



Varejistas elegem os Maiores e Melhores de 2022

Os resultados completos da 26ª pesquisa nacional que apura os distribuidores que mais se destacam no aftermarket automotivo segundo a opinião dos 500 varejistas de autopeças entrevistados no Brasil

PÁGINA 12



**Empresas do mercado
avançam nas práticas de
compromisso ambiental,
responsabilidade social e
governança corporativa**

PÁGINA 44



**Assessora técnica de Sustentabilidade
da Fecomércio aponta caminhos para
adesão do varejo ao ESG**

PÁGINA 08



**Novidades nos mercados da
Europa e dos Estados Unidos em
duas reportagens internacionais**

PÁGINA 51

**DESCUBRA ONDE FAZER A MELHOR COMPRA DE PEÇAS
PARA AS *LINHAS LEVE, PESADA, MOTOS E ACESSÓRIOS.***

Pellegrino

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

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

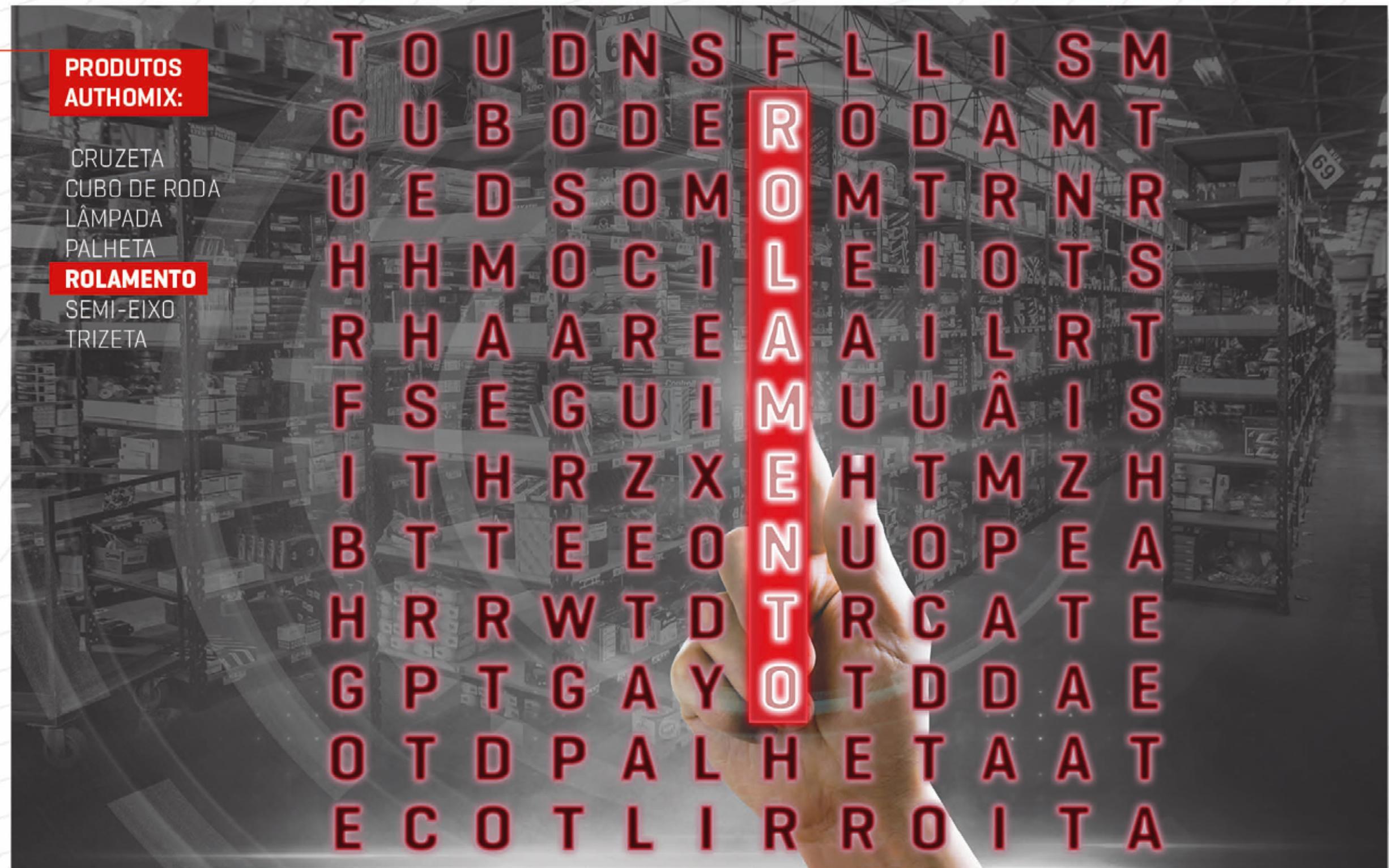
Na **Roles** você encontra os melhores
produtos e marcas do mercado de
autopeças. Conte com a gente para
atender toda a demanda da sua loja
com a mais alta qualidade!

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

JUNTOS FAZEMOS MELHOR!

**PRODUTOS
AUTHOMIX:**

CRUZETA
CUBO DE RODA
LÂMPADA
PALHETA
ROLAMENTO
SEMI-EIXO
TRIZETA



AUTHOMIX

Roles Autopeças roles.com.br

JUNTOS FAZEMOS MELHOR

ROLES
AUTOPEÇAS

Um ecossistema de obrigações e virtudes

Este Novo Varejo Automotivo complementa e finaliza a divulgação dos resultados e a cobertura da cerimônia que anunciou os vencedores da 26ª edição da pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças.

Aqui você vai poder medir o desempenho de seus fornecedores a partir de novos índices de avaliação gerados por 500 varejistas de autopeças para veículos leves entrevistados em todo o Brasil e, também, comparando-os aos resultados de 2021 e 2020 do mais tradicional estudo do aftermarket automotivo nacional.

Se você é leitor assíduo do Novo Varejo Automotivo, conhece bem este trabalho que realizamos há nada menos que 26 anos. Trata-se de um enorme esforço que só se concretiza graças à inestimável ajuda dos varejistas que nos dedicam parte preciosa de seu tempo para atender a equipe de pesquisa do After.Lab e prestar as valiosas informações que compõem o maior banco de dados sobre o desempenho dos distribuidores de autopeças brasileiros. A estes grandes colaboradores, nosso muito obrigado!

Além dos resultados da edição 2022 da pesquisa, trazemos também em nossas páginas um panorama do forte engajamento de indústrias e distribuidores aos conceitos do ESG – compromisso ambiental, responsabilidade social e governança corporativa. Este foi o tema do Maiores e Melhores 2022.

As chamadas práticas do ESG nos negócios quando vistas individualmente não são exatamente uma novidade. Mas concentrá-las num ecossistema muito mais abrangente e virtuoso é o estado da arte do aprimoramento da gestão visando ao bem comum, ao ser humano e ao meio ambiente. Esse ecossistema é exatamente o ESG, que propõe uma visão integrada, em 360º, de tudo aquilo que, talvez, tenha sido trabalhado até então de forma fragmentada.

Neste momento em que experimentamos tantas inovações disruptivas – que se tornarão cada vez mais impactantes nos próximos anos – o ESG representa uma provável ruptura também na maneira como as empresas interagem com a sociedade e o próprio planeta.

Agora vem o mais importante: compromisso ambiental, responsabilidade social e governança corporativa não são atributos a serem observados exclusivamente por indústrias e distribuidores.

O ecossistema ESG deve também estar presente no dia a dia da sua loja de autopeças. Na verdade, ao extrapolar o conceito, concluímos que boa parte das exigências precisa estar presente também em nossas vidas como pessoas físicas.

O dia em que todos nós tivermos consciência de que é nossa missão servir ao próximo e respeitar profundamente o único planeta que temos para viver certamente estaremos mais perto de atingir a paz e estágios de realização pessoal com que sonhamos, mas que, às vezes, pouco fazemos para conquistar.

Nhm
www.novomeio.com.br

Publisher
Ricardo Carvalho Cruz
(rccruz@novomeio.com.br)
Editor Geral
Claudio Milan
(claudio@novomeio.com.br)
Editor Comercial e de Relações com o Mercado
Paulo Roberto de Oliveira
(paulo@novomeio.com.br)
Editor de Criação
Gabriel Cruz
(gabriel.cruz@wpn.com.br)

Fale com a gente
Nosso endereço
Al. Araguaiá 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

Jornalista Responsável:
Claudio Milan (MTb 22.834)

Ano 29 - #382 Dezembro 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)

#NAPELLEGRINOTEMMELHORESMARCAS

MELHORESMARCAS



+ 100 MARCAS.



Acesse nosso portfólio
com sua câmera.

29 FILIAIS
NOS PRINCIPAIS POLOS
COMERCIAIS DO PAÍS.



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

+ 54 MIL
PRODUTOS DISPONÍVEIS.



Acesse nosso catálogo
e conheça nossos produtos.

Pellegrino Autopeças

@pellegrinoautopecas

Pellegrino Distribuidora de Autopeças

Pellegrino



Conheça os resultados da pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças 2022, em que 500 varejistas de todo o Brasil avaliaram o desempenho de seus fornecedores com atuação nacional.

12

08

Cristiane Cortez, assessora técnica de Sustentabilidade da Fecomércio, fala sobre o atual engajamento do varejo com as práticas do ESG e dá caminhos para que as lojas implementem o conceito.

HÁ 100 EDIÇÕES

Lucas Torres : jornalismo@novomeio.com.br

Varejistas comparam desafios da copa ao cotidiano empresarial

Empresários do segmento traçam paralelo entre uma seleção campeã e uma loja de autoparques de sucesso como destaque da edição 282 do Novo Varejo Automotivo.

E mais uma vez a Seleção Brasileira frustrou o sonho do hexa. Com a derrota nos pênaltis para a Croácia, vamos agora igualar o recorde negativo de 24 anos sem levantar uma taça, estabelecido entre 1970 e 1994. E, caso não vençamos o torneio em 2026, chegaremos a 30

anos sem uma conquista de Copa do Mundo.

O mais importante evento de futebol do planeta movimento não apenas as torcidas, mas também as empresas. Também é possível fazer um paralelo entre a gestão dos negócios e um time campeão.

á 100 edições, vivíamos a expectativa para a Copa de 2018, na Rússia. Naquela oportunidade, a reportagem do Novo Varejo Automotivo convidou os empresários varejistas e autopeças para uma espécie de 'mesa redonda', comparando atributos do futebol com a condução a empresa.

trabalho em equipe, organização estrutural, lições de competitividade, benchmarking e estratégia de situação são atributos muito familiares aos gestores de empresas. Ao observar o futebol pelo prisma da transcendência do esporte propriamente dito – enxergando-o como

na espécie de manifestação am-
ficada da cultura e do cotidiano
o Novo Varejo Automotivo traçou
quela edição um paralelo entre as
incipais chaves para um desejado
porém não confirmado – sucesso
Seleção Brasileira no mundial da
ssusia e os elementos fundamentais
e contribuem para uma atividade

empresarial bem sucedida. Essa seleção de varejistas convi-
dos analisou questões como pla-
jamento e estratégia para con-
quistar os resultados, montagem
de times, estudo dos adversários/
incorrentes, fatores imprevistos e
imcompetitividade.

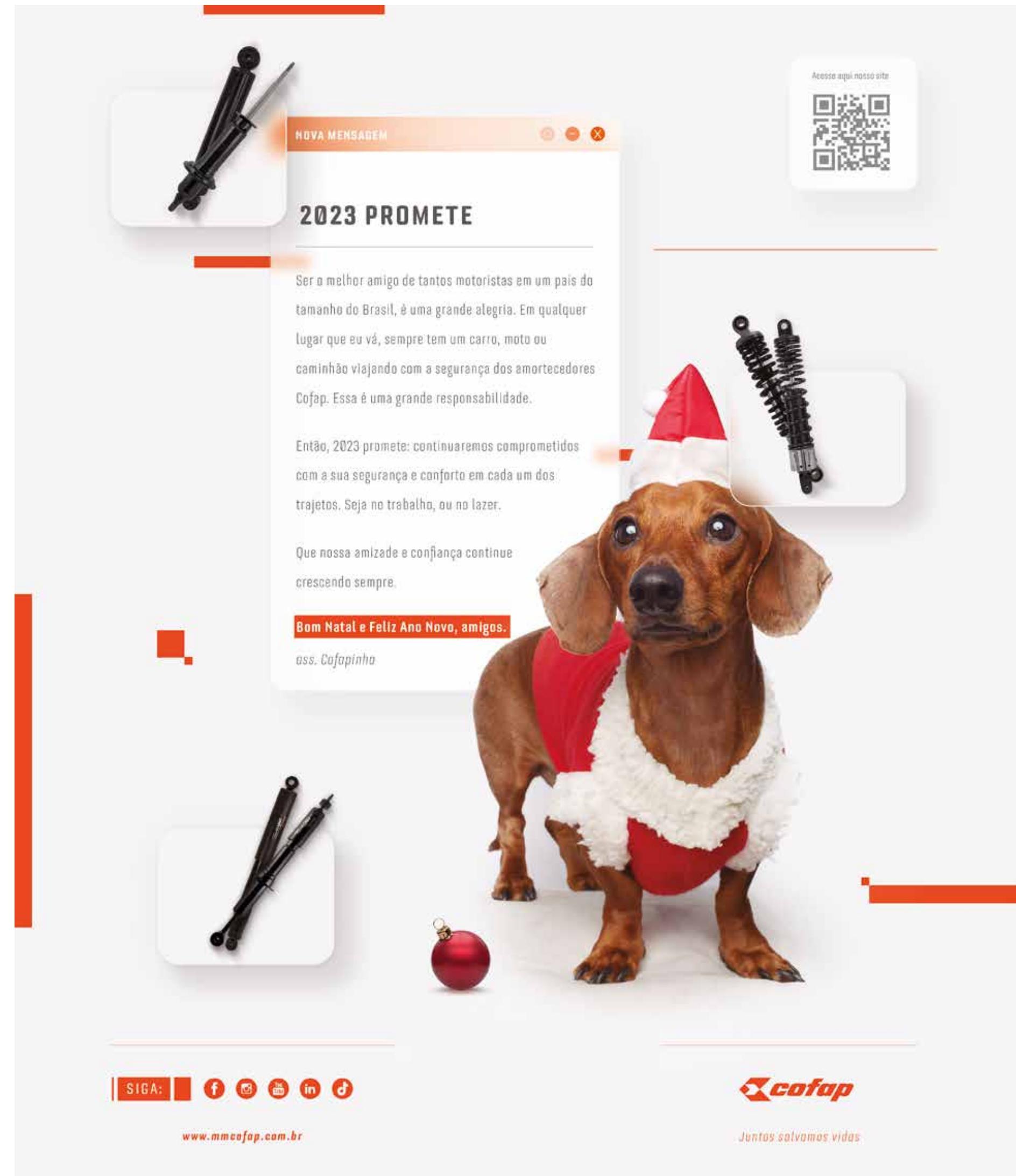


essa reportagem conversou com exclusividade em Las Vegas com Bill Hanvey, presidente da AutoCare, associação americana que congrega dos os elos do aftermarket automotivo.

51



Indústrias e distribuidores de autopeças apresentam um resumo das práticas ESG já implementadas em seus negócios. Compromisso ambiental, responsabilidade social e governança integraram a pauta da cerimônia em homenagem aos Maiores e Melhores.



Anuncie

No principal canal de comunicação das grandes indústrias e distribuidores com varejos de todos pais.

comercial@novomeio.com.br



Varejo ainda busca conexão com a pauta ESG

Em entrevista exclusiva, Cristiane Cortez, assessora técnica de Sustentabilidade da Fecomércio, aponta medidas práticas que podem ser adotadas com pouco investimento

Há pouco tempo, quando se ouvia o termo 'sustentabilidade', era quase inevitável pensar quase que estritamente na questão ambiental. A popularização da sigla ESG (Environmental, Social and Governance), no entanto, já trouxe em seu próprio significado a percepção de que este conceito transcende os limites da preservação do meio ambiente e tem envolvimento direto com a sociedade e a gestão dos processos que regem relações pessoais e profissionais.

Dentro deste contexto, a Fecomércio – que há cerca de 10 anos já possuía o Conselho de Sustentabilidade – decidiu criar o 'Comitê ESG' para trabalhar a pauta de uma maneira mais holística junto às empresas dos setores de varejo e serviços.

A virada de chave foi importante. Afinal, por muito tempo os varejistas estiveram na periferia dos discursos acerca do tema devido à pouca relação que têm com a fabricação dos produtos e os resíduos e poluentes decorrentes deste processo.

Hoje, sabedores de suas responsabilidades na promoção da diversidade em seus ambientes, bem como amadurecidos em seus papéis na condução de uma operação eficiente e desenvolvimento de áreas ligadas à logística reversa, alguns negócios têm aumentado engajamento na pauta ESG.

Sobre este cenário de mudança, em que ainda há um gap considerável entre os diferentes portes de empresa do país, nossa reportagem conversou com a assessora técnica da área na Fecomércio, Cristiane Cortez.

Na entrevista, ela falou sobre medidas práticas que não apenas podem ser adotadas com pouco investimento, mas que se revertem quase que instantaneamente em ganhos financeiros e de reputação para os negócios.

Novo Varejo Automotivo - Como você vê a importância da pauta do ESG para as empresas do setor de varejo?

Cristiane Cortez - Qualquer empresa precisa se preocupar com

isso. Porque este desenvolvimento vem junto com o social e o meio ambiente. Porque, como temos visto, as mudanças climáticas impactam o ambiente, que impacta as pessoas, que impactam a economia. A gente verifica que uma empresa, seja de qual setor – indústria, comércio ou serviços – se ela não estiver preocupada com a pauta da sustentabilidade de uma forma que ainda possa gerar lucro para seus negócios, acabará não sobrevivendo no médio prazo.

NVA - Olhando por essa ótica de um ecossistema que se interliga no campo da sustentabilidade, é possível dizer que a atuação de um varejista neste campo também tem um impacto direto na sua relação com os clientes?

CC - Com certeza. Até porque as pessoas estão começando a ficar mais preocupadas com essas questões, prestando mais atenção nesses assuntos – e já temos acesso a diversas pesquisas que apontam que os consu-

midores valorizam mais marcas que se preocupam tanto com as pautas ambientais quanto com as pautas sociais no âmbito da diversidade e da inclusão. Nós entendemos que isso não é um modismo, que essa é uma postura que vem para ficar e as empresas do varejo vão ter que seguir se adaptando a isso, como já vêm fazendo.

NVA - Como o consumidor percebe este engajamento para além da 'propaganda'? Pergunto isso porque muito tem sido dito sobre green money (dinheiro verde) se referindo a negócios que querem passar uma imagem de sustentáveis, ainda que não o sejam na prática.

CC - O consumidor está dando preferência para as empresas que estão mais sustentáveis na percepção dele. Então, as empresas que cuidam da questão do ESG e também comunicam este trabalho, acabam sendo mais aceitas. Mas tem que tomar cuidado para não ser só aque-

la empresa que fala que faz, que tem uma fachada, mas que não é bem assim. É preciso fazer um trabalho real. Para tanto, a empresa precisa abrir este diálogo não apenas com os consumidores, mas com os colaboradores. Que tenham, internamente, grupos de afinidade dentro dos quais os funcionários possam conversar sobre essas questões. Isso não apenas confere transparência à política do negócio, mas também permite que a empresa possa apreender aquilo que o funcionário espera dela e possa fazer melhorias nesse sentido. Até porque, este funcionário irá, eventualmente, atender no balcão, um telefonema e etc, e o seu comportamento irá dizer bastante o que a empresa faz e não o que ela fala.

NVA - Separando os players por seus diferentes portes, existe alguma diferença na atuação das grandes, médias e pequenas empresas no campo do ESG ou todas estão caminhando mais ou menos no mesmo ritmo?

CC - Como sempre, as grandes empresas começam primeiro. A gente vê que elas já estão mais organizadas, têm metas de exclusão e já fizeram seus levantamentos internos para verificar essa questão – de funcionários negros em cargos de liderança, com mais de 50 anos, mulheres, aquilo que vem sendo chamado de grupo de sub-representados. O mais difícil é chegar nas médias e nas pequenas.

NVA - Como a FecomercioSP tem trabalhado para diminuir esse gap?

CC - Temos o Conselho de Sustentabilidade na Fecomércio e também temos um Comitê ESG. No primeiro, que existe há cerca de 11 anos, sempre focamos mais nas questões ambientais como gestão de resíduos, logística reversa. Falamos muito também do uso racional de água, do aproveitamento de água que não é servida pela distribuidora como a água da chuva. Abordamos a questão energética, melhoria de iluminação, refrigeração e clima-

como gestão de resíduos, logística reversa, na qual o comércio participa do sistema de devolução de produtos pós-consumo a fim de que entre em um percurso de reciclagem e economia circular. O papel da Fecomércio é ajudar o pequeno e o médio empresário a dar seus primeiros passos, ainda que sejam em uma velocidade pequena. O importante é se engajar e ir fazendo pequenos avanços. Nós nos reunimos periodicamente com um grupo de empresas e atendemos nos nossos canais de 'Fale conosco' muitas perguntas, que muitas vezes trazem temas que a gente nem estava olhando. As empresas, então, podem nos procurar para trazer as suas dúvidas. Muitas vezes elas nos perguntam 'como começar se eu não tenho profissional especializado na empresa'. Nós, então, respondemos, oferecemos materiais como e-books, vídeos, fazemos laboratórios recebendo esses negócios. Enfim, trabalhamos dessas duas formas, tanto de uma maneira proativa e sob demanda.

NVA - Você falou anteriormente sobre 'pequenos passos'. Pode exemplificar quais são alguns destes passos que um varejo – ainda que com pouca estrutura – pode dar na direção de uma operação mais sintonizada com as práticas sustentáveis?

CC - Temos o Conselho de Sustentabilidade na Fecomércio e também temos um Comitê ESG. No primeiro, que existe há cerca de 11 anos, sempre focamos mais nas questões ambientais como gestão de resíduos, logística reversa. Falamos muito também do uso racional de água, do aproveitamento de água que não é servida pela distribuidora como a água da chuva. Abordamos a questão energética, melhoria de iluminação, refrigeração e clima-



Assessora da FecomercioSP enumera pequenas atitudes que tornam o varejo mais sustentável

tização. Nós falamos tanto desse tema, aliás, que no último ano criamos um comitê específico para tratar a questão de energia porque, nesse sentido, existem diversas pequenas atitudes que podem fazer toda a diferença, desde a escolha de uma lâmpada que consome menos eletricidade até a verificação da iluminação para se certificar de que não estão sendo usadas lâmpadas a mais que o necessário. Há também toda aquela questão da conscientização da equipe para que não deixe o refeitório aceso quando não há ninguém ali, o escritório a mesma coisa... Se o empresário levar isso com cuidado, ele vai ver que, além de contribuir para o meio ambiente, estará economizando bastante dinheiro na conta de energia. Em resumo, o empresário pode fazer um checklist de movimentos simples e seguir por ele: primeiro vou checar minha água, depois vou checar minha energia, vou verificar os meus fornecedores, vou abrir uma vaga e ver se eu consigo atender algum público sub representado e daí em diante. É importante que isso seja uma constante para melhorar não só a empresa, mas toda a sociedade.



**PENSOU EM
ROLAMENTOS,
PENSOU EM
COBRA.**



Eleita a **melhor distribuidora
de rolamentos** pelo 25º ano
consecutivo e a **nº 1** em
entrega e garantia.

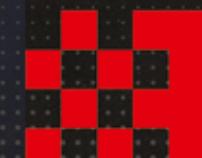


Destaque em:

- Admiração
- Apoio técnico
- Comunicação
- Ética
- Evolução
- Parceria
- Velas de ignição



MAIORES & MELHORES
em distribuição de autopeças



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



www.cobrarolamentos.com.br
sac@cobrarolamentos.com.br
0800 016 3333 | [@cobrarolamentos](https://www.facebook.com/cobrarolamentos)

Cobra
ROLAMENTOS E AUTOPEÇAS

35
ANOS

ALBARUS BROSOL COBRA COBREC CONTINENTAL S CONTITECH Control DRIVEWAY Dynal Fersa FRAM FRASLE FREMAX Hipper Freies IKS enlace IMA Indisa Koyo KYB LUK FAG MANN FILTER MAZZICAR MERITOR MONROE AXIOS NAKATA NTN SABO SACHS SAMPEL SKF SNR SPICER TIMKEN TRW URBA Valeo VARGA viemar VISCONDE WIX

Varejistas elegem os Maiores e Melhores de 2022

Apresentamos em detalhes os principais resultados da 26ª edição da pesquisa em que 500 lojistas de componentes para veículos leves em todo o Brasil avaliaram o trabalho dos distribuidores de autopeças

Em 10 de novembro foram anunciados em cerimônia presencial os vencedores da 26ª edição da pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças. Foi o retorno do evento a um dos mais elegantes hotéis de São Paulo após um período de três anos e meio de afastamento em função da pandemia da covid-19. Em 2020 e 2021, a premiação ocorreu apenas no ambiente virtual. Agora,

em 2022, pela primeira vez foi adotado o formato híbrido, com transmissão ao vivo pela a.tv. Nesta edição, o Novo Varejo Automotivo apresenta com detalhes os resultados do estudo realizado pelo After.Lab, a empresa de inteligência de negócios da Novomeio Hub de Mídia. A pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças investiga a evolução do segmen-

to de distribuição de componentes automotivos a partir da opinião dos clientes varejistas. Foi criada em 1996 com a inédita proposta de medir a satisfação dos empresários ou profissionais responsáveis pelas compras nas lojas com seus principais fornecedores. O trabalho é dividido em duas fases. Na primeira, os proprietários ou responsáveis por compras das lojas de

componentes automotivos para veículos leves em todo o país são entrevistados por telefone e respondem a um questionário para avaliar os distribuidores a partir da segmentação do portfólio. Esse questionário conta com 20 quesitos de análise e divide com clareza as perguntas entre "produtos" e "componentes para os sistemas", respeitando as demandas de mercado e a tradição do setor:

Qual é o melhor distribuidor no seguinte segmento de produto:

- 1. Acessório
- 2. Amortecedor
- 3. Borracha
- 4. Correia
- 5. Embreagem
- 6. Ferragem
- 7. Filtro
- 8. Fixação
- 9. Pastilha
- 10. Peça importada
- 11. Rolamento
- 12. Vela de ignição

Qual é o melhor distribuidor para os componentes dos seguintes sistemas:

- 13. Arrefecimento
- 14. Câmbio e diferencial
- 15. Direção
- 16. Elétrico
- 17. Freio
- 18. Injeção eletrônica
- 19. Motor
- 20. Suspensão

MM22
E S G C O N C E P T

**PENSOU DESEMPENHO
SUPERIOR, PENSOU
PASTILHAS ADVANCED
FRAS-LE.**



As **pastilhas da linha Advanced** vão muito além da segurança na hora de frear. Sua qualidade e formulação exclusiva garantem **máximo controle de ruído** e **alta durabilidade**, contribuindo para o aumento do conforto e da vida útil de todo o sistema de freio. Pense num bom negócio e vai de **Advanced Fras-le**.

Tecnologias exclusivas:



COMFORT
Máximo controle de ruído e vibração.



LIFE
Mais durabilidade para pastilha e disco.



CONTROL
Maior performance de frenagem.

Juntos salvamos vidas.



Consulte aqui
as aplicações.

PENSOU FREIO,
FRAS-LE



PENSOU FREIO,
FRAS-LE

O vencedor em cada um desses 20 quesitos é determinado pela soma simples de todos os votos obtidos pelas empresas. As 12 empresas que melhor se colocam na soma total dos votos da primeira fase ficam pré-classificadas para a segunda etapa do estudo e dela participam efetivamente aqueles distribuidores que têm representação nacional comprovada por filiais em todas as regiões do Brasil e ocuparam uma das cin-

co primeiras posições em no mínimo dois dos quesitos de análise. Definidas as empresas, voltamos a conversar com os varejistas que responderam às questões de avaliação a cada um dos 21 atributos concentrados em sete grupos:

PRODUTO	QUALIDADE DAS MARCAS <i>Somente marcas idôneas e reconhecidas</i>	IMPORTÂNCIA	FREQUÊNCIA DE COMPRA <i>Periodicidade de colocação de pedidos</i>
	VARIEDADE DAS MARCAS <i>Trabalha com diferentes marcas para um mesmo item</i>		PARCERIA <i>Proximidade de relacionamento</i>
	DISPONIBILIDADE <i>Tem os produtos em estoque</i>		CONFIANÇA <i>Comprometimento nas relações comerciais</i>
COMERCIAL	ATENDIMENTO <i>Cordialidade e resolução rápida e eficaz dos problemas</i>	PRESENÇA	COMPETÊNCIA <i>Avaliação de comportamento e desempenho</i>
	ENTREGA <i>Prazo e quantidade combinados</i>		COMUNICAÇÃO <i>Ações de relacionamento e interações</i>
	EQUIPE DE VENDAS <i>Preparo técnico e capacidade de solucionar problemas</i>		COMPROMISSO <i>Valores que determinam fidelização</i>
RELACIONAMENTO	APOIO TÉCNICO <i>Informação técnica disponível</i>	RESPEITO	LEGALIDADE <i>Adequação às exigências tributárias e legislativas</i>
	GARANTIA <i>Rapidez na resolução de problemas envolvendo garantia</i>		ÉTICA <i>Conduta justa e moral perante clientes e mercado</i>
	SUPORTE PROMOCIONAL <i>Materiais promocionais e campanhas de incentivo às vendas</i>		TRANSPARÊNCIA <i>Ações e procedimentos claros e visíveis ao público</i>
IMAGEM	INOVAÇÃO <i>Apresentação de novas soluções novas para o varejo</i>		<p>Nesta segunda etapa, os vencedores não são mais determinados a partir da soma dos votos obtidos, mas sim de acordo com as médias de todas as notas atribuídas pelos varejistas entrevistados.</p>
	EVOLUÇÃO <i>Melhoria nos últimos 12 meses</i>		
	ADMIRAÇÃO <i>Sentimento de admiração</i>		



Varejistas ouvidos nas cinco regiões do Brasil

A pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças tem abrangência nacional. Anualmente, 500 varejistas opinam sobre os produtos e serviços oferecidos por seus principais fornecedores. A cada edição este número pode so-

frer pequenas adequações em razão das exigências metodológicas, sempre para mais. Em 2022, um total de 501 varejos de autopeças para veículos leves foram selecionados aleatoriamente no mailing de leitores do Novo Varejo.

O número de lojas entrevistas por estado é proporcional à participação de cada unidade federativa na frota total de veículos estimada pelo IBGE. Dentro dos estados, as entrevistas são realizadas nos municípios com 200 mil ou mais habitantes – com exceção do Rio de Janeiro, onde, devido à elevada concentração populacional na capital, o critério foi ajustado para 300 mil habitantes. A divisão das entrevistas por município é proporcional ao número de habitantes.



Número de entrevistas por estado proporcional à frota de veículos em cada unidade da federação.

501 Varejos entrevistados em todo o Brasil



TOTAL DE ENTREVISTAS REALIZADAS

Brasil - 501

- █ Estado de São Paulo
- █ Região Sul
- █ Região Sudeste
- █ Região Centro Oeste
- █ Região Norte
- █ Região Nordeste



PRODUTOS DE QUALIDADE PARA VEÍCULOS NACIONAIS E IMPORTADOS



VLBA 0330553
BOMBA D'ÁGUA
VOLKSWAGEN
NIVUS / T-CROSS / VIRTUS



VLPE 0015407
POLIA ELETROMAGNÉTICA
GM S10 / FORD RANGER
LAND ROVER DISCOVERY
MERCEDES SPRINTER

VLX 0022018
COXIM DO MOTOR
TOYOTA ETIOS



VLBA 0330329
BOMBA D'ÁGUA
FORD KA / ECOSPORT



VLSA 0000155
SAPATA DE FREIO
FORD EDGE
GM CAMARO
CORVETTE



VLHR 0090640
JUNTA HOMOCINÉTICA
RENAULT MASTER



VLCM 0001230
CILINDRO MESTRE
CITROEN C4
PEUGEOT 307

VLAE 0013543
CILINDRO AUXILIAR DE EMBREAGEM
RENAULT
CAPTUR / DUSTER
LOGAN / SANDERO



CONSULE NOSSO CATÁLOGO
WWW.VILLAFRANCANET.COM.BR



LANÇAMENTOS DE SAPATAS DE FREIO



BPSA 0090183
DODGE
RAM 1500 2010>18
DURANGO 2002>22
Dim. 205X44mm



BPSA 0096885



BPSA 0096885
SUZUKI
VITARA 2.0 94>2002
SIDEKICK 1.6/2.0 96>2002
Dim. 254X47mm



BPSA 0090135



BPSA 0096845
VOLKSWAGEN
POLO 1.0/1.6
VIRTUS 1.6
NIVUS
T-CROSS
Dim. 228X42mm



BPSA 0096846
VOLKSWAGEN
POLO 2018>>
VIRTUS 2018>>
Dim. 203X38mm

MAZZICAR
FREIOS



CONSULE NOSSO CATÁLOGO
WWW.MAZZICAR.COM.BR

Catálogo Online

mazzicar@mazzicar.com.br
(11)4991-1454 / (11)4991-2801

EMPRESA CERTIFICADA ISO 9001:2015 / PRODUTO HOMOLOGADO PELO INMETRO

PRIMEIRA FASE - PRODUTOS

CLASSIFICAÇÃO PELA SOMA TOTAL DE VOTOS DOS QUESITOS QUE AVALIAM A SEGMENTAÇÃO POR PRODUTOS

Colocação	Empresa	%
1º	SAMA	7,44
2º	EMBREPAR	4,94
3º	REAL	4,50
4º	DPK	3,98
5º	ROLES	3,43
6º	COBRA	3,41
7º	PELLEGRINO	3,35
8º	SK	2,74
9º	JAHU	2,73
10º	ANCORA	2,53
11º	VESPOR	2,12
12º	ROLEMAR	1,91

OS MAIS VOTADOS NOS QUESITOS QUE AVALIAM A SEGMENTAÇÃO POR PRODUTOS

ACESSÓRIO

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%
CHG	1º	13,7	2º	12,1	1º	10,2		
NEW KAR	2º		1º	17,6	2º	9,8		
SAMA	3º	5,1	5º	3,3	8º	1,0		

AMORTECEDOR

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%
SAMA	1º	12,4	1º	9,1	7º	4,8		
DPK	2º		7º	4,9	8º	4,2		
EMBREPAR	3º	7,1	2º	8,1	9º	3,0		



LÍDER EM

BORRACHAS AUTOMOTIVAS



CATÁLOGO ELETRÔNICO



Fique por dentro das novidades através dos nossos canais de comunicação!



/jahuborrachas



@jahuborrachas



/jahu-borrachas



www.jahu.com.br



MATRIZ (SP): (11) 3619-0000
GO: (62) 3142-1020
MG: (31) 4063-7999
PE: (81) 4062-9999
RJ: (21) 4062-7999
SP: (11) 3612-4000

Você encontra tudo sobre nossos itens de forma rápida e prática nas versões desktop e mobile!
 ARREFECIMENTO | FIXAÇÃO E ACESSÓRIOS | CARROCERIA
 EXAUSTÃO | FERRAGEM | FREIO | KITS | MOTOR | SUSPENSÃO
 VEDAÇÃO | DIVERSOS

BORRACHA

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%
JAHU	1º	27,8	1º	27,7	1º	20,8		
CENTER PARTS	2º		4º	2,8	28º	0,6		
METAL SYSTEM	2º	3,5	8º	2,3	3º	3,6		
REAL	2º	3,5	2º	4,6	4º	3,2		
SAMA	2º	3,5	4º	2,8	7º	2,4		

CORREIA

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%
SAMA	1º	13,1	1º	12,3	3º	5,8		
EMBREPAR	2º		3º	6,1	7º	4,2		
REAL	3º	6,9	2º	7,6	2º	7,2		

EMBREAGEM

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%
SAMA	1º	10,9	3º	8,2	5º	6,6		
EMBREPAR	2º		4º	7,6	6º	5,6		
DPK	3º	8,7	9º	3,2	7º	4,4		

FERRAGEM

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%
UNIVERSAL	1º	29,0	1º	30,6	1º	21,8		
SAMA	2º		4º	1,9	13º	0,2		
JAHU	3º	3,7	4º	1,9	2º	2,2		

FILTRO

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%
SAMA	1º	9,7	1º	6,7	7º	3,6		
REAL	2º		2º	6,1	3º	6,2		
EMBREPAR	3º	5,7	4º	4,4	11º	2,2		



VELA: ILZNAR8C9D

VEÍCULO	MOTOR
ONIX/ONIX PLUS	1.0 12V

VELA: ILNAR8C7DG

VEÍCULO	MOTOR
ONIX/ONIX PLUS	1.0 12V TURBO



VELA: ILNAR8C7DG

VEÍCULO	MOTOR
TRACKER	1.0 12V TURBO
	1.2 12V TURBO









CONHEÇA TODA NOSSA LINHA EM: WWW.NGKNTK.COM.BR

**BAIXE
NOSSO
APP**




duvidas@ngkntk.com.br

0800 019 7112




@ngkdobrasil

20

FIXAÇÃO

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%
SAMA	1º	7,2	3º	4,0	15º	0,4		
JAHU	2º		1º	5,6	7º	1,0		
DEW PARTS	3º	3,8	13º	2,0	4º	2,6		

PASTILHA DE FREIO

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%
SAMA	1º	9,2	2º	6,8	3º	6,6		
REAL	2º		1º	7,8	1º	10,4		
DPK	3º	6,8	7º	4,6	5º	4,2		
EMBREPAR	3º	6,8	4º	5,5	9º	3,2		

PEÇA IMPORTADA

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%
ISAPA	1º	11,7	2º	6,6	2º	7,0		
MOTORS IMPORTS	2º	8,5	1º	16,6	1º	8,2		
PADRE CICERO	3º	5,6	4º	4,3	4º	3,4		

ROLAMENTO

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%
COBRA	1º	20,9	1º	30,9	1º	22,0		
ROLES	2º		3º	5,1	3º	8,4		
SAMA	2º	6,5	2º	5,3	6º	5,0		

VELA DE IGNIÇÃO

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%
EMBREPAR	1º	6,7	2º	9,8	6º	5,0		
ROLES	1º		5º	5,3	1º	8,8		
COBRA	3º	5,3	1º	10,5	2º	7,4		



O ano está chegando ao fim, mas nossa história juntos está apenas começando. Afinal, onde você for, a **Disape** estará sempre com você.

Em 2022, você foi uma **peça fundamental para impulsionar nosso motor**. Que em 2023, nossa parceria seja ainda mais potente!

Vida longa à nossa parceria.

Feliz Ano Novo!



Posicione a câmera do seu smartphone para acessar.

Conheça nossas redes sociais:

-  @disapedistribuidora
-  Disape Autopeças

»Disape Distribuidora de Autopeças



ARREFECIMENTO

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%
SK	1º	4,2	1º	6,2	14º	1,2		
SAMA	2º		3º	4,7	3º	6,2		
REDE ANCORA	2º	3,5	10º	2,0	7º	2,4		
APS RADIADORES	2º	3,5	7º	3,0	5º	3,2		

CÂMBIO E DIFERENCIAL

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%
SAMA	1º	6,3	1º	14,8	2º	5,4		
REAL	2º		4º	3,5	3º	3,4		
REDE ANCORA	2º	3,8	7º	2,2	16º	0,4		
SCHERER	2º	3,8	10º	1,7	16º	0,4		

DIREÇÃO

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%
SAMA	1º	7,8	1º	9,9	1º	9,2		
PELLEGRINO	2º		3º	5,1	2º	7,8		
DPK	2º	4,3	6º	3,4	9º	1,4		

ELÉTRICO

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%
FURACÃO	1º	18,0	1º	28,7	1º	26,5		
ELETROPAR	2º		2º	5,9	3º	3,0		
JAVALI	3º	3,9	5º	2,2	2º	3,2		

FREIO

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%
SAMA	1º	8,9	1º	8,6	3º	7,8		
EMBREPAR	2º		3º	5,1	6º	4,2		
DPK	3º	4,6	5º	3,9	4º	5,4		

**QUER CHEGAR LONGE NAS VENDAS?
COM NAKATA, A LÍDER EM SUSPENSÃO,
VOCÊ CHEGA MAIS.**

Na hora de escolher componentes de suspensão, conte com a marca que deixa tudo azul pela frente nas suas vendas: Nakata. Chega mais com a tecnologia líder que garante mais segurança e confiança para seus clientes e bons negócios para você.



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
Imprevistível para quem trabalha com vendas de autopeças.



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



Juntos salvamos vidas.

INJEÇÃO

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%
FURACÃO	1º	7,8	1º	12,1	1º	10,8		
SAMA	2º		4º	4,8	2º	6,6		
REDE ANCORA	3º	3,9	14º	1,6	8º	1,6		
ROLES	3º	3,9	10º	2,2	9º	1,4		

MOTOR

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%
SAMA	1º	8,8	1º	11,1	1º	10,6		
REAL	2º		2º	10,1	3º	6,6		
ROLES	3º	4,6	4º	3,9	6º	3,0		

SUSPENSÃO

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%	Colocação	%
SAMA	1º	6,3	2º	6,8	3º	7,2		
EMBREPAR	2º		3º	6,2	7º	3,4		
DISAPE	3º	3,5	24º	0,9	18º	1,0		
REAL	3º	3,5	1º	7,1	2º	7,6		

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 TAMPAS 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



imagens meramente ilustrativas



Dpto. Marketing Motors Imports

SAMPEL
PEÇAS AUTOMOTIVAS

20 DE DEZEMBRO DIA DO MECÂNICO

Uma correta manutenção em veículos é primordial para a segurança de todos.

Parabéns aos amigos mecânicos.



Parabéns aos ganhadores do prêmio MAIORES E MELHORES

www.sampel.com.br

Segunda fase da pesquisa avalia desempenho empresarial dos distribuidores

Desde 2012, a pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças é realizada em duas etapas. Após a apuração dos quesitos relativos ao portfólio de produtos, a equipe de profissionais do After.Lab volta a conversar com os 500 varejistas de autopeças em todo o Brasil para convidá-los a opinar sobre o desempenho empresarial de seus fornecedores a partir de quesitos focados em serviços, imagem e compliance.

Esta metodologia foi desenvolvida pela Novomeio em parceria com a Ipsos, uma das três maiores empresas de pesquisa do mundo, e aprimorada pelo After.Lab, em

presa de inteligência de mercado e pesquisas.

Os vencedores da segunda fase da pesquisa – que apresentamos nas tabelas a seguir – foram as empresas que obtiveram as melhores notas médias em cada um dos atributos e na soma total das notas – neste caso, para determinar o vencedor na classificação geral.

Participaram da segunda fase as empresas vencedoras nos quesitos da primeira etapa que tenham filiais em todas as regiões do Brasil e que tenham se posicionado entre os cinco colocados em pelo menos dois quesitos da primeira fase. Veja agora como eles foram avaliadas pelos varejistas.



Classificação pela média final das notas para cada um dos atributos de avaliação de desempenho empresarial

PRODUTO

QUALIDADE DAS MARCAS

2022		2021		2020	
Empresa	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média	Colocação
REAL	1º	9,12	1º	8,88	1º
SAMA	2º		2º	8,86	4º
ROLES	3º	9,06	5º	8,61	2º

VARIEDADE DAS MARCAS

2022		2021		2020	
Empresa	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média	Colocação
REAL	1º	8,76	1º	8,66	2º
ROLES	2º		4º	8,24	3º
SAMA	3º	8,65	2º	8,59	5º

DISPONIBILIDADE

2022		2021		2020	
Empresa	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média	Colocação
REAL	1º	8,12	2º	8,26	2º
SAMA	2º		1º	8,39	1º
ROLES	3º	7,99	4º	8,07	3º

COMERCIAL

ATENDIMENTO

2022		2021		2020	
Empresa	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média	Colocação
REAL	1º	9,11	1º	8,84	1º
ROLES	2º		5º	8,71	3º
SAMA	3º	9,00	2º	8,76	5º

SEGUNDA FASE – DESEMPENHOS EMPRESARIAIS

Classificação geral segundo a média final de todas as notas atribuídas pelo varejo nos quesitos que avaliam o desempenho empresarial

Colocação	Empresa	Nota média
1º	REAL	8,50
2º	ROLES	8,47
3º	SAMA	8,44
4º	COBRA	8,41
5º	SK	8,36
6º	PELLEGRINO	8,35
7º	DPK	8,32

ENTREGA

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	Nota média						
COBRA	1º	8,54	1º	8,56	5º	8,41		
ROLES	2º		2º	8,55	1º	8,51		
REAL	3º	8,47	5º	8,40	4º	8,45		

EQUIPE DE VENDAS

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	Nota média						
ROLES	1º	9,01	3º	8,77	1º	8,76		
REAL	2º		2º	8,84	3º	8,74		
SK	3º	8,94	7º	8,53	6º	8,63		

RELACIONAMENTO

APOIO TÉCNICO

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	Nota média						
REAL	1º	7,81	2º	7,80	6º	7,51		
ROLES	2º		1º	7,82	4º	7,67		
COBRA	3º	7,75	6º	7,58	2º	7,75		



DISCO DE FREIO FREMAX.

EM CADA DETALHE,

O MÁXIMO EM TECNOLOGIA.

CARBON+

Liga metálica com alto teor de carbono que melhora a dissipação de calor, garantindo um melhor desempenho de frenagem.

STOP AND GO!

Acabamento com ranhuras concêntricas que permitem um melhor e mais rápido assentamento das pastilhas.

PAINTED DISC

Pintura do cubo que protege contra a corrosão e preserva a estética.

READY TO GO

Óleo protetivo que não contamina as pastilhas e dispensa a limpeza para uma aplicação mais prática.

KIT FREMAX

Solução completa para aplicação.

fremax.com.br

DEM

FREMAX

STOCK CAR

FREMAX

O MÁXIMO EM MOVIMENTO.

GARANTIA

2022		2021		2020		
Empresa	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média
COBRA	1º	7,78	1º	7,87	2º	7,65
ROLES	2º		2º	7,79	5º	7,50
SAMA	3º	7,73	3º	7,78	3º	7,52

SUPORTE PROMOCIONAL

2022		2021		2020		
Empresa	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média
ROLES	1º	7,08	2º	7,05	1º	5,92
REAL	2º		1º	7,09	4º	7,51
SAMA	3º	6,81	5º	6,89	2º	5,90

IMAGEM

INOVAÇÃO

2022		2021		2020		
Empresa	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média
REAL	1º	8,05	4º	6,94	2º	7,54
ROLES	2º		5º	6,93	5º	7,46
SAMA	3º	7,87	2º	7,02	4º	7,48

EVOLUÇÃO

2022		2021		2020		
Empresa	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média
REAL	1º	8,06	2º	7,33	1º	7,60
ROLES	2º		5º	7,23	5º	7,46
COBRA	3º	7,95	7º	6,65	3º	7,58

ADMIRAÇÃO

2022		2021		2020		
Empresa	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média
REAL	1º	8,53	1º	8,25	1º	8,22
ROLES	2º		3º	8,15	2º	8,09
COBRA	3º	8,46	5º	7,82	5º	7,93



Nós reconhecemos seu EXCELENTE TRABALHO!

Todos os dias, as oficinas são responsáveis por garantir que milhões de pessoas em todo mundo permaneçam em movimento. Os mecânicos mantêm a cabeça fria mesmo quando as coisas se complicam e não tem medo de sujar as mãos para tornar o impossível, possível.

Por outro lado, sinônimo de altíssima qualidade em equipamentos originais e para o mercado de reposição por todo o mundo, a MAHLE Metal Leve, conta com uma extensa gama de produtos para veículos de transporte como ônibus e caminhões, veículos de passeio e motocicletas. Líder mundial na produção de componentes para motores, a MAHLE contém em seu portfólio turbocompressores, filtros, alternadores e motores de partida, equipamentos para oficinas, e com a aquisição da BEHR Hella Service, toda linha de componentes de arrefecimento do motor e climatização. Mantemos um portfólio em constante expansão para garantir seu EXCELENTE TRABALHO!

20 de Dezembro - Parabéns pelo seu dia, amigo mecânico!



mahle-aftermarket.com

BEHR[®]

CLEVITE[®]

cotap[®]

IZUMI[®]

METAL LEVE[®]

MAHLE[®]

IMPORTÂNCIA

FREQUÊNCIA DE COMPRA

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média		
REAL	1º	8,11	1º	7,72	1º	8,28		
SAMA	2º		2º	7,66	2º	8,16		
ROLES	3º	8,04	3º	7,32	3º	7,93		

PARCERIA

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média		
REAL	1º	8,42	1º	7,82	1º	8,23		
COBRA	2º		5º	7,36	5º	7,89		
SAMA	3º	8,30	3º	7,68	4º	8,12		

CONFIANÇA

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média		
SAMA	1º	9,06	2º	8,60	4º	8,69		
REAL	2º		1º	8,70	2º	8,80		
ROLES	3º	9,00	4º	8,50	3º	8,76		

PRESENÇA

COMPETÊNCIA

2022			2021			2020		
Empresa	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média		
REAL	1º	8,84	1º	8,55	3º	8,70		
SAMA	2º		2º	8,47	4º	8,65		
ROLES	3º	8,81	3º	8,41	2º	8,73		

20 DE DEZEMBRO

DIA DO PROFISSIONAL DA REPARAÇÃO

Parabéns aos nossos parceiros de longa data e aproveitamos para reafirmar o nosso propósito de continuar sempre ao lado dos profissionais da reparação, que possibilitam a milhões de motoristas um rodar seguro e confiável.



A Cabovel agradece a parceria de clientes e amigos ao longo de 2022 e deseja a todos Boas Festas!



CABOVEL 50 ANOS
A MARCA DO CABO ORIGINAL

www.cabovel.com.br 

LINHAS LEVE | PESADA | UTILITÁRIOS | AGRÍCOLA



COMUNICAÇÃO

2022		2021		2020	
Empresa	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média	Colocação
REAL	1º	8,60	1º	8,17	2º
ROLES	2º		3º	8,12	3º
COBRA	3º	8,45	7º	7,82	5º
					8,15

COMPROMISSO

2022		2021		2020	
Empresa	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média	Colocação
SAMA	1º	8,69	1º	8,39	2º
REAL	2º		3º	8,36	4º
ROLES	3º	8,63	2º	8,38	3º
					8,48

RESPEITO
LEGALIDADE

2022		2021		2020	
Empresa	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média	Colocação
SAMA	1º	9,29	3º	9,05	6º
REAL	2º		2º	9,07	7º
SK	3º	9,22	7º	8,96	3º
					9,17

ÉTICA

2022		2021		2020	
Empresa	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média	Colocação
SAMA	1º	9,08	5º	8,66	5º
REAL	2º		1º	8,77	3º
COBRA	3º	9,05	3º	8,71	4º
					8,73

TRANSPARÊNCIA

2022		2021		2020	
Empresa	Colocação	Nota média	Colocação	Nota média	Colocação
REAL	1º	9,11	2º	8,79	2º
ROLES	2º		3º	8,78	4º
SAMA	3º	9,09	1º	8,80	3º
					8,64



Palhetas para Linha Pesada Authomix!

Qualidade e segurança, em produtos que você pode confiar.

As palhetas são itens cruciais de segurança do veículo e que garantem uma melhor visibilidade para o motorista. **Por isso a Authomix tem uma linha de palhetas criada especialmente para os veículos pesados.**

São produtos de alta resistência, que conferem uma maior durabilidade, segurança e originalidade ao veículo.

- ▶ Estrutura de Aço
- ▶ Borracha 100% Natural
- ▶ Protetor de Borracha
- ▶ Limpeza silenciosa
- ▶ Longa duração

Um mix de soluções para o seu negócio com um portfólio que só aumenta.


PANHETA PLANA INTEGRADA PARA TANQUE
Authomix
Qualidade Original


/authomix
Acesse nosso site e confira authomix.com.br

Varejistas elegem a melhor transportadora

Além de investigar em detalhes a satisfação dos varejos de autopeças com os distribuidores, a pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças também vem apurando ao longo dos anos, em categoria especial, a percepção dos lojistas de componentes automotivos em relação à qualidade dos serviços prestados pelas transportadoras. Embora o varejista em geral não seja contratante

dos serviços oferecidos por estas empresas, ele é destinatário dos produtos entregues e, assim, em muitas ocasiões depende e conta com a eficiência dos frotistas para o adequado abastecimento de seus estoques. Com isso, tem repertório para fazer uma avaliação do resultado final do trabalho, o que, inclusive, pode servir de parâmetro para orientar também a contratação por parte dos distribuidores.

AS MELHORES TRANSPORTADORAS – 2022

Colocação	Empresa	%
1º	RODONAVES	16,46
2º	BRASPRESS	6,75
3º	SETEX	2,95



DRIVE PLUS DESEMPENHO REFERÊNCIA NO MUNDO TODO

Conheça a linha de bombas d'água Drive Plus. Produtos mundialmente reconhecidos por seu desempenho, precisão e tecnologia.



UMA MARCA

N!|NEXUS

driveplusbrasil.com



Acesse aqui
nossos canais
de comunicação

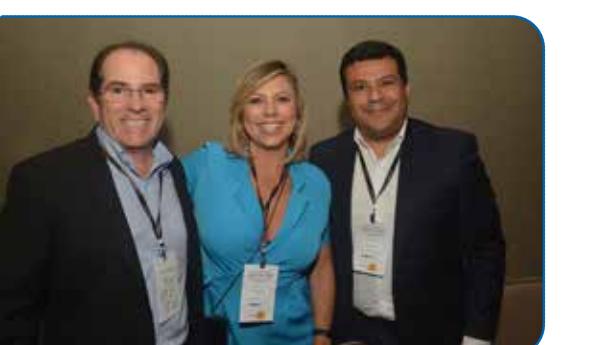
DRIVE+

DE
DE
DE

Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças 2022



EVENTO



Maiores e Melhores com ESG

Meio ambiente, responsabilidade social e governança foi o tema da cerimônia em homenagem ao vencedores da 26ª edição da pesquisa que avalia o desempenho dos distribuidores de autopeças com atuação nacional

A cada edição a cerimônia de premiação aos Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças é enriquecida com um tema relevante para a gestão das empresas de todos os elos do aftermarket automotivo.

Em 2022, o assunto que mereceu destaque foi o ESG, sigla para Environmental, Social and Governance – em português, meio ambiente, responsabilidade social e governança. Este é um assunto cada vez mais presente não apenas na condução das empresas, mas também no dia a dia dos consumidores, que passam a exigir compromisso de seus fornecedores com as práticas do ESG, tendência que só crescerá nos próximos anos. Por isso, é importante

compreender que a adequação de processos, produtos e serviços às melhores práticas de compromisso ambiental, responsabilidade social e governança corporativa não representa uma moda passageira. É obrigação das empresas.

O ESG começou a nascer quando o então secretário-geral da ONU, Kofi Annan, questionou 50 CEOs de grandes instituições financeiras globais sobre como seria possível integrar meio ambiente, responsabilidade social e governança ao mercado de capitais.

A resposta veio em 2004 numa publicação do Banco Mundial em parceria com o Pacto Global da Organização das Nações Unidas e instituições fi-

nanceiras de nove países num documento com o título Who Cares Wins – Ganha Quem se Importa. Lá estava criado o termo ESG.

A disseminação do conceito, no entanto, é mais recente e a ótima notícia é que o aftermarket automotivo brasileiro está perfeitamente inserido na adoção do ESG em seus processos de gestão – especialmente nas esferas da indústria e distribuição, o que é natural já que a inovação em geral começa no topo da pirâmide. O conceito integra a missão e os valores de muitas empresas do setor, como mostraremos nesta reportagem.

Para ampliar a compreensão do ESG, a Novomeio Hub de Mídia

convidou três representantes de empresas e entidade com alta representatividade em cada uma das disciplinas estratégicas de sustentação do conceito para apresentar à plateia e aos expectadores da cerimônia que assistiram ao evento ao vivo pela a.tv um pouco mais sobre a importância das práticas ESG no ambiente corporativo. Nos quadros a seguir, você acompanha, letra por letra, o que disseram Carlos Abras, gerente de negócios e mobilização de recursos da Fundação SOS Mata Atlântica; Marcelo Cioffi, membro do Comitê Executivo e sócio líder de mercados e clientes na PwC; e Melina Moulaidis, chefe de controle na Endeavor Brasil.



Continental
The Future in Motion

Os distribuidores Continental são os Maiores e Melhores!

Eles fazem parte do nosso time e levam o nosso nome ao topo. Com comprometimento e muita garra, os nossos distribuidores trabalham arduamente dia após dia e, com muito merecimento, são ganhadores do Prêmio Maiores e Melhores 2022.

A construção de uma história repleta de realizações só é possível com profissionais de excelência, e nós temos a satisfação de contar com eles.

Aos distribuidores Continental, nossos parabéns pelo prêmio. Somos gratos por estarem conosco!

facebook.com/ContinentalBR
www.continental-industry.com

A Fundação SOS Mata Atlântica existe desde 1986 e tem parceiros como Toyota, Mercedes-Benz e Scania; já teve também parceria com a Volkswagen e Jeep. Estamos bem próximos do setor automotivo e entendemos que é um setor que vem sendo bastante exigido não sómente por acionistas, mas também por consumidores.

Desde a COP 2015, em Paris, cada país estabeleceu seu compromisso para a redução das emissões de gases de efeito estufa e o setor automotivo em toda a sua cadeia de valor vem trabalhando para reduzir sua pegada de carbono no mundo, seja investindo em tecnologia de baixo carbono, seja aprimorando os processos produtivos e também pensando em como incluir o capital natural na sua gestão de negócios – e isso é muito importante.

Cada empresa aqui com certeza tem um ativo natural que faz diferença em seu processo. Vamos lembrar que em 2014 e 2015, na crise hídrica, quando faltou água muitas fábricas do setor chegaram até a parar por um, dois ou três dias e isso representou um impacto significativo nas receitas. E estamos falando de água, um capital natural que precisa ser conservado.

Vemos as nossas florestas sendo desmatadas. Na mata atlântica começamos inovando com monitoramento via satélite e nós perdímos cinco campos de futebol por hora. E, hoje, depois de 36 anos, continuamos perdendo cinco campos de futebol por hora.

A mata atlântica é um bioma em que vivem 145 milhões de brasileiros e representa 80% do PIB, estamos falando de uma boa parte de

bens que dependem desses serviços ecossistêmicos do bioma, são 17 estados do Brasil – olha só a oportunidade que temos de comunicação. Dos 210 milhões de habitantes do Brasil, 145 milhões vivem neste bioma, então uma das mensagens que a gente deixa é que vocês façam um exercício e pensem qual é esse ativo ambiental que pode fazer diferença na gestão dentro dessa chavinha do environment.

Nós atuamos prioritariamente com a iniciativa privada, estamos à disposição para conversar e entender como vocês podem se relacionar melhor com o meio ambiente no entorno – o setor industrial do bioma mata atlântica representa 40% das emissões; 50% das emissões dentro do bioma decorrem da ocupação do solo, que é agricultura, pecuária, silvicultura, mas 40%



Carlos Abras, gerente de negócios e mobilização de recursos da Fundação SOS Mata Atlântica

são indústrias. Para vocês terem uma ideia, 78% das emissões na cidade de São Paulo são oriundas dos automóveis. Então qual é a importância de vocês, a contribuição para a mitigação desses impactos que influenciam na qualidade de vida não só no Brasil, mas no mundo todo?

Na hora de contratar mão de obra, a empresa tem dificuldade. Não há mão de obra qualificada no meu país, então tenho que contratar a mão de obra e treinar, porque essa mão de obra não vem pronta. Então, o S é bom para os negócios.

O E também é bom para os negócios porque o consumidor está de olho, e a gente tem que pensar muito claramente que o S não é distribuir cesta de Natal, é um conceito muito mais amplo.

Mas o que é o S? É dar oportunidade de emprego. O setor automotivo é um dos que mais empregam, o múltiplo de emprego do setor automotivo é dos mais altos: um emprego na montadora reverbera 13 empregos na cadeia como um todo. Isso é muito bacana. O S é ter igualdade nos salários, é sobre não ter uma desigualdade muito grande entre quem ganha mais e quem ganha menos, é sobre inclusão e diversidade.

Uma pesquisa da Instituto Locomotiva mostra que se os negros no Brasil

ganhassem o mesmo que os brancos a gente injetaria 1 trilhão de reais na economia. O S é muito importante. É interessante porque no ano passado o S, na pesquisa global, estava em sexto lugar; anteriormente não aparecia nem entre os 10 primeiros tópicos como um problema. Acredito que agora, após a COP 27 (Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas), nós vamos ver o S aparecendo muito mais no mundo entendendo que não dá para ter um planeta sem equilíbrio social porque simplesmente as pessoas não estão acabando com o planeta à toa.

As pessoas precisam sobreviver e se não têm alternativas elas não vão entender que a gente tem que cuidar da natureza, manter a floresta em pé. Infelizmente, se não cuidarmos do S quem vai sofrer mais são as pessoas que estão na base da pirâmide, porque quem tem renda sofre menos com o aquecimento global. Fiquem atentos porque ESG é necessidade, mas também é muita oportunidade.

O S vem depois do E, mas é tão importante quanto. Não existe um sem o outro. Nós, na PwC, fazemos uma pesquisa com 4500 CEOs de 90 países; em 2021, a desigualdade social era o terceiro tema de preocupação dos CEOs brasileiros e o sexto dos CEOs globais. E quando perguntados por que a desigualdade social é um problema, a resposta é simplesmente porque reduz o meu tamanho no mercado. O mercado é menor por isso.



Marcelo Cioffi, membro do Comitê Executivo e sócio líder de Mercados e Clientes na PwC

Nós, como líderes, empreendedoras e empreendedores, temos responsabilidade pelos avanços que começamos a enxergar no mercado. A governança tem papel de consolidar, integralizar e medir – fazer com que a gente consiga, através dos indicadores, olhar e medir para entender o quanto estamos avançando, passo a passo, naquilo que precisa ser reestruturado na nossa sociedade com problemas tão estruturais. Como governança, a Endeavor tem muito esse papel de influência no mercado. Como organização que fomenta o empreendedorismo no Brasil e 20 anos de atuação, a gente vai demonstrando através de indica-

dores e números o quanto caminhamos pelo mercado com iniciativas que de fato vão mudar os ponteiros. O que eu diria sobre governança é que ela não pode ser tratada como um projeto. Um planejamento de ESG precisa estar dentro da estratégia da empresa, onde a alta liderança vai estar super conectada e conseguir conversar com o conselho, e que isso não seja tratado como um projeto, que facilmente pode escapar da estratégia. Isso é o que a gente tem feito na Endeavor, assumimos um compromisso público de, até 2025, caminhar com diversidade em todos os nossos públicos, desde conselho, alta



Melina Moulaidis, chefe de controle na Endeavor Brasil

liderança, time, empreendedoras, empreendedores, mentoras e mentores. Nós vamos contar com 40% de pessoas negras e mulheres. São com essas iniciativas que a gente acredita que vai influenciar o mercado e conseguir mensurar resultados melhores. E que todos vocês também possam levar essas iniciativas para vossas organizações. Sabemos que não é um caminho fácil, a semente que nós plantamos hoje não vai florescer amanhã, é um caminho árduo, mas depende de todos nós para que, em alguns anos, a gente possa colher os resultados e resolver problemas de fato estruturais, mudando os pon-

Indústrias e distribuidores já adotam as melhores práticas em ESG

Para a elaboração do conteúdo da cerimônia em homenagem aos Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças 2022, o Novo Varejo Automotivo convidou indústrias e empresas de distribuição que atuam no mercado de

reposição a enviar informações sobre as ações pertinentes ao conceito ESG que praticam. A importante adesão que tivemos é reflexo da forte presença do compromisso do aftermarket com o meio ambiente, a responsabilidade social e a governança. E são muitas e diferentes iniciativas em prática hoje no setor. Aqui, trazemos um resumo em ordem alfabética, mas pode ter certeza de que há muito mais. Nesse sentido, vale a pena visitar os sites e

plataformas digitais dos fabricantes e distribuidores para conhecer melhor as ações e descobrir o que pode ser adaptado à sua loja – sim, cada vez mais o ESG será exigido também das empresas de varejo e serviços.





• A **Cobra** mantém esforços contínuos na contribuição com a sociedade e o meio ambiente. Através de políticas de sustentabilidade e governança, apoia há mais de 20 anos a fundação ABRINQ na luta para garantir os direitos de crianças e adolescentes. São mais de 111 mil crianças e adolescentes beneficiados através dos diversos projetos da Fundação. A empresa também mantém um leito no hospital Santa Marcelina, a principal referência hospitalar da Zona Leste de São Paulo, contribuindo para que os usuários desfrutem de estrutura comparável aos melhores centros médicos do país. Promove, entre outras práticas, o consumo consciente de energia. Os modernos computadores em uso têm configuração de hardware que reduz o consumo e evita o desperdício de energia elétrica, contribuindo com o meio ambiente. A Cobra não pega atalhos, conduz os negócios com integridade e transparência, em conformidade com as regras, leis e valores da sociedade, estando, assim, alinhada com o

conceito ESG e as melhores práticas empresariais.

• A **Cobreq** aplica em sua rotina ações pertinentes ao ESG. No que diz respeito ao meio ambiente: logística reversa de materiais; troca de materiais brutos por recicláveis; Comissão Interna de Conservação Energética; embalagens retornáveis; integrante do Plano de Auxílio Mútuo da região de Salto; programa de redução do consumo de água e da geração de resíduos e destinação para aterro; gestão das emissões de gases de efeito estufa com metas de redução; portfólio de misturas classificadas com ECO Level. Sobre responsabilidade social: suporte ao Lar dos Idosos Frederico Ozanan; campanha Natal solidário com presentes para crianças carentes; patrocínio a eventos benéficos. E na governança: campanhas e informações sobre saúde da visão (com incentivo para compra de óculos); Semana Interna de Prevenção de Acidentes no Trabalho; atividades e celebração do Dia Internacional da Mulher; campanhas

de vacinação, ginástica laboral e palestras de conscientização Outubro Rosa; Sistema SOL (segurança, organização e limpeza); estudos de materialidade periodicamente com clientes, fornecedores, colaboradores, comunidade e acionistas.

• Alinhada às diretrizes do Acordo de Paris, a **Continental** quer reduzir em 20% o consumo de energia, gerando economia de pelo menos 1TWh até 2030 (em comparação a 2018). Para isso, leva em conta quatro pilares: neutralidade de carbono; indústria da mobilidade livre de emissões; economia circular; responsabilidade na cadeia de valores. Para estruturar os pilares, elencou oito frentes: boas condições de trabalho; indústrias verdes e seguras; inovação e digitalização; benchmark em qualidade; mobilidade segura; criação de valor a longo prazo; práticas de gestão sustentável; cidadania corporativa. No Brasil, a maioria das plantas tem certificados no Sistema de Gestão Ambiental ISO 14001. Além disso, é adotada a logística reversa para pneus, redução anual de energia em todas as plantas (mínima de 20% até 2030) e redução anual de resíduos e desperdício de água de, no mínimo, 2%. A Continental também realiza iniciativas no âmbito social, como participação em projetos junto às comunidades através de incentivo à cultura, campanhas de doações, ações junto a instituições com trabalhos sociais nas áreas da saúde e educação.

• A **Dana** tem ao menos cinco bons cases para contar. No âmbito da responsabilidade social, a empresa conta com o Programa PAMO, de capacitação de Aprendizes Mulheres para trabalhar nas operações de manufatura. Também atua fortemente na inclusão social de pessoas com deficiência mental moderada nas operações. Esta iniciativa você pode conhecer as-

sistindo ao vídeo no link <https://youtu.be/OHLdc4XwgVo>. A Dana também tem sólido compromisso com a preservação do meio ambiente. A empresa promove a compostagem dos resíduos da preparação de alimentos nos refeitórios e a poda de vegetação. Também recicla 100% dos resíduos de produção de borracha em Gravataí (veja mais em <https://youtu.be/MtHjvsx-SUmQ>) e atingiu zero efluentes em Gravataí, usando a fertirrigação – processo homologado na FEPAM, a CETESB do RS (veja aqui: <https://youtu.be/v2vWMkUPjx0>).

• Integrante do grupo DPaschowal, a **DPK** está inserida no ESG. As empresas e pessoas envolvidas nas operações e no ecossistema de atuação da companhia são norteadas pela sustentabilidade, a educação e a responsabilidade. O caminho percorrido pela CDP é pavimentado por relações responsáveis, transparentes e genuínas, sempre com o mais alto padrão de ética e integridade. Os comitês de Pessoas, Finanças, Tributos e Governança, Riscos e Compliance contam, respectivamente, com 44%, 50%, 70% e 45% de participação de mulheres em sua composição. Para formalizar e garantir uma gestão sustentável e eficiente, a empresa conta com certificações, selos e compromissos. O grupo é signatário do Pacto Global da ONU, alinhando suas estratégias e operações a princípios universais nas áreas de Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Anticorrupção. O pacto propõe o alcance dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. A empresa também aderiu ao Pacto pela Integridade e Contra Corrupção do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social.

• Na Fenatran, a **Fras-le** apresentou amplo portfólio desenvolvido com materiais compósitos. A tec-

nologia permite substituir o aço das autopeças por ligas inteligentes, que modificam a estrutura do produto. Entre os ganhos em competitividade e sustentabilidade, está a diminuição de peso, que pode chegar a 60%. A tecnologia desenvolvida pela Fras-le Smart Composites integra lançamentos e novas configurações de produtos. As soluções em inovação e sustentabilidade para o transporte estão em sintonia com os compromissos de sustentabilidade firmados pelas Empresas Randon e Fras-le, com metas como reduzir em 40% a emissão de gases de efeito estufa até 2030, zerar a disposição de resíduos em aterro industrial e reutilizar 100% do efluente tratado até 2025. Em 2021, a Fras-le apresentou suas 'ambição ESG' e segue trabalhando em cada um desses compromissos: duplicar o número de mulheres em cargos de liderança até 2025; zerar acidentes graves; reduzir 40% da emissão de gases de efeito estufa até 2030; zerar a disposição de resíduos em aterro industrial e reutilizar 100% do efluente tratado até 2025.

• Iniciativas no âmbito do ESG e de acordo com a missão e os valores do Grupo Marelli referentes à adoção de medidas sustentáveis e conscientes em níveis ambiental e social estão presentes na área de logística em geral (meio ambiente) e no departamento de embalagem (social) da **Marelli Cofap** do Brasil - Aftermarket. Comprometida com o meio ambiente, realiza logística reversa através do sistema de compensação ambiental de embalagens, com o qual compensa 50% do impacto ambiental das embalagens após o consumo. Também reaproveita 370 toneladas/ano de caixas de madeira reutilizadas no processo; reaproveita ou recupera 26,5 toneladas/ano de paletes quebrados; instalação ou troca de 22,0 KW/ano de lâmpadas tipo LED. Há,

ainda, ações relevantes no campo social envolvendo diversidade e inclusão. Na área da produção (embalagem), numa equipe de 112 colaboradores a empresa tem 85 colegas sêniores, mulheres, trans mulheres, refugiados e PCDs (com sistema de tradução simultânea de Libras 24 horas por dia, sete dias por semana), representando 76% da força de trabalho.

• Vencedora da segunda fase da pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças 2022, a **Real** detalha, letra por letra, as ações de engajamento que promove no âmbito do compromisso ambiental, responsabilidade social e governança. E (Environmental): O Grupo Real, através de um braço na agropecuária, gera 180.000 KWH com reciclagem de resíduos. Com essa geração abastece 25 unidades, diminuindo assim o uso de energia e fortalecendo o uso de energia limpa. S (Social): Mais de 15 projetos sociais assistidos, 3.200 pessoas beneficiadas diretamente. E a empresa tem o projeto próprio Rede Cultural Real. G (Environmental): Balanço auditado pela Delloite, acompanhamento de consultoria renomada para criação e acompanhamento das trilhas de carreira do Grupo Real, consultoria para acompanhamento do processo sucessório.

• A **Schaeffler**, com as marcas LuK INA e FAG, tem a sustentabilidade e o clima como pilares da empresa. O grupo foi selecionado em 2021 como um dos 50 Líderes em Sustentabilidade e Clima no mundo no âmbito do 75º aniversário da ONU. Um dos pré-requisitos para a escolha é a estratégia de sustentabilidade, definida e alinhada aos objetivos empresariais da Schaeffler. A planta de Sorocaba (SP) segue as metas de sustentabilidade definidas pelo grupo. A cadeia de suprimentos é constantemente adap-

tada para alcançar metas ousadas e estratégicas, como a neutralidade de emissões até 2040, aquisição de 100% de energia renovável até 2024, neutralidade para o clima em todas as etapas de produção e redução no consumo de água doce em 20% até 2030, sendo que 100% da água usada na empresa é tratada e devolvida à estação de tratamento da cidade para novo ciclo de abastecimento. A Schaeffler também trabalha na capacitação dos colaboradores e valoriza a diversidade – a companhia pretende ter, até 2025, 20% dos cargos de alta gestão com mulheres.

• Em sintonia com os preceitos do ESG, a **Tecfil** vem promovendo ações de conscientização sobre a importância de cuidar dos resíduos, preservar os recursos naturais, combater o desperdício e incentivar o consumo consciente. As práticas representam um comportamento esperado de todos os colaboradores, fornecedores, clientes, prestadores de serviços e parceiros, incluindo as relações com a comunidade e o governo. Tudo tem de ser ético, trans-

parente e íntegro. A Tecfil sabe que os três pilares do ESG geram valor para a empresa, pois melhoram sua imagem, aumentam a credibilidade e estão alinhados às expectativas da sociedade e do mercado. Entre os exemplos práticos já empregados, destacam-se a certificação dos Sistemas de Gestão: Qualidade (ISO9001), Qualidade Automotiva (IATF6949), Ambiental (ISO14001) e de Segurança e Saúde no Trabalho (ISO45001), entre muitas outras ações no sentido de garantir o uso responsável dos recursos naturais, direitos humanos, compliance e responsabilidade social com as comunidades locais.

• A sustentabilidade é parte essencial dos negócios da **ZF**. Com o lema "Agindo Agora", a empresa trabalha com metas ambiciosas e em linha com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU. Os colaboradores da ZF, processos internos robustos, governança e trabalho conjunto com toda a cadeia de valor compõem a estratégia para uma mobilidade cada vez mais sustentável.



ESG: Eu Sou Grato

Durante a cerimônia de premiação aos Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças 2022, a Novomeio Hub de Mídia apresentou aos convidados e expectadores da a.tv uma nova forma de ampliar o conceito do ESG, remetendo essas três letras diretamente ao coração de cada um. A proposta, exibida em forma de vídeo, foi a seguinte:

“Como vimos, as grandes corporações mundiais e nacionais têm um novo programa de compromissos com a sociedade e suas comunidades. Um novo conjunto de valores que sintetiza as atuais responsabilidades e promessas de suas instituições.

Esses propósitos têm somente uma finalidade: melhorar a sua vida como indivíduo, como cidadão, como pessoa, desde uma visão de singularização do beneficiário dentro desse grande universo coletivo, por uma intuição que, enfim, enxerga que somos todos sujeitos pertencentes a um só ecossistema de vida.

E a resposta de gratidão por essa redefinição filosófica na governança empresarial moderna só poderia ser igualmente singular: Eu Sou Grato”.



Bill Hanvey: as montadoras querem o aftermarket fora

Nossa reportagem conversou com exclusividade em Las Vegas com o presidente da AutoCare, associação americana que congrega todos os elos do aftermarket automotivo



Novo Varejo Automotivo - Nós já discutimos muitos assuntos e eu gostaria que você começasse nos contando um pouco sobre sua carreira e como se tornou o presidente da AutoCare.

Bill Hanvey - Eu estive dentro do aftermarket automotivo toda minha carreira. Comecei como um representante de vendas para uma empresa de filtros chamada Wix, então eu aprendi a interagir com os clientes e usuários finais, com os fazendeiros, as frotas e consegui de fato ter uma visão geral da indústria. Depois eu trabalhei para a Monroe Shock Absorbers e a Walkers exaustores, onde ganhei conhecimento em gerenciamento de produto, especificação e especificação nacional. Aí fui trabalhar na área de veículos pesados numa empresa chamada Fleet Pride. Trabalhei também numa empresa chamada Doorman. Portanto, minha carreira é focada em marketing e vendas. Eu encerrei minha carreira trabalhando para a comunidade de fornecimento como o head da América do Norte para o Grupo Schaeffler e, realmente, valorizo o

tempo que passei na comunidade de fornecimento para entender melhor o aftermarket. Então fui trabalhar para a associação dos fornecedores aqui nos Estados Unidos por três anos. Eu tive a sorte suficiente para ser contratado como presidente e CEO da Associação AutoCare há quase sete anos atrás.

NVA - Eu estava pesquisando no site da AutoCare e achei essa frase: “AutoCare é dedicada a ajudar todos os veículos a durar mais, performar melhor e manter a segurança dos motoristas”. Quando você olha para essa proposta e a separa em partes, fica: mobilidade, segurança, meio ambiente, economia, proprietário de carros e por aí vai. Conte um pouco sobre essas iniciativas e como elas se somam na visão/missão da AutoCare.

BH - Bom, certamente! Nossa indústria se resume a mais de 70% dos reparos feitos nos Estados Unidos e quando você pensa nisso, sabe, somos responsáveis pelo funcionamento de 290 milhões de veículos e

os consumidores escolhem o aftermarket independente porque temos uma quantidade gigantesca de variedades nas quais eles podem estar interessados. Os consumidores são leais a suas oficinas independentes na esquina da Elm com a Main ou, sabe, nos Estados Unidos existe uma vibrante população dedicada ao “faça você mesmo” que gosta de reparar seu próprio carro, seja por uma necessidade financeira ou simplesmente porque a pessoa gosta de fazer, e isso soma quase 20% ou talvez um pouco mais de 20% dos reparos feitos nos Estados Unidos. Então queremos ter certeza que protegemos a habilidade do aftermarket de efetuar esses reparos. Desde que assumi minha posição, tentei focar em fazer essa cadeia de fornecimento mais eficiente, e isso significa adicionar mais dados para que nossos membros possam tomar melhores decisões de negócios, proporcionando a eles a opção de utilizar esses dados para prever para onde seus negócios estão indo. Obviamente, segurança é um componente muito importante e queremos

assegurar que todas as partes estão seguras. A cadeia de suprimentos está vibrante e todas as peças estão disponíveis. Temos padrões de dados de produtos que facilitam muito para que os consumidores e oficinas possam comprar as peças certas, no lugar certo e na hora certa. Portanto, tudo se resume ao fato de termos todas as opções para o consumidor quando falamos de reparo de veículos. Sabemos que temos que merecer esse negócio todos os dias e temos que ter certeza que nós, como associação, temos que providenciar as ferramentas para a indústria se certificar que todos não sejam bem sucedidos apenas agora, mas também bem sucedidos no futuro e preparados para as tecnologias do futuro.

NVA - E quando juntamos tudo isso, eu entendo que, provavelmente, não é uma tarefa fácil atingir todas as associações que envolvem o mecanismo como um todo. Quantas associações ou entidades estão conectadas a AutoCare? Porque, no meu conhecimento, me corrijo se eu

estiver errado, a AutoCare é o guarda-chuva e todas as associações estão abaixo.

BH - Esse é um ótimo ponto. E nossos membros, por mais que estejam na AutoCare, basicamente se identificam com o que chamamos de "comunidades". Nós criamos essas comunidades, ou, em alguns casos, as comunidades chegam até nós pedindo para gerenciá-las. E elas vão desde Mulheres na AutoCare – promovemos mulheres na nossa indústria para garantir que elas tenham as ferramentas e as orientações que precisam para serem bem-sucedidas, além de cursos para jovens mulheres. Nossa ACPN - AutoCare Professionals Network é uma comunidade de pessoas que fazem nossos padrões de dados de produtos e a categorização. A comunidade AWDA é a nossa maior comunidade, representa os distribuidores tanto de veículos pesados quanto dos leves. Portanto, basicamente, nossos membros se associam a essas comunidades. YANG é outra comunidade. A "Young AutoCare Networking Group" é uma comunidade de quase 40 executivos que nós mentoreamos e damos oportunidades de educação e ajudamos a construir suas carreiras. Portanto, meu time é muito consciente dos relacionamentos que os membros têm com suas comunidades e queremos aumentar isso ainda mais. Nós investimos no compromisso de aumentar essas comunidades para atender ainda mais necessidades dos nossos constituintes.

NVA - A última vez que nos vimos foi em setembro e discutimos sobre nossa iniciativa em ter uma associação e o peso que a AutoCare tem nisso. Quais seriam, na sua visão, os desafios que vamos encarar nos próximos meses ou anos para fazer isso acontecer?

BH - Conforme você vai progredindo, é muito importante perceber que

deve manter os legados das partes que formam o todo que você quer criar. As pessoas são muito orgulhosas de suas histórias, de onde vieram e o que elas representam e é muito importante que você reconheça a lealdade dessas pessoas e onde seus corações estão. Mas também é preciso desenvolver um senso de grande comunidade para que todos percebam os benefícios de trabalhar juntos e colaborar, pois, no final, cada nível da cadeia de suprimentos é muito dependente de seus irmãos e irmãs nos outros elos da cadeia. Portanto, mesmo que sejamos leais a um segmento, temos de entender que essa cadeia de suprimentos é muito interdependente e se conseguirmos trabalhar juntos, colaborar e construirmos uma entidade todos os dias veem oportunidades para melhorar. Os fornecedores que produzem as peças veem oportunidades para melhorar. Portanto, a tecnologia vai vir, vai crescer. Mas a principal diferença sobre onde estamos hoje é que as montadoras estão tomando decisões definitivas para nos deixar de fora. E isso é algo que temos que assumir. Não era bem o caso anteriormente, isso só vem acontecendo nos últimos 15 a 20 anos, elas vêm tendo um papel ativo em deixar o aftermarket de fora. Não é uma boa decisão de negócios, não é uma boa decisão para os consumidores, isso é algo de que estamos muito conscientes e estamos trabalhando dentro de nossa associação para assegurar a defesa de uma solução governamental, se necessário uma solução estadual. Mas é importante para nossos membros entenderem os problemas. Nós trazemos os problemas para nossos membros. E agora, mais do que nunca, os seus e os nossos membros têm de ser ativos, entender que precisamos ter um papel ativo em preservar o futuro de nossa indústria.

NVA - Veículos elétricos, direito de reparar, direito de conectar, mudança de mobilidade para uso compartilhado. Estamos falando de coisas que costumavam estar no futuro. Mas o futuro agora é presente. Como você vê essas ameaças para nossa indústria – ou você não as vê como ameaças?

BH - Nós somos "ameaçados" pela tecnologia desde o minuto em que fizemos a mudança de ignição por manivela para ignição por chaves. E nossa indústria sempre sobreveiu avanços tecnológicos nos carros – não só isso, na verdade nossa indústria melhora em muitos casos, os técnicos que trabalham nesses veí-



culos todos os dias veem oportunidades para melhorar. Os fornecedores que produzem as peças veem oportunidades para melhorar. Portanto, a tecnologia vai vir, vai crescer. Mas a principal diferença sobre onde estamos hoje é que as montadoras estão tomando decisões definitivas para nos deixar de fora. E isso é algo que temos que assumir. Não era bem o caso anteriormente, isso só vem acontecendo nos últimos 15 a 20 anos, elas vêm tendo um papel ativo em deixar o aftermarket de fora. Não é uma boa decisão de negócios, não é uma boa decisão para os consumidores, isso é algo de que estamos muito conscientes e estamos trabalhando dentro de nossa associação para assegurar a defesa de uma solução governamental, se necessário uma solução estadual. Mas é importante para nossos membros entenderem os problemas. Nós trazemos os problemas para nossos membros. E agora, mais do que nunca, os seus e os nossos membros têm de ser ativos, entender que precisamos ter um papel ativo em preservar o futuro de nossa indústria.

NVA - Veículos elétricos, direito de reparar, direito de conectar, mudança de mobilidade para uso compartilhado. Estamos falando de coisas que costumavam estar no futuro. Mas o futuro agora é presente. Como você vê essas ameaças para nossa indústria – ou você não as vê como ameaças?

BH - Nós somos "ameaçados" pela tecnologia desde o minuto em que fizemos a mudança de ignição por manivela para ignição por chaves. E nossa indústria sempre sobreveiu avanços tecnológicos nos carros – não só isso, na verdade nossa indústria melhora em muitos casos, os técnicos que trabalham nesses veí-

NVA - Qual é sua mensagem para os gestores e profissionais do aftermarket automotivo brasileiro?



Queda na rentabilidade das indústrias compromete investimentos em P&D na Europa

Segundo levantamento divulgado pela Clepa, problema atinge 70% dos fornecedores no continente e pessimismo avança nas empresas de 2022 apurou que 70% dos fornecedores viram sua lucratividade cair para níveis que já podem começar a minar a capacidade de investir em pesquisa e desenvolvimento, força de trabalho e novas atividades de negócios. Diz ainda o estudo que os três anos consecutivos de crise corroeram a saúde financeira de cerca de um em cada dois fornecedores. Este contexto se refere, é claro, à pandemia e à guerra, que fez disparar, por exemplo, o preço do gás na União Europeia, hoje cinco vezes mais caro que o encontrado na América do Norte. Qual é a consequência? O relatório da Clepa mostra: sinais de fluxos de investimentos no setor automotivo migrando da Europa para os Estados Unidos – triplicou nos primeiros nove meses de 2022 o volume de investimentos estrangeiros diretos em tecnologias facilitadoras. Apesar do horizonte nebuloso, a análise do Data Digest da Clepa avalia que o compromisso dos fornecedores com as soluções de mobilidade mais seguras, inteligentes e sustentáveis segue firme.

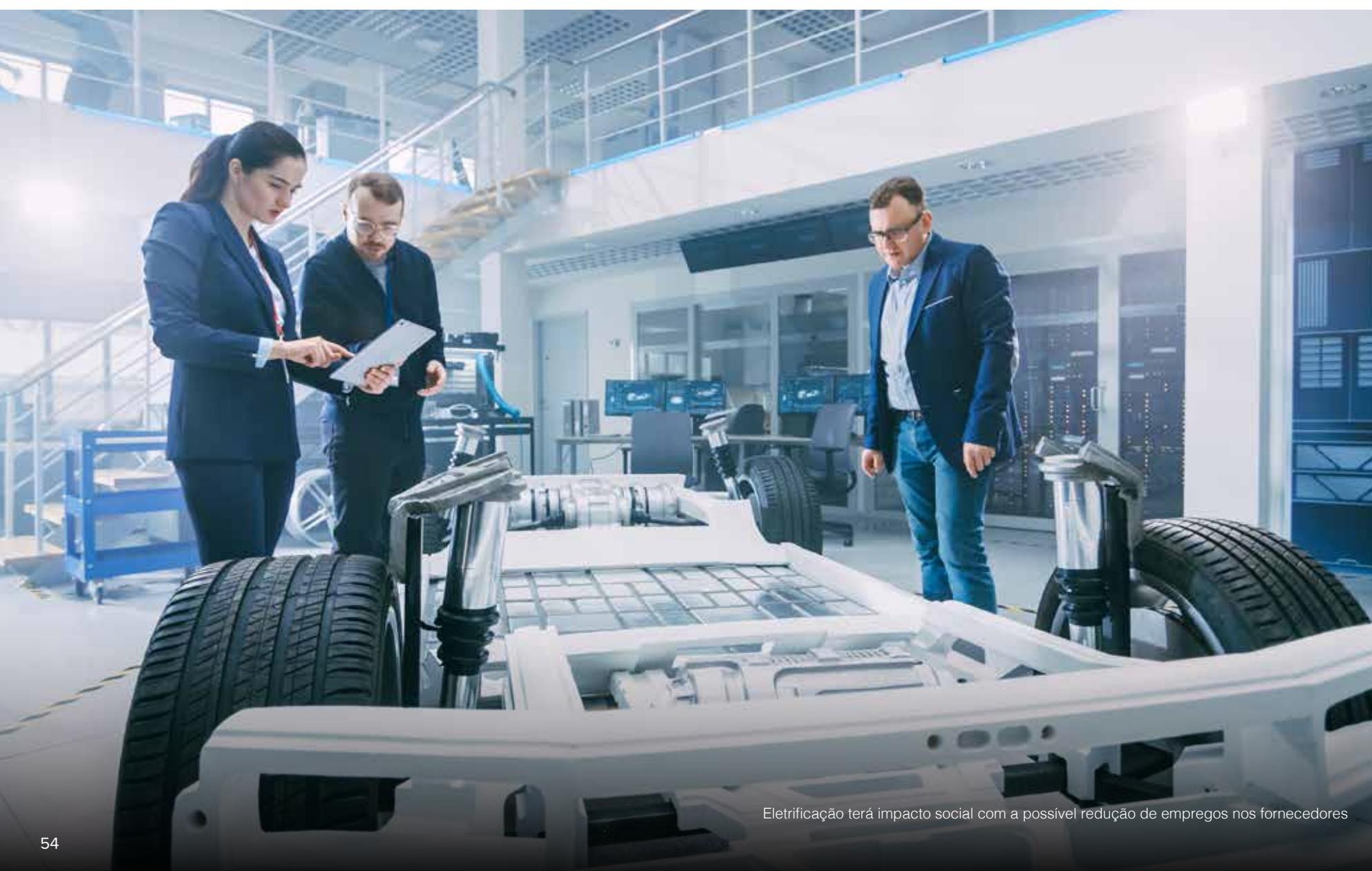
Redução de custos é questão de sobrevivência

Com a rentabilidade em queda e atingindo níveis preocupantes, os fornecedores europeus têm trabalhado com dedicação na redução de custos. Nesse sentido, a perspectiva de corte nos investimentos atinge 40% das empresas e, especificamente, a redução dos apertos em pesquisa e desenvolvimento chega a 15% dos entrevistados. A McKinsey estima que 25% das reduções para compensar a inflação poderiam vir por meio de medidas de controle de custos e 20% com a melhoria da eficiência operacional,

mas uma parte significativa da deve vir também da renegociação dos contratos com as montadoras. Ainda que a conjuntura atual seja pesada, 76% dos fornecedores enxergam no longo prazo oportunidades para recuperar a lucratividade. A mobilidade elétrica é responsável por cerca de um terço dos 30 bilhões de euros investidos anualmente pelos fornecedores em pesquisa e desenvolvimento. Segundo entendimento da Clepa, o retorno da lucratividade no setor será, em grande parte, determinado pelo su-

cesso das ações para redução de custos no domínio do veículo elétrico (EV): 56% dos fornecedores esperam que seus componentes EV possam ser tão lucrativos quanto os componentes do motor de combustão e 20% esperam uma lucratividade ainda maior. Mas a eletrificação traz também desafios na gestão da mão de obra: 80% dos fornecedores estão empenhados em requalificar parte significativa de seus profissionais. A Clepa, no entanto, avalia que os processos de aprimoramento das

equipes não serão suficientes para atender às futuras habilidades exigidas dos profissionais. E, apesar dos esforços de requalificação, pesquisas independentes realizadas para a Clepa sugerem que os empregos no ambiente do veículo elétrico não serão capazes de compensar todos os 500 mil postos de trabalho na área dos motores de combustão que serão colocados em risco com o avanço da fabricação de carros elétricos, o que certamente exigirá ações para mitigar os impactos sociais dessa transição.



Eletrificação terá impacto social com a possível redução de empregos nos fornecedores

CATÁLOGO ONLINE

**Com todas as peças
que você vende!**

MASTER de PRODUTOS

O banco de dados mais completo do mercado de reposição automotiva do Brasil, que vira um catálogo 100% online para seus parceiros e clientes.

FRAGA
INTELIGÊNCIA AUTOMOTIVA

fraga.com.br

SUA MARCA AQUI

CHEGOU EAD CONSULTOR DE VENDAS NAKATA

A Nakata preparou um curso perfeito com tudo que você precisa para alavancar suas vendas! Além de caber na sua rotina, é rápido, gratuito e com certificado. Não perca tempo, comece já o EAD Consultor de Vendas Nakata, o **curso online mais completo para vendedores de autopeças**.

TUDO QUE VOCÊ
PRECISA SABER
PARA DAR UM UP
NAS SUAS VENDAS!



MÓDULO 1

- Sistemas de suspensão e direção**
- Função das peças
 - Sinais de desgaste
 - Peças relacionadas

MÓDULO 2

- Técnicas para vender ainda mais**
- Atendimento
 - Negociação
 - Fidelização

**CURSO ONLINE, GRATUITO
E COM CERTIFICADO.**



ACESSE AQUI
ou através da plataforma:
<https://www.nakata.com.br/treinamento>



TUDO AZUL. TUDO NAKATA.
NAKATA®

Junto salvamos vidas.