. Mas as políticas energéticas de cada região serão determinantes para a escolha da matriz. No Brasil, a propulsão híbrida deve prevalecer.

34

Seminário da Reposição Automotiva traz novas informações sobre o setor no Brasil e no Mundo. Na primeira reportagem, metodologia inédita desenvolvida pela Aliança Aftermarket apura o tamanho do mercado independente.



16

08 A estratégia da Stellantis para a comercialização de componentes remanufaturados e uma visão geral sobre recolocação e remanufatura de produtos são o foco das entrevistas desta quinzena.

## Por dentro da Reforma Trabalhista

Na edição 277 nossa reportagem trazia a cobertura do Fórum Sincopeças-SP que detalhava as novidades trazidas pela nova legislação que entrou em vigor em 11 de novembro de 2017

A Reforma Trabalhista está completando cinco anos neste mês de novembro e, para 2023, já se fala em revisão de alguns de seus pontos. Mas, por enquanto, o texto está valendo e o Novo Varejo Automotivo apresentou há 100 edições a cobertura do Fórum Sincopeças-SP que detalhou a lei para os empresários do varejo de autopeças.

O Fórum "Entenda a Reforma Trabalhista" foi apresentado pela advogada especializada em direito do trabalho e processo civil, Alessandra de Andrade Stella Tomaz Pires, há mais de 12 anos atuando na área.

Em sua análise, Alessandra buscou deixar claro o que pode e o que não pode ser praticado com a nova lei. "Embora ainda haja uma nuvem pairando sobre muitos aspectos, a reforma trabalhista não é um bicho de sete cabeças e traz alterações importantes e interessantes e aos poucos todos iremos nos ajustando e adaptando à nova lei".

A especialista elencou os principais benefícios imediatos da reforma:

- 1) Maior equilíbrio entre direitos e deveres de empregados e empregadores;
- 2) Regulação de modalidades de trabalho mais favoráveis (home office);
- 3) Ambiente de negócios mais favorável com redução do medo de contratar;
- 4) Negociação de direitos antes rígidos, tais como, jornada de trabalho, banco de horas, feriado trabalhado e demais direitos poderão ser negociados;
- 5) O acordado em Convenção Coletiva sobrepõe à CLT em alguns aspectos;
- 6) Possibilidade de terceirização e contratação para exercício de atividades meio e fim da tomadora de serviços.

A palestrante também ressaltou que não haveria alterações nos Direitos Garantidos na Constituição Federal: "Esses direitos constitucionais não podem ser violados e não foram modificados".

Acesse aqui nosso site



## Com amortecedores Cofap

Segurança e conforto acompanham você por todo o caminho

Conforto nas retas, segurança nas curvas. Os amortecedores Cofap são desenvolvidos com a tecnologia mais avançada para encarar qualquer terreno! Para o trabalho, ou no passeio, conte sempre com a qualidade de quem é líder.



SIGA:



www.mmcofap.com.br

Juntas salvamos vidas



Antonio Filosa diz que Stellantis será carbono neutro até 2038

## Stellantis responde a demanda multisetorial por reaproveitamento de produtos que poderiam ser desperdiçados

*Grupo irá oferecer mais de 100 componentes de autopeças e coloca seu aftermarket na linha de frente do compromisso com a economia circular*

Neste último mês de outubro, a Stellantis – um dos maiores grupos automotivos do planeta – lançou sua primeira linha de autopeças remanufaturadas para o aftermarket brasileiro.

A iniciativa, que vem na esteira de uma demanda multisetorial por ações voltadas à economia circular, é a primeira ação do projeto 'SUSTAINera' da Stellantis no Brasil e deve compor uma série de outros movimentos voltados a reduzir 50% de sua geração de carbono até 2030 e zerar o volume até o ano de 2038.

Em um primeiro momento, as peças remanufaturadas do grupo que reúne marcas como Fiat, Jeep, Peugeot e Citroën chega com aproximadamente 100 componentes distribuídos em cinco famílias: alternador, caixa de direção, câmbio automático, motor de arranque e turbocompressor.

Outra informação importante para a reposição automotiva brasileira é o fato destes produtos não estarem, inicialmente, disponíveis para o mercado independente. Recentemente, a Stellantis anunciou que as autopeças remanufaturadas ficarão restritas às suas mais de 1000 concessionárias autorizadas das marcas Citroën, Fiat, Jeep e Peugeot em todo o país.

A fim de oferecer mais detalhes sobre esta e outras futuras ações no campo da sustentabilidade, a empresa realizou uma entrevista coletiva com a participação de seus executivos Antonio Filosa (presidente da América do Sul), Paulo Solti (vice-presidente de Peças e Serviços da América do Sul). O Novo Varejo Automotivo acompanhou a entrevista e traz um resumo dos pontos abordados.

**O que o lançamento SUSTAINera no Brasil diz sobre o engajamento da Stellantis na busca por se tornar promotora de uma mobilidade mais sustentável?**

**Antonio Filosa** - O desenvolvimento de soluções sustentáveis por meio da economia circular é uma das prioridades globais da Stellantis, que será a líder no setor em mitigação das mudanças climáticas, tornando-se carbono neutro até 2038, com redução de 50% já em 2030.

**Qual será o impacto ambiental, em números, da introdução das autopeças remanufaturadas no portfólio de produtos da Stellantis?**

**Paulo Solti** - A peça remanufaturada é uma opção mais sustentável, uma vez que utiliza 80% menos matérias-primas e 50% menos consumo de energia em seu processo de remanufatura. Isso significa menor demanda de recursos e otimização do processo produtivo, que é mais simples do que a fabricação de uma peça nova. Consequentemente, há efetiva redução na emissão de CO2 e benefícios para o meio ambiente.

**Considerando um certo preconceito que o mercado brasileiro ainda tem com peças remanufaturadas, quais foram os principais fatores que motivaram a entrada da Stellantis neste mercado para além do aspecto ambiental?**

**Paulo Solti** - Nossa intenção é permitir que o cliente mantenha seu veículo com uma linha de peças mais acessível (...) sem abrir mão da qualidade, confiabilidade e garantia da Stellantis. Em resumo, conseguimos ampliar a vida útil dos

componentes, diminuindo o impacto ambiental e evitando que sejam descartados de forma incorreta ou até mesmo reaproveitados de modo inapropriado no mercado informal, evitando expor o cliente a riscos de danos futuros para seu veículo.

**O fato de a Stellantis estar restringindo a venda das autopeças às concessionárias credenciadas mostra uma disposição do grupo de cada vez mais adotar uma abordagem hands on em todo o processo a fim de colocar garantir a entrega do seu padrão de qualidade?**

**Paulo Solti** - Do design à produção até os serviços de pós-venda, os negócios precisam urgentemente se tornar mais ambientalmente sustentáveis e a economia circular abre um enorme campo de oportunidades. A Stellantis está totalmente preparada e engajada nessa nova realidade.

### Estratégia da Stellantis no aftermarket é ancorada nos chamados '4R' (Reparar, Reutilizar e Reciclar)

- **Remanufaturar:** Peças usadas, gastas ou defeituosas são completamente desmontadas, limpas e remanufaturadas de acordo com as especificações originais. Quase 12 mil peças abrangendo 40 linhas de produtos, incluindo baterias de veículos elétricos, estão disponíveis.
- **Reparar:** As peças gastas são reparadas e reinstaladas nos veículos dos clientes. Em 21 locais ao redor do mundo, os centros de reparo eletrônico trabalham com baterias de veículos elétricos.
- **Reutilizar:** Aproximadamente 4,5 milhões de peças multimarcas em estoque, ainda em bom estado, são recuperadas de veículos em fim de vida e vendidas em 155 países por meio da plataforma B-parts, de e-commerce.
- **Reciclar:** Resíduos de produção e veículos em fim de vida são reinseridos no processo de fabricação. Em apenas seis meses, a unidade de negócios coletou 1 milhão de peças recicladas.

**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](https://www.youtube.com/atvmidia)

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

POWERED BY  
**NMP**

## Recolocação e remanufatura de produtos é tendência no varejo de maneira geral

Além de refletir uma demanda específica do mercado automotivo, a estratégia adotada pela Stellantis retrata um comportamento cada vez comum na cadeia produtiva e que tem sido adotado por gigantes da indústria e do varejo.

Dona de um portfólio de clientes composto por empresas como Nestlé, Mondelez, Vigor, Unilever, iFood, Family, BRF e Swift, a greentech brasileira 'Gooxxy' oferece soluções de recolocação no mercado de bens de consumo perecíveis que poderiam ser descartados no atacado e no varejo caso não fossem consumidos com a velocidade adequada.

Apenas em 2021, a empresa recolocou mais de R\$ 300 milhões em produtos, combatendo efetivamente o desperdício de itens como chocolates, pães, bolos, chocotones e panetones, bebidas, incluindo sucos, leites e iogurtes, além de produtos de higiene, como xampu, condicionador, desodorantes e outros. Em 2022, a meta é alcançar o montante de R\$ 500 milhões.

Mantendo sua filosofia de oferecer ao aftermarket automotivo referências para realizar o exercício do benchmarking, nossa reportagem conversou com o CEO da startup, Vinícius Alves, a fim de compreender a articulação dos diferentes membros da cadeia neste processo.

**Novo Varejo Automotivo - No que consiste o conceito de recolocação de produtos e como ele se aplica na prática da cadeia varejista?**

**Vinícius Alves** - Nossa atuação está em identificar o cliente B2B interessado em comprar a mercadoria e conectar com a indústria, para que ela deixe de investir tempo e recurso para vender produtos com margem negativa.

**NVA - Apenas os perecíveis ou produtos remanufaturados como as autopeças também entram neste escopo? Como a recolocação de produtos pode beneficiar empresas do varejo e da distribuição?**

**VA** - Atualmente, trabalhamos focados apenas em alimentos, bens de consumo e bebidas – já fomos provocados pela indústria automotiva, mas entendo que, neste momento, ainda é cedo para nossa atuação nesse mercado, pois onde atuamos ainda tem muito a ser feito. Quanto ao benefício, ele vem do fato de que, acessando estes produtos, a distribuidora e o varejo conseguem melhorar suas margens ou ainda oferecer condições melhores para seus clientes. Em alguns casos, os descontos podem chegar a até 90%.

**NVA - Você acredita que o mercado brasileiro está amadurecendo no âmbito do envolvimento com as pautas ESG?**

**VA** - Sem dúvida, isso é uma pauta que está dentro de toda indústria. Atualmente, nós, da Gooxxy, possuímos algoritmos capazes de quantificar emissão de CO2 em cada operação. No caso de alimentos, quantificamos ainda número de refeições disponibilizadas com nossa atuação. Dito isto, sinto que a indústria está mais evoluída, enquanto no varejo esse assunto ainda é muito novo.

**NVA - Quais são os portes de empresas que mais buscam a solução da Gooxxy: pequenas, médias ou grandes?**

**VA** - Trabalhamos com as maiores indústrias de alimentos, bens de consumo e bebida do país. Indústrias com faturamento superior a 50 milhões de reais/ano conseguem fazer negócios com a Gooxxy.

**NVA - Estamos às vésperas da Black Friday - período em que há grande expectativa por promoções vantajosas para o consumidor. Como o conceito da recolocação pode ser aplicado na estratégia das empresas para esta data?**

**VA** - Temos visto que muitos dos clientes têm comprado volumes maiores acreditando que vão recolocar esses produtos próximos ao vencimento com grandes descontos. É aqui que a estratégia da recolocação se encaixa. Essa data é muito forte.



**Vinícius Alves** traz referências de outros mercados para os leitores do NVA



## É PRA VALER! SISTEMA DE CLIMATIZAÇÃO É MAHLE BEHR.

Na MAHLE você encontra a solução completa para manutenção do sistema de ar-condicionado do seu veículo.

Para dirigir com tranquilidade e segurança, é importante manter o ar-condicionado sempre em ordem. A revisão do ar-condicionado garante que todos os componentes do sistema de climatização funcionem perfeitamente e que nada impeça uma boa viagem com temperatura agradável no veículo. A MAHLE possui um amplo portfólio para climatização automotiva com produtos originais fornecidos para o mercado de reposição e grandes montadoras.

Reserve um tempo para cuidar do seu ar-condicionado e faça regularmente a sua revisão e manutenção. Quando se trata de ar-condicionado automotivo, a MAHLE é sempre a escolha certa na hora da aplicação.

Para mais informações, contate-nos pelo telefone 0800 015 0015, ou envie um e-mail para [sac.limeira@br.mahle.com](mailto:sac.limeira@br.mahle.com).



[mahle-aftermarket.com](http://mahle-aftermarket.com)

**BEHR**

**LEVITE**

**COFAP**

**IZUMI**

**METAL LEVE**

**MAHLE**



ASSISTA AO MM22

# AO VIVO

**MM22**  
L I V E B R O A D C A S T

O maior evento do Aftermarket Automotivo está de volta aos seus elegantes ambientes presenciais. O Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças retorna em 2022 e reunirá fisicamente a elite do setor, representada pelos grandes executivos e empresários dos seus diferentes segmentos. As novidades, no entanto, continuam se anunciando na Nhm. Pela primeira vez na história, o Maiores e Melhores terá transmissão ao vivo para o mundo inteiro. Assim, os mais importantes players do mercado de reposição automotiva nacional poderão assistir ao evento de onde estiverem. O Aftermarket Automotivo inteiro vai acompanhar mais uma edição de um dos maiores acontecimentos do ano para o setor. Dessa vez em um formato híbrido entre o digital e o presencial.

**Te esperamos lá, de onde você estiver.**

**10 DE NOVEMBRO 2022, 19H30**

HILTON HOTEL MORUMBI + AO VIVO NO YOUTUBE DA A.TV

# Verdadeira dimensão do aftermarket é desafio para gestores

*Predominância de dados secundários, intersecção ampla de atividades e discordância de conceitos tornam o setor "invisível"*

O mercado de reposição se tornou extremamente complexo nos últimos anos e hoje está repleto de agentes econômicos muito além daquilo que o pioneiro Gustav Willi Borghoff previu quando propôs a famosa estrutura rígida em quatro steps – indústria, distribuidor, varejo e reparador – que durante décadas foi referência absoluta no trade.

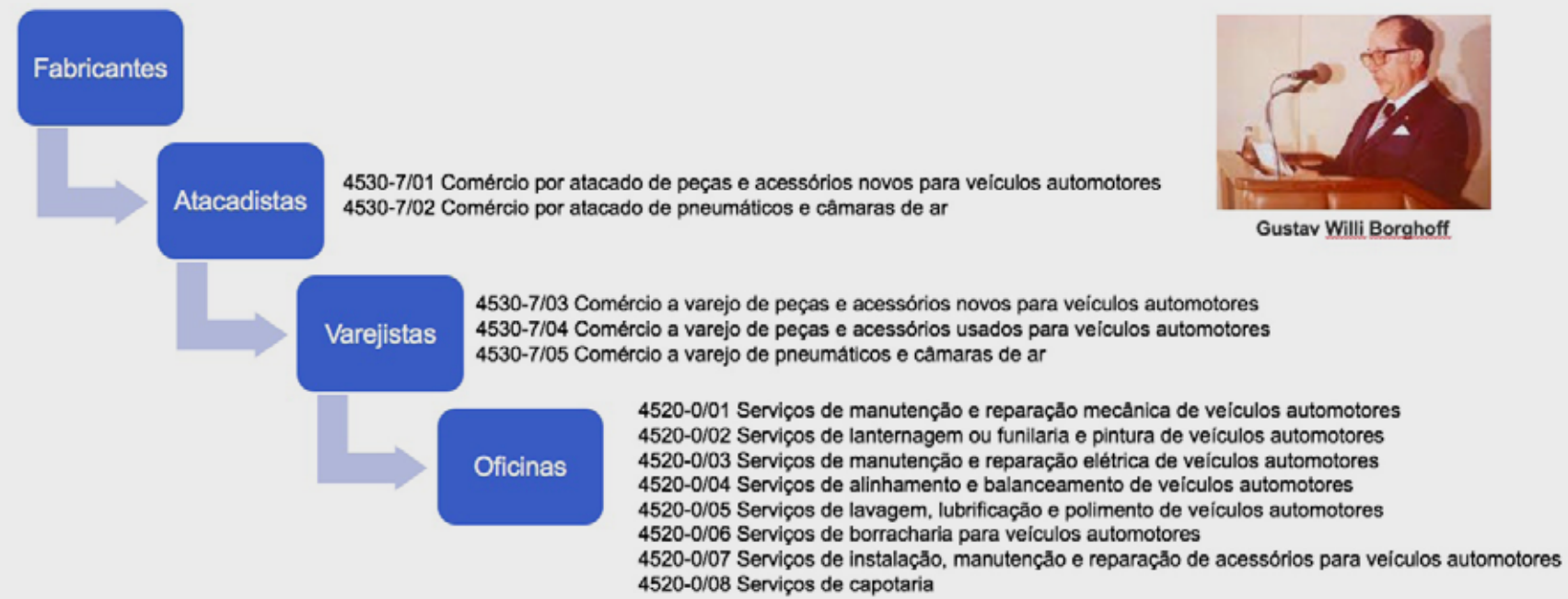
Esta complexidade – que passa pela necessidade de conhecer o tamanho real do setor – foi tema da apresentação de Marcelo Gabriel, head do After.Lab e membro da Aliança do Aftermarket Automotivo Brasil, na 28ª edição do Seminário da Reposição Automotiva e da ExpoDay, promovida, no dia 18 de outubro, na sede da FecomercioSP, em São Paulo (SP) pelas entidades que representam o mercado e a Editora Photon.

No início de sua apresentação, Marcelo Gabriel enumerou os desafios que precisam ser superados quando desejamos dimensionar o mercado de reposição. “A gente trabalha predominantemente com dados secundários, aqueles que não são gerados por nós mesmos. Nunca foi feito um censo nas 5.570 cidades brasileiras para contar quantas lojas de autopeças e oficinas existem. O segundo desafio é a intersecção de atividades. Depois, a discordância dos conceitos. A gente pode falar a mesma coisa com nomes diferentes e, assim, a gente não se entende. E, finalmente, a ‘invisibilidade’ do setor”.

Quando se fala em dados secundários, no agregado nacional os mais comumente usados são as informações do CAGED - Cadastro Geral de Empregados e Desempregados e da RAIS - Relatório Anual de Informações Sociais, baseado no CNAE - Classificação Nacional de Atividade Econômica. Já no âmbito dos estados, os dados vêm do ICMS - Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação, além de dados de associações como Anfavea, Fenabrave, Sincopeças, Sindirepa com as informações de cada setor.

## INTERSECÇÕES

Um das características desafiadoras citadas por Marcelo Gabriel em sua palestra é a intersecção das atividades. E, neste caso, a estrutura em cascata de Borghoff ajuda a entender o congestionamento dos perfis de empresas que hoje existe principalmente nas etapas do varejo e da reparação.



Gustav Willi Borghoff

O que temos na prática? "Oficinas que adotam o CNAE de varejo como primário, e aí começam a comprar diretamente do distribuidor, que dificilmente vai lá ver se aquela empresa é realmente uma loja de autopeças. O segundo caso são os varejos utilizando CNAE de atacadistas para comprar de pequenos fabricantes. Sob a perspectiva do comércio, não tem problema nenhum para o governo porque o

ICMS já está substituído. Simplesmente adicionamos o markup e está tudo certo. Mas na transmutação de uma oficina que se transforma num varejo, ninguém paga ISS, que é um tributo municipal – a gente está falando de serviço. Dificilmente alguém vai destacar uma nota de ISS e uma nota de ICMS. Então, essa intersecção de atividades torna mais difícil dimensionar o mercado", lamentou Marcelo.

**Rápido, prático e seguro.**

**A loja on-line da RMP espera por você.**

**Distribuindo qualidade, entregando satisfação.**

**loja.rmp.com.br**

Posicione a câmera do seu smartphone para acessar.

**Conheça nossas redes sociais:**

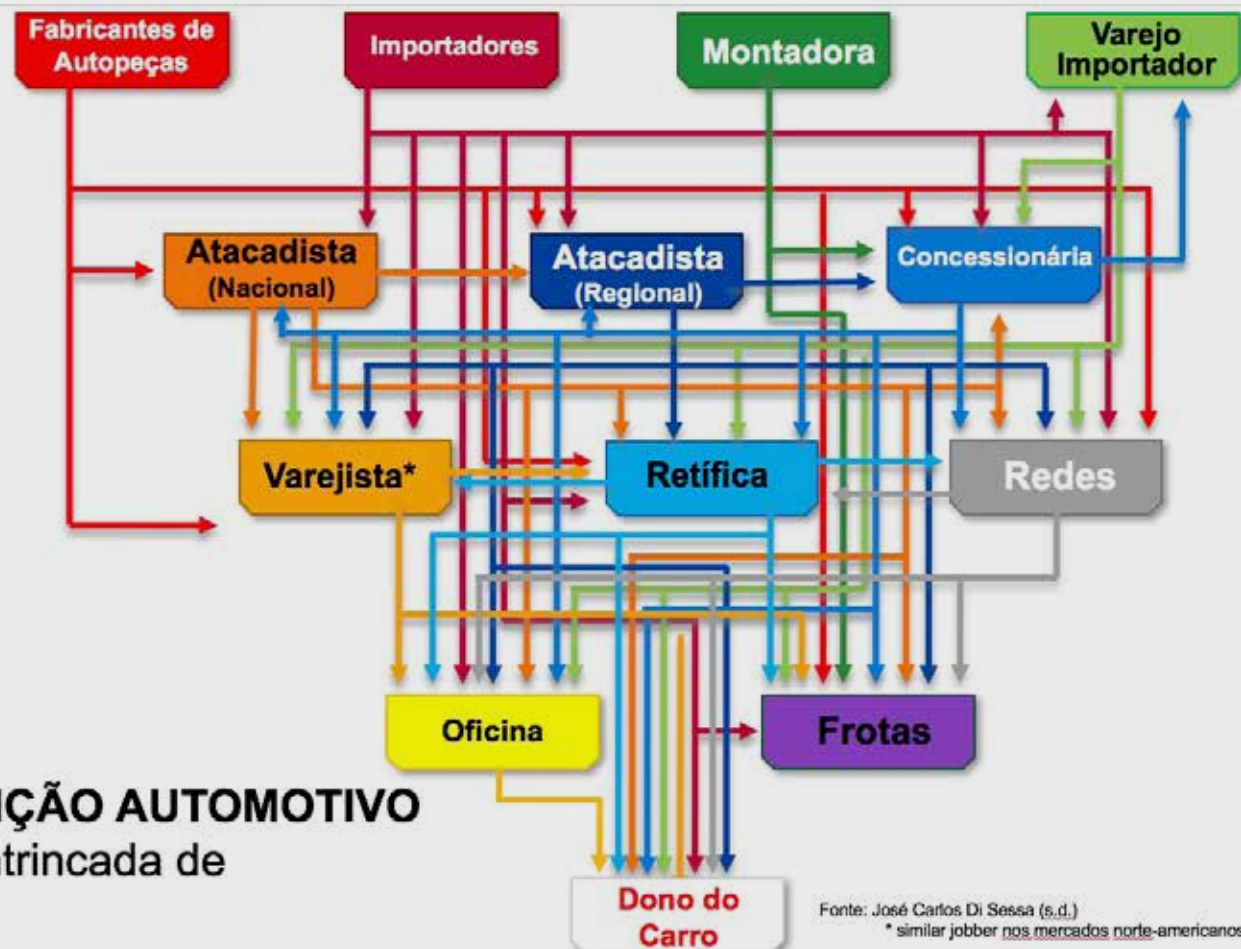
@rmpdistribuidora

RMP

**60 ANOS**

Na sequência, o head do After.Lab – a empresa de pesquisas e inteligência de negócios da NovoMeio Hub de Mídia – detalhou a discordância entre os conceitos. “A gente utiliza muitos conceitos do dia a dia para explicar o mercado, mas a gente não tem clareza de quem é o que. E aquilo que não pode ser definido também não pode ser mensurado. Se eu não tenho claro o que eu estou medindo, nunca vou conseguir medir. O que é um ‘atacarejo’? Segundo a Wikipedia, é um neologismo que designa uma forma de comércio que reúne atributos de duas formas tradicionais de comercialização: o atacado e o varejo, com os conceitos de self-service e de cash & carry. Legal.

Mas qual é o CNAE que define o ‘atacarejo’? Quantos por cento das empresas que têm CNAE de atacado são ‘atacarejos’? E quanto do varejo é ‘atacarejo’? Não tem como”. Tudo isso leva a um ponto crucial que Marcelo Gabriel chama de “invisibilidade” do setor. “Nós somos invisíveis porque não conseguimos ser mensurados. Como reconhecer algo que não sabemos o tamanho? Ah, o mercado é gigante. Quanto é gigante?”. Neste momento, o palestrante fez um elogio às entidades que publicam anuários, que começam a representar referência para a mensuração do mercado.



**MERCADO DE REPOSIÇÃO AUTOMOTIVO**  
Uma rede complexa e intrincada de agentes econômicos

Distribuidora de Autopeças  
**»Disape**

• **Precisou de autopeças?**  
Acesse agora mesmo e conecte-se a um portfólio com mais de 25 mil itens.



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



Posicione a câmera do seu smartphone para acessar.

**Conheça nossas redes sociais:**

- @disapedistribuidora
- Disape Autopeças



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

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

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

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

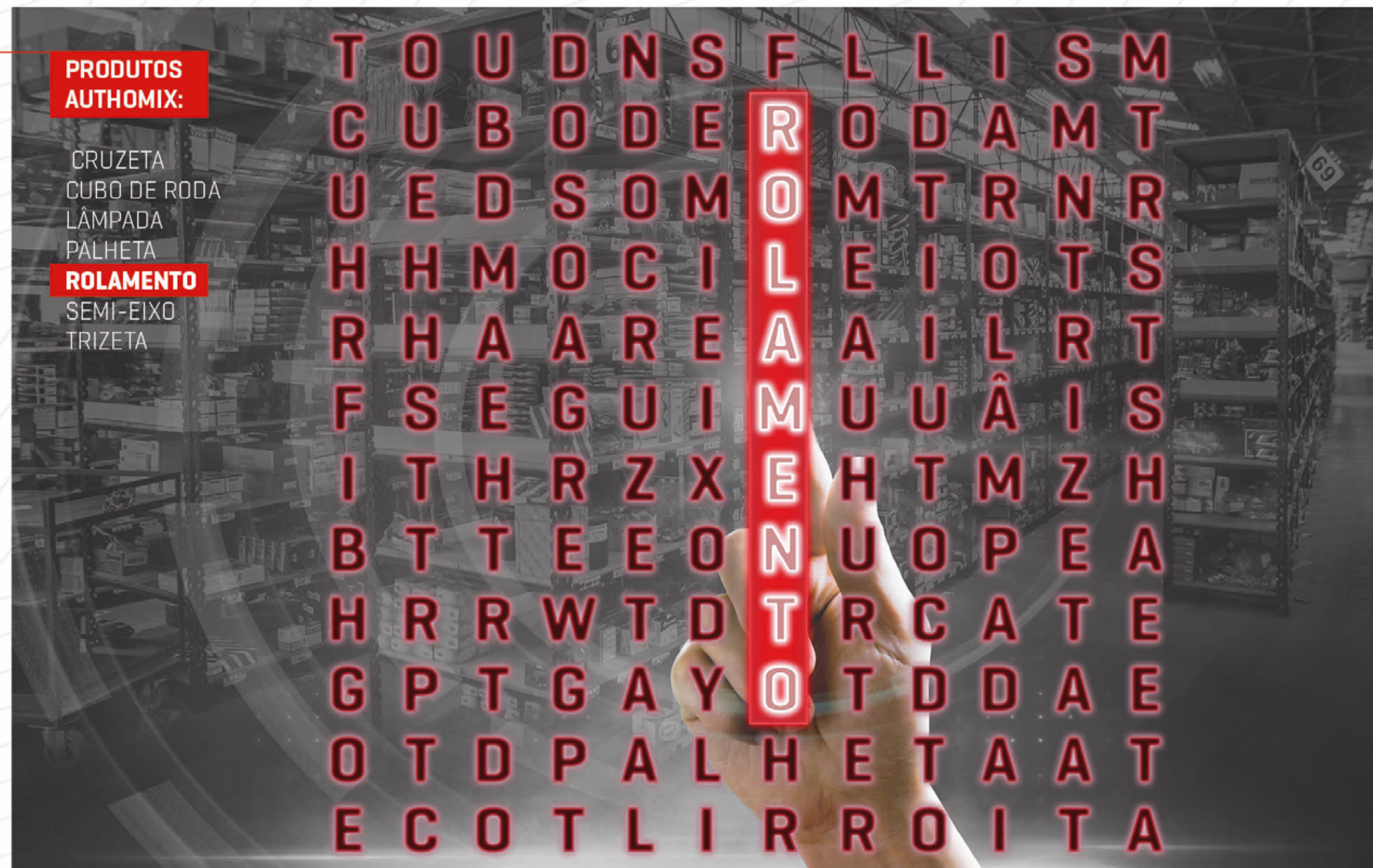
**JUNTOS FAZEMOS MELHOR!**

### PRODUTOS AUTHOMIX:

CRUZETA  
CUBO DE RODA  
LÂMPADA  
PALHETA

### ROLAMENTO

SEMI-EIXO  
TRIZETA



**AUTHOMIX**

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

**JUNTOS FAZEMOS MELHOR**



## Números disponíveis trazem respostas, mas também muitas perguntas

De acordo com números oficiais (Sindipeças), o faturamento do setor de autopeças em 2020 atingiu R\$ 126 bilhões, sendo 57,3% para montadoras, 19,5% na reposição, 19,1% na exportação e 4,2% intrasetorial. O número de empresas do atacado somou 7.188 e no varejo 62.153, com base na RAIS 2020. "Só que não temos 62 mil varejos no Brasil. E se mantivéssemos essa proporção

da RAIS, teríamos 8,65 varejos para cada atacado. O atacado quebrou. Com oito clientes não dá, tá quebrado. Como a gente vai endereçar essa questão? A proposta do Sincopeças Brasil foi utilizar mais um critério para a segmentação: o porte da empresa. Com isso a gente consegue mais uma possibilidade dimensional para fazer essa avaliação.

### Portes empresariais

#### MEI micro empreendedor individual

faturamento até R\$ 60.000,00/ano

#### ME micro empresa

faturamento entre R\$ 60.000,00 a R\$ 360.000,00/ano

#### EPP empresa de pequeno porte

faturamento entre R\$ 360.000,00 a R\$ 3.600.000,00/ano

#### EMP empresa de médio porte

faturamento entre R\$ 3.600.000,00 a R\$ 48.000.000,00/ano

#### EGP empresa de grande porte

faturamento entre R\$ 48.000.000,00 a R\$ 300.000.000,00/ano

#### CORPORATE

faturamento acima de R\$ 300.000,00/ano

Com base nos descritivos relativos ao porte das empresas, automaticamente ficam excluídos os MEIs. "Quando a gente cruza essas duas variáveis – CNAE e porte da empresa – a gente vai buscar o equilíbrio entre o ramo de atividade e o tamanho da empresa e tentar resolver a discrepância criada pelo CNAE. Nossa matriz diz o seguinte: 'quem pode ser o quê?'. Atacado pode ser a empresa de médio porte para cima. E varejo pode ser a empresa de pequeno porte para cima. Quem está abaixo disso dificilmente será uma loja de peças ou um atacadista", garante Marcelo Gabriel.

Feito o filtro, ao cruzar porte da empresa com o ramo de atividade chega-se ao número de 1.328 atacados e 10.721 varejos. "Mas foi preciso ainda corrigir esse modelo para fazer a compensação dos dados regionais. **Pela fórmula estatística, chegamos finalmente**

**ao número de 1.328 atacados e 18.603 varejos de autopeças. Agora a gente tem número para conversar".**

Segundo Marcelo Gabriel, também existe uma proposta de segmentação para a reparação: o agrupamento do CNAE pela afinidade das atividades, resultando em cinco subclasses que reúnem todos os CNAES do setor, do 45.200/01 ao 45.200/08. Com isso, **o número de oficinas no Brasil chega a 112.080, com estimativa de faturamento de 68 bilhões de reais (sendo 63% relativos a mão de obra e 37% a peças).**

Marcelo Gabriel finalizou sua apresentação trazendo algumas curiosidades sobre o setor. "A média de varejos de peças é de 3,4 lojas por município, considerando 5.570 municípios e a relação de varejos e oficinas é de cerca de 6 oficinas por loja. Ainda temos um longo percurso pela frente", concluiu.

**AUTHOMIX**  
Qualidade Original

## Alta performance e desempenho. Chegou a nova linha de Fluido de Freio da AuthoMix.

- ▶ Recomendado para sistema hidráulico de freios
- ▶ Com identificação de medida na embalagem para facilitar a aplicação
- ▶ Disponíveis em embalagens de 500ml e 200ml

**Um mix de soluções para o seu negócio de autopeças e motopeças.**



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

## Carro conectado põe em risco negócios no aftermarket

*Informações dos diagnósticos confinadas em nuvem representam um desafio a ser superado por governos, entidades e até o consumidor final*

A eletrônica embarcada tem pouco mais de 30 anos no Brasil, contados a partir da chegada dos primeiros veículos com injeção eletrônica digital, em 1991 – o primeiro carro injetado do Brasil, o Gol GTi, lançado no final de 1988, tinha sistema analógico.

Mas a injeção foi apenas a ponta do iceberg no processo da eletrônica embarcada nos veículos. “Depois disso foi uma enxurrada, com painel, imobilizador, ABS, airbag, transmissão automática, automatizada e controle de estabilidade, que era para se tornar obrigatório este ano, mas ficou para 2024”, relatou Clóvis Pedroni Jr., presidente da Alfatest e membro da AFER - Aliança dos Fornecedores de Equipamentos para Reparação na abertura de sua apresentação na edição 2022 do Seminário da Reposição Automotiva.

Hoje, a digitalização veicular avança como nunca se imaginou há 30 anos, quando surgiram os primeiros sistemas. Agora, porém, as consequências para o aftermarket independente podem ser devastadoras – e aqui não vai nenhum exagero.

O tema da palestra de Pedroni Jr. foi “A informação técnica dos veículos caminhando para a conectividade e o movimento Right to Repair”. O conteúdo mostrou com clareza a importância de garantir aos consumidores o direito à escolha da oficina para consertar seu carro por meio da garantia de acesso dos reparadores às informações dos carros conectados.

A última palavra em tecnologia automotiva à disposição dos consumidores são os veículos elétricos e os híbridos. E estes

automóveis já nascem conectados. “Isso traz prós e contras. Mas é um desafio para quem está no mercado. É uma onda forte que na nossa visão vem mais rápido do que está parecendo, no Brasil com os híbridos e lá fora com os elétricos. Na Noruega, este ano a eletrificação já vai passar de 80%. E em 2025 o país proibirá a venda de veículos a combustão”, avisou.

Em junho, a Europa anunciou resolução que proíbe a venda de veículos com motores a combustão interna a partir de 2035 e, com isso, naturalmente a venda de eletrificados só vai acelerar a partir de agora. “Em 2021 foram vendidos na Europa 2,3 milhões de veículos elétricos – elétricos puros e híbridos plug-in, representando 17% de participação no mercado europeu. Agora, em 2022, o índice deve fechar em torno de 25%”.

Segundo o palestrante, no primeiro semestre de 2022 foram vendidos em todo o mundo mais de 3 milhões de veículos elétricos puros, quase 9% de participação. Já os híbridos plug-in atingiram a marca de 1 milhão, com 3,2% – totalizando assim mais de 12% das vendas globais.

No Brasil, os eletrificados representam 2,4% e no último mês de junho superaram a marca de 100 mil unidades em circulação. Segundo estudo do Boston Consulting Group divulgado pela Anfavea e citado no evento pelo palestrante, teremos no país em 2030 de 12 a 22% de veículos eletrificados. “As vendas do Corolla sedã híbrido já representam 22%. E do Corolla Cross, quase um terço. Em 2035 o BCG prevê de 32 a 62% de veículos eletrificados no Brasil. Isso vai significar de 1,3 milhão a 2,5 milhões de unidades”.



## Powertrain é responsável por quase 85% dos diagnósticos

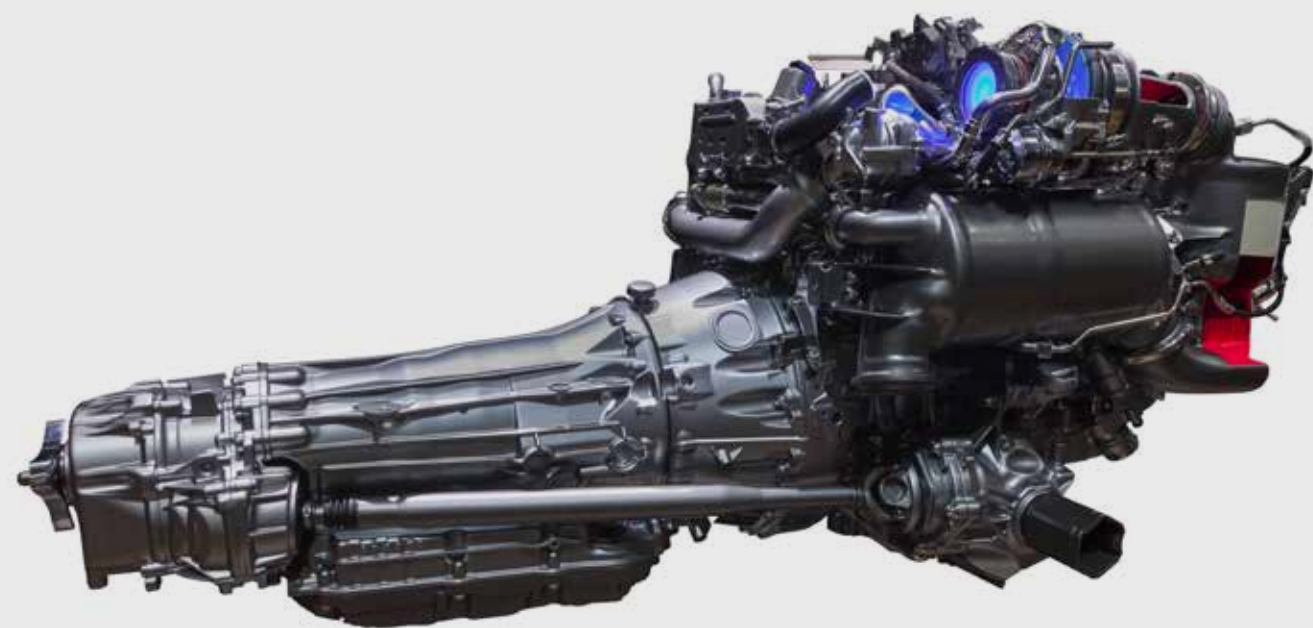
As perspectivas trazidas por Clóvis Pedroni Jr. naturalmente levam a discussão ao futuro da reparação de veículos. A pergunta que não cala é: qual o impacto desta transformação disruptiva no aftermarket automotivo?

O palestrante foi bem claro em sua exposição, utilizando dados da Roland Berger apresentados em setembro durante a Automechanika de Frankfurt, na Alemanha: “Eles avaliam que no mercado europeu, em 2030, de 53 a 82% dos veículos serão elétricos puros. Em 2035, praticamente 100%. Queda de 13 a 17% na venda de autopeças tradicionais, aquelas que todo veículo tem. Em 2040, o mercado adicional de peças específicas dos veículos elétricos receberá de 6 a 7 bilhões de euros. Em termos de receita, eles avaliam que até 2030 o mercado cresce e a partir daí fica estável, porque a queda de venda das peças tradicionais será compensada pela comercialização dos componentes específicos, que são mais caros”.

Clóvis Pedroni contou que desde 2017 a Alfatest vem coletando dados dos diagnósticos realizados por seus produtos – devidamente autorizada pelos clientes e em acordo com a LGPD. “Hoje nós temos um big data que contém 15,4 milhões de diagnósticos, 16,3 milhões de falhas e 820 milhões de parâmetros. Diariamente recebemos 20 mil diagnósticos novos no banco de dados. Com isso, conseguimos uma fotografia exata do que acontece com todos os veículos, por modelo, por região etc”.

De acordo com os dados apurados pela Alfatest, a injeção eletrônica significa, hoje, 81,5% dos diagnósticos realizados; ABS, 7,2%; transmissão automática, 2,8%; airbag, 2,5%; painel, 2,3%; imobilizador, 1,2%; e controle de carroceria, 1,2%. “O powertrain, que é injeção mais transmissão, 84,3%. Powertrain não dá problema no veículo elétrico. Motor elétrico praticamente não dá problema. E o veículo elétrico não tem transmissão. Então aqui o impacto é fenomenal, é a queda das peças gerais que citamos antes”, sentenciou Pedroni, que ainda encontrou mais fatores preocupantes para relatar: “As frenagens regenerativas. Praticamente não é preciso frear um veículo elétrico, é o ‘one pedal’ – é como carrinho de autorama, você acelera e ele vai, desacelera e ele freia sozinho transformando a energia cinética do veículo em energia elétrica. Com isso, você só usa o freio mesmo quando precisa de uma ação mais de emergência. Então, vai ter menos manutenção de freio – ABS, 7,2%”.

Como no Brasil deve prevalecer o veículo híbrido, o fato de a maior parcela da frota circular nos centros urbanos fará com que esses carros operem na maior parte do tempo impulsionados pelo motor elétrico, reduzindo a manutenção. “Um cenário terrível para nós? Não é bem assim, novos sistemas mais sofisticados entrarão. E aqui a parte de tecnologia e acesso à informação se torna ainda mais importante”, acrescentou o palestrante.



Transmissão e motor deixarão de existir no carro elétrico, impactando profundamente os serviços na reposição

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

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

**PÚBLICO**  
**+45**  
**mil**

**+800**  
**marcas**

**+18mil**  
**m<sup>2</sup> de área**

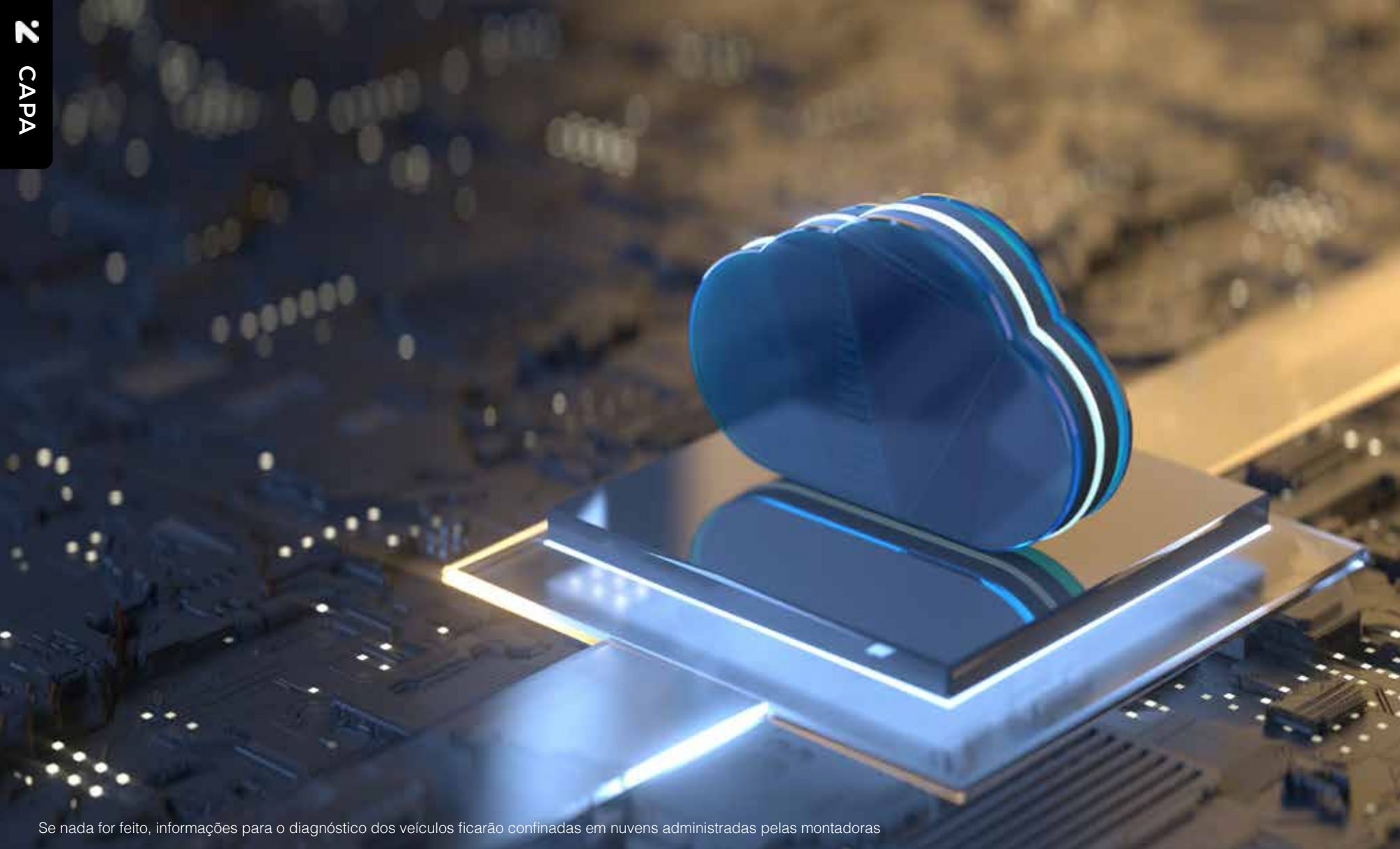
REALIZAÇÃO E PROMOÇÃO:

**EMPREENHIMENTOS**

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

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





Se nada for feito, informações para o diagnóstico dos veículos ficarão confinadas em nuvens administradas pelas montadoras

## Nuvens carregadas sobre o aftermarket

Como o veículo elétrico já nasce conectado, torna-se cada vez mais importante o acesso do mercado independente aos dados necessários para a reparação desses carros. “Não só elétricos, mas os conectados. Tem o sistema de gestão de bateria, gerenciamento de potência, controle do motor, freios com regeneração de energia e controle híbrido. O veículo híbrido é o melhor dos mundos para nós porque ele tem motor a combustão, motor elétrico, bateria, é o veículo mais sofisticado que existe, o mais complicado. Mas, por outro lado, ele é muito conectado”.

O passo seguinte do palestrante foi trazer ao debate o veículo inteligente conectado, com uma nova avalanche de tecnologia que une a eletrificação a muita eletrônica embarcada nova. “O semiautônomo já é realidade no Brasil. Hoje qualquer carro novo médio já tem esse recurso pelo menos como opcional. E há

sistemas de segurança que também estão chegando em todos os veículos: frenagem automática, alerta de colisão, controle de mudança de faixa. Temos, ainda, outra novidade: a fusão do veículo físico com o ambiente digital – e com o 5G isso vai crescer muito. É o veículo conectado com os outros veículos. O carro conectado com a infraestrutura, como os faróis de trânsito, até com as pessoas, via celular. O 5G permite coisas maravilhosas. Não é do dia para a noite, mas precisamos ver qual é o futuro. São rupturas que vão ocorrer”.

E aí entra o terror dos reparadores: o diagnóstico remoto. “Com isso será possível fazer tudo remotamente. E as montadoras vão tentar fazer tudo remotamente dentro da casa delas. Podem ter certeza disso. Todos os dados do carro estarão na nuvem, e de preferência na ‘minha’ nuvem, no caso a nuvem das montadoras”.

## Security Gateway já está presente no Brasil

Em 2018, a Stellantis – que congrega as marcas Fiat, Jeep, Peugeot e Citroën – começou a implementar um sistema de segurança para reduzir as possibilidades de acesso ao cérebro eletrônico de alguns de seus automóveis. “Uma caixinha, o security gateway. Um módulo entre o conector OBD e o sistema eletrônico do veículo. Tudo isso porque um carro da Jeep foi hackeado em razão de uma falha que havia no sistema de multimídia. Com essa falha o hacker executou comandos comprometedores, como acelerar, desabilitar ABS, frear. Isso abriu a caixa de Pandora. ‘Agora vão invadir nossos veículos’. Ao invés de melhorar os veículos, criaram dificuldades de acesso”, contou Clóvis Pedroni Jr.

No Brasil, o SGw já está presente em modelos como Fiat Toro, desde 2019; Fiat Strada, Pulse e Ducato, 2021; Jeep Renegade e Compass, 2019; e Jeep Commander, 2022. “O que fizeram os fabricantes de equipamentos? Tiraram o cabo, colocaram outro e ‘pularam’ a caixinha. Eles descobriram. Agora, a caixinha

está em local de difícil acesso. O que ficava perto do conector de diagnóstico e era fácil acessar foi para dentro do painel. É uma forma de evitar que o mecânico acesse os dados e faça o diagnóstico”, contou Pedroni.

A liberação do acesso aos fabricantes de equipamentos e outros players do aftermarket automotivo independente vem sendo tratada pelas montadoras como mais um produto a ser comercializado. Essa é uma tendência global. “Isso não está disponível no Brasil, mas, para vocês terem uma ideia, um fabricante de scanner igual à Alfatest nos Estados Unidos teria que investir para acessar o sistema da Stellantis 25 mil dólares de taxa inicial mais taxa anual de 10,5 mil dólares e 8,5 mil por ano para o instituto que faz a homologação do equipamento. E toda oficina tem que pagar uma taxa também para acessar o veículo na nuvem. Além de ter uma internet de bom nível porque você vai fazer o diagnóstico acessando a nuvem o tempo todo”, detalhou Clóvis Pedroni.



Modelo bastante vendido no Brasil, Renegade já tem o SGw desde 2019

O diretor-presidente da Alfatest contou que a Europa tem uma legislação muito forte no Right to Repair. Mas, em 2017, com o incidente envolvendo a Jeep e o hacker, as montadoras ficaram preocupadas com as questões envolvendo segurança e a legislação começou a ser afrouxada. "Isso hoje se tornou um problema, porque tudo o que se vai acessar elas alegam que lá há perigo e não pode. Está todo mundo muito preocupado".

Nos Estados Unidos, o estado de Massachusetts criou uma lei obrigado as montadoras a darem acesso aos dados para as oficinas mecânicas via conexão remota. As montadoras entraram na justiça e, segundo Pedroni, o processo está parado desde junho de 2021 na mão de um juiz. "Imaginem o lobby e a pressão política que existe por trás disso. A lei está suspensa, era um mau exemplo para os outros estados".

E no Brasil? Ainda que o problema por aqui exista em menor grau do que nos países em que os carros conectados já são maioria, o aftermarket está engajado no Right to Repair, movimento que se tornará cada vez mais importante para assegurar o direito de acesso dos reparadores às informações dos veículos e, mais do que isso, o

direito de escolha do consumidor na hora de levar seu carro para um serviço de manutenção veicular.

"Eu diria que hoje temos que pensar que é mais do que Right to Repair. É o Right to Connect. Você tem que ter acesso à conexão. Porque quando se coloca uma caixinha a gente consegue acessar o OBD, não é um firewall tão inteligente. Mas na conexão, se o veículo manda tudo pra nuvem você só vai ter acesso se invadir o servidor, o que, é claro, seria crime. E vou ser sincero: ninguém é muito otimista sobre a legislação porque estamos brigando com cachorro grande. Se a gente não chegar no dono do carro, não explicar que ele será obrigado a levar o carro para fazer a manutenção na concessionária para o resto da vida, o movimento não terá sucesso. Temos que lutar na legislação, na política, cooperação nacional e internacional, mas se o dono do veículo não pressionar e deixar de comprar o carro que não permite a manutenção fora da concessionária será uma luta inglória. Passarão como um rolo compressor sobre a gente. Hoje o mercado está maravilhoso, mas temos que pensar na perpetuação dos nossos negócios. E lutar pelo respeito ao consumidor".

### Tesla detecta defeito e já faz pré-ordem para compra da peça

Os futuros modelos de manutenção veicular já podem ser vistos em grandes montadoras de carros elétricos na China e na Tesla, que é exemplo global de inovação.

Clóvis Pedroni Jr. mostrou no seminário que os automóveis da marca comandada pelo excêntrico Elon Musk já detectam componentes com defeito e fazem automaticamente um pré-pedido da peça para a substituição. "Isso significa, em português, a autocura do veículo. Ele conecta o servidor, explica onde está o problema, já faz a reserva da peça e o serviço é agendado pelo painel. Esse veículo totalmente conectado já não para mais na oficina. Tudo o que começa nos carros mais sofisticados vai parar nos mais baratos. Começa com uma caixinha e depois vai para os demais veículos". Tá dado o recado.



O PRINCIPAL

# NÚCLEO DE DADOS

DO AFTERMARKET AUTOMOTIVO

O After.Lab é um núcleo de pesquisas e estudo de dados e mercado com foco no Aftermarket Automotivo. Produz as principais análises de desempenho e tendências do setor através de marcas e serviços criados há décadas: Maiores e Melhores, Inova, Autop of Mind; e também recentemente: MAPA, ONDA, VIES, META e LUPA.

É a mais fundamental base de geração de estatística do Aftermarket Automotivo e conta com apoio das principais associações do setor, tornando-se referência para as decisões estratégicas dos principais competidores do mercado em seus vários segmentos. Os milhares de números de avaliação e investigação são divulgados através de disparos de e-mails, publicações digitais e físicas e diversos formatos de mídias digitais.



## Conjunturas locais determinarão futuro da mobilidade

*Políticas enérgicas regionais, metas ambientais e a disponibilidade da fonte de energia em cada país são fatores que pesarão na escolha. No Brasil, a tecnologia híbrida deve prevalecer*

Economia não fóssil, digitalização, volatilidade econômica, urbanização e sustentabilidade são transformações globais que vêm ditando as tendências automotivas, hoje direcionadas para eletrificação, software, energia de baixo carbono, direção autônoma e mobilidade como serviço. O futuro da mobilidade foi o tema da apresentação de Everton Lopes da Silva, diretor de tecnologia e responsável pelo Tech Center da Mahle Metal Leve para a América do Sul, no Seminário da Reposição Automotiva 2022.

Embora a eletrificação venha sendo apontada como a principal saída para a redução das emissões de CO2 mundo afora, cada vez mais fica claro que haverá diferentes soluções para as rotas tecnológicas a serem seguidas considerando o direcionamento adotado pelas políticas enérgicas regionais, metas ambientais e a própria disponibilidade da fonte de energia nos países. “Não há uma solução global”, determinou o palestrante.

No Brasil, os direcionadores tecnológicos suportados pela legislação vigente concentram foco em emissões locais, eficiência energética e energias renováveis com metas estabelecidas até 2032. São eles: Rota 2030, com a redução de emissões de gases de efeito estufa e introdução de tecnologias nacionais; Proconve e a saúde pública, com reduções de emissões de gases nocivos; Renovabio e energia renovável, prevendo aumento da participação de combustíveis renováveis para o transporte; Programa de Combustível do Futuro, a favor dos combustíveis alternativos com baixa emissão de CO2, em especial os biocombustíveis; e National Hydrogen Program, com desenvolvimento do mercado, tecnologias e estratégias para economia de hidrogênio.

Como consequência surge uma diversidade de soluções para atender com a maior eficiência possível as diferentes demandas por mobilidade. “Quando olhamos a mobilidade urbana, que eu chamo de

mobilidade humana, há uma característica única porque existem diversas distâncias. A mobilidade no centro de São Paulo é uma, entre as principais regiões de São Paulo é completamente diferente e nós precisamos entender como as aplicações trabalham de forma efetiva nessa mobilidade. Pelo menos na Europa esse cenário já está estabelecido como uma tendência. Nas cidades grandes, a eletrificação se torna uma realidade no médio prazo. A hibridização, para maiores distâncias enquanto a bateria do

elétrico ainda não atende em termos de autonomia; e a longa distância conta com o FCEV, um veículo elétrico dotado de célula de combustível que funciona abastecido com hidrogênio. De fato, o hidrogênio passa a fazer parte da cadeia de combustíveis. Então o motor a combustão interna, mesmo na Europa, para veículos pesados continua sendo um vetor importante. O hidrogênio para os motores a combustão interna passa a ser uma solução importante”, previu Everton

### FUTURO DA MOBILIDADE – SUMÁRIO

Para nossa região, novas tecnologias e os biocombustíveis garantirão a aplicação do MCI no médio e longo prazo.

Eletrificação será lenta, no entanto crescente no Brasil, portanto é necessário criar competência local sobre o tema.

Para garantir uma redução de CO2 efetiva, o conceito “poço à roda” deve ser introduzido.

Melhores combustíveis são requeridos para permitir a introdução de novas tecnologias (ex: HOF, GNV, Biogás etc).

Otimizações em MCI combinadas com eletrificação de acessórios (MH) e hibridização flex será o próximo estágio do powertrain no Brasil.

Não é elétrico ou MCI, a combinação das tecnologias deverá suportar o atendimento das metas já estabelecidas.

A Mahle tem apoiado a construção da mobilidade sustentável do futuro para a região sul-americana, oferecendo soluções tecnológicas para as diversas aplicações.

# Brasil tende a focar na evolução da combustão interna

Partindo do princípio cada vez mais consolidado de que as soluções para a mobilidade serão regionais, a pergunta que fica é: e o Brasil? Em sua apresentação, o executivo da Mahle mostrou sintonia com as expectativas mais recentes: a adoção da motorização híbrida com etanol. “É possível ainda avançar muito com o motor a combustão interna. Temos que olhar com muito cuidado as características

de cada região e aproveitar o que temos de melhor em termos de investimento – que já foi feito no passado – para conseguir buscar o target, a meta, que é de fato mobilidade com baixo carbono”. Segundo dados apresentados pelo palestrante, a disponibilidade de fonte energética renováveis – biomassa, hidráulica, solar, eólica – no Brasil pesa a favor da adoção destas soluções pelo país:

## Fonte Energética

	Renováveis	Não renováveis
Brasil	45%	55%
Mundo	14%	86%

Fonte: Everton Lopes da Silva, diretor de tecnologia e responsável pelo Tech Center da Mahle Metal Leve para a América do Sul / Seminário da Reposição Automotiva

Além da maior disponibilidade fontes energéticas renováveis, o que favorece a solução híbrida com etanol, a equação brasileira também precisa levar em conta a infraestrutura necessária para uma futura e eventual eletrificação da frota, quando e se for o caso de implementar a solução preferida pela China e países da Europa. Everton Lopes da Silva destacou em sua apresentação que as projeções disponíveis, se o Brasil seguir a tendência europeia de acentuar as vendas de veículos elétricos de forma gradativa,

chegaríamos em 2035 com 3,230 milhões de veículos elétricos na frota. “Isso demandaria para nós por volta de 154 mil eletropostos para carregar as baterias desses veículos, que exigiriam investimentos da ordem de 14 bilhões de reais. E ainda temos que falar sobre a geração da energia, que traria uma demanda adicional equivalente a uma usina de Itaipu”. O especialista citou também a necessidade de investimento para a distribuição dessa energia adicional, já que a rede em operação hoje também tem limitações.

## Share Tecnológico – América do Sul (veículos leves)

	2025	2030	2035
Combustão interna	95%	90%	85%
Elétricos a bateria	4%	6%	8%
Híbridos	1%	4%	7%

Para resumir, segundo o executivo da Mahle, os veículos elétricos ainda são muito caros. Por isso, no Hemisfério Sul, veículos de entrada não serão elétricos por um bom tempo. A eletrificação só será adotada em veículos premium e, no futuro, poderão chegar a 5 ou 6% das vendas. “Tecnologias de motores a combustão

continuarão crescendo em participação nos próximos anos, sempre buscando a otimização, maior eficiência e menor redução de emissões de gases poluentes, enquanto a eletrificação será lenta, mas crescente, por isso, é fundamental criar competência local sobre o tema”.

## Rota Tecnológica Brasileira – Sumário Executivo

	Veículos leves	Pesados e agrícolas
Combustão interna	Otimizações buscando aumento de eficiência (Rota 2030) e redução de emissões gasosas (Proconve L7 e L8)	Otimizações buscando aumento de eficiência (Vecto) e redução de emissões gasosas (Proconve P8)
Biocombustíveis	Aumento da participação do etanol	Aumento do teor de biodiesel e introdução de HVO e biogás
Eletrificação	Lenta introdução de tecnologias até 2035	Introdução em nichos (ônibus urbanos, VUCs)
Hibridização	Popularização dos híbridos flex	Iniciativas pontuais de baixo impacto

Fonte: Everton Lopes da Silva, diretor de tecnologia e responsável pelo Tech Center da Mahle Metal Leve para a América do Sul / Seminário da Reposição Automotiva





## Fornecedores europeus preveem perdas e manifestam pessimismo

*Escassez de energia e inflação das matérias-primas antecipam perdas este ano e em 2023*

Custos em alta, reflexos da pandemia da covid-19 e prejuízos com a invasão da Ucrânia pela Rússia estão entre os motivadores de um sentimento negativo que toma conta dos fornecedores do ecossistema automotivo europeus neste momento.

De acordo com os resultados A 12ª edição da pesquisa Pulse Check – divulgada pela Clepa, a Associação Europeia de Fornecedores Automotivos – mostra que, apesar da otimização dos custos de produção e outras medidas de curto prazo, 23% dos fornecedores esperam registrar perdas este ano. Segundo apresentado pela entidade, para 2023, as perspectivas são ainda mais sombrias, com 27% esperando uma perda. A preocupação se reflete no sentimento geral em relação ao futuro: 70% dos entrevistados relatam perspectiva negativa, significativamente acima de apenas 18% que manifestavam esse sentimento no outono de 2018.

“O Pulse Check documenta claramente a pressão que os fornecedores automotivos estão enfrentando, que pode piorar durante o inverno. Com quase 70% dos fornecedores operando muito abaixo das margens EBIT de 5%, o financiamento da transição verde e digital está se tornando cada vez mais desafiador. Os fornecedores mantêm firme seu compromisso com os gastos em P&I, mas sem energia acessível na União Europeia e divisão justa do fardo da inflação ao longo da cadeia de suprimentos, a competitividade e a velocidade da inovação no setor diminuirão”, diz o secretário-geral da Clepa, Benjamin Krieger.

Ainda de acordo com a análise da entidade, essa perspectiva decorre de dificuldades contínuas combinadas com ameaças

iminentes: 96% dos fornecedores relatam um impacto significativo na lucratividade dos custos de energia e possível escassez. A inflação de matérias-primas está afetando 85% dos fornecedores, enquanto a escassez de semicondutores continua a ter um impacto significativo nas margens de lucro de 65% dos fornecedores pesquisados.

### CUSTOS

Um dos principais desafios do setor segundo a Clepa é o compartilhamento justo dos custos crescentes. Cerca de 80% dos fornecedores não recebem compensação alguma ou apenas limitada dos fabricantes de veículos por custos crescentes de energia e frete ou interrupções na cadeia de suprimentos, enquanto 42% lutam para obter compensação pelos custos de matéria-prima.

A capacidade limitada dos fornecedores de repassar os aumentos de custos de produção predominantes é muito crítica para muitos – alguns até temem a falência de fornecedores menores ou fornecedores que se deslocam para indústrias adjacentes – colocando em risco a integridade de todo o ecossistema automotivo. Apesar da pressão generalizada, 85% dos entrevistados não reduzirão o investimento em P&I para compensar as perdas, mostrando que o compromisso da indústria automotiva com novas soluções de mobilidade continua forte. A redução dos investimentos em inovação prejudicaria gravemente a transição da mobilidade, bem como a competitividade e o crescimento do setor em longo prazo.

**NOVAMÍDIA**  
PRODUTOS CUSTOMIZADOS COM A QUALIDADE NHM

## Varejo e indústria garantem resultado positivo das PMEs em setembro

Setores tiveram crescimentos respectivos de 3,8% e 12,9% no comparativo com o mesmo período do ano passado

Divulgado na última sexta-feira de outubro, dia 28, o Índice Omie de Desempenho Econômico das PMEs (IODE-PMEs) apresentou números ambíguos quanto ao desempenho das pequenas e médias empresas brasileiras ao longo do mês de setembro.

O estudo demonstrou que esta parcela da economia nacional segue mais aquecida na comparação com 2021, registrando avanço de 1,1% em relação ao mesmo período do ano passado. Ao mesmo tempo, porém, revelou a continuidade de uma desaceleração progressiva ao longo do segundo semestre do ano ao apresentar queda de 3,9% no comparativo com agosto. Nos atendo à comparação anual, é possível notar que a indústria foi o grande destaque positivo – com alta de 12,9%, sendo acompanhada pelo comércio (+3,8%) como os setores que tiveram desempenho positivo.

“O crescimento da movimentação financeira das PMEs do setor industrial nos últimos meses é sustentado pela retomada da demanda doméstica e pelo aumento da competitividade

de alguns segmentos em relação a similares importados. Tal movimento reflete a desvalorização do real frente ao dólar, quanto à complexidade trazida pela pandemia no abastecimento de algumas cadeias produtivas – fatores que abrem mercado para a operação de indústrias de pequeno e médio portes especialmente”, comentou Felipe Beraldi, gerente de Indicadores e Estudos Econômicos da Omie.

Do outro lado da moeda, movimentações financeiras das PMEs ligadas ao segmento agropecuário foram as que mais sofreram no período, com queda de 14,8%. Além delas, empresas dos segmentos de serviços (- 2,7%) e infraestrutura (- 2%) também ficaram no vermelho.

Vale destacar que o ODE-PMEs funciona como um termômetro econômico das empresas com faturamento de até R\$50 milhões anuais, consistindo no monitoramento de 637 atividades econômicas que compõem cinco grandes setores: Agropecuário, Comércio, Indústria, Infraestrutura e Serviços.

## PMEs têm grande expectativa para um fim de ano recheado de eventos

Além do desaquecimento visto no mercado no decorrer do terceiro trimestre (apenas de 2,2%, avanço mais baixo comparado ao primeiro trimestre, com 3,5%), o funcionamento de diversos segmentos deve ser afetado no final do ano pela ocorrência da Copa do Mundo de Futebol, pois nos dias de jogos da seleção brasileira espera-se uma interferência no funcionamento das empresas no último bimestre do ano.

Os setores mais afetados devem ser as atividades de serviços voltados para empresas (B2B - ‘Business to Business’) e indústrias. Ambos os segmentos mostraram um bom desempenho no período recente, o que pode restringir o comportamento do IODE-PMEs como um todo no final do ano. No entanto, a Copa do Mundo também deve estimular mercados específicos do Varejo e toda a cadeia de Comércio e Serviços de produtos alimentícios e bebidas.

O final do ano também é marcado por sazonalidades do comércio como a Black Friday e as compras relacionadas à celebração de Natal. Beraldi explica que esses períodos ocorrerão em um momento de redução parcial das pressões inflacionárias (como a queda dos preços de combustíveis), da ampliação do pagamento do Auxílio Brasil e o pagamento do 13º salário, ações que estimulam o consumo das famílias. De toda forma, há elementos no curto prazo que devem restringir a evolução dos negócios das PMEs (especialmente do setor de Comércio) nessa época. “Além da Copa do Mundo desviar a atenção dos consumidores, o elevado repasse de custos nos preços de bens finais, no decorrer do ano, e os níveis mais altos das taxas de juros devem restringir as vendas de diversos segmentos do Varejo, a curto prazo”, ressalta o especialista.

Em linhas gerais, os empreendedores devem enfrentar um cenário econômico desafiador, com incertezas internas e externas. Cada vez mais ficarão evidentes no desempenho da atividade econômica os efeitos da subida de juros promovida pelo Banco Central ao longo deste ano. “Altas taxas de juros encarecem a tomada de crédito, prejudicando a evolução do consumo, além dos investimentos na economia real. O empreendedor também vive com as incertezas da política econômica, assim como olhar com atenção para a delicada situação fiscal do país. Esses serão fatores fundamentais para a melhora dos negócios no Brasil”, reforça Beraldi.

O ambiente internacional também deve se configurar como um empecilho na expansão da economia brasileira. Com o conflito armamentista entre a Rússia e a Ucrânia, os países desenvolvidos seguem procurando combater a elevada inflação e várias cadeias produtivas e ainda sentem impactos das restrições para controle da covid-19.

Ainda há espaço para que as PMEs brasileiras sigam em crescimento no próximo ano. A pequena queda da inflação no país e o ritmo de recuperação do mercado de trabalho (via retomada da ocupação e evolução dos rendimentos reais) são fatores fundamentais para sustentar o crescimento do consumo das famílias.

“A redução da inflação deverá abrir espaço para reversão da trajetória das taxas de juros no segundo semestre de 2023 e, conseqüentemente, favorecer o acesso ao crédito. Com isso, os micros e pequenos empreendedores tendem a manter o crescimento dos negócios, ainda que inseridos em um contexto macroeconômico bastante complexo e repleto de incertezas”, finaliza Beraldi.

### Eventos que aquecerão o setor de varejo neste fim de ano

- 1 a 11 de novembro: O maior evento da AlieExpress
- A partir de 20 de novembro: Copa do Mundo de Futebol
- 25 de novembro: Black Friday
- 28 de novembro: Cyber Monday - a ‘Black Friday’ exclusiva do e-commerce
- 25 de dezembro: Natal



## Pessoas físicas são responsáveis por 77% das compras de peças nos meios digitais

Há 50 anos, a configuração da cadeia de comercialização e aplicação de autopeças era denominada “cascata”, conforme nomenclatura criada pelo empresário Willi Borghoff. Embora tenha prevalecido por décadas, hoje a cadeia produtiva passou por muitas transformações. “Em 2022, há uma nova composição na Supply Chain, com uma complexidade de agentes, incluindo fabricante, distribuidor nacional e regional, varejo, atacarejo nacional e regional, internet, importador, concessionária, rede de varejos, atacarejo local e ‘desmonte’, além da oficina, com demanda de peças da ordem de R\$ 49 bilhões no ano”, afirmou Cassio Hervé, diretor da CINAU – Central de Inteligência Automotiva na palestra “A grande transformação do aftermarket no Brasil” durante a 28ª edição do Seminário da Reposição Automotiva.

Nos últimos dois anos, a demanda de peças registrou grande aquecimento. “De 1º de janeiro a 1º de outubro de 2022, o aumento foi de 12,84%”, disse. Mas, em contrapartida, houve também dificuldade para encontrar peças, alavancando as vendas por meio de canais digitais.

De acordo com levantamento do Pulso do Aftermarket, 77% das compras nos meios digitais foram realizadas por pessoas físicas e somente 23% por jurídicas. No entanto, o principal motivo relatado pelos compradores foi “por não encontrar a peça no fornecedor tradicional”. “Adquirir peças erradas” foi a maior preocupação citada pelos compradores na compra pela internet. No âmbito digital, a logística afeta diretamente a produtividade da oficina já que a entrega demorou mais de 3 dias úteis em quase metade das compras efetuadas, segundo a pesquisa. Segundo Hervé, nos fornecedores tradicionais, a logística funcionou melhor mesmo com as adversidades “76% foi entregue no mesmo dia”.

Segundo o Pulso do Aftermarket, com a normalização do abastecimento, as compras serão concentradas novamente nos fornecedores tradicionais (91%).

Ao final da apresentação, Hervé fez algumas considerações relevantes sobre o aftermarket, entre elas, destacou que o reparador brasileiro é “heavy user” do ambiente digital e que a diversidade de SKUs empurra, muitas vezes, para a compra on-line.



Evento também marcou entrega do Prêmio e do Selo Maxxi Educação Automotiva

## Maxxi Training realiza encontro com grandes fornecedores do setor automotivo

O Maxxi Training Academy realizou no Espaço Mescla da PUC - Campinas um encontro com diversos representantes de grandes fornecedores do setor automotivo e, durante o evento, também foram feitas as entregas do Prêmio e do Selo Maxxi Educação Automotiva, criados para as empresas que contribuíram com ações educacionais, voltadas ao mercado automotivo.

Foram realizadas ainda reflexões com o envolvimento dos fabricantes sobre o papel da indústria na educação e formação dos profissionais e novos profissionais, além da atuação em conjunto para buscar um maior impacto na educação do segmento. Os mais de 100 convidados presentes assistiram à Prestação de Contas das Inovações de 2022 e a Apresentação das Inovações e Ações previstas para 2023.

Neste ano de 2022, o Maxxi Training Academy realizou além de mais de 100 aulas ao vivo, a implantação de novidades, como aulas ao vivo com especialistas, realizadas no pátio do Centro Técnico de Tecnologia, Treinamento & Inovação, cursos com legenda em espanhol, vídeos com parceiros no canal do Youtube, o evento Maximizando: on-line e

gratuito, destinado a profissionais da área automotiva sobre as últimas novidades e tecnologias do mercado, e o Programa 1º Ofício, que dá apoio aos jovens no acesso ao mercado de trabalho.

Para 2023, o Maxxi Training Academy planeja ampliar as suas inovações alinhado a demanda da indústria e dos alunos, com a realização de aulas presenciais diretamente nos parceiros, o “Encontro de Segunda”, com aulas discutindo diversos temas do setor automotivo, acesso dos participantes ao portal de empregos dentro do próprio site, a continuidade dos projetos já desenvolvidos como o Programa 1º Ofício, dentre outros projetos que estão em desenvolvimento.

Sobre as entregas do Prêmio e do Selo Maxxi Educação Automotiva, as empresas que contribuíram com ações educacionais, voltadas ao mercado automotivo, foram: Bosch, Continental, Cartech, Dayco - Nytron, DPK, Fras-Le, Knorr-Bremse, Magneti Marelli - Cofap, Mahle - Metal Leve, Mann Filter, Monroe, MTE-Thomson, Moura, Nakata, Philips, Schaeffler, SKF, Tek Bond - Saint Gobain, Titan - Goodyear, Valeo e Viemar.



## ZF nacionaliza a mais nova geração de Airbag Control Unit

A ZF nacionaliza a geração 7.5 do componente de segurança ACUs – Airbag Control Units (Unidades de Controle de Airbag), a mais moderna e que oferece o maior número de benefícios para a segurança passiva de carros de passeio de todas as classes, desde os mais básicos até os top de linha. A unidade de Limeira iniciou a produção dessa geração apenas seis meses após o lançamento global realizado na Ásia. Com isso, a ZF oferece esse componente ao mercado brasileiro com o mesmo nível tecnológico de outras regiões ao redor do mundo.

De acordo com Gustavo Ducatti, Diretor de Engenharia e Operações de Segurança Passiva e Eletrônicos da ZF América do Sul, a ZF foi a primeira empresa a oferecer a tecnologia ao mercado, a partir de 2013, e desde então continua a ser a única empresa no País a produzir esse e outros componentes eletrônicos de segurança. Um ano depois do início da produção pela ZF, a legislação que exige ACU para carros de passeio passou a vigorar no Brasil. "Iniciamos a produção do ACU no Brasil na versão GEN1.8BRIC e GEN6.5 e em curto espaço de tempo já lançamos a GEN7.5, o que significa que ofertamos a mais recente tecnologia global da ZF também para a nossa região. A produção da nova geração de ACU traz grandes benefícios de segurança para os usuários de veículos, pois foi planejada para atender requisitos de segurança cada vez mais avançados", afirma.

De acordo com Plínio Casante, Gerente Sênior de Engenharia e Operações da Unidade de Eletrônicos na ZF América do Sul, as principais inovações trazidas na geração 7.5 de ACU estão em sua maior capacidade de acionamento de airbags e pré-tensionadores (12 para 24), maior quantidade de sensores externos (4 para 10), de sensores inerciais e de capotamento integrados, com redundância através de algoritmo e cibersegurança. Além disso, conta com dois canais independentes de comunicação com o protocolo CAN FD, que tem velocidade até cinco vezes

maior do que o CAN clássico e preparação para integração com direção autônoma nível 1 e 2. Tudo isso processado por um microcontrolador multicore de última geração.

A ACU funciona como o cérebro dos airbags, pois é o componente responsável por comandar em que momento eles serão acionados. Entre as vantagens da geração 7.5 de ACU, estão o tamanho miniaturizado, uma tendência utilizada em veículos mais avançados. Além disso, há maior número de canais de acionamento de cargas pirotécnicas, uma solução que aumenta as regiões de proteção de todos os ocupantes do veículo. Outro benefício está na maior capacidade de leitura de sensores remotos de aceleração e de pressão, que garantem melhor performance de detecção de acidentes.

Por fim, a ACU da ZF está preparada para implementação de Cyber Security (segurança cibernética), atualmente uma forte demanda das montadoras, que já trabalham sobre projetos de veículos dotados de infraestrutura tecnológica baseada em inteligência artificial e conexão por nuvem.



Atuando como o cérebro do airbag, além de acioná-los e detectar acidentes, ACU funciona como "caixa-preta" para o veículo

## Cooperativismo de crédito cresce 13,5% em número de cooperados

O Banco Central divulgou os novos dados do setor do Cooperativismo de Crédito, modalidade vista por muitos como alternativa para financiar o varejo de autopeças.

Segundo o relatório do Panorama do Sistema Nacional de Crédito Cooperativo (SNCC) referente à data-base de dezembro de 2021, com aumento de 9,9% no ano, as unidades de atendimento de cooperativas de crédito já estão presentes em mais da metade dos municípios do Brasil. Também houve crescimento no número de cooperados, entre pessoas físicas e jurídicas, totalizando 13,6 milhões. É o que revela o relatório do Panorama do Sistema Nacional de Crédito Cooperativo (SNCC) referente à data-base de dezembro de 2021.

O estudo mostra também que houve crescimento no percentual da população associada a cooperativa de crédito em todas as cinco regiões do país, com destaque para a região Sul, em que chega a 19,5%.

Em mais um ano marcado pela pandemia de Covid-19, o cooperativismo de crédito continuou a crescer em 2021. Ele se destaca em relação aos demais segmentos do Sistema Financeiro Nacional, demonstrando a importância para o desenvolvimento da atividade econômica, principalmente no interior do país, onde o setor possui atuação marcante.

"A recente promulgação da Lei Complementar nº 196, de 2022, que atualiza a Lei Complementar nº 130, de 2009, adequa o marco legal à evolução do cooperativismo de crédito no Brasil e ao seu desenvolvimento tecnológico. Com isso, o cooperativismo de crédito ganha condições de fomentar ainda mais a concorrência e a inclusão financeira de parcela significativa da população", disse Harold Espínola, chefe do Departamento de Supervisão de Cooperativas de Crédito e Instituições não Bancárias (Desuc).

Os ativos totais do SNCC somavam R\$459 bilhões em dezembro de 2021, após crescimento de 23,5% no ano, principalmente pela expansão da carteira de crédito, na qual se destacaram operações com micro e pequenas empresas e para os produtores rurais. As captações também cresceram em ritmo superior ao dos demais segmentos.

O percentual de ativos problemáticos manteve trajetória de queda e o nível de provisões demonstra ser suficiente para suportar as perdas esperadas na carteira de crédito. O aumento da alavancagem financeira e o maior controle das despesas de provisão e dos custos operacionais contribuíram para melhorar o resultado do segmento.

Além disso, a capitalização agregada das cooperativas de crédito singulares continuou confortável em relação aos limites regulamentares.





## BNDES amplia crédito a micro, pequenas e médias empresas por meio de fundos

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) lançou um novo produto com foco em micro, pequenas e médias empresas (MPMEs), além de produtores rurais e microempreendedores individuais. O BNDES Fundo de Crédito para Indústria e Serviços vai unir o banco e empresas âncoras na constituição de fundos que irão oferecer crédito a cadeia de fornecedores e clientes das empresas parceiras. A nova modalidade se diferencia do BNDES Crédito Âncora porque neste novo modelo o banco também corre risco ao participar diretamente dos fundos de direitos creditórios (FDIC) que serão fontes dos empréstimos.

Para contratar com o BNDES, as empresas devem levantar uma base de devedores composta por pelo menos 70% de micro, pequenas e médias empresas, além de produtores rurais e/ou pessoas físicas, que estejam inseridos em suas cadeias produtivas ou instituições âncora do setor.

Dentre os setores que poderão ser apoiados pelo produto estão o de tecnologia da informação, infraestrutura e serviços de telecomunicações, bens de capital, mobilidade, aeronáutica e defesa, indústria de bens de consumo, agroalimentar, biocombustíveis, comércio, serviços e economia criativa.

Uma primeira operação foi estruturada com a Padtec, fornecedora de equipamentos de telecomunicações que atua

com empresas provedoras de internet de pequeno e médio porte. O FIDC foi estruturado entre o BNDES e a empresa. Os recursos do Banco virão do Fundo para o Desenvolvimento Tecnológico das Telecomunicações (FUNTTEL), que tem o objetivo de estimular o processo de inovação tecnológica, incentivar a capacitação de recursos humanos, fomentar a geração de empregos e promover o acesso de pequenas e médias empresas a recursos de capital. A operação deve impactar positivamente cerca de 400 mil pessoas, por meio das dezenas de pequenos e médios provedores que poderão contar com financiamento para aquisição de equipamentos da Padtec. O BNDES poderá aportar até R\$ 80 milhões no fundo.

O novo Produto conta com duas linhas de crédito: "Empresa Âncora" e "Instituição Âncora". Em ambas as linhas, o valor mínimo da subscrição do BNDES por fundo será de R\$ 40 milhões e o prazo total de até 15 anos.

Empresas âncora são aquelas que atuam no setor produtivo e dão origem a direitos creditórios a partir das suas atividades com clientes, fornecedores, prestadores de serviços, franqueados ou distribuidoras. Instituições âncora, por sua vez, são investidores públicos ou privados que tenham interesse de fomentar setores produtivos que contem com a presença de MPMEs, porém das quais elas não sejam contraparte dos direitos creditórios.



Técnico da concessionária envia vídeo por e-mail ou SMS com todas as informações para aprovar o orçamento

## Citroën tem nova ferramenta conectada para manutenção

Em uma era em que todos estão conectados quase todo o tempo, é fundamental buscar soluções digitais que tragam benefícios reais. É o caso do Videocheck, ferramenta que acaba de ser lançada nas concessionárias Citroën em todo o Brasil. Por meio dela, o cliente que levar seu veículo para realizar qualquer serviço de oficina é informado detalhadamente sobre todos os problemas detectados, para que ele mesmo possa decidir sobre o orçamento sem ter dúvidas. Por exemplo, se o carro vai fazer uma revisão programada de 40.000 km, mas algum reparo adicional se mostra necessário, o Videocheck

entra em ação. O consultor técnico da concessionária grava um vídeo apresentando de forma clara e pormenorizada o que precisa ser feito e envia o link do arquivo para o cliente, por e-mail ou SMS. Nesse mesmo link também consta o orçamento detalhado de cada um dos serviços, dos iniciais e dos extras. A partir deste momento, o consumidor tem ciência da condição do veículo e escolhe com embasamento quais reparos serão realizados. O Videocheck está presente em mais de 30 países e 3.000 concessionárias na Europa, África e América Latina, com aprovação maciça de 94% dos consumidores.

## Semana de 10 a 14 de outubro

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 10 a 14 de outubro, estudos realizados pelo after.lab.

### MAPA

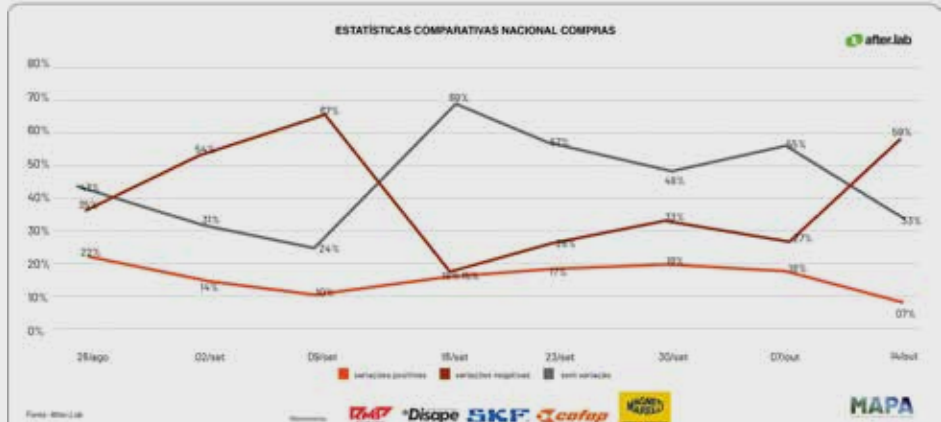
O gráfico de vendas nacionais do varejo de autopeças voltou a apontar para baixo. Os dados apurados pelo MAPA revelam um recuo de -2,93% na média nacional ponderada no período em análise.

Os índices regionais de vendas trazidos pelos profissionais do after.lab têm as seguintes variações: zero no Norte pela segunda semana consecutiva; -0,71% no Nordeste; -3,33% no Centro Oeste; -5,14% no Sudeste; e zero no Sul.

Os gráficos de estatísticas comparativas revelam que a estabilidade nas vendas caiu de 64% para 44% dos entrevistados. O índice de varejistas que venderam mais no período teve queda, passando de 12% para 11% da amostra. Finalmente, os varejistas que venderam menos na semana subiram de 24% para 44% dos entrevistados.

Seguindo a curva de vendas, as compras também apresentaram queda nesta semana. A média nacional ponderada foi de -3,38%. Na variação semanal regional das compras, variação zero no Norte; -2,29% no Nordeste; 0,33% no Centro Oeste; -6,21% no Sudeste; e zero no Sul.

No comportamento de compras, a estabilidade caiu de 55% para 33% dos varejistas pesquisados. As lojas que compraram mais passaram de 18% para 7% da amostra e as que compraram menos subiram de 27% para 59%.



**ONDA**

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

O índice apurado pelos profissionais do after.lab no período revelou mais uma vez média nacional ponderada negativa para o abastecimento de autopeças no varejo, com índice de -3,16%.

Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do Brasil apuraram os seguintes resultados: -2% no Norte; -5% no Nordeste; zero no Centro-Oeste; -3,5% no Sudeste; e -2,5% no Sul.

Os itens em geral lideram o ranking da falta de produtos com 31,6% das respostas, seguidos por correias, com 15,8%, e componentes de motor, com 10,5%.

A estabilidade do abastecimento caiu de 61% para 59% dos varejistas entrevistados.

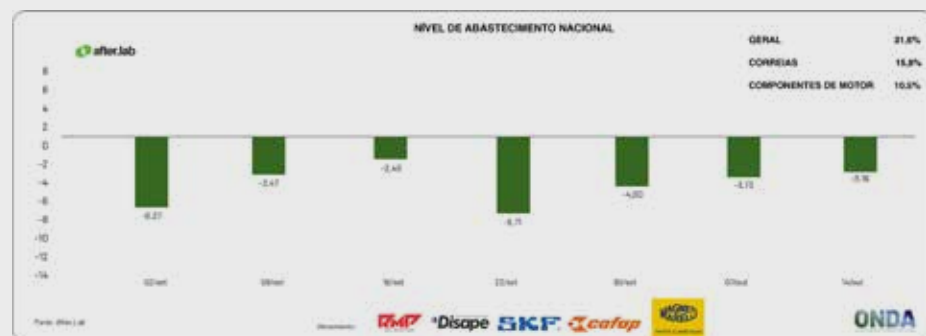
Já os preços ao varejo continuam mantendo trajetória inversa à do abastecimento, com percepção contínua de alta. O viés nacional no período foi de 1,41%.

A região Norte teve variação zero no viés dos preços. Nas demais, 1,71% no Nordeste; zero no Centro-Oeste; 1,29% no Sudeste; e 2,5% no Sul.

Os itens em geral lideram o ranking da alta de produtos com 54,5% das respostas, seguidos por componentes para freios, com 18,2%, e lubrificantes, com 9,1%.

A estabilidade de preços ao varejo recuou de 78% para 67%.

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



**MAIORES & MELHORES**  
em distribuição de autopeças

## 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.**



**MM22**  
ESG CONCEPT

MAIORES & MELHORES  
em distribuição de autopeças

## Semana de 17 a 21 de outubro

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 17 a 21 de outubro. Os estudos são realizados pelo after.lab, empresa de pesquisas e inteligência de mercado do grupo Novo Meio.

### MAPA

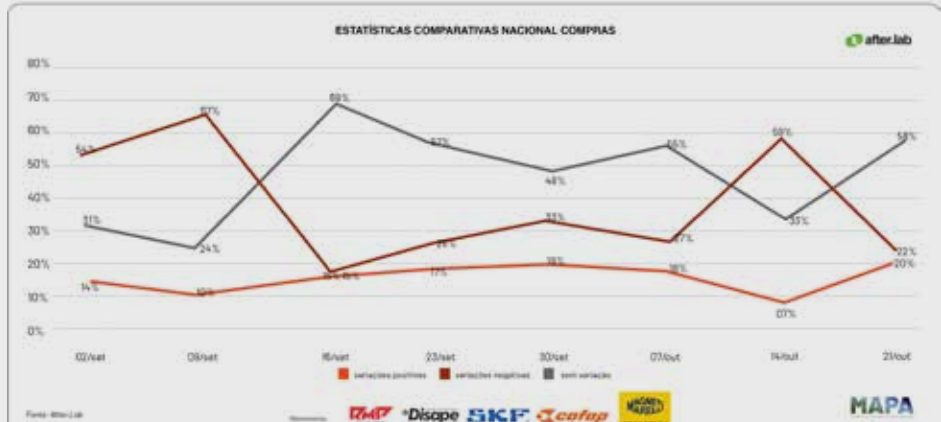
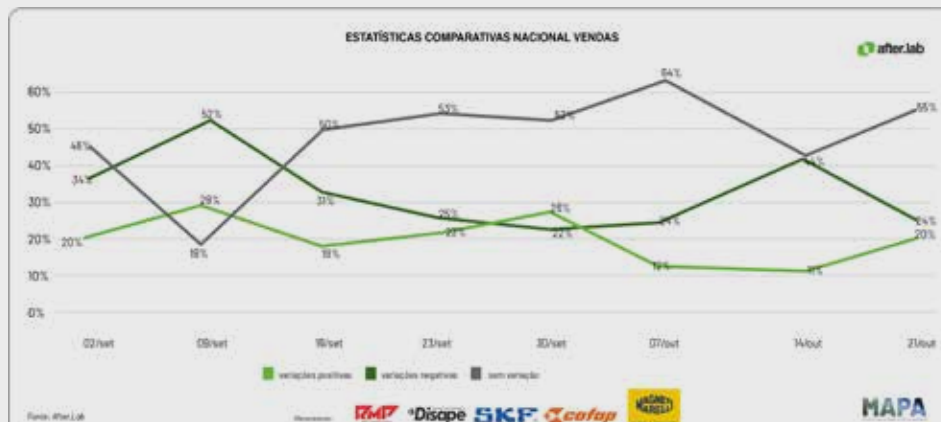
As vendas do varejo brasileiro de autopeças apresentaram recuperação nesta semana. A média nacional ponderada no período ficou em 1,3%. Na apuração regional das vendas, 10% no Norte; zero no Nordeste; 2,14% no Centro Oeste; -0,21% no Sudeste; e 3,46% no Sul.

Os gráficos de estatísticas comparativas mostram que a estabilidade nas vendas foi de 44% para 55% dos varejos entrevistados. Os varejistas que venderam mais subiram de 11% para 20% e os que venderam menos recuaram de 44% para 24%.

As compras do varejo subiram. A média nacional ponderada na semana foi de 1,57%.

Na divisão regional, os índices de variação nas compras no período foram: zero no Norte; 3,21% no Nordeste; 1,86% no Centro Oeste; 1,11% no Sudeste; e 1,54% no Sul.

No comportamento de compras, a estabilidade subiu de 33% para 58%. As variações positivas foram de 7% para 20% e as negativas recuaram de 59% para 22% dos entrevistados.



**ONDA**

Mais uma vez, nenhuma alteração nas tendências de abastecimento e preços no período de 17 a 21 de outubro. A ruptura no abastecimento de autopeças permanece desde o início da realização da pesquisa ONDA. A média nacional ponderada nesta semana ficou em -9,46%.

Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do Brasil mostram: -15% no Norte; -11,57% no Nordeste; -10,71% no Centro-Oeste; -7,35% no Sudeste; e -10,77% no Sul.

As correias responderam por 23,3% do desabastecimento, seguidas por acessórios, com 14%, e componentes de motor, com 11,6%.

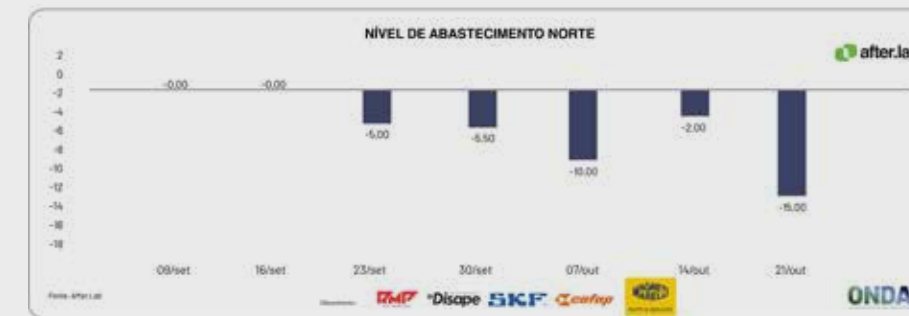
A trajetória de preços continua a sustentar o longo histórico de inflação. O viés nacional apurado no período mostra média nacional ponderada de 4,07%.

A percepção da variação de preços por parte dos varejistas nas cinco regiões do Brasil foi a seguinte: zero no Norte; 8,14% no Nordeste; 9,71% no Centro-Oeste; 2,16% no Sudeste; e 3,62% no Sul.

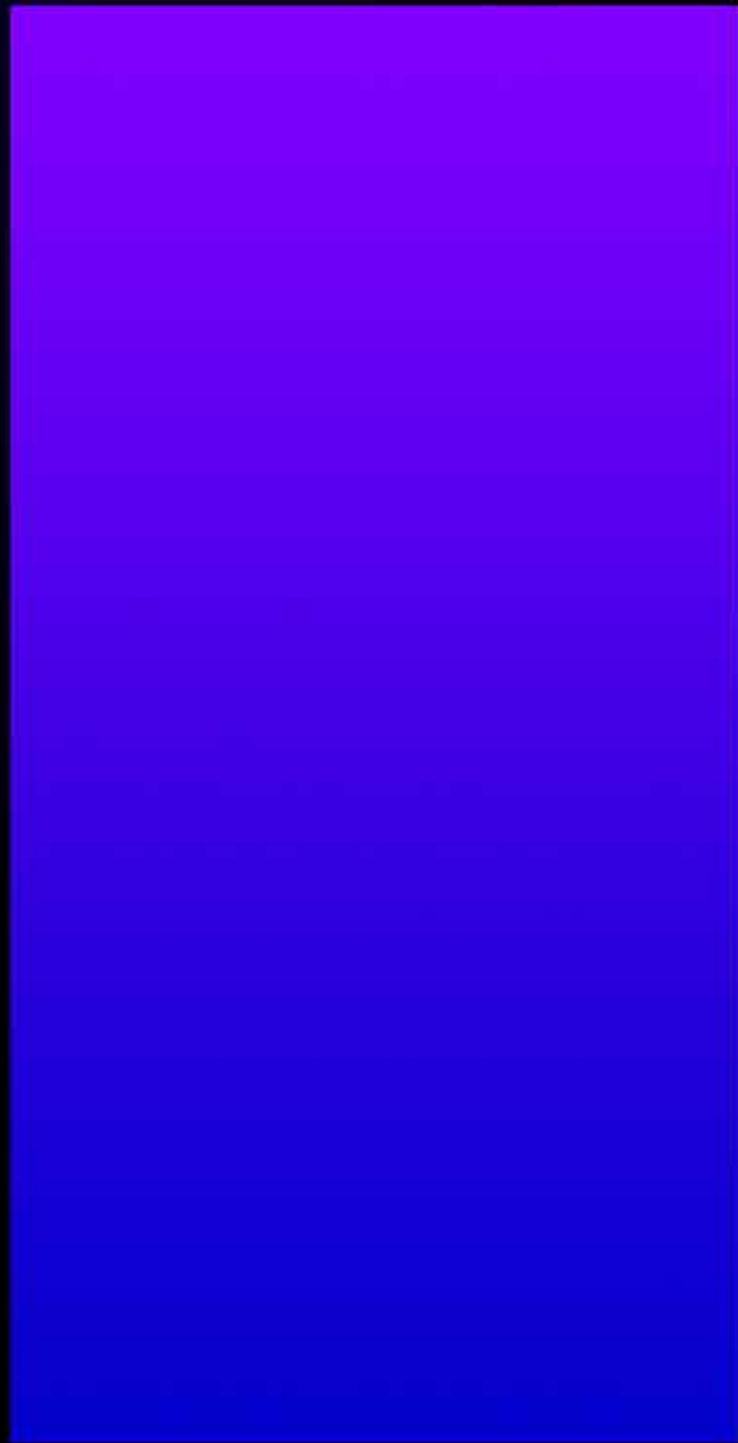
Os itens em geral responderam por 30,8% das percepções de alta nos preços, seguidos por óleos lubrificantes, com 23,1%; e componentes de freio, com 19,2%.

A estabilidade no abastecimento caiu de 59% para 41% dos entrevistados. Em relação aos preços, a curva de estabilidade recuou de 67% para 65% dos varejistas no período.

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



A NOVOMEIO AGORA É A



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

# HUB

Somos a reação de uma geração conectada, com sede de criação e competência técnica e mercadológica para informar, entreter, abastecer e desenvolver conteúdos para múltiplas esferas de atividades, interesses e experiências.

Uma manifestação nascida nos tradicionalismos noventistas e renascida das urgências contemporâneas. Um hub entre o que é, o que já foi mas ainda pode ser, e o que para sempre será, um encontro entre o novo e o meio.



2mc

você prefere,  
**você exige.**

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 em componentes de fixação do sistema de freios, mas, sobretudo, se diferenciar pela sua qualidade, com certificações, processos, materiais e tecnologias garantindo aos produtos 2MC conformidade com as especificações originais dos veículos da frota nacional.

2MC. Mais de três décadas de compromissos com a absoluta fidelidade de seus distribuidores, varejistas e reparadores.



2 M C . C O M . B R



**100 anos de tradição.**



**Desde 1922**, é destaque nacional  
em autopeças para leves e pesados,  
oferecendo um portfólio com mais de **64**  
**mil itens**, de **180 fabricantes**, em **29 filiais**,  
garantindo agilidade e pronto atendimento,  
em **qualquer região do Brasil**.