



**novovarejo**  
automotivo

# ***AUTOMECC***

**15ª FEIRA INTERNACIONAL DE AUTOPEÇAS, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS**

Na maior edição da história, 80 mil visitantes, 1,8 mil marcas expositoras e 100 mil metros quadrados de área ocupada. Evento terá transmissão ao vivo pela A.TV

**Não perca as novidades e os lançamentos exclusivos que preparamos especialmente para a Automec. Vem acelerar com AuthoMix na Automec.**

Página 19

**AUTHOMIX**



Nº 1 EM ROLAMENTOS





loja.cobrarolamentos.com.br

# O DIA DO ROLAMENTO ESTÁ CHEGANDO 2 DE MAIO



**Da Vinci criou o rolamento e evoluiu  
nosso mercado para sempre.**

Vamos comemorar esse feito histórico  
e queremos a sua participação, afinal,  
você é a peça-chave dessa evolução.

Acompanhe nossas redes sociais e saiba mais



@cobrarolamentos



cobrarolamentos.com.br



# A maior cobertura para a maior Automec

A Automec está de volta. Foram exatos quatro anos de espera. E como o mundo se transformou neste período! Vivemos uma inesperada pandemia que resultou, até 1º de janeiro de 2023, na morte de mais de 6,6 milhões de pessoas, segundo a Organização Mundial da Saúde – mais de 700 mil vítimas fatais no Brasil. Foi exatamente em razão do elevado risco de contágio pelo novo coronavírus que a maior feira de autopeças da América Latina não aconteceu em 2021.

O impacto global da covid-19 foi, sem qualquer dúvida, o fato mais relevante neste hiato – na verdade, neste século. Mas não o único. Assistimos estarecidos ao início de uma guerra no continente europeu que há mais de um ano ceifa vidas inocentes e traz sérias consequências para a economia global. Como se não bastasse, agora testemunhamos com espanto o ressurgimento da máxima chinesa que decreta a incompatibilidade entre a paz e a independência da Taiwan – só que desta vez com exercícios militares simulando a invasão do arquipélago e rápida reação dos Estados Unidos, tornando o ambiente mais tenso. Nunca é demais lembrar que Taiwan é responsável por 90% da produção mundial dos semicondutores de alta qualidade. E aí, será que essa pequena ilha é importante para a economia do planeta?

É claro que este espaço editorial é insuficiente para resumir todos os fatos decisivos dos últimos quatro anos. Mas estes três lembrados sem qualquer necessidade de pesquisa revelam que vivemos conjunturas extremamente difíceis. O mundo está doente, e não é só de covid.

A Automec, de certo, não irá resolver as mazelas globais. No entanto, como acontece a cada edição, proporciona cinco dias de confraternização, reencontros, conteúdo, novidades e festa. É o aftermarket automotivo mais uma vez mostrando sua força e importância para a economia do Brasil. Como já é do conhecimento de todos, a resiliência do setor faz dele – perdoem o clichê – um oásis no deserto das crises nacionais e internacionais.

Para finalizar, chamo sua atenção para a inédita agenda de cobertura da Automec realizada pela Novomeio Hub de Midia. Programação ao vivo da A.TV, com edições diárias do Diálogo Automotivo, AT.V News e outras surpresas; Diário da Automec, distribuído na entrada do SP Expo, a publicação oficial da feira; atualização em tempo real do evento no site e nas redes sociais do Novo Varejo Automotivo; edições de maio da publicação nos ambientes impresso e digital com o mais completo conteúdo do mercado; e, além de tudo isso, a transmissão ao vivo pela A.TV da cerimônia de entrega do 10º Prêmio Inova, dia 25 de abril às 16 horas.

A Automec é a melhor representação física do aftermarket automotivo e a Novomeio não poderia fazer menos que o melhor. Você é nosso convidado para acompanhar a maior, mais completa e mais abrangente cobertura de todos os tempos da maior Automec da história. Vem com a gente.

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@wpn.com.br)

**Fale com a gente**

Nosso endereço  
Al. Araguaia 2044 Torre II  
salas 1201 - 1214  
Centro Empresarial Alphaville  
CEP 06455-906  
Barueri – SP

**Redação**

Dúvidas, críticas e sugestões a respeito das informações editoriais publicadas no jornal. Envie releases com os lançamentos de sua empresa e notícias que merecem ser divulgadas ao mercado.  
jornalismo@novomeio.com.br

**Notícias**

Cadastre-se para receber notícias do setor no seu e-mail. Acesse:  
www.novovarejo.com.br

**Publicidade**

Anuncie no Novo Varejo e tenha sua mensagem divulgada na única publicação do mercado dirigida a 30 mil lojas de autopeças de todo o Brasil.  
comercial@novomeio.com.br

**Marketing**

Vincule sua marca aos projetos e eventos mais criativos e importantes do mercado de autopeças e reposição. Informe-se sobre reprints das reportagens publicadas no jornal.  
marketing@novomeio.com.br

**Recursos Humanos**

Venha trabalhar com a gente e encontre espaço para mostrar seu talento.  
financeiro@novomeio.com.br

Ano 30 - #392 15 de abril de 2023

**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**

Rafael Ribeiro

Lucas Cruz

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

Elisa Juliano

**Audiovisual**

Phillip Spengler

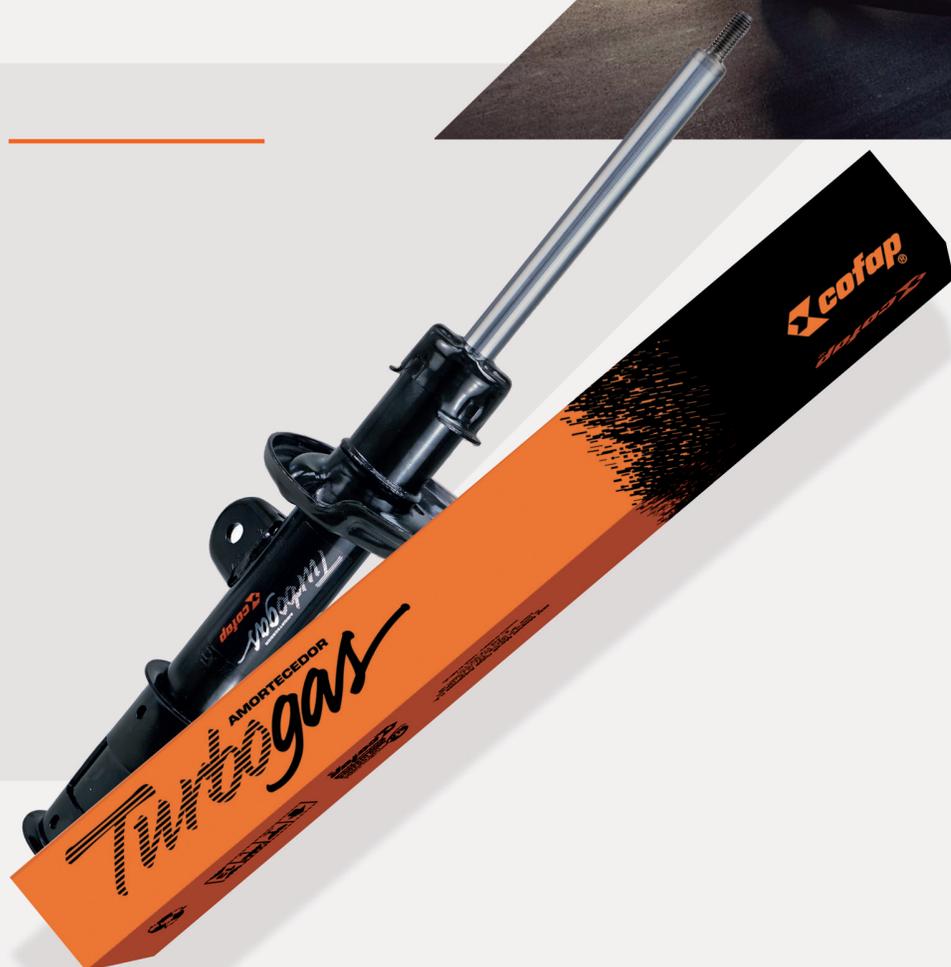
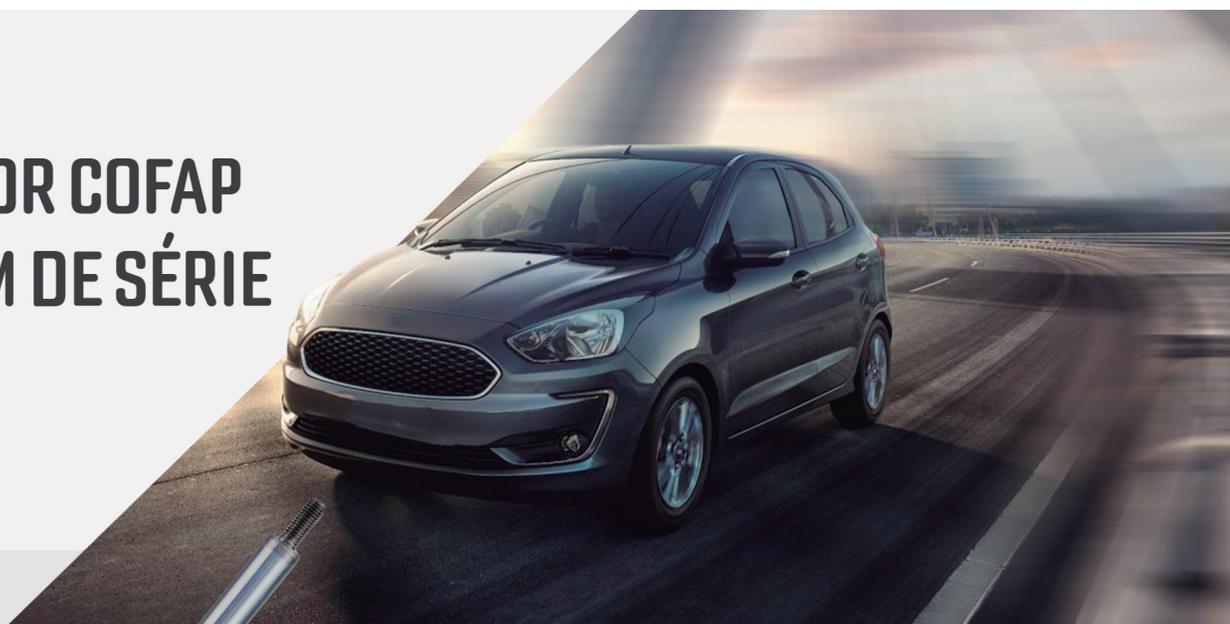
Eduardo Grandizoli

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)

# COM AMORTECEDOR COFAP CONFIANÇA É ITEM DE SÉRIE



mais  
conforto



maior  
segurança



máxima  
durabilidade

A Cofap é líder em suspensão  
e a maior referência quando  
se fala de amortecedores.

É garantia de  
tranquilidade para quem  
vende, aplica e usa.

Acesse aqui  
nosso site



Quem entende do assunto  
sempre recomenda:  
**amortecedores Cofap**

SIGA:



**cofap**

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

*Juntos salvamos vidas*





08

Sócio e gerente geral da Olivia, Reynaldo Naves aponta principais áreas em que a tecnologia impacta o negócio e analisa esses impactos na relação entre empresa e consumidor.

14

Em artigo exclusivo para o Novo Varejo Automotivo, Danilo Fraga explora com profundidade as transformações na cadeia de negócios de autopeças, assunto sempre complexo e atual.

24

Maior feira de autopeças e serviços automotivos da América Latina, Automec volta após quatro anos com muitos lançamentos, eventos de conteúdo e uma grande novidade: cobertura todos os dias ao vivo pela A.TV.

Em tempos de big data, a propriedade das informações geradas pelos veículos conectados é motivo de disputa em todo o mundo. E não é para menos: trata-se de um mercado de até 400 bilhões de euros.

38



Questão fundamental no escopo do Right to Repair, o acesso do aftermarket automotivo torna-se cada vez mais fundamental para o mercado. Questão foi tema de conferência na Europa.

42

## Excesso de procedimentos, atraso do setor público e sistema tributário complexo acirram burocracia no Brasil

*Há 100 edições, país era o 125º colocado no ranking das nações menos burocráticas do planeta. Reforma tributária estava entre as principais demandas do empresariado*

Na literatura, o termo burocracia é definido como o excesso de procedimentos utilizados, em geral, como mecanismos de defesa da legalidade em um ambiente de grande desconfiança a respeito de fraudes e demais expedientes ligados à corrupção.

Como, então, explicar o fato de o Brasil ser, no ranking do Banco Mundial, o 125º colocado na lista dos países menos burocráticos do mundo e, ao mesmo tempo, o 105º entre 180 países elegíveis no ranking dos menos corruptos do estudo Transparência Mundial? A pergunta foi feita em nossa reportagem da edição 292.

Em sua essência, continua absolutamente válida. Essa é a questão que há muito desagradava – e continua desagradando – o empresariado nacional, que aponta o excesso de

burocracia processual e tributária como um dos maiores entraves à sua capacidade competitiva.

Em relação aos processos, o economista chefe da Infinity Asset, Jason Vieira, afirma que a solução passa por dois fatores primordiais: a digitalização da economia e da gestão pública; bem como a redução do peso e da participação do Estado em múltiplas etapas dos processos.

Destaque entre as arquiteturas mais complexas do mundo e responsável por algumas das maiores alíquotas praticadas no planeta, o sistema tributário brasileiro desagradava não apenas os empreendedores, mas também os cidadãos em geral e a maior parte dos especialistas que se debruçam sobre o tema.

PORTFÓLIO COMPLETO DAS MELHORES MARCAS?



flag.

tá na  
**mão**

tá na  
**pellegrino**

*Tudo o que você precisa para fazer o melhor negócio em peças para auto, moto e acessórios, tá na mão.*

*A Pellegrino tem 29 filiais distribuídas pelos principais centros do Brasil, prontas para atender você com agilidade e eficiência, oferecendo variedade de marcas, peças de qualidade, apoio técnico, garantia, inovação e a parceria que só a nossa gente tem.*



**Prefere comprar direto pela internet?**

Tá na mão também.

Faça seu pedido em: [b2b.pellegrino.com.br](http://b2b.pellegrino.com.br)

**Pellegrino**  
Conte com nossa gente.

# Transformação digital é premissa para a sobrevivência de varejistas

*Sócio e gerente geral da Olivia, Reynaldo Naves aponta principais áreas em que a tecnologia impacta o negócio e analisa esses impactos na relação 'empresa-consumidor'*

A demanda para os varejos realizarem a chamada 'transformação digital' ganhou caráter de necessidade e condição de sobrevivência desde a chegada da pandemia. Ninguém está isento deste chamado: nem as gigantes, nem as médias e pequenas empresas. Afinal, o consumidor contemporâneo tem por característica a visualização integrada do ecossistema, de modo a exigir a combinação de experiência e conveniência em todos os canais e lojas com as quais se relacionam.

Este cenário tem impulsionado a disseminação das chamadas 'consultorias de transformação' que, como *core* de atuação, têm a missão de servir como braços externos para auxiliar o varejo a atualizarem seus processos, sem perder o foco naquilo que os sustenta: a operação do dia a dia.

Presente em oito países e dona de expertise nas áreas de tecnologia, gestão, recursos humanos e comunicação, a Olivia é um dos *players* que tem tido destaque nessa tarefa e já auxiliou empresas como Renner, Cassol e Carrefour a darem passos rumo à transformação.

Sócio e gerente geral da consultoria, Reynaldo Naves conversou com nossa reportagem para contar um pouco sobre as dores que identifica no varejo nacional e apontar as soluções que aplica nas companhias.

**Novo Varejo Automotivo - Como empresa de atuação internacional, de que forma vocês enxergam o posicionamento do varejo brasileiro nesta onda de transformação digital vivida pelo setor há alguns anos e que se intensificou de 2020 para cá?**

**Reynaldo Naves** - Olha, eu digo que o Brasil é um mercado bastante dinâmico, bastante complexo. Por sorte, os 200 milhões de brasileiros movimentam o varejo de uma forma muito relevante e fazem com que o Brasil não esteja atrás das melhores práticas do setor. Atualmente, o que temos que fazer é a customização e o entendimento empresa-empresa, porque as mesmas tecnologias são muito diferentemente aplicadas de um mercado para outro e de uma indústria para outra.

**NVA - É justo dizer que o varejo vive um momento de revolução?**

**RN** - Total. A gente acaba se escondendo um pouco pelo efeito da pandemia. Mas não foi só a pandemia. Afinal, temos três grandes movimentos acontecendo no indivíduo social, no consumidor. Primeiro, ele está muito mais atento ao autocuidado, à individualidade, ao que é básico e ao que é importante... O ser humano, com a pandemia, adquiriu uma dimensão de consciência de si mesmo muito maior. Então ele faz escolhas orientadas a isso: ao seu propósito, aos seus valores, ao que ele entende do mundo. A segunda coisa que acontece é que esse ser humano está muito conectado. Ele tem poder de compra, embora a gente esteja em um contexto mais reprimido de economia no mundo todo. Poder no sentido dele ser dono do ato de comprar. O momento é dele e ele escolhe por variáveis impensáveis. Nesse contexto, a experiência de compra ganhou importância, assim como a forma de pagamento, a fidelização e etc. E a terceira coisa, que a gente não pode esquecer, é muito básica: que esse consumidor está cada vez mais preocupado em como ele recebe o produto. Hoje a gente tem que estar muito atento ao timing, ao prazo e ao local – o que faz com que o momento atual torne muito mais complexa a entrega do produto. Então, além de trabalhar em uma boa mercadoria, você tem que trabalhar em uma boa entrega e em uma distribuição muito forte. Isso ocorre em todos os segmentos: do automotivo ao alimentício. A gente tem pesquisas, por exemplo, que dizem que 66% da potencialidade de escolha da compra por uma marca está vinculada ao processo de entrega.

**NVA - Essas mudanças do consumidor, acredito, tem impactado diversos aspectos da operação do varejo. Quais aspectos você destacaria?**

**RN** - Para simplificar, a gente utiliza quatro dimensões para identificar as mudanças que o varejo fez para responder a essas demandas do consumidor. A primeira é a transformação digital. IoT, machine learning, inteligência artificial, 5G, omnicanalidade e etc. Isso veio para ficar. As ferramentas estão disponíveis e o investimento é quase que 'comoditizado'. A segunda é a experiência de compra. Ela se tornou multicanal. Ou seja, eu quero fazer um pedido pelo WhatsApp, de um produto que eu escolhi pela internet e que eu vou retirar na loja perto do meu trabalho. Então, esse processo envolve tecnologia, mas eu estou falando mais sobre experiência de compra e ela não é só do produto: eu posso receber um conteúdo complementar, um convite para um serviço ou algo do tipo. Já o terceiro, não nego, é um investimento pesadíssimo – e que muda a cadeia do varejo – que é a logística. Eu vou entregar mais rápido, mais longe e em qualquer lugar. O quarto e último é colocar dados em tudo isso. Porque, como você gasta muito dinheiro, você precisa saber o que gera mais valor nessa cadeia – que agora é um ecossistema. Não adianta só você medir a taxa de conversão do carrinho da internet. Você precisa medir o custo de aquisição do cliente, de retenção e antecipar o potencial de consumo para vender aquilo que naquele ciclo de consumo faz sentido. Resumindo: a ciência de dados veio para ficar.

Especialista aponta quatro dimensões para entender as transformações do varejo



**NVA - Até agora falamos de um mundo ideal, de conceito. Qual é o tamanho do gap daquilo que você propõe com a prática diária, tanto em termos de processos internos quanto no âmbito da experiência do consumidor?**

**RN** - A gente trabalha com grandes grupos de varejo. Esses grupos não subsistem mais sozinhos. Hoje se fala muito em ecossistema e envolve outros varejistas, fechando, portanto, essa cadeia de valor e fazendo com que todo o varejo tenha de passar por isso. A principal mudança – e isso independe se é grande varejista, multinacional ou local – é do ponto de vista do entendimento de que o varejo é capital humano intensivo. Todo o investimento tecnológico, processos e governanças, do pequeno ao grande, passam pelo balcão, pela ponta. Pelo site... Então, a gente tem que simplificar e desmistificar um pouco essa transformação. Eu vejo muito claramente o processo do varejo orientado a definir uma visão que tem que estar empoderada e compreendida na ponta. O nosso trabalho é exatamente este, de diminuir este gap ao conectar estratégia a pessoas. Porque na ponta, o momento de compra é único para o consumidor. É preciso ter uma narrativa clara, única, inspiradora, potente... Até hoje o Walmart abre loja com música, bandeira e tudo. Porque é um marco. É importante você ter isso, o seu DNA é importante. Uma outra questão que vale a pena nesse processo é se preparar para ele. E essa preparação depende de modelos de gestão muito mais abertos a esse futuro do trabalho. Em pesquisas que fizemos, 33% dos líderes são vistos por seus liderados como não preparados para a mudança. E isso, muitas vezes, trava o processo de transformação. Então, investir em desenvolvimento de liderança e modelo de gestão é muito importante.

**NVA - Você falou rapidamente sobre a ciência de dados ter vindo para ficar. Em quais processos ela impacta?**

**RN** - A gente trabalha muito com o conceito de dados aplicados à transformação. O que eu acho que é mui-

to importante, é que o varejo tem na mão dele a possibilidade de entender o hábito de consumo. E isso é muito importante para a indústria, lá no início do processo, para atividades como desenvolvimento de novos produtos, criação de novas funcionalidades e etc. Eu sou engenheiro mecânico, apaixonado por automóveis, e me lembro que tínhamos um longo processo de pesquisas para projetar o lançamento de carros cinco anos antes. Hoje não temos esse conceito. O ciclo de desenvolvimento é tão rápido que você não tem cinco anos para o desenvolvimento de um novo automóvel. Então, eu vejo o varejo usando dados como fortaleza de desenvolvimento da indústria. Dados de consumo, durabilidade e etc. A segunda coisa que eu acho muito importante é a observação do dado sobre como o varejo consegue entender as mensagens-chave dos produtos que ele vende. Antigamente, a gente não conseguia fazer isso. A gente trabalha com cadeias de varejo que pode mobilizar vinte mil pessoas e a própria estrutura diz pra você quais são os 200 promotores que podem influenciar no consumo daquele produto. E eles podem ser promotores ou detratores. A revolução é usar dados para, inclusive, engajar as pessoas em cima das mensagens-chave, dos produtos-chave e até dos comportamentos-chave. O promotor da loja precisa ser treinado para isso, para ser multifuncional e entregar a experiência que o consumidor deseja, de acordo com aquilo que mostram os dados.

**NVA - Por fim, não poderíamos deixar de falar do e-commerce. O fato de você ter uma operação digital de venda de produtos pode servir para fidelizar clientes ou você abre um leque contrário?**

**RN** - Ele é necessário e indispensável, independente do porte da empresa. Hoje, para você ser reconhecido tem que ter o site. Em segundo lugar, e ainda mais importante para o pequeno varejo, é a importância dos canais dos grandes distribuidores para você expor seus produtos. Acima de

tudo, você precisa existir. Vamos pensar em moda. Você pode criar uma marca, ter uma ou duas lojas, mas também pode vender em um grande distribuidor especialista ou genérico. Ou seja, você pode colocar na Renner ou no Magalu como complemento de estratégia. Então, eu não vejo expansão do varejo sem considerar a conexão com o e-commerce, porque o consumidor final pede isso e ele vai te descobrir pelo Google. A segunda coisa que eu acho importante é que os ecossistemas distribuem conteúdo, têm portais de pagamento seguro e fazem até análise de crédito para pessoas jurídicas. Então, o mundo requer que você esteja apto para isso e essa atitude não significa desprendimento do seu *core*. Se você for um vendedor de cosméticos, você até pode criar três lojas conceito, mas sem deixar de distribuir em um grande varejista. É preciso estar conectado com esse ambiente digital e o e-commerce é um canal para isso. Eu sou bastante adepto. Todos os ecossistemas montam loja para você, de modo que você tem uma loja dentro da 'grande loja'. Minha recomendação é: entenda que o e-commerce é condição de sobrevivência, é a base para começar e uma premissa de negócio.

Naves entende que consumidor adquiriu nova consciência de si próprio após pandemia

Sama, Laguna e Matrix

# Lado a lado com você, em todo o Brasil

Parceria que está sempre perto, na sua região, na tela do seu celular e em cada canto do nosso Brasil. Autopeças e acessórios com qualidade, entrega rápida e a confiança que você precisa para seguir em frente no seu negócio.



*Rapidez na entrega  
em todo o Brasil.*



*Variedade e qualidade  
do nosso portfólio.*



*Compromisso com  
a sua empresa.*

**///DASA** / Distribuidora  
Automotiva



#POR  
TODO  
BRASIL

**29**  
FILIAIS

Conheça a  
filial mais  
perto de você.



Sama



Laguna



Matrix



# VIES - Variações no Índices e Estatísticas

## Março de 2021, 2022 e 2023

O desempenho do varejo brasileiro de autopeças voltou a mostrar recuperação em março de 2023 quando comparado ao mesmo mês do ano passado, assim como havia ocorrido em fevereiro.

É o que mostra a pesquisa VIES – Variação nos Índices e Estatísticas, produzida a partir dos dados apurados pelos estudos semanais MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e ONDA - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços realizados pelo After.Lab, a empresa de inteligên-

cia de mercado com foco no Aftermarket Automotivo.

Em relação à pesquisa MAPA, os gráficos abaixo mostram que a média nacional das vendas continuou negativa: -0,74%. No entanto, na comparação com março de 2022 houve significativa melhora, pois ano passado a queda registrada foi de -4,56%.

A reposição dos estoques seguiu as vendas praticamente na mesma proporção: -0,76%. Apesar do resultado negativo, ainda houve ganho na comparação com as compras regis-

tradas em 2022, que caíram -3,86%. No que se refere aos dados apurados pela pesquisa ONDA, o abastecimento do varejo manteve a longa trajetória de queda em março de 2023: -5,51%. Apesar do resultado negativo, ainda houve ganho na comparação com o índice registrado ano passado, que apresentou queda de -10,73%.

Finalmente, o histórico de alta nos preços foi mantido, com expansão média de 3,93%. Assim como em todos os indicadores do estudo VIES, houve ganhos na compara-

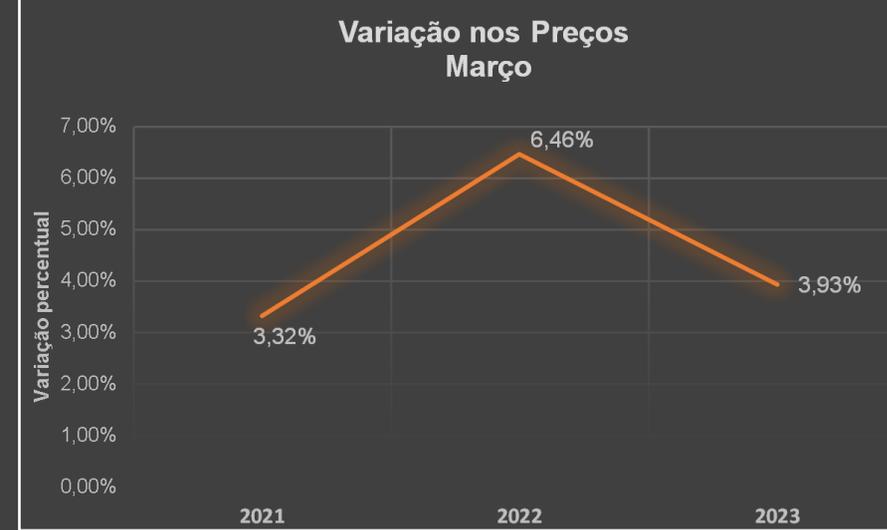
ção com março de 2022, quando o a percepção de alta entre os varejistas de autopeças de todo o Brasil ficou na média de 6,46%.

Acompanhe nas plataformas digitais do Novo Varejo a atualização semanal dos resultados das pesquisas MAPA e ONDA, realizadas pelo After.Lab com varejistas de autopeças de todo o Brasil. Nas edições digital e impressa do NVA você fica sempre por dentro da comparação do mês corrente com o mesmo período de 2022 e 2021.

## MAPA



## ONDA



# PARA A MONROE, INOVAÇÃO E TECNOLOGIA NUNCA PARAM!

Por isso, contamos com laboratórios espalhados pelo mundo garantindo segurança, conforto e tecnologia para que você rode sempre tranquilo.



Quando o assunto é amortecedor e suspensão, mais do que conforto no dirigir estamos falando de segurança. **A Monroe é um dos maiores fornecedores de amortecedores do mundo,** investindo, todos os anos, mais de 67.000 horas em pesquisa e desenvolvimento.

**MONROE, A PRIMEIRA EM INOVAÇÃO.**



A PRIMEIRA



PARA O MUNDO



PARA VOCÊ

# Conflito de canais: o iminente esgotamento da cadeia tradicional de abastecimento do mercado de autopeças e seus desdobramentos

Não é novidade que o mercado de reposição de autopeças é um segmento de baixa volatilidade, alto volume de negócios e com margens saudáveis comparado a outros elos da indústria nacional.

A grande questão que permanece viva na cabeça de quem se dedica a estudar e compreender o segmento

é como o ecossistema da reposição irá se comportar nos próximos anos, quais serão os agentes comerciais mais impactados com as mudanças de cultura, tecnologia e como as indústrias irão reagir há um mercado cada vez mais aberto e conectado. Para chegar nas respostas para alguns destes questionamentos, me

permitam desenvolver em conjunto com vocês uma breve digressão no tempo.

No ano de 2009, quando muito novo, ingressei no segmento; meu avô, Sr. Edgar Fraga, me apresentou em um pedaço de papel o modelo teórico da cadeia de abastecimento do mercado de reposição no Brasil.

Confesso que apesar de o desenho ser muito simples e didático (conforme imagem 1), demorou certo tempo para que eu pudesse compreender as razões pelas quais a jornada da peça era tão longa e com tantos steps até as mãos do consumidor final, que, aliás, sequer era representado no fluxograma.

## MERCADO DE REPOSIÇÃO BRASILEIRO- CADEIA DE ABASTECIMENTO TEORICO (cascata do Sr. Gustav Willi Borghoff)

### FABRICANTE



### DISTRIBUIDOR



### VAREJO



### CONCESSIONÁRIO



### OFICINA



O modelo teórico que meu avô me apresentou (idealizado pelo Sr. Gustav Willi Borghoff), apesar de nunca ter sido uma unanimidade, de certa forma representou de maneira satisfatória o mercado de reposição por um longo período, vigorando dos anos 1950 até os meados dos anos

2000, quando o modelo tradicional teórico aos poucos foi entrando em conflito e, como consequência natural, perdeu representatividade no Brasil.

No início dos anos 2010, a percepção de que a cadeia de abastecimento tradicional estava se esgotando tra-

zia discussões de nível elevado entre os estudiosos e tomadores de decisão do mercado, onde, até então, a percepção generalizada era de que parte da cadeia de abastecimento tradicional iria “desaparecer”, gerando uma consequência gravíssima – popularmente dizíamos que dado as

proporções dos acontecimentos, o mercado de reposição presenciaria um grande terremoto, que abalaria de forma definitiva as formas de se fazer negócios no Brasil. Acontece que o esperado terremoto nunca ocorreu. Entretanto uma série de decisões estratégicas desenca

# EXPANSÃO QUE NÃO PARA TRADIÇÃO QUE SE MANTÉM



As **melhores peças** com a  
excelência do serviço **RMP**,  
cada vez **mais perto de você**



Posicione a câmera  
do seu smartphone  
para acessar.

**Conheça nossas redes sociais:**

 @rmpdistribuidora

 RMP

dearam um processo lento e permanente de mudanças no paradigma do segmento, que apesar de não romperem 100% com a cadeia de abastecimento tradicional, modificaram e trouxeram novos e complexos

componentes para o ecossistema do aftermarket brasileiro. Esse conjunto de decisões e mudanças foi classificado por nós da Fraga Inteligência Automotiva como 6 grandes movimentos, e parte deles

representa respostas quase instintivas a decisões estratégicas tomadas em períodos anteriores ou que simplesmente refletem as mudanças de comportamento da sociedade ou avanços tecnológicos. É importante

esclarecer que os movimentos elencados não estão necessariamente na ordem cronológica dos acontecimentos e sim de uma forma didática de dissertar e compreender os desdobramentos dos fatos.



O primeiro grande movimento que nós destacamos neste texto é o da significativa pulverização da frota circulante no território

brasileiro, que se tornou um fato relevante a partir da chegada de novas marcas e a ampliação do portfólio de modelos oferecidos

pelas montadoras. Veículos asiáticos, flexfuel, maior variedade e complexidade do mercado, temas estes que são frequente-

mente fruto de inúmeros estudos e artigos exclusivos, mas que podem simplesmente serem resumidos no quadro seguinte:

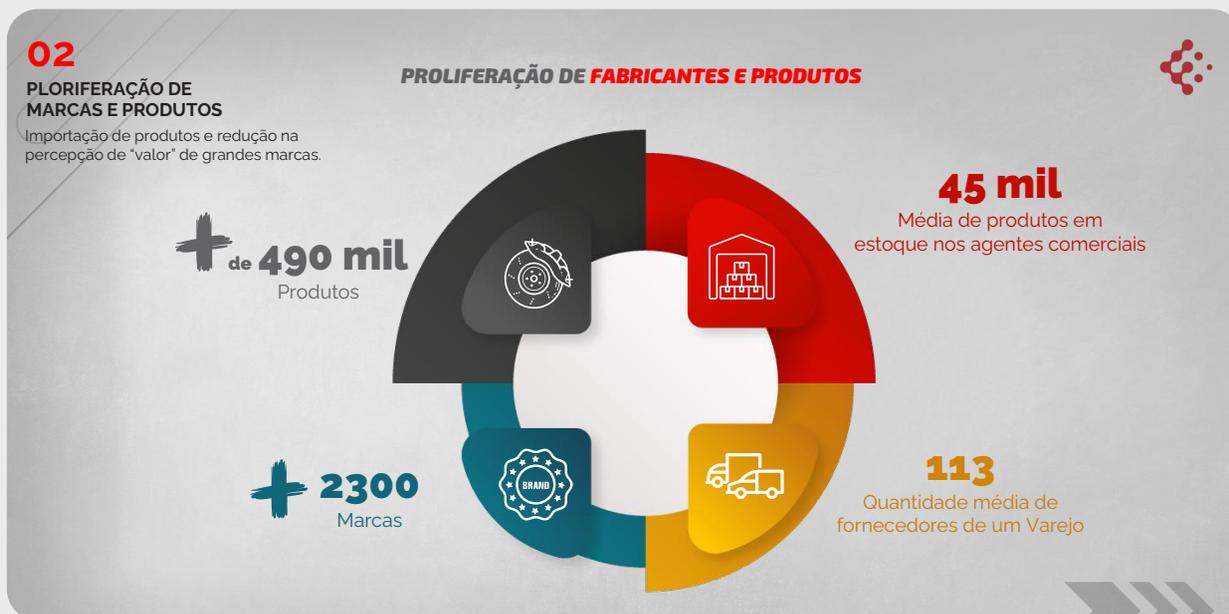


O segundo grande movimento é o de proliferação de marcas e linhas de produtos. Com a exuberante escala e competitividade trazidas pelos fornecedores de peças asiáticas, grande parte da indústria nacional mergulhou nas “facilidades da importação” de produtos que até então eram fabricados somente em suas plantas locais ou importados com muitas restrições de suas ma-

trizes europeias/americanas. O lado positivo deste processo é que, de forma muito ágil, as indústrias conseguiram ampliar suas linhas de produtos, portfólio de linha e acompanhar o processo de pulverização da frota de uma forma eficiente. O lado negativo é que de forma inconsciente esse processo contribuiu para a notável queda na percepção de valor das marcas perante os aplicado-

res e agentes comerciais. É claro e notório para os profissionais mais esclarecidos ou mais técnicos que existem diferenças brutais entre produtos importados pelas marcas tradicionais e os trazidos pelas marcas “price importadas”. As diferenças são marcantes, passando pelo processo de homologação dos produtos até os padrões de qualidade admitidos. Mas, infelizmente, a

maior parte dessas diferenças não são claras e perceptíveis para os aplicadores, ou, ainda, o excesso de crescimento das linhas de produtos por parte das indústrias tradicionais tem as levado cada dia mais ao “senso comum” de que “é tudo a mesma coisa” e que já não existem mais especialistas na fabricação de determinados componentes automotores, como em outrora.

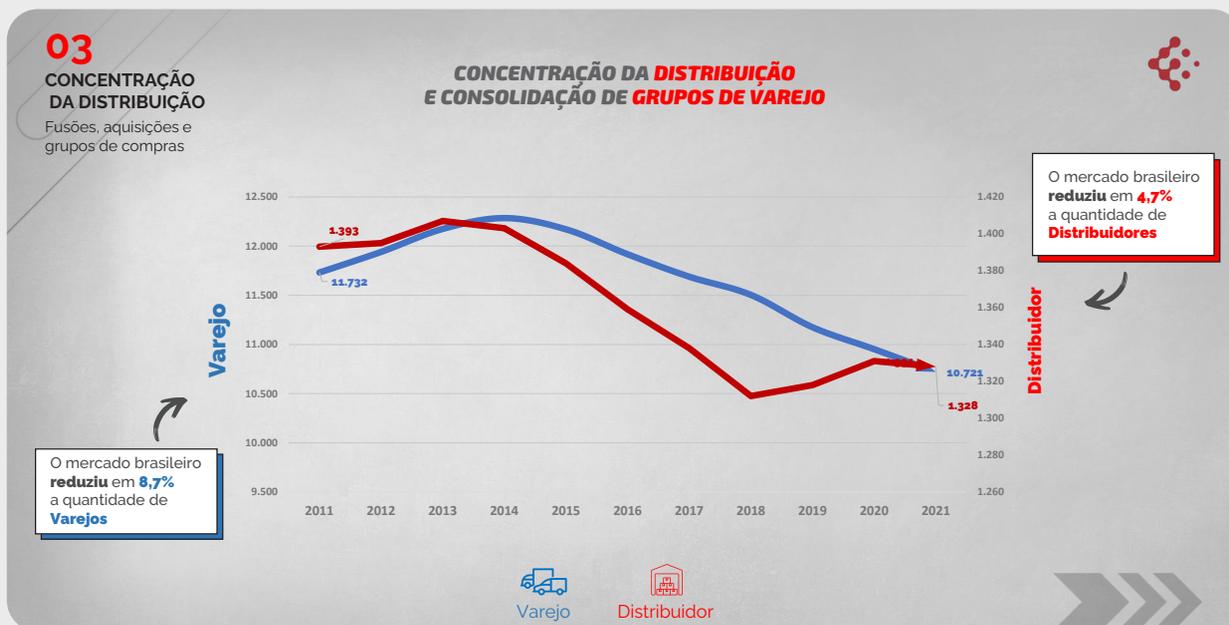


O terceiro e o quarto movimento estão diretamente ligados ao desenvolvimento dos agentes comerciais, tanto o número de varejos, quanto de distribuidores de autopeças, que ano após ano vem reduzindo, fenômeno que só pode ser explicado pela concentração com fusões e

aquisições pelo lado dos distribuidores e pelo processo de agrupamento em redes e crescimento de tamanho dos varejos tradicionais e surgimento dos atuais “atacarejos”, ou seja, agentes com projeção de compra em atacado, mas que realizam suas vendas diretamente ao aplicador/

consumidor final. Se analisarmos os grandes centros urbanos, cada vez é mais raro encontrarmos as antigas e famosas “autopeça de bairro”; em contrapartida, os varejos mais tradicionais foram se transformando em grandes lojas (atacarejos) ou já contam com mais de 1 filial e centros de

distribuição espalhados pelas cidades. Sem contar o surgimento e a vinda das redes estrangeiras para o mercado nacional ou no modelo de negócios adotado pelo grupo Advent International, que hoje já conta com mais de 200 lojas.

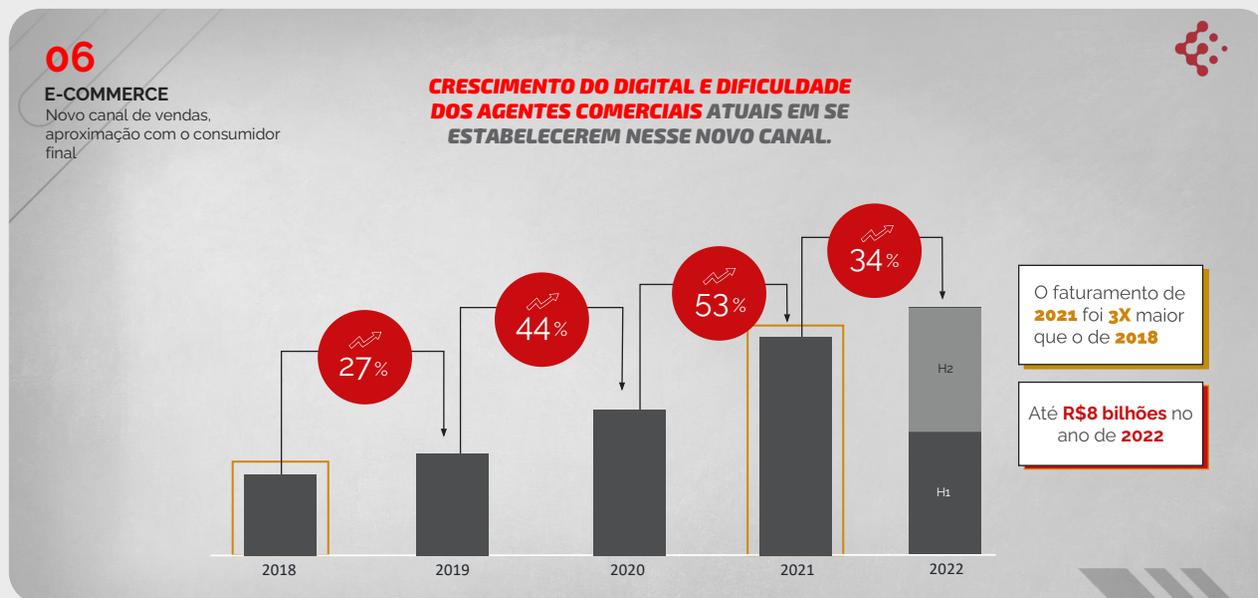


Este conjunto de movimentos apresentados aqui neste Novo Varejo Automotivo instigam cada vez mais as indústrias que atuam em nosso mercado a se atentarem e abrirem negociações diretas com

estes grandes grupos de varejos e, por sua vez, também abre precedentes para que os distribuidores atacadistas de autopeças cada vez mais façam “vistas grossas” aos clientes que solicitam

abertura de compra, em que muitos certamente são oficinas com CNAE de comércio de autopeças. Aliado aos fatos anteriores que comentamos aqui, estes conjuntos de fatores colaboram com a

estratégia da criação das marcas próprias por parte dos distribuidores atacadistas e grandes grupos de varejo, que classificamos como o quinto grande movimento nesta análise.



Por fim o sexto grande movimento é uma resposta mais tecnológica do que propriamente mercadológica, com o surgimento e popularização das plataformas de e-commerce, é natural que todas as grandes marcas e agentes comerciais busquem seus espaços e inserções neste sentido. A maior aproximação com o consumidor final tem transformado a forma

como os produtos são apresentados, catálogos, fotos e padronizações estão ganhando cada vez mais espaço neste contexto, e os números ainda não chegaram nem próximos a um platô, indicando que o comércio eletrônico deverá continuar crescendo em ritmo acelerado nos próximos anos. Todos os marcos discutidos até então foram suficientes para uma

completa modificação na forma de se fazer negócios no mercado de reposição e, de forma teórica e simplificada, nos fazem trazer uma nova abordagem, mais complexa e detalhada de como é o funcionamento do nosso ecossistema. **É importante ressaltar que a representação a seguir em nenhuma hipótese indica o que cada uma das empresas usadas como exemplo**

**teórico fazem negócios. O quadro abaixo se trata apenas de uma ilustração do ponto de vista teórico.** Cada uma das companhias utilizadas neste exemplo possui sua própria estratégia de comercialização e o exemplo a seguir se trata apenas de uma simplificação abstrata de como nós da Fraga Inteligência Automotiva observamos os movimentos do mercado de reposição.



Vem acelerar com

# AUTHOMIX

na **AUTOMEC**

25 a 29 de abril | São Paulo Expo

**O maior encontro de aftermarket automotivo da América Latina está de volta e a AuthoMix não poderia ficar de fora.**

Lançamentos exclusivos, tendências do setor e muitas novidades preparadas especialmente para o evento.

**Esperamos por você em nosso estande.**

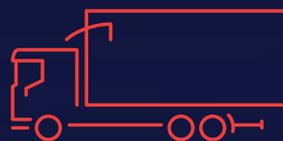
**Rodovia dos Imigrantes, Km 1,5 – Água Funda – SP  
Rua D – Estande 38**



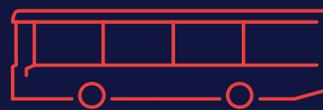
*motos*



*autos*



*caminhões*



*ônibus*

   
authomix

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

# AUTHOMIX

INÍCIO

**EXPERIÊNCIA DE COMPRA ROLES!**

Comece a sua jornada!

**MELHORES MARCAS E PRODUTOS**

As melhores marcas do mercado estão aqui. Avance 3 casas.

**COMPRE ONLINE ROLES**

Se você ainda não acessou, volte 2 casas.

**ROLES, UMA NOVA SOLUÇÃO PARA O SEU NEGÓCIO A CADA ETAPA AVANÇADA!**

Tenha sempre a qualidade original AuthoMix. Aproveite!

**PRODUTOS AUTHOMIX**

**AUTHOMIX**



[11] 3155-7540



Roles Autopeças



roles.com.br

### CUSTO-BENEFÍCIO

Na Roles o custo-benefício é excelente. Avance 2 casas.

6

### A SOLUÇÃO PARA O SEU NEGÓCIO!

Você conseguiu! Com a Roles, a solução para o seu negócio está garantida!

CHEGADA

14

Acesse o site



A **Roles** busca sempre o melhor para cada cliente! Contamos com um **atendimento personalizado e especializado**, ótimo **custo-benefício** e um **amplo portfólio** com as **melhores marcas e produtos do mercado**. Como a **Authomix**, que possui uma **ampla gama de produtos**, com matéria-prima de qualidade original, excelente desempenho e alta tecnologia.

**Roles**, a sua melhor parceira no mercado das **autopeças**! Porque **Juntos Fazemos Melhor**.

JUNTOS FAZEMOS MELHOR

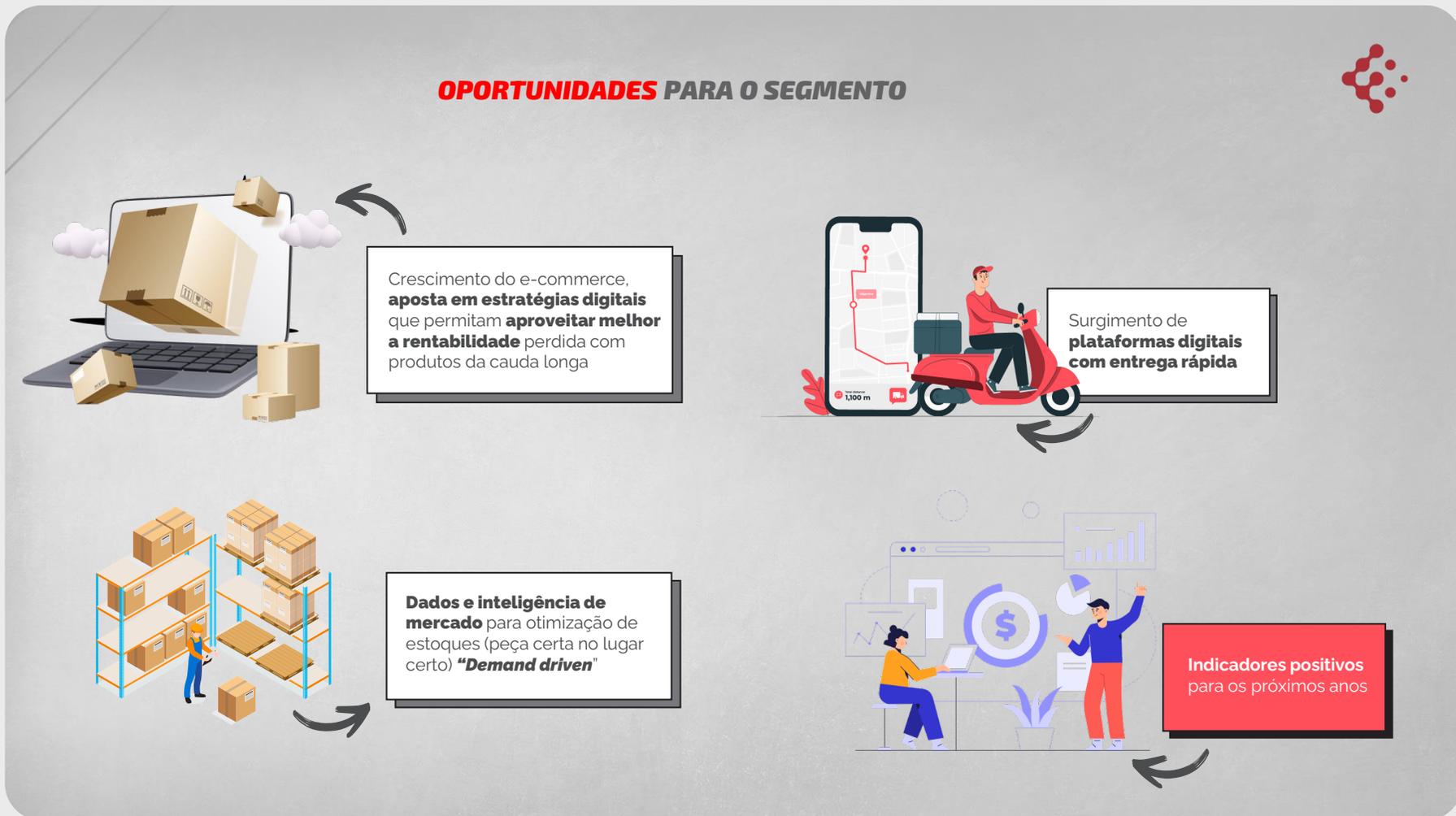
**ROLES**  
A U T O P E Ç A S

O desencadeamento dos fatores apresentados até então certamente trarão novos e relevantes impactos, e novos movimentos continuarão

agitando nosso grande e complexo ecossistema. No curto prazo, é possível afirmar que o comércio eletrônico poderá

ser um importante resposta às perdas de produtividade e redução da rentabilidade dos agentes comerciais. A aposta em estratégias digi-

tais deverá permitir que os agentes comerciais desenvolvam melhor a rentabilidade perdida com produtos da cauda longa.



Os dados, inteligência artificial e big data também definirão, de forma frontal, quais agentes irão conseguir otimizar suas estruturas e estarão posicionados no lugar certo na hora certa. Já o crescimento das

plataformas digitais de entrega rápida trará produtividade e eficiência para os aplicadores e poderão ser grandes aliados dos agentes comerciais para a redução das filiais com baixa performance de vendas.

Quanto ao esperado terremoto citado no início deste bate-papo, apesar da afirmativa ser contundente, ousamos a dizer que ele nunca irá ocorrer. Mas todo tomador de decisão do segmento deverá estar

preparado para novos e frequentes abalos sísmicos, que certamente ainda virão pela frente, e farão do mercado de reposição de autopeças, um ambiente ainda mais competitivo e cada vez mais complexo.

**Sobre a Fraga Inteligência Automotiva**

Especializada no fornecimento de dados estratégicos para o mercado de reposição brasileiro, a Fraga Inteligência Automotiva conta com mais de 130 clientes no território brasileiro, usufruindo de diversos serviços que envolvem a coleta, análise e o planejamento do mercado de reposição de autopeças, acessórios, pneus e demais produtos aplicados em veículos automotores. Fundada em 1990, a empresa tem como propósito trazer soluções práticas e confiáveis para profissionais que atuam nas áreas de Marketing e Vendas de diversos segmentos do setor automotivo, tais como: indústria (fabricantes), prestadores de serviços (seguradoras) e varejo (distribuidores). Mais informações em: [fraga.com.br](http://fraga.com.br)



**Localização atual:  
Em todo o Brasil**



**Mais de 20 filiais** espalhadas por todo o país, preparadas para levar à você as melhores autopeças



Posicione a câmera do seu smartphone para acessar.

**Conheça nossas redes sociais:**

 @disapedistribuidora

 Disape Autopeças

Distribuidora de Autopeças  
**»Disape**

# A Automec está de volta!

*Edição de 2023 deve receber 80 mil visitantes e espera impactar o aftermarket automotivo em frentes múltiplas: negócios, capacitação e entretenimento*

Chegou a hora! Quatro anos depois de estarem reunidos na Automec 2019, profissionais, gestores, empresários e lideranças do aftermarket automotivo de diferentes países voltam a se encontrar na maior feira de autopeças, equipamentos e serviços automotivos da América Latina, a partir do dia 25 até 29 de abril: a 15ª Automec.

O evento, realizado no São Paulo Expo, na zona sudeste da capital paulista, chega num momento repleto de oportunidades para o setor. Afinal, a conjuntura econômica do país – marcada pela alta taxa de juros, menor disponibilidade de crédito e uma inflação ainda persistente – tem impulsionado significativamente a venda de carros usados, sobretudo aqueles com mais de uma década de vida. Dados divulgados no último levantamento da Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave) indicam que essa categoria saltou de uma participação de 36,3% no total da venda de usados em 2019 para 49% nos dias atuais.

“Enquanto alguns setores da economia encolhem nesse momento de dúvidas

e incertezas que o país vive, o nosso segmento está bombando a ponto de faltar profissionais para trabalhar em alguns estados. A expectativa gerada é absurdamente intensa e acredito que o salão do São Paulo Expo será pequeno para receber tantos companheiros da grande família automotiva mundial”, projeta o presidente do Sincopeças Brasil, Ranieri Leitão, ao ser questionado sobre a expectativa da entidade para o retorno da feira presencial.

A espera por casa cheia compartilhada pelo dirigente da associação dos Sincopeças nacionais vai ao encontro das projeções oficiais da RX, a organizadora do evento. Segundo a empresa, a edição 2023 da Automec deve receber cerca de 80 mil pessoas vindas de diferentes países ao longo de seus cinco dias de atividades – além de já ter confirmada a participação de mais de 1.800 marcas expositores também de diversas nações, que ocuparão uma área de 100 mil m<sup>2</sup>. Não por acaso a Automec já está consolidada como um dos principais eventos do calendário global das feiras de autopeças.



## A.TV terá programação ao vivo na Automec



**a.TV**

Nos últimos anos, as empresas do mercado de reposição automotiva têm sido convidadas a se digitalizar. Como não poderia ser diferente, esse movimento rumo à inovação também serviu como força motriz para que os players responsáveis pela cobertura e pela promoção de eventos também se modernizassem.

Na Automec 2023, esse esforço de adequação está traduzido no fato de

que, pela primeira vez na história, a feira será transmitida ao vivo por meio do YouTube!

Todos os dias, os principais destaques do evento farão parte da grade da programação da A.TV (<https://www.youtube.com/c/ATVmidia>). Em pauta, estarão entrevistas, reportagens, flagrantes e notícias exibidas direto do estúdio montado no pavilhão São Paulo Expo.

A ação, que permitirá a milhares de

players do setor participarem da feira sem ter de se deslocar para o local do evento – ou mesmo acompanhar a feira antes ou depois de visitá-la presencialmente – é fruto de uma parceria entre a Nhm Novomeio Hub de Mídia e a RX Brasil, a empresa organizadora do evento.

Não perca diariamente as últimas novidades da Automec 2023 ao vivo na A.TV!

# AUTOMECC

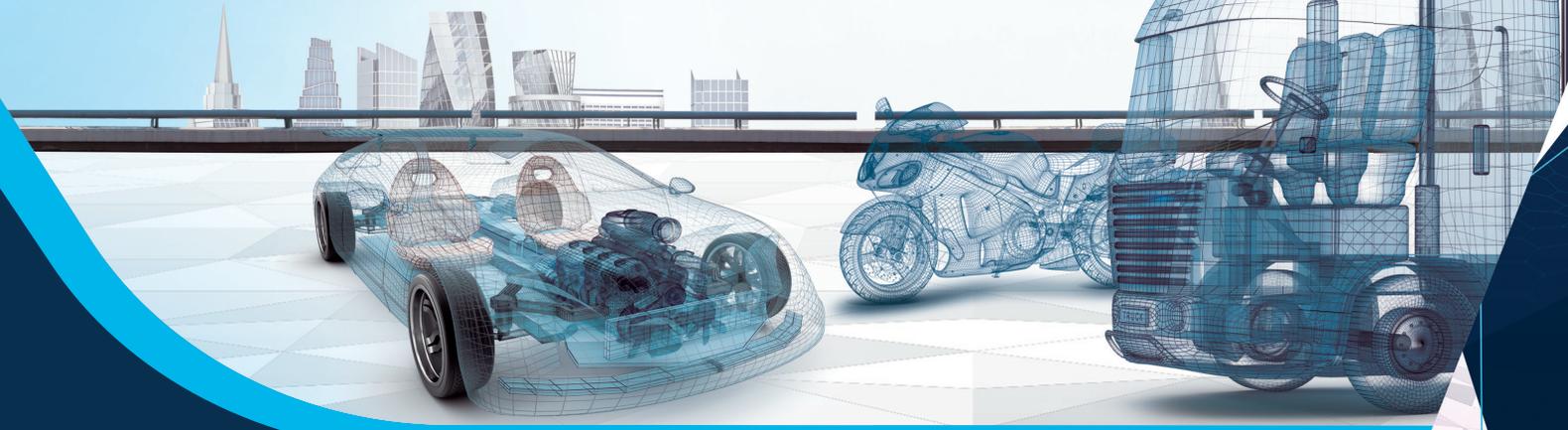
15ª FEIRA INTERNACIONAL DE AUTOPEÇAS, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS

• LEVES • PESADOS • COMERCIAIS •

25<sup>a</sup> 29 ABRIL | 2023

SÃO PAULO EXPO

PROJETANDO O FUTURO.  
PEÇA POR PEÇA.



Visite a **Automec 2023** e conheça os principais lançamentos e tendências do mercado de Reposição e Reparação Automotiva.

**5 dias de qualificação profissional**, experiências e muitas oportunidades de negócios com grandes marcas do setor.

**AUTOMECC XP**

O **hub de conteúdo e experiências** para os visitantes da feira. Nesse espaço o público terá acesso à **apresentações de profissionais renomados** do setor, **oficina de customização de carros**, **treinamentos do SENAI/IQA**, **inscrição para reality show de reparadores** e muito mais!

**GARAGE**

**Apresentações de carros e pilotos profissionais** em manobras de **aceleração lateral**, em um circuito especialmente desenhado para oferecer muita emoção e adrenalina ao público da Automec.

Saiba mais: [www.automecfeira.com.br](http://www.automecfeira.com.br)

Siga nossas redes sociais: [automec\\_oficial](https://www.instagram.com/automec_oficial) [/FeiraAutomec](https://www.facebook.com/FeiraAutomec) [AutomecFeira](https://www.linkedin.com/company/AutomecFeira) [AutomecFeira](https://twitter.com/AutomecFeira) [AutomecFeira](https://www.youtube.com/AutomecFeira)

Apoio:



Organização e Promoção:





Você pode acompanhar ao vivo pelo canal da A.TV no Youtube a entrega do Prêmio Inova com apresentação de Celso Zucatelli

## Cerimônia de entrega do Prêmio Inova marca primeiro dia da feira

Em sua décima edição, o Prêmio Inova - Indústrias do Novo Varejo irá consagrar as marcas de autopeças preferidas pelos varejistas de todo o Brasil em uma cerimônia especial dia 25 de abril na Sala 207 do Mezanino do São Paulo Expo, a partir das 16 horas. Para este ano, a pesquisa traz novidades importantes em sua metodologia – evoluções que visam a ampliar a análise do portfólio de produtos para a linha leve à disposição dos varejos. Com isso, o número de

categorias pesquisadas na primeira fase do estudo subiu de 20 para 25 – com a inclusão de juntas homocinéticas, óleo lubrificante e lâmpadas, além do desmembramento entre os quesitos junta e retentor, e pivô e terminal, agora avaliados separadamente como pivô de suspensão e terminal de direção. Já apresentados ao mercado em março pelas edições impressa e digital do Novo Varejo Automotivo, os finalistas foram eleitos nesta primeira etapa com base na soma

simples dos votos obtidos pelas marcas em cada um dos quesitos pesquisados. Na Automec, serão apresentados tanto as indústrias vencedoras da primeira fase quanto eleitos na segunda etapa do estudo, cujo critério de ranqueamento consiste na avaliação por notas de 0 a 10 do desempenho empresarial das indústrias de autopeças classificadas. A metodologia e a tabulação desta fase são de responsabilidade da Ipsos, uma das

três maiores empresas de pesquisas do mundo. Vale destacar que o acompanhamento da cerimônia não ficará restrito aos presentes no pavilhão do Expo São Paulo. Afinal, ela será transmitida ao vivo pelo canal da A.TV no YouTube (<https://www.youtube.com/c/ATVmidia>). Além disso, seus resultados terão desdobramento completo na edição 2023 do Guia Inova, bem como nas edições impressa e digital do Novo Varejo Automotivo.

## Feira tem grade extensa de capacitação e entretenimento

Em entrevista exclusiva ao Novo Varejo Automotivo, o gerente de produto da Automec, Eduardo Marchetti, destacou que o contato direto entre expositores e compradores promovido pela realização presencial da feira é peça

essencial para a geração de negócios e o bom desempenho do mercado. Este foco voltado para o lado do business, no entanto, nem de longe faz deste um evento unidimensionalmente voltado para a compra e venda de produtos e

serviços. Prova disso, é o fato de a grade da Automec 2023 estar repleta de atrações cujo objetivo principal é promover a capacitação dos profissionais do setor, o acesso a conteúdos exclusivos, bem como

proporcionar experiências lúdicas que reforcem a paixão desses players pelo universo automotivo como um todo. Veja algumas das atrações que fazem parte da experiência proporcionada pela 15ª edição da Automec.

# AUTOMEC EXPERIENCE

Muito conteúdo e qualificação profissional para os visitantes nos cinco dias de realização da feira. A AE é composta por espaços de experiência com oficinas modelo, espaço de formação de profissionais e arena de conteúdo. A programação

é variada com demonstrações de produtos e serviços do aftermarket automotivo.

Os visitantes poderão se atualizar sobre as principais demandas e oportunidades do mercado durante a programação diária

da Automec Experience, que contará com apresentações de empresas, entidades, especialistas e influenciadores do setor.

Nos eventos de conteúdo, uma programação com mais de 35 horas de conteúdo técnico e exclusivo

sobre temas atuais do mercado, tais como: direito de reparar (Right to Repair); formação de mão de obra técnica; descarbonização e eletrificação da frota; sustentabilidade; profissionalização do varejo e muito mais!

## BATISTINHA XP



Espaço para quem curte customização

Dentro do espaço da Arena Experience, na área Batistinha Experience os visitantes poderão acompanhar e tirar dúvidas relacionadas à montagem de motor no laboratório com equipamentos de precisão; polimento de pintura em carros especiais; alinhamento de direção; montagem de pneus para customização; balanceamento de rodas; uso de scanner para diagnóstico eletrônico; reparo rápido de funilaria; instalação de acessórios estéticos na parte externa veículo; soldas - sistema de escape e suportes customizados; cabine de pintura para carros inteiros ou cabine de pintura

pequena para peças; além de outras experiências e serviços do mercado.

A mesma área conta ainda com a exposição do Mustang Shelby, preparado e customizado, que atingiu a velocidade máxima de 381,2 km/h, e do Corvette Track Day, para demonstração das peças e da manutenção dos modelos. Neste caso, o espaço dará foco à customização veicular, que atende àqueles entusiastas de automóveis que buscam sempre dar para suas máquinas um pouco – ou muito – de sua marca pessoal.

“O potencial do mercado brasileiro de customização é muito grande e tende a se

expandir ainda mais quando as empresas especializadas saírem da informalidade e puderem investir mais nesse segmento”, diz Luiz Fernando Baptista, das empresas do Grupo Batistinha (Garage, BTSPerformance, BTSSHOP). A onda de customização de carros no Brasil está envolvendo novas categorias de veículos além dos modelos esportivos. Proprietários de modelos considerados mais familiares como SUV, e até os de “trabalho” como as picapes, também estão buscando um visual diferenciado para os seus veículos.

## ULTIMATE DRIFT



Manobras radicais

drifts, onde pilotos experientes em carros esportivos colocam à prova vários componentes dos veículos. Relativamente novo no Brasil, o drift e consiste na técnica de direção que faz os carros deslizarem nas curvas, deixando escapar a traseira e girando o volante para que as rodas dianteiras estejam sempre em direção oposta à curva. A manobra faz com que o carro ande de lado.

O objetivo não é a velocidade, mas demonstrar o desempenho do piloto e a eficiência do carro na pista, transformando a experiência num emocionante espetáculo para o público.

“A nossa missão e experiência global de conectar expositores e visitantes em busca de oportunidades de networking e geração de negócios também avança para oferecer novas

experiências que agregam valor e emoção para o público presente em nossos eventos”, afirma Luiz Bellini, diretor de Portfólio da RX. “O drift vem ampliar a experiência dos visitantes na Automec, que poderão conhecer mais sobre a performance de muitos componentes na pista, além de proporcionar boa diversão durante a feira”, diz Eduardo Marchetti, gerente da Automec.

Em parceria com a empresa Ultimate Drift, uma programação diária de

## ARENA SENAI/IQA



Manutenção veicular com qualidade

veículo eletrificado com foco nos procedimentos de segurança; estética automotiva; sistema de condução semiautônoma (Sistema ADAS) com destaque para procedimentos de calibração dos sensores/radares. A arena ainda conta com auditório com programação de palestras envolvendo os temas mencionados.

“Teremos pela primeira vez dois espaços na Automec. É um evento muito relevante para o setor, mas, para o IQA, historicamente sempre foi da maior relevân-

cia. Lá somos mais procurados, temos mais possibilidades de interface, não só do que a gente faz, mas de compartilhamento de informações para os profissionais, para o setor e para as organizações, o que é um papel essencial do instituto. Um dos espaços será em parceria com o Senai e terá ambientação de oficina, é mais focado na reparação e buscará oferecer informações práticas em conjunto, com o Senai entrando sob o ponto de vista técnico e o IQA sob o ponto de vista de qualidade. Haverá também um

espaço de experiência em que palestras serão realizadas e o IQA terá duas ocasiões, uma em que destacaremos o trabalho das oficinas, do ponto de vista da certificação, e na outra o lançamento de uma nova atividade, a certificação dos vendedores de autopeças, que será lançada oficialmente na Automec. E teremos outro espaço, em que o destaque será o IQA DS, a nova área de Desenvolvimento Sustentável com foco ESG”, conta Alexandre Xavier, superintendente do Instituto da Qualidade Automotiva.

## CONGRESSO INTERNACIONAL DE RETÍFICAS

O Conarem, Conselho Nacional de Retíficas de Motores, realiza em 28 de abril o Congresso Internacional de Retíficas dentro da Automec para promover a troca de informações e conhecimento entre os principais líderes do setor e fornecedores. Os participantes do evento terão a oportunidade de conhecer as principais tendências e projetos para as retíficas, além de assistirem às palestras com lideranças e executivos da indústria de motores.

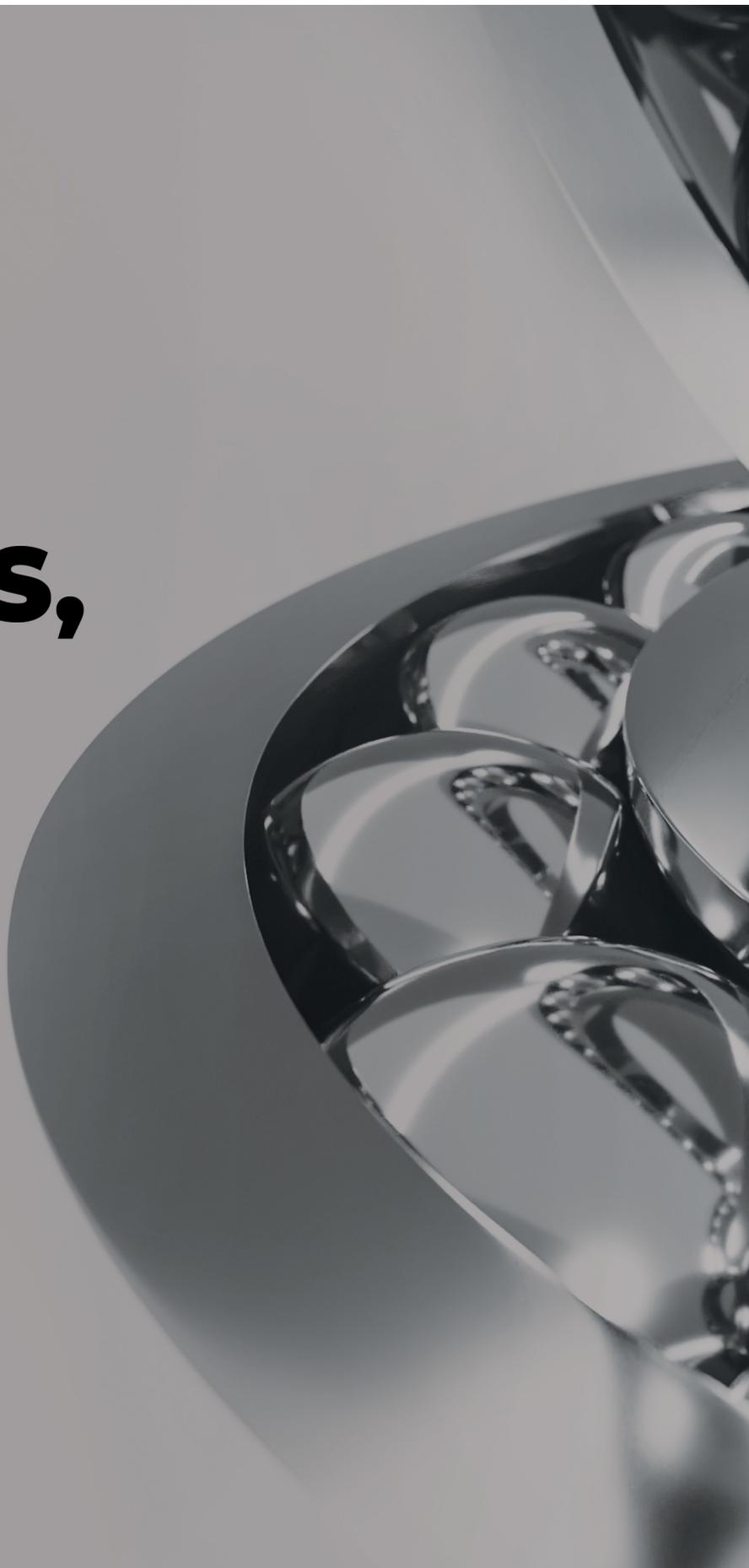




# PENSOU ROLAMENTOS, PENSOU COBRA.



A cada dia mais, **o seu principal distribuidor.**





**Nº1 em rolamentos**



**Retira em 15 minutos**



**Ampla portfólio**



**Garantia expressa**



**Atendimento especializado**



Acesse nossos principais **canais de serviços** através do QR Code



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



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

[sac@cobrarolamentos.com.br](mailto:sac@cobrarolamentos.com.br)

0800 016 3333 | [f](#) [@](#) @cobrarolamentos



# AGENDA DE EVENTOS – AUTOMECC 2023

## Terça-feira - 25 de abril

14:00 - 14:50

### **Certificação ANFAPE de Conformidade - Peças de Colisão**

Amanda Strumiello

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

15:00 - 15:50

### **As Novas Tecnologias Automotivas, os Impactos na Reparação e o Movimento Right to Repair**

Clovis Pedroni Junior

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

16:00 - 16:50

### **Direito à reparação (Right to Repair)**

Raquel Elita Alves Preto

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

17:00 - 17:50

### **Formação de mão de obra técnica no segmento automotivo**

Mauro Alves dos Santos

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

17:00 - 18:00

### **Prêmio Inova – Indústrias do Novo Varejo**

Celso Zucatelli

Sala 207 – Mezanino / Ao vivo pela A.TV (Youtube)

18:00 - 19:20

### **Estética Automotiva**

Fernando Batistinha, Tarcisio Vaglieri, Felipe

Tadeu Magliano

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

## Quarta-feira - 26 de abril

14:00 - 14:30

### **Os desafios do setor de Autopeças**

Gábor Deák Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

14:30 - 15:00

### **Descarbonização x Eletrificação**

Besaluel Botelho

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

15:00 - 15:30

### **As vantagens energéticas do Brasil**

Henry Joseph Junior

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

15:30 - 16:00

### **Os desafios do transporte de passageiros**

Francisco Christovam

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

16:00 - 16:50

### **Mesa Redonda**

Besaluel Botelho, Henry Joseph Junior,

Francisco Christovam, Fred Carvalho

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

18:00 - 19:20

### **Criatividade que gera movimento! Cases de customização e mobilidade com acessibilidade**

Caio Strumiello, Sena Barbosa

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

19:30 - 20:30

### **Inovação e Tecnologia para o setor de Aftermarket da reparação automotiva**

Roberto Tardelli, Fábio Moraes

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

## Quinta-feira - 27 de abril

14:00 - 14:50

### **Movimento nas oficinas mecânicas pós pandemia**

Atila Paulino, Carlos Souza

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

15:00 - 15:50

### **REMAN HOUR – Sustentabilidade, Competitividade e Segurança em Movimento**

Jefferson Germano

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

16:00 - 16:50

### **Programa Loja Legal - Aperfeiçoamento e profissionalização do varejo**

Reginaldo Oliveira

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

18:00 - 19:20

### **Diversidade na Oficina**

Ana Paula Conceição Bacelar Ferreira, Paula Mascari

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

## Sexta-feira - 28 de abril

14:00 - 14:50

### **O futuro do setor de reposição e reparação.**

Fernando Landulfo

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

15:00 - 15:50

### **A/C Automotivo: reparo e manutenção**

Prof Sergio Eugênio, Leonardo Cozac

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

16:00 - 16:50

### **Certificação IQA de Vendedores de Autopeças – Lançamento Oficial**

Sérgio Ricardo Fabiano

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

17:00 - 17:50

### **Acessibilidade e Inclusão de surdos no mercado automotivo**

Itamar Gilli Munhoz

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

18:00 - 19:20

### **Gestão de Oficina**

Prof. Scopino, Rodrigo Rateiro, Silvio Candido

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

19:30 - 20:30

### **8 passos para desvendar a saúde da sua oficina**

Fábio Moraes

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

## Sábado - 29 de abril

10:00 - 10:50

### **Diversidade no chão da oficina**

Wellyson Reis

11:00 - 11:50

### **Certificação IQA de Reparadores Automotivos – Um Diferencial Competitivo para Profissionais e Empresas**

Sérgio Ricardo Fabiano

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

12:00 - 13:15

### **Subindo a régua da oficina**

Sandro Santos, Ludovico Martino Filho

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

13:15 - 14:30

### **Mecânica não é coisa só de meninos**

Thais Roland, Eliana Malizia

Automec XP - Rua C 240 - Pavilhão 7

Seguro,  
rápido e  
**Pronto!**



### SEM TAXA DE ANTECIPAÇÃO

Parcele suas vendas em  
**até 12X** e antecipe o valor  
integral, sem pagar nada por isso.

### COMPRA PEÇAS COM O SEU SALDO

Com o dinheiro em caixa, você  
compra mais e abastece o seu estoque.



**A MAQUININHA EXCLUSIVA  
DO SETOR AUTOMOTIVO.**



**11 3155.7600**

f @ /maquinapronto

Acesse nosso WhatsApp e confira  
todas as vantagens da PRONTO!



**Pronto!**  
www.semprepronto.com.br

# Lançamentos de grandes marcas em destaque

O fato de a Automec não apenas atrair a atenção de milhares de pessoas para seus estandes, mas, acima de tudo, contar com um público qualificado, composto por profissionais e tomadores de decisão

de todos os elos do aftermarket automotivo, torna a feira o cenário ideal para que as marcas apresentem suas novidades ao mercado. Por isso, a lista de lançamentos prevista para a edição atual do evento

está recheada e inclui produtos, serviços, ações de treinamento e até novos conceitos de posicionamento de marca. Para dar um gostinho prévio – e apenas isso porque mês que vem tem

muito mais – do que você encontrará na feira, separamos algumas das principais novidades previamente anunciadas por empresas consagradas do aftermarket nacional. Veja a seguir.

## ARTEB



Marca presença no evento com stand moderno, trazendo o portfólio original e lançamentos com tecnologia de ponta, reforçando o posicionamento da marca no mercado e mostrando também a nova comunicação visual da empresa. Haverá ação interativa com o público com muita tecnologia.

## BORGWARNER

Apostando na inovação e no conceito de ESG, apresenta a certificação pioneira de “Remanufatura Fabricante Original”, um selo que constará nas embalagens de todo produto remanufaturado da marca, garantindo a confiabilidade sobre um processo de remanufatura sustentável e que segue todos os requisitos de qualidade de um produto novo.

## BOSCH

Preparou lançamentos de autopeças para veículos leves e pesados, destacando produtos das linhas de elétrica, filtro e iluminação, além de bombas de combustível, recicladora de ar-condicionado e mantenedores de bateria. Também enfatiza a apresentação de novas possibilidades do eXtra – programa de fidelidade aberto a todas as oficinas do país, tanto da rede Bosch quanto as independentes.

## COBRA



Chega com toda a qualidade e benefícios que os produtos da marca produzida e distribuída com exclusividade pela Cobra Rolamentos podem oferecer. Estão à disposição profissionais especializados para

esclarecer dúvidas e apresentar o portfólio da marca de maneira completa e detalhada. Como atração principal, a Cobra traz o carro da equipe que patrocina na Stock Car com as presenças do piloto Bruno Baptista e do chefe de equipe, Nonô Figueiredo.

## CONTROIL

Especialista em componentes para o sistema hidráulico de freio, a Controil apresenta os mais novos lançamentos de seu portfólio, como kit de reparo de pinça, válvula sensível a carga e a nova geração de cilindro mestre de alumínio. São peças com novas tecnologias e que são conectadas com sistema de freio ABS, além da linha de polímeros. No estande, muita interatividade e o primeiro curso no Brasil para mecânicos no metaverso chamado MetaMecânicoVerso.

## DAYCO/NYTRON



A Dayco e a Nytron mais uma vez participam da Automec apresentando suas linhas de correias, polias, tensionadores e kits de distribuição para veículos leves e pesados. A Dayco ainda faz um super lançamento, exclusivamente na feira. Quem quiser conferir qual é a novidade, terá que visitar o estande da empresa.

## DNI



Apresenta os produtos já consagrados no mercado, como interruptores de vidro, solenoides de parada, auxiliares de partida, fusíveis universais, tomadas de engate (aplicado também em veículos híbridos da linha leve) além do lançamento de uma linha completa de COMUTADORES DE IGNIÇÃO para veículos leves e pesados. Como destaque, a extensão elétrica residencial de tomada (plug-in) para veículos híbridos e elétricos.

## EATON



Portfólio completo da marca EAP (Eaton Aftermarket Parts), linha que alia a qualidade e expertise centenária da multinacional com preços mais acessíveis. Entre os lançamentos anunciados, apresenta em primeira mão a linha de Lubrificantes para motores a diesel, que contempla três produtos para aplicações diversas. Já no portfólio tradicional, a novidade é a nova embreagem 280mm para aplicação na família Delivery Express. O veículo que já é equipado com o câmbio ESO-4106, agora também tem a embreagem Eaton e passará a atender esta demanda do mercado.

## FRAS-LE

Apresenta a linha pastilhas de freio Fras-le EHnergy destinada a veículos elétricos e híbridos para o mercado de reposição nacional. Para o segmento de veículos comerciais, a novidade é a nova formulação de pastilhas de freio e lonas para caminhões e ônibus que oferecem maior durabilidade comprovada em testes. No estande, muita interatividade e o primeiro curso no Brasil para mecânicos no metaverso chamado MetaMecânicoVerso.

## FREMAX

Lança a linha Maxcover com tecnologia exclusiva Nanopaint que consiste em revestimento protetivo à base d'água, com aditivo nano tecnológico de óxido de nióbio que garante alta performance anticorrosiva e estética. Muita interatividade e o primeiro curso no Brasil para mecânicos no metaverso chamado MetaMecânicoVerso.

## GATES



produtos recém-lançados, como a nova correia Micro-V, mais eficiente e fácil de instalar; a nova geração de bombas d'água para os sistemas de arrefecimento; mangueiras de arrefecimento com tecnologia EPDM (Etileno Propileno Dieno Monômero); e as Mangueiras Turbo Charger, com qualidade de equipamento original para a reposição. Apresenta também a linha de correias CVT G-Force, ideais para veículos ATV e UTV, mais utilizado em estradas off-road e competições rally.

Estande repleto de novidades e

## MARELLI COFAP

Presente na Automec 2023 em um estande com mais de 400m<sup>2</sup>. Durante o evento, os visitantes poderão conhecer todas as linhas de produtos das marcas Cofap e Magneti Marelli e seus principais lançamentos, além de participar de experiências exclusivas preparadas pela empresa. Com o maior portfólio do segmento, a Marelli Cofap Aftermarket oferece cerca de 80 famílias de produtos destinados às linhas leve, pesada, agrícola e duas rodas.

## MOTORSERVICE



KOLBENSCHMIDT

A Motorservice apresenta, na Automec, novas tecnologias das marcas KS (Kolbenschmidt) e Pierburg com qualidade original, incluindo itens mecatrônicos, componentes de motor e sistemas para a mobilidade. Uma das atrações fica por conta de componentes para o Euro 6, tecnologia de motores de combustão interna que atende aos padrões de emissões mais rigorosos da União Europeia e que começa a ser introduzida no Brasil. Também apresenta portfólio completo para motores 3 cilindros. No stand, os visitantes podem participar da Roleta Premiada e concorrer a prêmios.

## MTE-THOMSON



A empresa leva para essa Automec seu portfólio completo de produtos para injeção eletrônica e temperatura, as cinco tecnologias de sonda lambda, sendo a única indústria brasileira a oferecer essa gama para o mercado de reposição. Além disso, o seu recém-lançado Cat-E Zap, catálogo no Whatsapp. A empresa promete experiências sensoriais diferenciadas, nunca vistas antes na Automec, para quem visitar o estande.

## NAKATA

Com 70 anos de atuação, a Nakata esta pela primeira vez na Automec junto com as marcas Fras-le e das Empresas Randon. Traz os últimos lançamentos de componentes para suspensão, transmissão e freios para as linhas leve, pesada e duas rodas. Os destaques são a pastilha de freio e cabo de embreagem para motocicletas. No estande, muita interatividade e o primeiro curso no Brasil para mecânicos no metaverso chamado MetaMecânicoVerso.

## NTN



para o aftermarket ganhou força na companhia nos últimos anos, com muita oportunidade de crescimento. “Desenvolvemos soluções para o mercado que vão além do produto com alto padrão de qualidade. Temos, por exemplo, o cartão ASB para verificar as condições do sensor e o desgaste do ABS, recurso que facilita o diagnóstico dos mecânicos, uma tecnologia inovadora, além de ferramentas para reparo de rolamentos. Somos especialistas em rolamentos, com mais de um século de experiência”.

Este ano, o estande está totalmente voltado ao mercado de reposição. Segundo a gerente de vendas e marketing, Mariana Di Monte, a ampliação dos negócios

## RIOSULENSE

Na prateleira de lançamentos da empresa catarinense, itens como bronzinas, parafusos de cabeçote, juntas de motor, kit comando e kit distribuição da linha leve, além do kit válvula, com e sem mola, para linha pesada.

## SABÓ

Apresenta, além de seus itens de juntas, retentores e sistemas integrados de vedação para as linhas leve, utilitários e pesada, a linha completa de produtos para os motores 3 cilindros, em alta no mercado atualmente. Receberá também a visita dos “Especialistas SABÓ”, os influencers Tenório Júnior (26/04), Mineirinho (27/04) e Marcelo Tonella (28/04).

## SCHULZ



Para marcar os 60 anos de fundação, mostra sua ampla linha com mais de 800 itens para veículos pesados e utilitários. São dezenas de opções em compressores, componentes pneumáticos, câmaras, catracas, sapatas, rolamentos, bombas hidráulicas e sistemas para bascular cabines. Em complemento, a empresa lança a Attrezzi, sua nova marca especializada em soluções para implementos rodoviários e agrícolas.

## TMD FRICTION/COBREQ



Muitas novidades na Automec. São novos produtos para as linhas leve e pesada com pastilhas tradicionais e cerâmicas e também linha moto, com seus kits de transmissão, além de produtos de qualidade premium com a marca alemã Textar e o lançamento da marca Pagid Racing no Brasil, com pastilhas para veículos de competição “super premium”, como Lamborghini, Ferrari, Porsche e Audi.

## ZEN



Lança nova linha de rolamentos de alta performance para ar-condicionado. Os rolamentos são componentes essenciais para o funcionamento adequado dos compressores de ar-condicionado, permitindo o movimento suave da polia do compressor. Os rolamentos ZEN possuem selos de excelente vedação anticontaminante, graxa especial e gaiola de polímero em toda a linha, que garantem maior vida útil do produto. No portfólio ZEN, impulsores de partida, polias de alternador, tensores de correia, kits de distribuição, motores de partida, alternadores, rolamentos, mancais e planetárias.

## ZM



A ZM, indústria catarinense 100% brasileira, comemora seus 40 anos de existência durante a Automec e aproveita para apresentar o lançamento de sua linha de impulsores, além dos itens de suspensão e direção para a linha pesada. A empresa leva também para o evento o piloto que patrocina, Raphael Abbate, da Copa Truck, no dia 25.

# AUTOMECC

15ª FEIRA INTERNACIONAL DE AUTOPEÇAS, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS

## AUTOMECC AO VIVO

**Inédito e Exclusivo na A.TV**

**Você pode pela primeira vez participar da maior feira do Aftermarket Automotivo brasileiro, que está de volta de 25 a 29 de abril de 2023, através de um novo canal.**

Uma inédita parceria firmada entre a NHM Novomeio Hub de Mídia e a RX Brasil, organizadora da Automec, trará cobertura diária ao vivo o evento através do primeiro canal de vídeo do mercado, a A.TV.

De qualquer cidade, estado ou país do mundo você poderá participar da Automec'23 e acompanhar o nosso jornalismo através de entrevistas, reportagens, flagrantes, lançamentos e notícias ao vivo direto de nosso estúdio montado no evento.

**A.TV NA AUTOMECC AGORA É ONLINE E AO VIVO PARA MARCAS E PÚBLICOS.**

# AUTOMEC

15ª FEIRA INTERNACIONAL DE AUTOPEÇAS, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS

· LEVES · PESADOS · COMERCIAIS ·



# 25<sup>a</sup> 29 ABRIL 2023

## SÃO PAULO EXPO





# Geração de dados veiculares é mercado de até 400 bilhões de euros em 2030

*Cifra foi calculada pela consultoria Fortune Business Insights e representa o principal fator que justifica a estratégia das montadoras para a renteção dessas informações*

Vivemos a era do big data e cada um de nós é gerador de dados em tempo real todos os dias. Aplicativos das mais diferentes finalidades, uma fatura de mídias sociais e conexão à internet em tempo integral a cada segundo providenciam informações sobre onde estamos, quanto gastamos, que percurso fazemos, com quem conversamos e o que consumimos, entre outras tantas possibilidades relacionadas à nossa rotina. O mesmo se aplica e se aplicará

cada vez mais aos automóveis. O carro conectado não é só um veículo que oferece um leque de entretenimento e serviços absolutamente inimagináveis há alguns anos. É também um smartphone sobre rodas que igualmente produz dados o tempo todo. Uma discussão ética que vem se impondo globalmente diz respeito à propriedade dessas informações que geramos via celular, computadores pessoais e, claro, os auto-

móveis conectados. O bom senso determinaria nosso “direito autoral” a esse valiosíssimo conteúdo – afinal, lá está a “ultrassonografia” da nossa própria existência. Mas, na prática, não é isso que ocorre. Enquanto cada país ou bloco político-econômico não estabelecer regras claras e definitivas sobre a propriedade dos dados gerados – mesmo que involuntariamente – por cada cidadão, o risco de posse e

utilização indevida das informações seguirá em aberto. Mas, vamos nos ater ao setor automotivo, que é aquilo que nos interessa nesta publicação. O Brasil, aos costumes, ainda não se debruçou de forma consistente sobre a questão. Então, também aos costumes, nos cabe acompanhar como a trama vem se desenrolando no exterior – afinal, muito do que for feito lá fora terminará por ser referência para o que viermos depois a fazer por aqui.

## EMBATE

O mês de abril começou assistindo a mais uma etapa no embate entre o aftermarket automotivo e a União Europeia. Grupos que representam o setor de reparação independente voltaram a questionar os gestores do bloco sobre a paralisação do debate acerca da elaboração das regras necessárias para regulamentar o acesso aos dados veiculares, questão inserida no movimento Right to Repair. Segundo estas associações, a estagnação de um plano organizacional pode abrir caminho para a concorrência desleal de empresas de tecnologia vindas da China e dos Estados Unidos.

Por trás deste debate está um imenso volume de dinheiro do qual as montadoras, ao que tudo indica, não estão dispostas a abrir mão. De acordo com cálculos da consultoria Fortune Business Insights, os dados gerados pelos veículos conectados podem proporcionar uma receita que variará entre 250 bilhões e 400 bilhões de euros até 2030. Uma grande parte desta fortuna viria da venda do acesso às informações na nuvem aos reparadores independentes, feita por meio de licenças e, posteriormente, mensalidades, além de softwares, atualizações de programas e tantas outras possibilidades que

certamente ainda serão expandidas a partir da própria e acelerada evolução tecnológica. É claro que a comercialização de tais dados não ficaria restrita aos estabelecimentos de manutenção veicular. A capacidade ilimitada do carro conectado de monitorar os hábitos dos consumidores interessa para quase todos os setores de negócios: desde seguradoras, postos de combustíveis até restaurantes – e muito, muito mais. Como diriam as antigas fábulas infantis, aí está um verdadeiro pote de ouro. E em que pé a coisa anda por lá? Uma legislação clara sobre o com-

partilhamento de dados – que ainda não existe na União Europeia – estava prometida pelo Conselho Europeu para este segundo trimestre. No entanto, a questão não teve continuidade e até este momento não foi elaborada uma proposta legislativa. Os reparadores agora pressionam pela retomada urgente do debate e a criação de um cronograma que seja respeitado para que a propriedade e o acesso aos dados sejam devidamente regidos por uma regulamentação que democratize o uso adequado dessas informações e, acima de tudo, garanta o direito à liberdade de escolha por parte dos consumidores.

# Prêmio **INOVA** POWERED BY AFTER.LAB

**A 10ª EDIÇÃO DO PRÊMIO INOVA 2023 JÁ TEM DATA, HORA E ACONTECERÁ  
NA MAIOR FEIRA DE AUTOPEÇAS E SERVIÇOS AUTOMOTIVOS DA AMÉRICA LATINA.**

COM NOVAS CATEGORIAS E CERIMÔNIA DE PREMIAÇÃO E COM TRANSMISSÃO  
AO VIVO PELA A.TV, A 10ª EDIÇÃO DO PRÊMIO INOVA ACONTECERÁ NA AUTOMECC.

**25 DE ABRIL, 17H00**

SÃO PAULO EXPO - SALA 207 DO MEZANINO

**VAMOS JUNTOS HOMENAGEAR AS MAIORES INDÚSTRIAS DE  
AUTOPEÇAS ELEITAS PELOS VAREJISTAS DE TODO BRASIL.**

PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO



PARTICIPAÇÃO



DIVULGAÇÃO





O engenheiro Eduardo Ferreira é CEO e Co-founder da Cinnecta, empresa de inteligência de dados especialista no entendimento do comportamento de clientes

## Inteligência de dados e análise do comportamento do cliente para escalar marketing

Equilibrar as métricas de saúde do negócio, o sucesso das campanhas e o engajamento dos clientes em um cenário que considera fatores cada vez mais diversos são alguns dos desafios encontrados hoje pelos líderes de marketing das empresas. Nesse cenário, se torna essencial olhar para estratégias que consideram a segmentação de clientes e uma visão 360, a personalização da comunicação, o timing nos diversos canais e a construção de um públi-

co verdadeiramente envolvido com a marca.

Tudo isso implica na necessidade de conhecer o cliente com profundidade e entender não só o histórico dele, como também as preferências, as necessidades, as tendências e o perfil de comportamento. Mas o que realmente torna esse conhecimento acionável e aplicável para a geração de resultados expressivos é a consideração do momento em que o cliente se encontra.

Para além do momento – e da consideração de cenários como um casamento, a aquisição de um imóvel ou uma troca de emprego – é preciso ter um cuidado especial com a fase em que o cliente se encontra no ciclo de vida dentro da sua base. Ter uma visão completa do cliente é entender como será a jornada dele ao longo de todas as etapas do ciclo e como você pode se manter relevante para ele em cada um dos momentos. Essa é a chave para uma estratégia

que aproveita as oportunidades de rentabilização, que fideliza nos momentos certos e que gera as melhores experiências para o consumidor. A partir disso, você obtém também a previsibilidade, o que é decisivo para o seu time de marketing garantir o timing de estratégias de rentabilização e retenção, ao associar todos esses parâmetros para gerar recomendação de ações mais direcionadas e personalizadas de maneira escalável.

### Os desafios da personalização escalável

A personalização é um dos fatores cruciais para o sucesso de um negócio no cenário atual – de alta competitividade e baixa fidelidade de clientes. Um contexto no qual a rentabilização da base ganha uma maior fatia nos resultados da empresa quando comparada à aquisição.

Existem personas, clusters, microclusters e perfis, e as dificuldades de trabalhar as segmentações e as personalizações dentro de grandes campanhas podem ser desafiadoras para os líderes que buscam estratégias escaláveis. Mas não precisa ser assim, é possível sim ter uma visão completa do cliente, trabalhar com perfis

assertivos e bem segmentados e ainda assim conseguir escalabilidade e agilidade nas campanhas, mesmo que elas se estendam por diferentes canais.

E a resposta para isso é a inovação e uma cultura data-driven. É o trabalho com diferentes fontes de dados, com tecnologia de vanguarda e com ferramentas capazes de agregar inteligência aos processos. A partir da inteligência de dados e de modelos que consideram aspectos comportamentais, transacionais, demográficos e geográficos, é possível ter uma visão completa dos clientes, traçar semelhanças entre grupos e entender as tendên-

cias dos perfis em longo prazo.

Assim, as estratégias podem ser personalizadas e segmentadas de diversas maneiras em cada etapa do ciclo de vida. Seja por direcionamento dos produtos certos, de campanhas de rentabilização no melhor momento ou de estratégias de fidelização para clientes com propensão ao churn. Além disso, com uma visão completa do cliente, é possível ter uma análise preditiva do lifetime value (LTV) dele e entender o potencial de geração de valor de cada perfil, o que te ajuda a concentrar os esforços nos clientes mais rentáveis.

### Métricas que privilegiam o crescimento rentável e sustentável

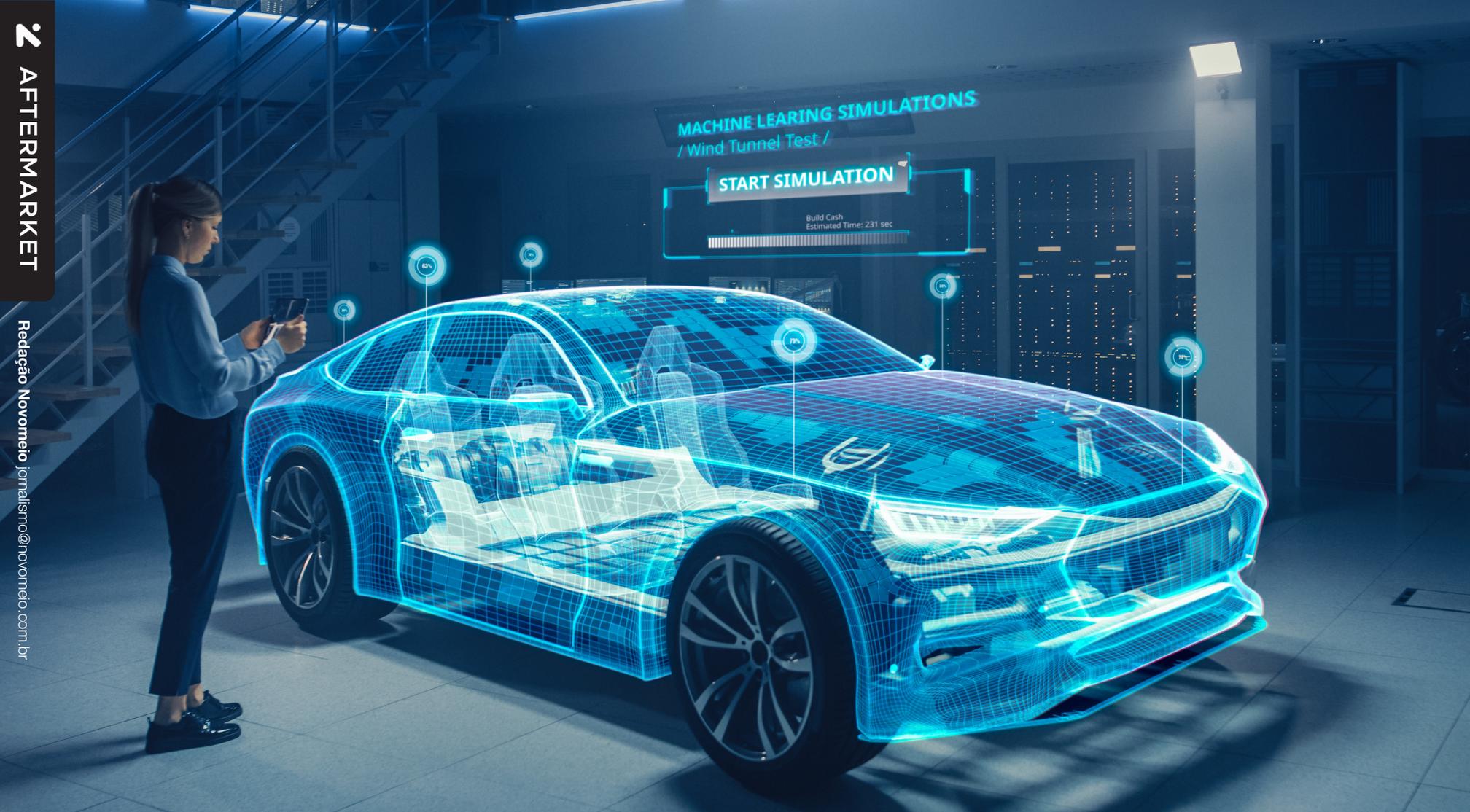
A relação entre CAC e LTV é uma das mais importantes para a análise da saúde do negócio. No entanto, a prática mais comum dentro do marketing é a de buscar a diminuição custo de aquisição de clientes (CAC) em todas as estratégias, o que pode não ser a melhor maneira de buscar a rentabilidade em longo prazo. A verdade é que aumentar o CAC pode ser uma boa ideia para melhorar os resultados de negócio. O equilíbrio com o LTV é imprescindível, mas se um cliente apre-

senta uma oportunidade de LTV maior, vale a pena investir mais na ativação e na retenção dele.

Uma das lacunas que existem no mercado hoje é não calcular o LTV de forma segmentada e preditiva e, portanto, não saber qual cliente vale o maior investimento no início do relacionamento com a empresa. Esse cálculo também permite que, ao invés da preocupação desproporcional com ROAS e ROI, o marketing possa focar os seus esforços de cresci-

mento na identificação de todo o potencial de lifetime value que os clientes que já estão na base possuem. E é possível observar as oportunidades desde o primeiro dia como consumidor.

Investir de forma consistente em estratégias de upsell, cross-sell e retenção garante maior rentabilidade em longo prazo. No fim do dia, atrair novos clientes sai mais caro do que reter os que você já conquistou, principalmente se você sabe como e quando engajar com eles.



## Novas tecnologias chegam à reposição e acesso a dados do veículo se torna fundamental

*Conferência do aftermarke realizada na Europa destaca ainda necessidade de segurança cibernética e mais veículos de frotas nas ruas*

A indústria automotiva passa por uma transformação sem paralelo graças à migração para os veículos elétricos a bateria e o surgimento de carros conectados equipados com as novas arquiteturas Elétrica e Eletrônica (E/E). Conforme estas inovações disruptivas ganham impulso, toda a cadeia de valor deve se preparar para os desafios de manutenção desses veículos nas próximas décadas.

Os desafios para o setor de serviços foram o foco da 14ª edição da Aftermarket Conference 2023 realizada pela CLEPA - European Association of Automotive Suppliers. O evento teve como tema Aftermarket Conference 2023, com o tema 'Driving Service

Innovation', ou Impulsionando a Inovação nos Serviços. Foram mais de 180 participantes, entre oradores da Comissão, do Parlamento e da indústria europeia, reunidos em Bruxelas, capital da Bélgica, entre os dias 29 e 30 de março.

### CONSUMIDOR

Em seu discurso de boas-vindas, o secretário-geral da CLEPA, Benjamin Krieger, afirmou que a confiança do consumidor é crucial para a aceitação e implantação de novas tecnologias. "Isso é melhor alcançada por uma ampla escolha de reparadores qualificados e equipados no mercado de reposição, garantindo serviço contínuo

ao longo da vida útil dos veículos".

A presença do consumidor no centro do debate também é vista como muito relevante por Hasmeet Kaur, da Roland Berger, que compartilhou seus pensamentos sobre a 'Visão da Mobilidade em 2040'.

Mark Nicklas, chefe da Unidade de Mobilidade na Direção-Geral da Comissão Europeia para Mercado Interno, abriu o segundo dia da conferência com uma visão geral sobre regulamentos relevantes para o mercado de reposição, afirmando que a segurança cibernética é essencial, mas exigirá mais intervenção regulatória para garantir condições equitativas. A plateia também notou que a

Comissão ainda planeja desenvolver uma proposta de regulamento setorial específico para complementar a Lei de Dados da UE no que diz respeito ao uso de dados gerados pelos veículos. Neste sentido, Angelica Petrov, assessora de Políticas no escritório do MPE Alin Mituta, apresentou a opinião do Parlamento sobre a Lei de Dados. Ela destacou os desafios para alcançar um equilíbrio entre proteger os direitos de propriedade intelectual e os segredos comerciais, ao mesmo tempo em que se possa permitir a partilha de dados no regulamento horizontal dentro de uma definição clara do significado de "dados".

# Participação das frotas vai crescer com elétricos

Alexander Brenner, do Boston Consulting Group, apresentou na conferência de aftermarket as primeiras descobertas de um estudo conjunto com a CLEPA sobre o impacto das frotas no mercado de reposição. O trabalho revelou que em 2030, cerca de 15% dos carros de passeio serão de propriedade e operados por frotas, com 62% de veículos elétricos a bateria (BEV) no cenário base – o Brasil também assiste a um movimento semelhante, aqui chamado de “pejotização da frota”. Segundo o estudo, o volume futuro do mercado para reparo e manutenção, pneus, reparos de colisão e acessórios, será

determinado pelo porcentual geral de veículos pertencentes a frotas, bem como a proporção de BEVs dentro desses parques veiculares.

Na segunda metade do evento, Damian Dyrbusch, chefe do recém-fundado Bosch Center of Competence for Mobility System Architectures, forneceu insights sobre a arquitetura E/E de veículos conectados como parte de um ecossistema mais amplo. Isso levou a um painel de discussão sobre os desafios que as novas tecnologias representam para o mercado de reposição. Eric-Mark Huitema (AVERE), Christian Knobloch (Knobloch & Gröhn), Stefan von

Dalen (Hella), Dominik Lutter (ZDK) e Hari Ramakrishnan (FIGIEFA) discutiram o futuro papel das montadoras e players de tecnologia, além do impacto das medidas de segurança cibernética exigidas dos OEMs. O painel também abordou a relevância das atualizações de software. Embora a capacidade técnica do software e as atualizações tenham sido consideradas relevantes, medidas de segurança cibernética e acesso a dados no veículo foram consideradas questões determinantes de concorrência no mercado de reposição.

Frank Schlehuber, consultor sênior de Assuntos de Mercado da CLEPA,

encerrou a 14ª edição da Conferência com um alerta: “O mercado de reposição deve se preparar para novas tecnologias, novos players no setor e aumento dos negócios das frotas. Há grandes expectativas em relação aos formuladores de políticas para um quadro regulamentar robusto para garantir um campo de jogo nivelado, mas é bom ver que o setor já se prepara para os desafios futuros. Vimos práticas e exemplos impressionantes, me deixando confiante de que o mercado de reposição terá força e criatividade para adaptar-se às novas tecnologias”.

Eletrificação impulsionará participação de carros operados e mantidos por frotas



# Venda de usados cresce 11% em março sobre o ano passado

O mercado de carros usados continua em expansão, o que representa uma boa notícia para o aftermarket automotivo. No mês de março passado, o volume de vendas cresceu 11,12% na comparação com o mesmo período do ano passado, segundo a Fenabrave Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores. Foram comercializados 812.244 veículos.

Na comparação mensal, o crescimento foi bem maior: 30,69%. No entanto, é preciso considerar que em fevereiro o número de dias úteis é menor – além disso, também houve o recesso do Carnaval.

No total acumulado, 2.107.350 unidades já foram comercializadas em 2023.



Ed. 219  
Informativo - Usados  
São Paulo, Abril de 2023

## Resumo Mensal Março de 2023

Segmentos	2023	2023	2023	2022	2022	Variação		
	Mar (A)	Fev (B)	Acumulado (C)	Mar (D)	Acumulado (E)	(A)/(B)	(A)/(D)	(C)/(E)
A) Autos	812.244	621.492	2.107.350	730.964	1.956.000	30,69▲	11,12▲	7,74▲
B) Com. Leves	141.638	105.085	357.759	128.902	339.247	34,78▲	9,88▲	5,46▲
A + B	953.882	726.577	2.465.109	859.866	2.295.247	31,28▲	10,93▲	7,40▲
C) Caminhões	32.576	23.657	80.766	29.860	79.025	37,70▲	9,10▲	2,20▲
D) Ônibus	4.530	3.624	11.501	4.481	10.919	25,00▲	1,09▲	5,33▲
C + D	37.106	27.281	92.267	34.341	89.944	36,01▲	8,05▲	2,58▲
Subtotal	990.988	753.858	2.557.376	894.207	2.385.191	31,46▲	10,82▲	7,22▲
E) Motos	298.617	221.788	753.229	280.907	735.070	34,64▲	6,30▲	2,47▲
F) Impl. Rod.	8.814	6.875	23.368	7.310	20.482	28,20▲	20,57▲	14,09▲
Outros	9.376	6.901	23.317	7.574	20.011	35,86▲	23,79▲	16,52▲
<b>Total</b>	<b>1.307.795</b>	<b>989.422</b>	<b>3.357.290</b>	<b>1.189.998</b>	<b>3.160.754</b>	<b>32,18▲</b>	<b>9,90▲</b>	<b>6,22▲</b>

## Veículos usados negociados por novos emplacados

A	B	A+B	C	D	C+D	Subtotal	E	F	Outros	Total
Autos	Com. Leves		Caminhões	Ônibus			Motos	Impl. Rod		
5,6	3,5	5,1	3,5	1,5	3,0	5,0	2,0	1,1	0,8	3,6

Autos	Jan/23	Fev/23	Mar/23
BI-Combustível	495.881	457.594	598.456
Demais	177.733	163.898	213.788
<b>Total</b>	<b>673.614</b>	<b>621.492</b>	<b>812.244</b>

Comerciais Leves	Jan/23	Fev/23	Mar/23
BI-Combustível	55.883	53.223	71.905
Demais	55.153	51.862	69.733
<b>Total</b>	<b>111.036</b>	<b>105.085</b>	<b>141.638</b>

Autos	Jan/23	Fev/23	Mar/23
BI-Combustível	73,62%	73,63%	73,68%
Demais	26,38%	26,37%	26,32%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Comerciais Leves	Jan/23	Fev/23	Mar/23
BI-Combustível	50,33%	50,65%	50,77%
Demais	49,67%	49,35%	49,23%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



ABComm estima que o e-commerce deve movimentar R\$186 bilhões até o fim de 2023

## Brasil ganha 36 mil novas lojas virtuais em 2022

O e-commerce no Brasil está evoluindo constantemente desde o impulsionamento da pandemia, aumentando suas vendas e crescimento, assim como o desenvolvimento de novas tecnologias e ferramentas.

Segundo pesquisa da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico, o número de lojas em 2021 foi de 529.193 para 565.300 em 2022, o que representa um cres-

cimento de 6,82%.

Para se ter uma ideia, as vendas totais registradas no e-commerce brasileiro atingiram a marca de R\$169,6 bilhões em 2022, revelando um crescimento de 5% em relação ao ano anterior. Foram cerca de 368,7 milhões de pedidos e um ticket médio de R\$460 por cliente no ano passado, segundo a ABComm. Para 2023, a projeção de cresci-

mento é maior. A expectativa gira em torno de 9,5%, podendo atingir os R\$186 bilhões ao fim do ano. No período, o ticket médio deve se manter ainda em equilíbrio, chegando a R\$470. Já os pedidos podem alcançar os 395 milhões.

“O período da pandemia foi propício para um crescimento expressivo, o número de lojas online teve um salto muito grande

e o comércio eletrônico continua em constante evolução. Hoje em dia o consumidor tem a variedade para comprar tanto no varejo físico quanto no e-commerce, o que torna o ambiente encorajador para os varejistas desenvolverem novas tecnologias, melhorar o atendimento ao consumidor e sua experiência”, diz Maurício Salvador, presidente da ABComm.

# PORT FÓLIO completo

#vocêmaisconectado

## Linha de direção e suspensão

Faça seu pedido através do canal digital DPK ou entre em contato com o seu vendedor.

acesse:



Frédéric Sebbagh, presidente da Continental para a América do Sul, assina o contrato da ampliação da fábrica de Ponta Grossa (PR) com o governador Carlos Massa Ratinho Jr. e a Prefeita Elizabeth Schmidt

## Continental investe na fábrica de Ponta Grossa e expande produção de correias transportadoras de alta resistência

A Continental anuncia o plano de investimento de, aproximadamente, R\$ 175 milhões na ampliação da produção de correias transportadoras de cabos de aço, com resistência superior a 6.000 N/mm e até 10.000 N/mm, na fábrica de Ponta Grossa (PR). Com o investimento, a companhia torna-se a primeira a oferecer esta tecnologia com produção local. A unidade fabril será ampliada em mais 7.000 m<sup>2</sup>, totalizando cerca de 49.000 m<sup>2</sup> de área construída.

Com o início das operações previsto para o terceiro trimestre de 2024, a expansão planejada das atividades foi motivada para

atender melhor a crescente necessidade dessas tecnológicas correias nas operações de cargas pesadas em toda a América do Sul. “É um mercado que tem muita demanda de soluções para manuseio de matérias-primas como ferro e cobre, fruto da mobilidade urbanizada e elétrica”, enfatiza Frédéric Sebbagh, presidente da Continental para América do Sul.

A ampliação da fábrica foi anunciada por Sebbagh junto ao governador do estado do Paraná, Carlos Massa Ratinho Jr., e à prefeita da cidade, Elizabeth Schmidt.

Para o governador Carlos Massa

Ratinho Jr., a expansão da unidade da Continental em Ponta Grossa é de muita importância para o Estado. “Vai potencializar ainda mais a produção, gerar mais emprego e renda para os paranaenses. E com o setor industrial cada vez mais forte, nossa economia vai prosperar e reforçar nossa posição no cenário nacional”.

A prefeita Elizabeth Schmidt destaca: “Temos tido um crescimento expressivo na área industrial, consolidando nossa cidade como uma das gigantes do país em ambiente de negócios e com muita expressão na arrecadação de ICMS no Paraná. A Conti-

ental faz parte desta história de progresso e soma no desenvolvimento de Ponta Grossa e na geração de empregos”.

A fábrica, inaugurada em 1999, tem quatro áreas de negócios: produção de correias de transmissão automotivas para veículos leves e pesados, fabricação de correias industriais de transmissão com foco no segmento agrícola; produção de sistemas antivibração para veículos leves e pesados; fabricação de sistemas de transmissão de fluidos para veículos leves; e produção de correias transportadoras para os segmentos de mineração e agrícola.

# Frasle Mobility: novo posicionamento reforça estratégia de negócios globais e completos

FOTO: Divulgação

Manter a vida em movimento por meio de um ecossistema de soluções inteligentes e sustentáveis. Com esta missão, a multinacional brasileira Fras-le apresenta ao mercado um novo posicionamento de marca corporativa. A companhia passa a se chamar Frasle Mobility, reforçando a estratégia de negócio como uma empresa global focada na segurança e na inovação em seus produtos e serviços, por meio de soluções completas para os clientes e parceiros. Este novo momento foi apresentado aos colaboradores nesta quarta-feira, 05 de abril.

“Em quase 70 anos de história, a Fras-le construiu uma reputação sólida e reconhecida por todo o mercado. Hoje, avançamos para além dos materiais para fricção, adicionando

operações em outros países e diversificando mercados, aumentando o mix de produtos. Mas, mais do que tudo, agregamos equipes e expertises plurais que nos trouxeram até a busca por uma marca que traduzisse essa trilha de evolução”, ressalta o diretor-superintendente da Frasle Mobility, Anderson Pontalti.

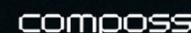
Com tecnologia avançada e sustentabilidade, a empresa desenvolve, produz e comercializa autopeças e serviços para diversas aplicações, que compõem um portfólio completo. Atualmente, mais da metade das receitas é suportada por um mix de componentes recente, como sistemas de freio, transmissão, direção e suspensão, e que se somam ao tradicional perfil de produtos que tornaram

a empresa referência global em materiais de fricção. A construção da nova identidade reposiciona a Frasle Mobility como uma house of brands, associada aos intensos ciclos de expansão vivenciados nos últimos 10 anos, projetando um futuro de novas possibilidades de evolução e crescimento.

“Somos uma empresa formada por mais de cinco mil pessoas, que constrói resultados efetivos, como alcançar uma receita líquida em 2022 que é quase quatro vezes maior do que era em 2016. Para seguirmos crescendo, buscamos agora ser reconhecidos também pela amplitude de nossos negócios, reforçando ainda mais a importância social e sustentável das nossas soluções”, complementa Pontalti.

A Frasle Mobility coloca ao alcance do consumidor mais de 14 mil referências de produtos para o controle de movimentos, como freios, materiais de fricção, suspensão, direção e transmissão para aplicações em veículos leves, pesados, motos e soluções para vagões ferroviários e aeronaves. Atualmente conta com 11 unidades industriais no Brasil, Estados Unidos, China, Argentina, Uruguai e Índia, nove centros de distribuição no Brasil, Argentina, Colômbia, China, Holanda e Reino Unido, quatro escritórios comerciais na Alemanha, Chile, México e Estados Unidos e centros de tecnologia e desenvolvimento, para atender os milhares de clientes da Frasle Mobility em mais de 125 países nos cinco continentes.

Acompanhando a transformação vivida nos últimos anos, companhia apresenta ao mercado uma nova identidade



# Schaeffler apresenta revestimento de superfície Corrotect N com maior proteção anticorrosiva

A Schaeffler anuncia a preparação das suas linhas de produção de rolamentos de fixação rápida para implementar o revestimento de superfície Corrotect N, em substituição ao Corrotect A. A previsão é que os rolamentos com a nova proteção cheguem ao mercado no primeiro quadrimestre de 2023.

O novo revestimento Corrotect N, marca registrada da Schaeffler contra corrosão, utiliza nanopartículas, que são incorporadas à superfície da peça. Este avanço em revestimento de superfície de rolamentos irá proporcionar maior poder de proteção anticorrosiva, sendo até duas vezes mais eficiente em relação à proteção contra corrosão.

Somado ao aumento da eficiência, o revestimento superficial Corrotect garante outras vantagens, dentre elas:

- Proteção anticorrosiva por todos os lados, incluindo as superfícies usinadas dos chanfros e raios.
- Penetração da corrosão por baixo das vedações é evitada por longo prazo.
- Graças ao efeito da proteção catódica, pequenas áreas não revestidas permanecem protegidas.
- Com a proteção anticorrosiva, é atingido um aumento significativo do tempo de serviço, em comparação às peças não revestidas.
- Plena intercambiabilidade entre rolamentos de mesma construção.
- Possibilita de substituir o aço inoxidável como material de rolamentos.

Os rolamentos com revestimento Corrotect são amplamente utilizados na área agrícola, por meio da conhecida linha GE que, por sua vez, faz parte da família X-Life, produtos de alto desempenho sob as marcas INA e FAG. Segundo Celso Silva, gerente de Aplicações e Vendas OE, nessas operações, cuja principal causa de substituição dos rolamentos é a corrosão, o Corrotect N garantirá menos manutenção e maior intervalo entre as trocas, gerando economia na operação.



Tecnologia baseada em nanopartículas garante maior proteção contra corrosão

Além da área agrícola, o Revestimento de Superfície Corrotect® é fundamental às aplicações em que a proteção anticorrosiva constitui um requisito, tais como guindastes, máquinas estacionárias, empilhadeiras, máquinas lavadoras, ferramentas elétricas e trens de laminação.



# Fábricas brasileiras da Umicore utilizam fontes de energia totalmente renováveis

As fábricas da Umicore no Brasil operam com energia 100% renovável. A matriz da companhia é predominantemente de fonte eólica e é assegurada mediante a emissão do Certificado Internacional de Energia Renovável I-REC (International Renewable Energy Certificate). De acordo com Paulo Barros, gerente de Suprimentos e Logística da Umicore, a empresa começou a operar com energia de fontes renováveis há mais de 10 anos no Brasil e em 2022 conquistou seu objetivo de certificar 100% da operação da empresa no país com compra e consumo de energia limpa. “O que temos de forma acurada e certificada

é que as nossas compras e consumo de energia no país em 2022 reduziram as emissões de CO2 em aproximadamente 704,6 toneladas”, acrescenta.

Assim como os produtos da multinacional, toda a cadeia logística da Umicore precisa ser objeto de iniciativas sustentáveis, por isso contratou energia de fontes limpas de parceiros confiáveis e de referência no mercado. O uso de matrizes limpas faz parte da estratégia RISE 2030 da companhia, sigla utilizada para denominar os quatro pilares que sustentarão as estratégias da empresa.

A letra R (Reliable) significa “confiável”

e indica que a Umicore quer combinar sua experiência como fornecedor de tecnologia para ser um parceiro de transformação confiável. A empresa tem como desafio ser mais do que apenas um fornecedor de tecnologia – a meta é aproveitar sua ampla experiência para ser percebida como um parceiro de transformação confiável.

A letra I (Innovation) significa “inovação”, tecnologia e liderança. A letra S (Sustainability) denota “sustentabilidade” e demonstra o desejo da Umicore de elevar o seu impacto positivo na sociedade e de se tornar a número um na sua categoria. Já a letra E (Ex-

cellence), significa que a “excelência” na execução dos trabalhos sempre será fundamental.

De acordo com Stephan Blumrich, vice-presidente da Umicore, a estratégia RISE 2030 inclui a descarbonização dos três escopos: emissões diretas (sob controle da companhia), emissões indiretas (compra de energia) e todas as outras emissões que ocorrem devido às atividades da empresa. “Elas são fontes que não são de nossa propriedade ou controle, mas estão incluídas aqui, por exemplo, viagens de negócios, bens e serviços adquiridos, uso de produtos vendidos, investimentos”, relata.

## TEM NOVIDADES NA MOTORS IMPORTS!

Lançamento	Lançamento	Lançamento	Lançamento	Lançamento
 <p>Item Exclusivo Motors Imports</p>				
29854 - ANEL PISTÃO BMW 3 320i (F30) 12/18 STD OBS	34994 - VÁLVULA TERMOSTÁTICA VW AMAROK 2.0 16V 12...	35088 - RESERVATÓRIO DE ÁGUA CITROEN JUMPY 1.6 17...	35090 - ROLAMENTO CARDAN BMW 3 (G20, G28) 330i 19...	35510 - POLIA VIRABREQUIM JEEP RENEGADE 1.3 20... OBS

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

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

Ganhadores do Prêmio Maiores e Melhores 2021

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



imagens meramente ilustrativas

**MAIOR**  
DISTRIBUIDOR  
DE AUTOPEÇAS  
PARA VEÍCULOS  
IMPORTADOS



DPTO. MARKETING MOTORS IMPORTS

ITAJAI-SC  
(47)3404-5885

SÃO JOSÉ-SC  
(48) 3249-4000

CURITIBA-PR  
(41) 3028-3333

PORTO ALEGRE-RS  
(51) 3368-3300

SÃO PAULO-SP  
(11) 3738-3738

CAMPINAS-SP  
(19) 3772-3150

RIO DE JANEIRO-RJ  
(21) 3037-1237

# Produção no primeiro trimestre é limitada por oito paradas temporárias de fábrica e dois cancelamentos de turno

ABR/2023 ABR 2023/  
Ed. 443 ABR 2023

anfavea.com.br

## Anfavea



CONDUZINDO O FUTURO DA MOBILIDADE NO BRASIL

# CARTA DA ANFAVEA

**Resultados de março e janeiro a março de 2023**

Results for march and January to march 2023 / Resultados de marzo y Enero a marzo de 2023



### Autoveículos - Vehicles / Vehículos

#### ▶ Licenciamento

Vehicle registration / Matriculación de vehículos

Unidades  
Units / Unidades

MAR 23 - MAR 23/MAR 23	199,0 mil Thousand/Mil
FEV 23 - FEB 23/FEB 23	129,9 mil Thousand/Mil
MAR 23/FEV 23 MAR 23/FEB 23 - MAR 23/FEB 23	53,1 %
MAR 22 - MAR 22/MAR 22	146,8 mil Thousand/Mil
MAR 23/MAR 22 FEB 23/FEB 22 - FEB 23/FEB 22	35,5 %
JAN-MAR 23 - JAN-MAR 23 - ENE-MAR 23	471,8 mil Thousand/Mil
JAN-MAR 22 - JAN-MAR 22 - ENE-MAR 22	405,7 mil Thousand/Mil
JAN-MAR 23 / JAN-MAR 22 JAN-MAR 23 / ENE-MAR 23 - JAN-MAR 22 / ENE-MAR 22	16,3 %

Fonte: Renavam/Denatran

#### ▶ Exportação

Export / Exportaciones

Unidades  
Units / Unidades

MAR 23 - MAR 23/MAR 23	44,7 mil Thousand/Mil
FEV 23 - FEB 23/FEB 23	34,5 mil Thousand/Mil
MAR 23/FEV 23 MAR 23/FEB 23 - MAR 23/FEB 23	29,3 %
MAR 22 - MAR 22/MAR 22	38,9 mil Thousand/Mil
MAR 23/MAR 22 FEB 23/FEB 22 - FEB 23/FEB 22	14,8 %
JAN-MAR 23 - JAN-MAR 23 - ENE-MAR 23	112,2 mil Thousand/Mil
JAN-MAR 22 - JAN-MAR 22 - ENE-MAR 22	108,1 mil Thousand/Mil
JAN-MAR 23 / JAN-MAR 22 JAN-MAR 23 / ENE-MAR 23 - JAN-MAR 22 / ENE-MAR 22	3,9 %

#### ▶ Produção

Production / Producción

Unidades  
Units / Unidades

MAR 23 - MAR 23/MAR 23	221,8 mil Thousand/Mil
FEV 23 - FEB 23/FEB 23	161,5 mil Thousand/Mil
MAR 23/FEV 23 MAR 23/FEB 23 - MAR 23/FEB 23	37,3 %
MAR 22 - MAR 22/MAR 22	184,8 mil Thousand/Mil
MAR 23/MAR 22 FEB 23/FEB 22 - FEB 23/FEB 22	20,0 %
JAN-MAR 23 - JAN-MAR 23 - ENE-MAR 23	536,0 mil Thousand/Mil
JAN-MAR 22 - JAN-MAR 22 - ENE-MAR 22	496,1 mil Thousand/Mil
JAN-MAR 23 / JAN-MAR 22 JAN-MAR 23 / ENE-MAR 23 - JAN-MAR 22 / ENE-MAR 22	8,0 %

Apesar da melhora nos números em março, a produção de veículos acumulada no primeiro trimestre ainda está cerca de 50 mil unidades abaixo dos níveis pré-pandemia. De janeiro a março foram produzidos 538 mil autoveículos, apenas 8% a mais que no início do ano passado, quando a crise dos semicondutores estava no auge. Para veículos pesados, houve redução de cerca de 30% no volume de produção. “Nesses três primeiros meses tivemos oito paralisações de fábrica e dois cancelamentos de turno, algo semelhante às paradas verificadas no início de 2022. A diferença é que no ano passado o motivo era somente a falta de componentes, enquanto agora já há outros fatores provocando férias coletivas, como o resfriamento da demanda”, explicou Márcio de Lima Leite, presidente da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA), lembrando que há novas paralisações anunciadas para abril. As vendas acumuladas de autoveículos no trimestre foram de 472 mil unidades. O crescimento de 16,3% sobre o mesmo período do ano passado poderia indicar sinais de recuperação, mas na verdade a base de 2022 é muito baixa, já que faltavam carros nas concessionárias. Em relação aos volumes de antes da pandemia, a defasagem é superior a 20%. “A fotografia do momento seria pior se não fossem as boas vendas para locadoras em março, 28% do total. Essas empresas ainda têm uma considerável demanda reprimida, mas isso não vai sustentar nossos volumes por tanto tempo caso não haja uma reação mais forte no varejo, o que depende de melhorias nas condições de financiamento, entre outras medidas para reaquecer o mercado”, analisou Leite.



## Automóveis - Passenger Cars / Automóviles

### ► Licenciamento

Vehicle registration / Matriculación de vehículos

Unidades  
Units / Unidades

MAR 23 - MAR 23/MAR 23	146,2 mil Thousand/Mil
FEV 23 - FEB 23/FEB 23	95,9 mil Thousand/Mil
MAR 23/FEV 23 MAR 23/FEB 23 - MAR 23/FEB 23	52,6 %
MAR 22 - MAR 22/MAR 22	108,3 mil Thousand/Mil
MAR 23/MAR 22 FEB 23/FEB 22 - FEB 23/FEB 22	35,1 %
JAN-MAR 23 - JAN-MAR 23 - ENE-MAR 23	346,0 mil Thousand/Mil
JAN-MAR 22 - JAN-MAR 22 - ENE-MAR 22	300,5 mil Thousand/Mil
JAN-MAR 23 / JAN-MAR 22 JAN-MAR 23 / ENE-MAR 23 - JAN-MAR 22 / ENE-MAR 22	15,1 %

Fonte: Renavam/Denatran

### ► Exportação

Export / Exportaciones

Unidades  
Units / Unidades

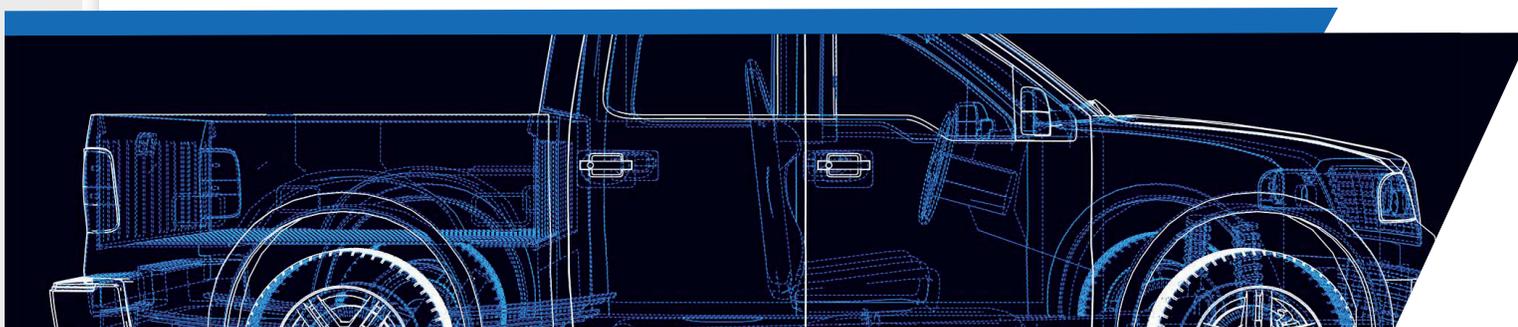
MAR 23 - MAR 23/MAR 23	35,8 mil Thousand/Mil
FEV 23 - FEB 23/FEB 23	27,2 mil Thousand/Mil
MAR 23/FEV 23 MAR 23/FEB 23 - MAR 23/FEB 23	31,4 %
MAR 22 - MAR 22/MAR 22	32,8 mil Thousand/Mil
MAR 23/MAR 22 FEB 23/FEB 22 - FEB 23/FEB 22	9,0 %
JAN-MAR 23 - JAN-MAR 23 - ENE-MAR 23	90,0 mil Thousand/Mil
JAN-MAR 22 - JAN-MAR 22 - ENE-MAR 22	86,7 mil Thousand/Mil
JAN-MAR 23 / JAN-MAR 22 JAN-MAR 23 / ENE-MAR 23 - JAN-MAR 22 / ENE-MAR 22	3,8 %

### ► Produção

Production / Producción

Unidades  
Units / Unidades

MAR 23 - MAR 23/MAR 23	167,7 mil Thousand/Mil
FEV 23 - FEB 23/FEB 23	123,7 mil Thousand/Mil
MAR 23/FEV 23 MAR 23/FEB 23 - MAR 23/FEB 23	35,5 %
MAR 22 - MAR 22/MAR 22	139,6 mil Thousand/Mil
MAR 23/MAR 22 FEB 23/FEB 22 - FEB 23/FEB 22	20,1 %
JAN-MAR 23 - JAN-MAR 23 - ENE-MAR 23	416,4 mil Thousand/Mil
JAN-MAR 22 - JAN-MAR 22 - ENE-MAR 22	382,2 mil Thousand/Mil
JAN-MAR 23 / JAN-MAR 22 JAN-MAR 23 / ENE-MAR 23 - JAN-MAR 22 / ENE-MAR 22	9,0 %



## Comerciais Leves - Light commercials / Comerciales livianos

### ► Licenciamento

Vehicle registration / Matriculación de vehículos

Unidades  
Units / Unidades

MAR 23 - MAR 23/MAR 23	40,1 mil Thousand/Mil
FEV 23 - FEB 23/FEB 23	24,0 mil Thousand/Mil
MAR 23/FEV 23 MAR 23/FEB 23 - MAR 23/FEB 23	66,8 %
MAR 22 - MAR 22/MAR 22	27,1 mil Thousand/Mil
MAR 23/MAR 22 FEB 23/FEB 22 - FEB 23/FEB 22	47,8 %
JAN-MAR 23 - JAN-MAR 23 - ENE-MAR 23	90,9 mil Thousand/Mil
JAN-MAR 22 - JAN-MAR 22 - ENE-MAR 22	75,0 mil Thousand/Mil
JAN-MAR 23 / JAN-MAR 22 JAN-MAR 23 / ENE-MAR 23 - JAN-MAR 22 / ENE-MAR 22	21,3 %

Fonte: Renavam/Denatran

### ► Exportação

Export / Exportaciones

Unidades  
Units / Unidades

MAR 23 - MAR 23/MAR 23	6,9 mil Thousand/Mil
FEV 23 - FEB 23/FEB 23	5,4 mil Thousand/Mil
MAR 23/FEV 23 MAR 23/FEB 23 - MAR 23/FEB 23	28,4 %
MAR 22 - MAR 22/MAR 22	3,6 mil Thousand/Mil
MAR 23/MAR 22 FEB 23/FEB 22 - FEB 23/FEB 22	89,5 %
JAN-MAR 23 - JAN-MAR 23 - ENE-MAR 23	17,0 mil Thousand/Mil
JAN-MAR 22 - JAN-MAR 22 - ENE-MAR 22	15,7 mil Thousand/Mil
JAN-MAR 23 / JAN-MAR 22 JAN-MAR 23 / ENE-MAR 23 - JAN-MAR 22 / ENE-MAR 22	7,9 %

### ► Produção

Production / Producción

Unidades  
Units / Unidades

MAR 23 - MAR 23/MAR 23	39,9 mil Thousand/Mil
FEV 23 - FEB 23/FEB 23	28,4 mil Thousand/Mil
MAR 23/FEV 23 MAR 23/FEB 23 - MAR 23/FEB 23	40,3 %
MAR 22 - MAR 22/MAR 22	29,2 mil Thousand/Mil
MAR 23/MAR 22 FEB 23/FEB 22 - FEB 23/FEB 22	36,6 %
JAN-MAR 23 - JAN-MAR 23 - ENE-MAR 23	91,1 mil Thousand/Mil
JAN-MAR 22 - JAN-MAR 22 - ENE-MAR 22	73,9 mil Thousand/Mil
JAN-MAR 23 / JAN-MAR 22 JAN-MAR 23 / ENE-MAR 23 - JAN-MAR 22 / ENE-MAR 22	23,3 %



## Licenciamento de autoveículos novos nacionais

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

▶ 2023

▶ 2022

	MAR MAR/MAR A	FEV FEB/FEB B	JAN-MAR JAN-MAR/ENE-MAR C	MAR MAR/MAR D	JAN-MAR JAN-MAR/ENE-MAR E	A/B %	A/D %	C/E %
<b>Unidades - Total</b> / Units / Unidades	<b>171.427</b>	<b>112.446</b>	<b>406.283</b>	<b>129.060</b>	<b>354.578</b>	<b>52,5</b>	<b>32,8</b>	<b>14,6</b>
<b>Veículos leves / Light vehicles / Vehículos livianos</b>	<b>159.879</b>	<b>103.038</b>	<b>373.739</b>	<b>117.985</b>	<b>325.573</b>	<b>55,2</b>	<b>35,5</b>	<b>14,8</b>
Automóveis / Passenger cars / Automóviles	129.820	85.748	307.291	98.562	272.032	51,4	31,7	13,0
Comerciais leves / Light commercials / Comerciales livianos	30.059	17.290	66.448	19.423	53.541	73,9	54,8	24,1
<b>Caminhões / Trucks / Camiones</b>	<b>8.978</b>	<b>7.473</b>	<b>26.328</b>	<b>9.713</b>	<b>25.683</b>	<b>20,1</b>	<b>-7,6</b>	<b>2,5</b>
Semileves / Semi-light / Semilivianos	104	74	257	119	305	40,5	-12,6	-15,7
Leves / Light / Livianos	885	765	2.393	919	2.541	15,7	-3,7	-5,8
Médios / Medium / Medianos	911	691	2.235	1.058	2.684	31,8	-13,9	-16,7
Semipesados / Semi-heavy / Semipesados	2.928	2.383	7.738	2.957	7.439	22,9	-1,0	4,0
Pesados / Heavy / Pesados	4.150	3.560	13.705	4.660	12.714	16,6	-10,9	7,8
<b>Ônibus / Buses / Ómnibus y Colectivos</b>	<b>2.570</b>	<b>1.935</b>	<b>6.216</b>	<b>1.362</b>	<b>3.322</b>	<b>32,8</b>	<b>88,7</b>	<b>87,1</b>

mil unidades thousand units / miles de unidades	JAN JAN/ENE	FEV FEB/FEB	MAR MAR/MAR	ABR APR/ABR	MAI MAY/MAY	JUN JUN/JUN	JUL JUL/JUL	AGO AUG/AGO	SET SEP/SET	OUT OCT/OCT	NOV NOV/NOV	DEZ DEC/DIC	TOTAL
<b>2020</b>	171,2	179,9	146,5	47,4	52,4	115,7	155,7	165,5	188,5	196,0	205,1	222,9	<b>1.846,8</b>
<b>2021</b>	155,0	153,7	172,0	158,0	169,2	158,1	151,0	149,5	133,2	140,4	148,3	177,9	<b>1.866,1</b>
<b>2022</b>	108,4	117,1	129,1	128,4	164,2	151,2	159,3	184,5	168,8	158,9	174,0	187,2	<b>1.831,0</b>
<b>2023</b>	122,4	112,4	171,4										<b>406,3</b>

Fonte/Source/Fuente: Renavam/Denatran



## Licenciamento de autoveículos novos importados

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

▶ 2023

▶ 2022

	MAR MAR/MAR A	FEV FEB/FEB B	JAN-MAR JAN-MAR/ENE-MAR C	MAR MAR/MAR D	JAN-MAR JAN-MAR/ENE-MAR E	A/B %	A/D %	C/E %
<b>Unidades - Total</b> / Units / Unidades	<b>27.547</b>	<b>17.503</b>	<b>65.492</b>	<b>17.759</b>	<b>51.090</b>	<b>57,4</b>	<b>55,1</b>	<b>28,2</b>
<b>Veículos leves / Light vehicles / Vehículos livianos</b>	<b>26.474</b>	<b>16.868</b>	<b>63.201</b>	<b>17.416</b>	<b>49.921</b>	<b>56,9</b>	<b>52,0</b>	<b>26,6</b>
Automóveis / Passenger cars / Automóviles	16.428	10.119	38.718	9.710	28.511	62,3	69,2	35,8
Comerciais leves / Light commercials / Comerciales livianos	10.046	6.749	24.483	7.706	21.410	48,9	30,4	14,4
<b>Caminhões / Trucks / Camiones</b>	<b>1.073</b>	<b>635</b>	<b>2.288</b>	<b>343</b>	<b>1.169</b>	<b>69,0</b>	<b>212,8</b>	<b>95,7</b>
Semileves / Semi-light / Semilivianos	1.020	561	2.135	304	920	81,8	235,5	132,1
Leves / Light / Livianos	37	55	108	33	228	-32,7	12,1	-52,6
Médios / Medium / Medianos	13	12	34	3	11	8,3	333,3	209,1
Semipesados / Semi-heavy / Semipesados	2	1	4	3	6	100,0	-33,3	-33,3
Pesados / Heavy / Pesados	1	6	7	0	4	-83,3	-	75,0
<b>Ônibus / Buses / Ómnibus y Colectivos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

mil unidades thousand units / miles de unidades	JAN JAN/ENE	FEV FEB/FEB	MAR MAR/MAR	ABR APR/ABR	MAI MAY/MAY	JUN JUN/JUN	JUL JUL/JUL	AGO AUG/AGO	SET SEP/SET	OUT OCT/OCT	NOV NOV/NOV	DEZ DEC/DIC	TOTAL
<b>2020</b>	22,3	21,1	17,2	8,4	9,8	17,1	18,8	17,9	19,2	19,0	19,9	21,1	<b>211,6</b>
<b>2021</b>	16,2	13,7	17,4	17,1	19,4	24,4	24,5	23,3	21,9	22,0	24,7	29,2	<b>253,8</b>
<b>2022</b>	18,1	15,2	17,8	18,9	22,8	26,9	22,7	24,1	25,2	22,0	30,0	29,7	<b>273,5</b>
<b>2023</b>	20,4	17,5	27,5										<b>65,5</b>

Fonte/Source/Fuente: Renavam/Denatran

# Varejo sobe 7,3% em março em termos nominais, mostra ICVA

Resultado foi impactado principalmente pelos desempenhos de serviços e bens não duráveis

As vendas no Varejo em março de 2023 cresceram 7,3%, em termos nominais, em comparação com o mesmo mês de 2022, aponta o Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA). O resultado embute o efeito da inflação do período e reflete a receita de vendas observadas pelo varejista. Os macrossetores de Serviços e Bens Não Duráveis sustentaram o crescimento, com altas de 9,8% e 9,4%, respectivamente. Bens Duráveis e Semiduráveis cresceu 0,7%. Dentre os destaques em Serviços

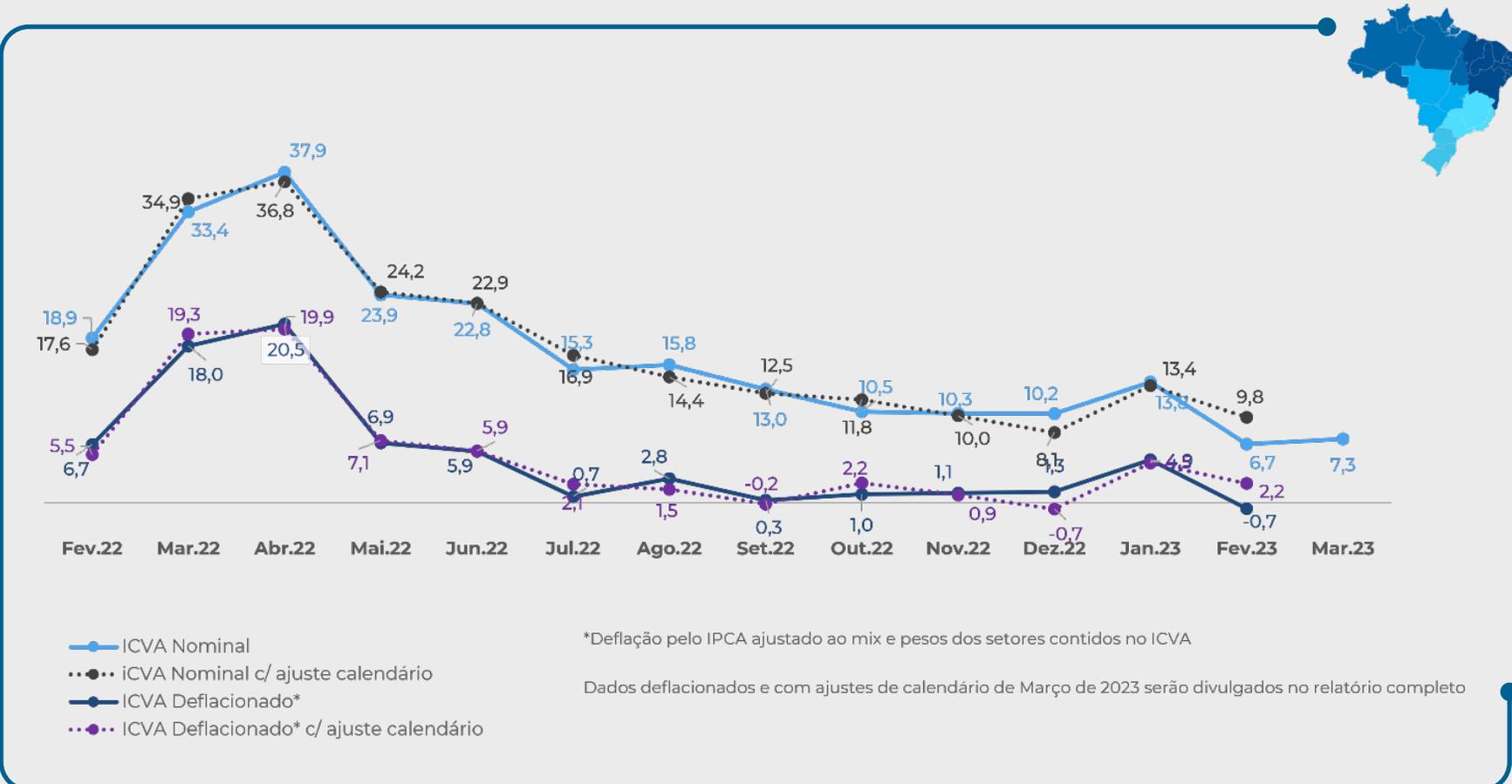
está o segmento Turismo e Transportes. Já em Bens Não Duráveis o segmento de Drogarias e Farmácias foi um dos que apresentaram maiores variações positivas; enquanto em Bens Duráveis e Semiduráveis, o segmento de Óticas e Joalherias teve desempenho destacado. De acordo com o superintendente de dados da Cielo, Vitor Levi, o resultado só não foi mais positivo porque alguns segmentos apresentaram retrações significativas. “O setor de Postos de Combustíveis, por exem-

plo, mesmo com a retomada dos impostos, apresentou queda de 9,6% na visão nominal em comparação com março de 2022. Esta diferença provavelmente acontece porque naquele momento os preços dos combustíveis atingiram máximas históricas. Isso gerou um crescimento atípico em 2022 e causou um efeito de queda em 2023 na comparação ano contra ano”. REGIÕES Pelo ICVA nominal – que não considera o desconto da inflação – os destaques foram as regiões Nordeste (+8,8%),

Sul (+8,2%), Sudeste (+7,1%), Norte (+7,1%) e Centro Oeste (+5,3%). O Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA) acompanha mensalmente a evolução do varejo brasileiro, de acordo com as vendas realizadas em 18 setores mapeados pela Cielo, desde pequenos lojistas a grandes varejistas. Eles respondem por 1,1 milhão de varejistas credenciados à companhia. O peso de cada setor no resultado geral do indicador é definido pelo seu desempenho no mês.

## Crescimento da Receita de Vendas no Brasil

Ano contra ano



## Semana de 03 a 06 de abril

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 03 a 06 de abril, estudos realizados pelo After.Lab, a empresa de inteligência de mercado do aftermarket automotivo brasileiro.

### MAPA

O gráfico de vendas nacionais do varejo de autopeças voltou a apontar para baixo – já é a quinta semana consecutiva de queda. Os dados apurados pelo MAPA revelam um recuo de -3,4% na média nacional ponderada no período em análise.

Os índices regionais de vendas trazidos pelos profissionais do After.Lab têm as seguintes variações: 2,5% no Norte; -4,17% no Nordeste; -1,43% no Centro Oeste; -3,09% no Sudeste; e -6% no Sul.

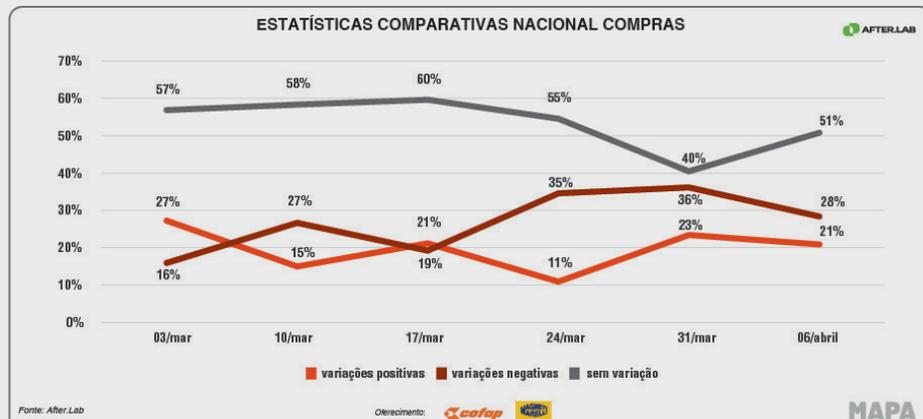
Os gráficos de estatísticas comparativas revelam que a estabilidade

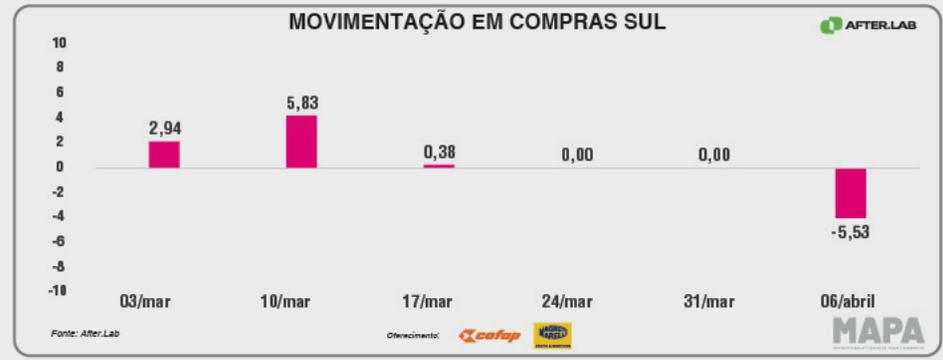
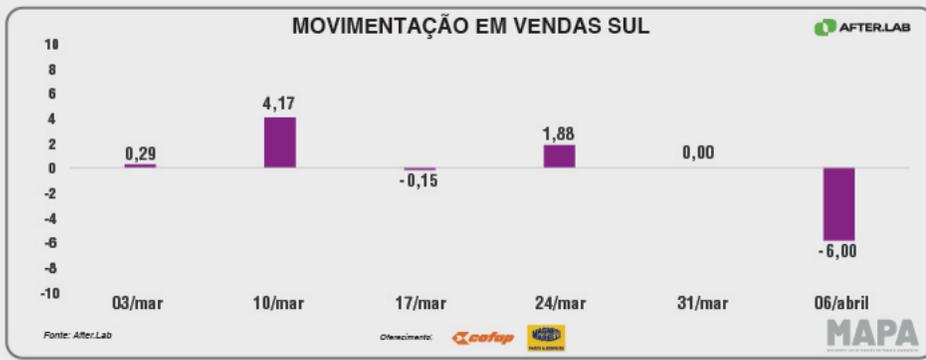
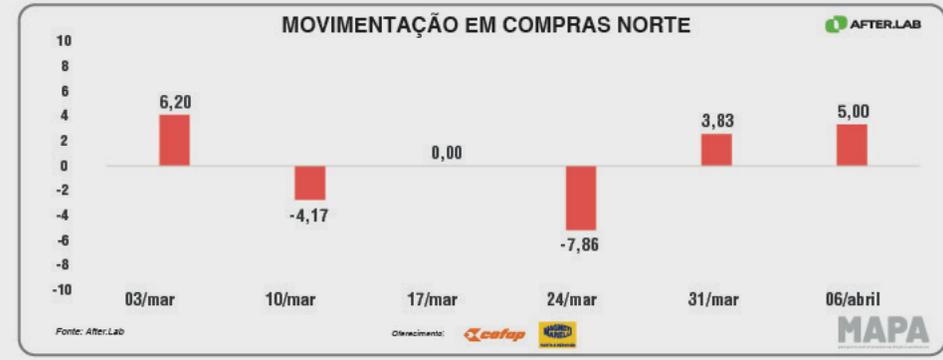
nas vendas subiu de 36% para 55% dos entrevistados. O índice de varejistas que venderam mais no período passou de 23% na semana anterior para 16% da amostra. Já os varejistas que venderam menos na semana caíram de 40% para 28% dos entrevistados.

Seguindo a curva de vendas, as compras também apresentaram queda nesta semana, a terceira em sequência. A média nacional ponderada foi de -1,9%.

Na variação semanal regional das compras, 5% no Norte; -2,33% no Nordeste; 1,79% no Centro Oeste; -1,73% no Sudeste; e -5,53% no Sul.

No comportamento de compras, a estabilidade cresceu de 40% para 51% dos varejistas pesquisados. As lojas que compraram mais passaram de 23% para 21% da amostra e as que compraram menos foram de 36% para 28%.





## 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 -5,07%.

Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do Brasil apuraram os seguintes resultados: -6,25% no Norte; -6,92% no Nordeste; -7,14% no Centro-Oeste; -2,14% no Sudeste; e -9,4% no Sul. Os itens em geral lideram o ranking da falta de produtos com 50,9% das respostas, seguidos por componentes de suspensão, com 13,2%, e correias, com 9,4%.

A estabilidade do abastecimento caiu de 51% para 40% dos varejistas entrevistados.

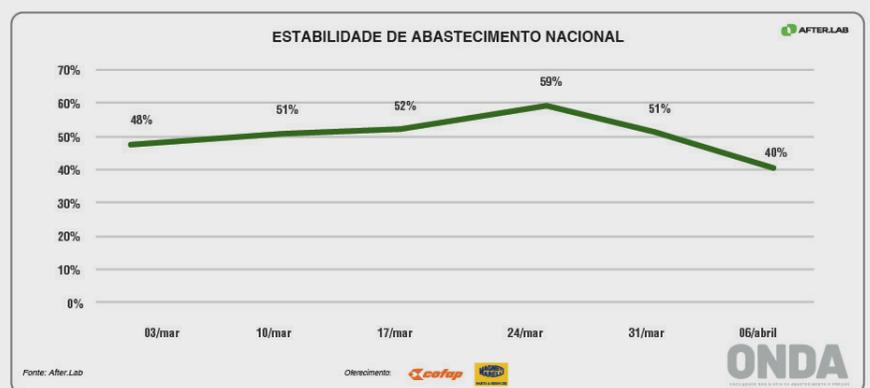
Já os preços ao varejo continuam mantendo trajetória inversa à do abastecimento, com percepção contínua de alta. O viés nacional no período foi de 3,84%.

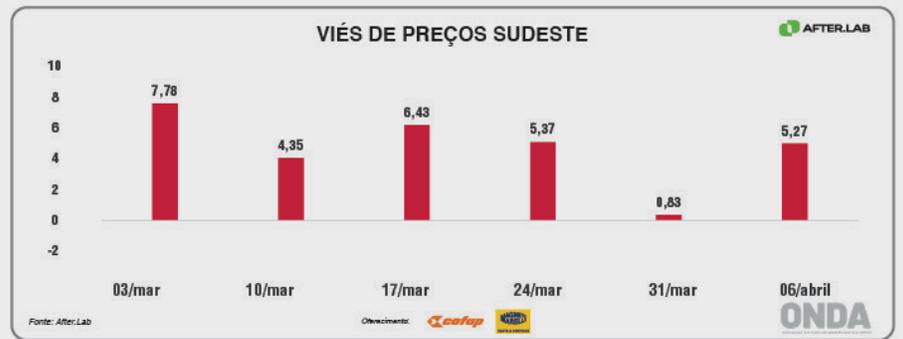
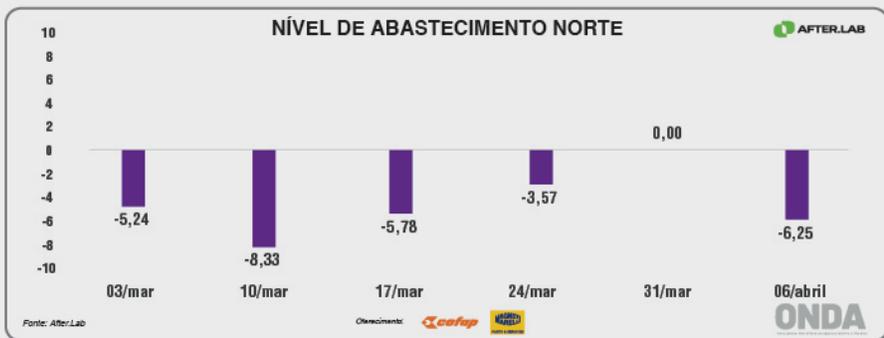
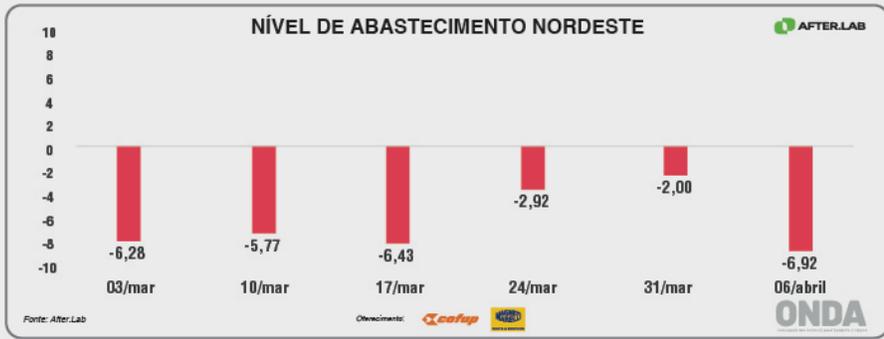
A evolução regional dos preços na semana foi a seguinte: variação zero no Norte; 1,75% no Nordeste; 3,93% no Centro-Oeste; 5,27% no Sudeste; e 3,13% no Sul.

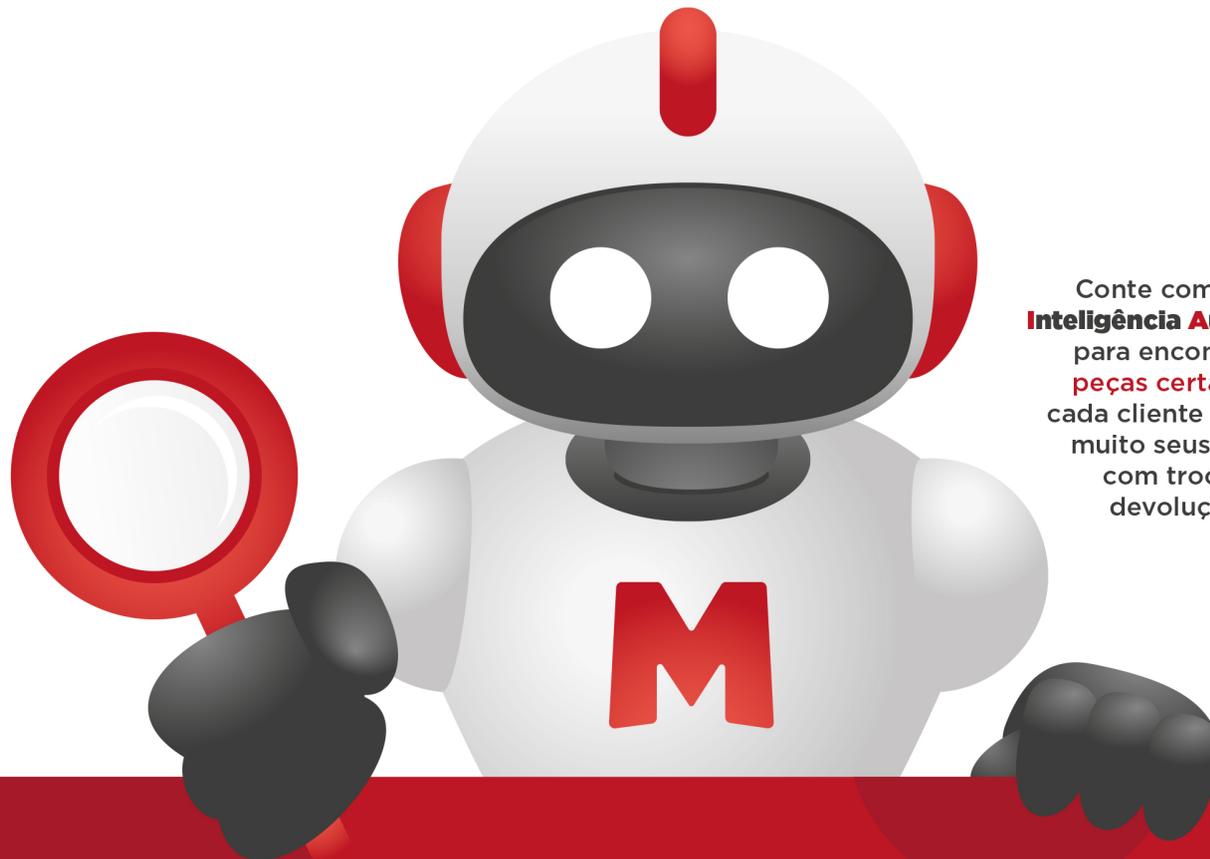
Os itens em geral lideram o ranking da alta de produtos com 64% das respostas, seguidos por componentes de motor, com 16%, e lubrificantes, com 12%.

A estabilidade de preços ao varejo recuou de 81% para 66%.

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.







Conte com nossa **Inteligência Automotiva** para encontrar as **peças certas** para cada cliente e **reduzir** muito seus **custos** com trocas e devoluções.

A MASTER TEM

# 500.000 PRODUTOS

PARA QUEM QUER ENCONTRAR  
A PEÇA CERTA

**BANCO DE DADOS COMPLETO DO MERCADO DE REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA**

 (19) 98941 8722 [fraga.com.br](http://fraga.com.br)   

# AutoNor

FEIRA DE TECNOLOGIA  
AUTOMOTIVA DO  
NORDESTE

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

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

PÚBLICO  
**+45**  
mil

**+800**  
marcas

**+18mil**  
m<sup>2</sup> de área

REALIZAÇÃO E PROMOÇÃO:

**AutoNor**  
EMPREENDIMENTOS

INFORMAÇÕES:

(81) 3467.6572



LY TOSCANO  
(81) 9 8784.5512

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



feiraautonor



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.**

