



# novovarejo

automotivo

**EDIÇÃO 390**

ANO 29 - MARÇO

NOVOVAREJOAUTOMOTIVO.COM.BR

NVI - NOVO VAREJO IMPRESSO

## Vencedores do Prêmio Inova serão anunciados na Automec com transmissão ao vivo pela A.TV

Apresentamos nesta edição as marcas finalistas da primeira fase do estudo em que 500 varejistas de todo o Brasil avaliam produtos e serviços oferecidos pelas indústrias de autopeças. Premiação ocorre em 25 de abril às 16 horas.

**PÁGINA 12**



**Eduardo Marchetti,**  
gerente da Automec,  
antecipa as novidades  
da maior feira de  
autopeças da América  
Latina que está de  
volta após quatro anos

**PÁGINA 6**

**Crise no varejo após colapso das Americanas  
pode se tornar sistêmica e agravada pelo  
crescente aperto no crédito aos consumidores**

**PÁGINA 14**



**Mercado de carros usados tende a manter  
expansão nos próximos meses e movimento  
beneficia empresas do aftermarket automotivo  
graças ao envelhecimento da frota**

**PÁGINA 24**

## NOVO PORTFÓLIO DE PASTILHAS FRAS-LE CERAMAXX.

- 67 novos produtos.
- Atende veículos de luxo, caminhonetes e SUVs das principais montadoras.



Confira todas  
as aplicações, incluindo  
os últimos lançamentos.



**PENSOU FREIO,**





# 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.**



## De volta ao mundo real

Em 13 de março, os ministros de Transportes da Alemanha, Itália, Polônia, Hungria, República Checa, Romênia e Eslováquia se reuniram para fazer uma reivindicação de grande impacto global: banir o banimento aos motores de combustão interna a partir de 2035. A resposta à pressão não demorou: em 21 de março foi noticiado um plano da União Europeia para permitir o uso exclusivamente de combustíveis sintéticos em motores a combustão.

Como sabemos, em fevereiro o Parlamento Europeu aprovou o regulamento que proíbe a venda de veículos novos equipados com motores a combustão interna – gasolina ou diesel – a partir de 2035 visando à emissão veicular zero de CO2 nos países do bloco. A medida teria como consequência a oferta exclusiva de veículos 100% elétricos ou que utilizam o hidrogênio como matriz energética – por razões óbvias, os híbridos também serão proibidos.

O fim do uso de combustíveis fósseis já em 2035 havia sido proposto em 2021 e, desde então, tem gerado polêmica. Embora a pressão ambientalista pela redução das emissões – não apenas veiculares – seja de fato justa, uma mudança tão radical da matriz energética em prazo tão curto nunca foi satisfatoriamente ‘engolida’ pela totalidade dos políticos e nem do próprio setor automotivo.

A iniciativa liderada agora por potências como Alemanha e Itália traz à tona os bastidores desta transição bem menos tranquila do que alguns poderiam imaginar – afinal, são nada menos que 27 países membros da UE envolvidos no debate.

Os ministros de Alemanha, Itália e países do Leste Europeu defendem a permissão para o uso também de combustíveis sintéticos a partir de 2035, o que daria fôlego aos motores de combustão interna e, até, ao desenvolvimento de novos propulsores, ciclo que parecia encerrado, conforme, inclusive, o anúncio feito por montadoras como, por exemplo, a Volvo. Ao que tudo indica, a proposta vai vingar.

Os combustíveis sintéticos, conhecidos com e-fuels, são criados por processos químicos que não envolvem a utilização do petróleo – resultam basicamente da combinação entre dióxido de carbono (CO2) e gás de hidrogênio (H2). Podem ser sintetizados visando a emissão zero. Com isso, esses motores estariam enquadrados nas exigências de descarbonização da União Europeia para 2035.

A eletrificação total da oferta de veículos novos na UE foi entendida por muitos como precipitada e até ‘modismo’. O fato é que agora, ao que tudo indica, lideranças importantes do bloco parecem estar voltando ao mundo real. Banir a tecnologia da combustão interna – que move a maioria da frota mundial há quase 140 anos – parece mesmo uma insanidade.

Os combustíveis sintéticos podem ser usados sem qualquer drama em substituição aos combustíveis fósseis também nos carros que rodam hoje na Europa. Não poluem. E, para o Brasil, que tem o etanol, a manutenção do desenvolvimento de novos motores a combustão garantiria evolução e modernidade à nossa futura frota híbrida. Devagarinho os pés vão sendo recolocados no chão.

Nhm

www.novomeio.com.br

**Publisher**

Ricardo Carvalho Cruz  
(rccruz@novomeio.com.br)

**Diretor Geral**

Claudio Milan  
(claudio@novomeio.com.br)

**Diretor Comercial e de**

**Relações com o Mercado**  
Paulo Roberto de Oliveira  
(paulo@novomeio.com.br)

**Diretor de Criação**

Gabriel Cruz  
(gabriel.cruz@wpm.com.br)

**Fale com a gente**

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

**Redação**

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

**Notícias**

Cadastre-se para receber notícias do setor no seu e-mail. Acesse: [www.novovarejo.com.br](http://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](mailto: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](mailto:marketing@novomeio.com.br)

**Recursos Humanos**

Venha trabalhar com a gente e encontre espaço para mostrar seu talento. [financeiro@novomeio.com.br](mailto:financeiro@novomeio.com.br)

Ano 29 - #390 março de 2023

Tiragem desta edição: 15 mil exemplares

Distribuição Nacional Via Correios

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

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

[www.facebook.com/novovarejo](http://www.facebook.com/novovarejo)

[instagram.com/jornalnovovarejo](https://www.instagram.com/jornalnovovarejo)

[linkedin.com/novovarejo](https://www.linkedin.com/novovarejo)

[www.youtube.com/novovarejo](https://www.youtube.com/novovarejo)

**Direção**

Ricardo Carvalho Cruz

**Jornalismo** ([jornalismo@novomeio.com.br](mailto:jornalismo@novomeio.com.br))

Claudio Milan

Lucas Torres

Christiane Benassi

**Publicidade** ([comercial@novomeio.com.br](mailto:comercial@novomeio.com.br))

Fone: 11 99981-9450

Paulo Roberto de Oliveira

**Arte**

Rafael Ribeiro

Lucas Cruz

**Marketing** ([marketing@novomeio.com.br](mailto: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)

**SUMÁRIO**

06

Eduardo Marchetti, gerente da Automec, fala sobre a expectativa para a edição 2023 do maior evento de autopeças e serviços automotivos da América Latina, que volta após um hiato de quatro anos em razão da pandemia.

Em 25 de abril serão anunciados em cerimônia na Automec os vencedores da 10ª edição do Prêmio Inova – Indústria do Novo Varejo. Conheça aqui os finalistas da primeira fase do estudo, que avalia o portfólio das indústrias

12



Grandes redes do setor varejista, em especial as lojas Americanas, iniciaram o ano com problemas que surpreenderam o mercado. As dificuldades anunciam uma provável crise sistêmica, que resultará em redução de crédito e outras consequências

14

O crescimento do mercado brasileiro de carros usados e seminovos tem sido benéfico para o mercado de reposição. O setor deve continuar crescendo nos próximos meses, contribuindo para o envelhecimento da frota

24



Numa iniciativa de alcance internacional, a Aliança Aftermarket Automotivo Brasil aderiu ao Movimento Global pelo Direito de Reparar Veículos assinando a nova declaração de posição.

28

**HÁ 100 EDIÇÕES**

**DESIGN THINKING ADAPTA EMPRESAS ÀS MUDANÇAS NA DEMANDA DOS CONSUMIDORES**

*Febre nos EUA, metodologia propõe modo de pensar contínuo e que se direciona à percepção, sistematização e solução de problemas que geram incômodos nos clientes*

A 'instantaneidade comunicacional' propiciada pelos meios tecnológicos – como o WhatsApp – produziu enorme impacto social e invadiu o ambiente dos negócios, sobretudo pela mudança gerada no comportamento do consumidor. Aquilo que ele quer em março, talvez não queira mais em abril.

É aí que entra a metodologia 'Design Thinking' (DT) para empresas varejistas, que convida o empresário a se familiarizar com um modo de pensar contínuo e que se direciona à percepção, sistematização e solução de problemas que geram incômodos nos clientes e prejudicam

suas experiências como consumidores. O conceito foi tema da edição 290 do Novo Varejo.

O DT se encaixa à exigência com que as coisas se modificam nos dias atuais, por primar pela constante geração de ideias e rápida aplicação. Caso as ideias não sejam viáveis, elas são imediatamente substituídas por novas soluções. A proposta é simples: errar cedo para corrigir cedo.

Além da característica de 'organismo vivo', o DT absorve algo bastante presente na sociedade contemporânea e nas empresas de sucesso: a fluidez das áreas do pensamento e a interdependência entre setores.

O pensamento divergente e a multidisciplinaridade incentivada pelo DT permitem a geração de diversas alternativas à realidade identificada.

A metodologia busca convergir as múltiplas alternativas apresentadas a fim de que se tome a decisão sobre a melhor solução. Apesar de parecer complicado e tecnológico demais à primeira vista, o DT segue um padrão intuitivo, voltado totalmente para diferentes percepções humanas da realidade em prol de solucionar questões igualmente humanas. É mudar o foco de 'fazer as pessoas quererem algo' para 'fazer algo que as pessoas querem', atendendo demandas em tempo real.



# NOVO PORTFÓLIO DE PASTILHAS FRAS-LE CERAMAXX

UM PORTFÓLIO MAIS PREMIUM EM PERFORMANCE E CONFORTO PARA ATENDER MELHOR.

Nosso portfólio de pastilhas Ceramaxx ganhou 67 novos produtos para atender veículos de luxo, caminhonetes e SUVs das principais montadoras. Com uma formulação cerâmica de alta eficiência, é o máximo conforto na hora de frear, com baixíssimo nível de ruído. Pensou em alta performance e segurança, pediu pastilhas Fras-le Ceramaxx.



## Tecnologias exclusivas:



**COMFORT** +  
Maior controle de ruído e vibração para maior conforto.



**CLEAN** +  
Tecnologia que mantém as rodas mais limpas de pó e resíduos.



**CONTROL** +  
Maior performance de frenagem com máxima estabilidade de atrito a quente e a frio.



**ECO** +  
Livre de metais pesados, não utilizando substâncias tóxicas em sua composição.



No trânsito, escolha a vida.



Confira todas as aplicações, incluindo os últimos lançamentos.

Frasleoficial Frasleoficial Frasleoficial



# Com início em 25 de abril, Automec 2023 será a maior de todas

*Gerente da feira, Eduardo Marchetti discute atrações e aponta para ansiedade do mercado após um hiato de quatro anos*

Depois de uma longa espera de quatro anos, decorrente da pandemia da covid-19, a edição presencial da Automec está há pouco mais de um mês de abrir as portas para milhares de profissionais, empresários e simpatizantes do mercado de reposição automotiva.

O retorno ocorrerá no dia 25 de abril, no pavilhão do São Paulo Expo, na capital paulista, e a expectativa dos organizadores é contar com a presença de cerca de 80 mil pessoas em busca de conteúdo, network e ansiosas por conhecer as novidades apresentadas pelos expositores.

Para 2023, os organizadores esperam utilizar toda a expertise digital adquirida durante os períodos em que o distanciamento social foi imperativo, misturando as atrações da 'Automec 365' – programação on-demand da feira – com um pool inédito de atividades, incluindo 35

horas de conteúdo.

Em entrevista exclusiva à nossa reportagem, o gerente de produto do evento, Eduardo Marchetti, afirmou que a ansiedade do mercado por retomar seu principal espaço de network, somada ao esforço da organização da RX Brasil para trazer experiências inovadoras, fará desta Automec "a maior de todos os tempos".

"Preparamos esse evento para atender a grande expectativa tanto dos expositores como dos visitantes. É sem dúvida o evento mais importante do ano para esse mercado", prometeu Marchetti.

Outro fator de empolgação dos organizadores é o atual momento do mercado de usados e seminovos. Em 2023, as vendas destas categorias apresentam alta de 26% em relação ao ano passado (veja mais na reportagem de capa desta edição).

O gerente da Automec lembrou que cenários como este impactam direta e fortemente de maneira positiva o aftermarket, pois o mercado de usados se oxigena e o interesse do consumidor em cuidar dos seus veículos aumenta, gerando muitas oportunidades e crescimento no segmento.

Marchetti destaca a vocação do mercado de reposição para os eventos presenciais



**CONFIRA A SEGUIR A ÍNTEGRA DA ENTREVISTA.**

**Novo Varejo Automotivo - Como o mercado reagiu ao retorno presencial da Automec após um hiato de mais de quatro anos? Você acredita que tamanha espera pode aumentar o engajamento dos players do aftermarket, ávidos por uma plataforma de network e realização de negócios?**

**Eduardo Marchetti** - Este hiato gerou uma expectativa gigante e muita ansiedade pelo retorno do encontro presencial. O contato direto entre expositores e compradores é peça essencial para a geração de negócios e o bom desempenho do segmento. O cenário atual é de aceleração do mercado de carros usados, em função dos preços e indisponibilidade de veículos novos. Isso impacta direta e fortemente de maneira positiva o aftermarket, pois o mercado de usados se oxigena e o interesse do consumidor em cuidar dos seus veículos aumenta, gerando muitas oportunidades e crescimento no segmento. A Automec é o primeiro encontro de magnitude internacional do setor que vem reforçar o engajamento dos expositores e compradores e já sinaliza que teremos uma feira de absoluto sucesso e muitos recordes.

Lançamentos, relacionamento, conteúdo e experiências entre as atrações da feira



**NVA - Quantas pessoas, entre expositores e visitantes, vocês esperam para a edição do próximo mês de abril?**

**EM** - A retomada da Automec neste ano deverá trazer para o evento mais de 80 mil pessoas em busca de networking e concretização de novos negócios.

**NVA - A Automec 2023 trará novidades em relação às últimas edições presenciais? Quais são os principais destaques da programação deste ano?**

**EM** - Além da presença de todas as empresas relevantes do aftermarket automotivo, teremos uma excelente e atraente área de experiências, onde os visitantes terão contato com as últimas tecnologias e tendências do mercado de maneira interativa. Adicionalmente, os visitantes terão acesso a mais de 35 horas de conteúdo, novidades, tendências etc. Planejamos ainda atividades de experiência de tirar o fôlego na área externa do pavilhão, que serão brevemente anunciadas.

**NVA - Quais são os eventos de conteúdo previstos e os participantes desses eventos?**

**EM** - A arena de conteúdo da Automec reunirá palestrantes e parceiros focando nos mais importantes temas da atualidade, como

eletrificação, segurança, melhores práticas, diversidade etc.

**NVA - Durante este período de impossibilidade de realização presencial da feira, a Automec encontrou diversas formas de se aproximar do mercado de maneira remota. Como este aprendizado poderá contribuir para uma experiência omnichannel nesta edição de 2023?**

**EM** - No período de afastamento social, a Automec se reinventou, trazendo conteúdo on-line e on-demand para seus clientes e expositores. O mundo da informação digital chegou provando que é muito importante e complementar ao mundo do contato pessoal real. Foi absorvido para a feira como um canal adicional de contato com o público. Apesar de boa aderência aos eventos online, o segmento apresenta maior aptidão para a modalidade presencial.

**NVA - Estamos em um momento um tanto dúbio em termos de conjuntura. Afinal, vivemos um período de juros altos e redução do poder de compra da população. No entanto, este cenário tem impulsionado um crescimento dos mercados de usados e seminovos. Qual destes dois cenários você acredita que terá maior reflexo na Automec? O de dificuldades e contenção advindo da macroeconomia ou o de 'pujança do aftermarket', motivado pela alta do setor de usados e seminovos?**



**Automec 2023 deve receber 80 mil visitantes e quebrar recordes das edições anteriores**

**EM** - Sem dúvida, a nova realidade moldou o consumidor em direção ao aftermarket. O "mood" será de muita euforia com todos os cenários prevendo um futuro positivo para o mercado, mesmo com os desafios que as empresas do setor enfrentam atualmente.

**NVA - Que recado a direção da Automec dá aos players do mercado, colaboradores de empresas do setor e demais pessoas que pretendem visitar a feira?**

**EM** - A Automec 2023 será a maior Automec de todos os tempos! O profissional ou player do setor terá uma excelente oportunidade de reativar o network, atualizar-se sobre as novidades do mercado e, acima de tudo, consolidar novas oportunidades de negócios. Preparamos esse evento para atender a grande expectativa tanto dos expositores como dos visitantes. É sem dúvida o evento mais importante do ano para esse mercado.

## Novomeio Hub de Mídia terá forte presença na feira com novidades e a maior cobertura do evento

A maior feira de autopeças e serviços automotivos da América Latina vai ser, também, palco de uma ampla programação preparada pela Novomeio Hub de Mídia, empresa que edita o Novo Varejo Automotivo. Será a maior cobertura da história da Automec, prestando serviços inéditos para os profissionais do

aftermarket automotivo, inclusive aqueles que não puderem comparecer pessoalmente ao evento. Veja algumas – só algumas, porque tem muito mais – novidades que a Nhm trará em 2023:

**a.TV**

### Transmissão ao vivo pela A.TV

O canal de conteúdo em vídeo do aftermarket automotivo brasileiro (<https://www.youtube.com/c/ATVmidia>) irá transmitir ao vivo flashes da Automec durante todos os dias, com o apoio de nosso estúdio exclusivo no São Paulo Expo. Edições especiais do Diálogo Automotivo, reportagens no ambiente da exposição, curiosidades, stands e tudo o que você precisa saber para ficar por dentro do que acontece na Automec.

Prêmio  
**INOVA**  
POWERED BY AFTER.LAB

### Prêmio Inova

A pesquisa em que os varejistas de autopeças de todo o Brasil elegem as melhores indústrias segundo o portfólio de produtos e o desempenho empresarial dos fabricantes terá seu momento máximo na Automec. A cerimônia de entrega da 10ª edição do Prêmio Inova – Indústrias do Novo Varejo será realizada dia 25 de abril, a partir das 16 horas, no mezanino do São Paulo Expo. E terá transmissão ao vivo pela A.TV. Não perca.

**AUTOMEC**

### Diário da Automec

A parceria entre a Novomeio e a Reed Exhibitions para a produção da única publicação diária com a cobertura do evento está de volta. São mais de 10 anos distribuindo o Diário da Automec a todos os visitantes logo na entrada do pavilhão. O mais completo e atualizado conteúdo sobre a feira você encontra no Diário da Automec.

**novovarejo**  
automotivo

### Novo Varejo especial

Após a realização da feira, o Novo Varejo Automotivo trará em suas edições digitais e impressa uma completíssima cobertura Automec, com os principais lançamentos, os eventos de conteúdo, as curiosidades e o balanço final com os números e recordes que certamente a edição 2023 irá superar.



LOJA ON-LINE  
**COBRA**

CONEXÃO QUE  
 MOVIMENTA  
 SEU NEGÓCIO

**Do nosso estoque  
 para o seu!**

Fácil, rápido e seguro.





  @cobrarolamentos  cobrarolamentos.com.br

 [loja.cobrarolamentos.com.br](https://loja.cobrarolamentos.com.br)



Tenha acesso a todo o portfólio, disponibilidade de produtos e consulta de preços.

[Conheça a loja online](#)



# VIES - Variações nos Índices e Estatísticas Fevereiro de 2021, 2022 e 2023

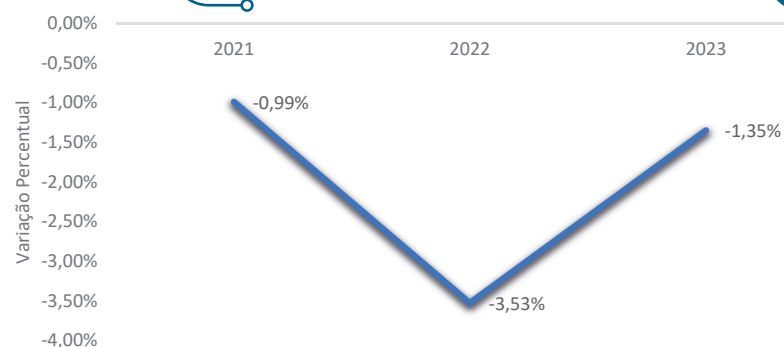
O desempenho do varejo brasileiro de autopeças em fevereiro de 2023 apresentou recuperação quando comparado ao mesmo mês do ano passado. É o que mostra a pesquisa VIES – Variação nos Índices e Estatísticas, produzida a partir dos dados apurados pelos estudos semanais MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e ONDA - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços realizados pelo After.Lab, a empresa de inteligência de mercado com foco no Aftermarket Automotivo.

Os gráficos abaixo revelam que, embora a média nacional das vendas tenha ficado negativa em -1,35% em fevereiro de 2023, o resultado ainda é melhor que aquele apurado no mesmo mês do ano passado, quando a oscilação da média nacional ponderada foi de -3,53%. Ao contrário das vendas, a reposição dos estoques oscilou positivamente em fevereiro último, com crescimento de 1,19%, índice bem melhor que o de -3,8% apresentado no mesmo período em 2021.

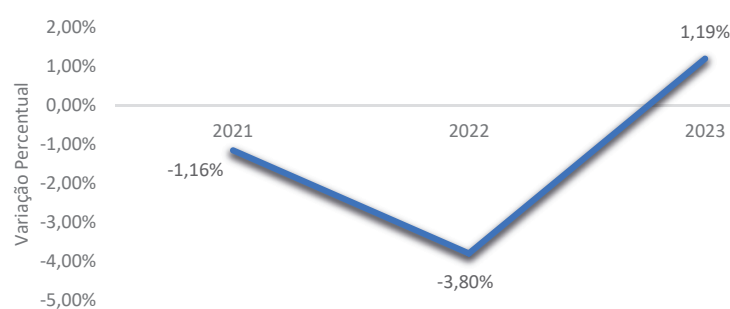
No que se refere ao abastecimento do varejo e à evolução de preços, fevereiro de 2023 também mostrou melhora na comparação com o mesmo período do ano anterior. Os varejistas entrevistados para a realização da pesquisa ONDA continuam apontando a falta de determinados itens no mercado, o que tem mantido um cenário de desabastecimento desde o início da pandemia, ainda em 2020. No entanto, o gráfico revela que fevereiro deste ano teve a menor quebra na comparação com 2022 e 2021, com média nacional ponderada de -5,08%.

Da mesma forma que a falta de produtos vem mantendo uma constância na série histórica, a alta nos preços também não sofreu interrupção até o momento. Mas, assim como todos os demais indicadores que compõem o VIES, o resultado de fevereiro de 2023 foi o melhor do período em três anos, com inflação de 2,66% na média nacional ponderada.

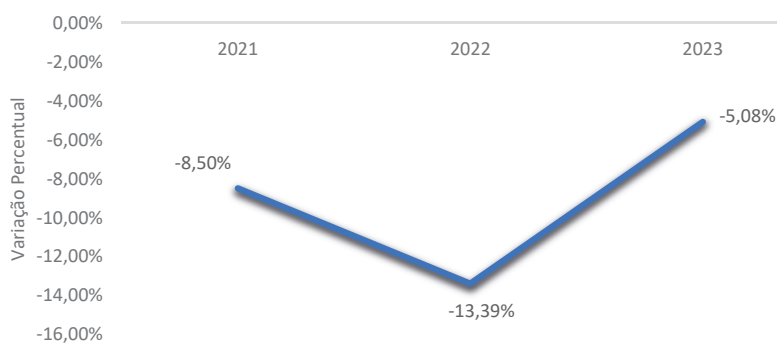
Oscilação nas Vendas  
Fevereiro



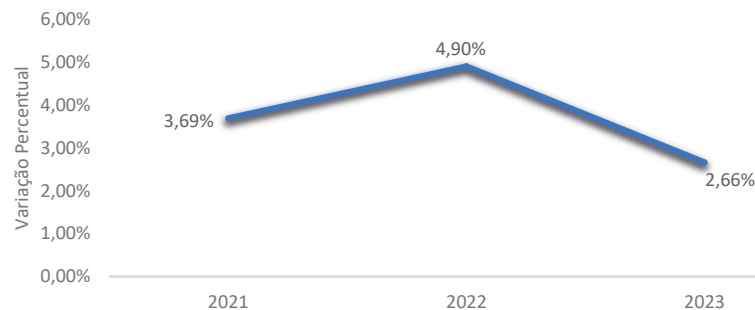
Oscilação nas Compras  
Fevereiro



Oscilação no Abastecimento  
Fevereiro



Oscilação de Preços  
Fevereiro





## PRODUTOS DE QUALIDADE PARA VEÍCULOS NACIONAIS E IMPORTADOS



**VLPE 0015652**  
POLIA ELETROMAGNÉTICA  
NISSAN  
FRONTIER / PATHFINDER



**VLBA 0330050**  
BOMBA D'ÁGUA  
BMW  
X3/523/528/530/730

**VLHR 0090227**  
JUNTA HOMOCINÉTICA  
FIAT  
DUCATO MULTJET



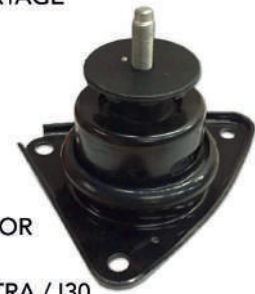
**VLCM 0001614**  
CILINDRO MESTRE  
HONDA  
ACURA / CIVIC / INTEGRA



**VLBA 0330558**  
BOMBA D'ÁGUA  
AUDI A1/A3/Q3  
VOLKSWAGEN  
T-CROSS/GOL/JETTA  
TIGUAN/NOVO FUSCA



**VLSA 001167**  
SAPATA DE FREIO  
KIA  
SPORTAGE



**VLCX 0025033**  
COXIM DO MOTOR  
KIA CERATO  
HYUNDAI ELANTRA / I30



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

✉ [VENDAS@VILAFRANCANET.COM.BR](mailto:VENDAS@VILAFRANCANET.COM.BR)

☎ (11) 5584-2400

**AUTOMECC**  
15ª FEIRA INTERNACIONAL DE AUTOPEÇAS, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS  
25 a 29 ABRIL | 2023 | SÃO PAULO EXPO

VISITE NOSSO ESTANDE  
**C188**



**MAZZICAR**  
FREIOS



## LANÇAMENTOS DE SAPATAS DE FREIO



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



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



**BPSA 0090135**  
FIAT  
MOBI 1.0 2020>>  
Dim. 185X30mm



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



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

**MAZZICAR**  
FREIOS



Catálogo Online

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

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

EMPRESA CERTIFICADA ISO 9001:2015 / PRODUTO HOMOLOGADO PELO INMETRO

# Conheça os finalistas da fase de produtos do prêmio inova 2023

*Com novas categorias e cerimônia de premiação na Automec com transmissão ao vivo pela A.TV, 10ª edição do Inova apura a opinião dos varejistas de todo o Brasil sobre os produtos e serviços dos fabricantes de autopeças*

O Prêmio Inova – Indústrias do Novo Varejo chega em 2023 à sua 10ª edição. Para comemorar a marca histórica, traz novidades importantes em sua metodologia. Com o objetivo de ampliar a análise do portfólio de produtos à disposição dos varejistas, o número de categorias pesquisadas na primeira fase 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. Outra importante novidade trazida para comemorar a décima edição do Prêmio Inova é o local em que será realizada a cerimônia em ho-

menagem às indústrias vencedoras: a Automec, maior feira de autopeças e serviços automotivos da América Latina. O evento acontece na sala 207 do mezanino do São Paulo Expo a partir das 16 horas do dia 25 de abril.

Neste Novo Varejo, apresentamos os finalistas da primeira fase da pesquisa – você vai conhecê-los nas tabelas a seguir. É a etapa em que 500 varejistas de componentes para veículos leves entrevistados em todo o Brasil elegem as melhores marcas por segmento de produtos. Com os aprimoramentos da metodologia para 2023, o questionário da pesquisa Inova submetido aos 500 varejistas foi o seguinte:

1. Qual é a melhor em amortecedor?
2. Qual é a melhor em anel e pistão?
3. Qual é a melhor em bico injetor?
4. Qual é a melhor em bomba d'água?
5. Qual é a melhor em bomba do combustível?
6. Qual é a melhor em bomba do óleo?
7. Qual é a melhor em borracha de suspensão?
8. Qual é a melhor em cabo de ignição?
9. Qual é a melhor em correia?
10. Qual é a melhor em disco de freio?
11. Qual é a melhor em embreagem?
12. Qual é a melhor em farol e lanterna?
13. Qual é a melhor em filtro?
14. Qual é a melhor em junta de motor?
15. Qual é a melhor em junta homocinética?
16. Qual é a melhor em lâmpada?
17. Qual é a melhor em óleo lubrificante
18. Qual é a melhor em pastilha de freio?
19. Qual é a melhor em pivô de suspensão?
20. Qual é a melhor em polia e tensionador?
21. Qual é a melhor em retentor?
22. Qual é a melhor em rolamento?
23. Qual é a melhor em sonda e sensor?
24. Qual é a melhor em terminal de direção?
25. Qual é a melhor em vela de ignição?

A classificação final da primeira fase obedece à soma simples dos votos obtidos por cada marca de autopeça em cada um dos quesitos pesquisados. Os vencedores de cada quesito seguem para a segun-

da fase, cuja metodologia foi criada pela Ipsos, uma das três maiores empresas de pesquisas do planeta, e aprimorada pelo After.Lab. A segunda fase do estudo está sendo realizada neste momento avalian-

do o desempenho empresarial das indústrias de autopeças classificadas.

Os resultados finais serão conhecidos revelados apenas na Automec e você poderá acompanhar ao vivo

pelo canal da A.TV no Youtube. A cobertura completa será apresentada nas edições impressa e digital do Novo Varejo Automotivo. Os resultados também serão divulgados na edição 2023 do Guia Inova.

<b>AMORTECEDOR</b>	<b>ANEL E PISTÃO</b>	<b>BICO INJETOR</b>	<b>BOMBA D'ÁGUA</b>	<b>BOMBA DO COMBUSTÍVEL</b>
COFAP	MAHLE METAL LEVE	BOSCH	INDISA	BOSCH
MONROE	KS	DELPHI	SCHADEK	MAGNETI MARELLI
NAKATA	MAGNETI MARELLI	MAGNETI MARELLI	URBA	URBA
<b>BOMBA DO ÓLEO</b>	<b>BORRACHA DE SUSPENSÃO</b>	<b>CABO DE IGNIÇÃO</b>	<b>CORREIA</b>	<b>DISCO DE FREIO</b>
BOSCH	AXIOS	BOSCH	CONTINENTAL	FREMAX
SCHADEK	SAMPEL	MAGNETI MARELLI	DAYCO	HIPPER FREIOS
URBA	MOBENSANI	NGK	GATES	TRW VARGA
<b>EMBREAGEM</b>	<b>FILTRO</b>	<b>JUNTA DE MOTOR</b>	<b>FARÓIS E LANTERNAS</b>	<b>RETENTOR</b>
LUK	FRAM	ELRING	ARTEB	ELRING
SACHS	TECFIL	SABÓ	ORGUS	EUREKA
VALEO	WEGA	TARANTO	PHILIPS	SABÓ
<b>JUNTA HOMOCINÉTICA</b>	<b>LÂMPADAS</b>	<b>ÓLEO LUBRIFICANTE</b>	<b>PASTILHA DE FREIO</b>	<b>PIVÔ DE SUSPENSÃO</b>
ALBARUS	MAGNETI MARELLI	IPIRANGA	COBREQ	NAKATA
COFAP	OSRAM	LUBRAX	FRAS-LE	PERFECT
NAKATA	PHILIPS	PETRONAS	SYL	VIEMAR
<b>TERMINAL DE DIREÇÃO</b>	<b>POLIA E TENSIONADOR</b>	<b>ROLAMENTOS</b>	<b>SONDA E SENSOR</b>	<b>VELA DE IGNIÇÃO</b>
NAKATA	INA	FAG	BOSCH	BOSCH
PERFECT	NYTRON	INA	MTE THOMSON	NGK
VIEMAR	SKF	SKF	NGK/NTK	*

# Desconfiança cria ameaça de crise sistêmica para o varejo brasileiro

*Descoberta de rombo nas Lojas Americanas tem efeito dominó e obriga Governo a se movimentar para socorrer o setor como um todo*

O ano de 2023 começou com notícias decisivas para a conjuntura do varejo brasileiro. No centro deste cenário, a descoberta de um rombo que supera a casa dos R\$ 40 bilhões no caixa das Lojas Americanas, varejista com o 5º maior faturamento do país em 2022, ligou um sinal de alerta entre os diversos segmentos que se relacionam com o setor.

Entre os mais reativos à crise da empresa estão as instituições financeiras e os fundos de investimento. Dois dos três maiores bancos privados do país, Bradesco e Itaú se apressaram para provisionar 100% de suas exposições às Americanas a fim de demonstrar ao mercado que estavam resguardados em caso de calote. O Santander, por sua vez, outro membro do tripé dos 'bancões' locais, optou por uma provisão de 30%.

Vale destacar que, juntos, os três bancos estão entre os maiores credores da gigante do varejo e que seus provisionamentos somados alcançaram a casa dos R\$ 8,7 bilhões.

Pior do que um abalo de confiança pontual, porém, está o fato de o problema identificado nas Lojas

Americanas ter sido interpretado como o primeiro dominó de uma sequência de fragilidades contábeis e balanços incongruentes a serem identificados no setor varejista nacional.

Esta interpretação foi reforçada por problemas noticiados dias depois, tais como a tentativa de renegociação de dívida por parte da Marisa; o decreto de falência da Livraria Cultura; e o calote da Tok&Stok no 'Vinci Logística', fundo imobiliário proprietário de um dos balcões logísticos da empresa.

Muito bem, neste momento você pode estar se sentindo aliviado pelo fato de este cenário de turbulência não ter chegado ao varejo de autopeças. Mas, a realidade pode ser um pouco diferente. Em primeiro lugar, a Americanas representa um importante marketplace para inúmeros varejistas de autopeças que, a depender dos desdobramentos da questão, podem ter problemas com um importante canal de comercialização de seu portfólio.

Só que há muito mais além disso. Se a crise se tornar conjuntural, os problemas também poderão se multiplicar. De acordo com a

economista da FecomercioSP, Kelly Carvalho, a resposta para esta crise de confiança deve se refletir em uma mudança de postura geral dos bancos em suas relações com o setor varejista.

"Geralmente estas empresas têm os bancos como seus principais credores, o que vai gerar um clima de insegurança entre as instituições financeiras. Todo esse efeito cascata pode se espalhar pelo setor por um canal muito importante que é o crédito", projetou Carvalho.

Portanto, para compreender o impacto de um endurecimento da concessão de crédito no setor varejista, é preciso mergulhar em temas estruturais – tanto do setor quanto da economia como um todo. Nesta tentativa de explicar o contexto atual, o presidente do IBEVAR – Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo & Mercado de Consumo, Claudio Felisoni, descreveu o caso das Lojas Americanas como um 'tsunami em um mar que já não era de brigadeiro' se referindo a variáveis como a alta da inflação, crescimento dos juros, aceleração do índice de endividamento das famílias e o crescimento da inadimplência como fatores que têm

apertado as margens do varejo nos últimos meses.

Como resultado direto desta conjuntura econômica desafiadora do país, as empresas do varejo listadas na B3 – nossa Bolsa de Valores – têm apresentado uma alta substancial em seus índices de endividamento.

Segundo levantamento da TC/Economática, o número destas empresas com endividamento alto dobrou entre o terceiro semestre de 2022 e o mesmo período do ano anterior. Além disso, das 14 varejistas com capital aberto no Brasil, quatro tinham o indicador de endividamento dívida líquida/Ebtida acima de três vezes – casos das já citadas Americanas e Marisa, bem como de Via e Magalu, outras duas gigantes do setor.

Em resumo, a sinalização de crédito feita pelos bancos nacionais chegaria em um momento de vulnerabilidade do varejo, fator que, na opinião de Felisoni, pode ocasionar problemas de operação como restrição do abastecimento e comprometimento do fluxo de caixa das vendas.



# A RMP tá

Não perca nenhuma de nossas campanhas comerciais, lançamentos e novidades sobre autopeças, moto peças e acessórios. Siga nossos canais oficiais e fique sempre on com a RMP.



Posicione a câmera do seu smartphone para acessar.



 @rmpdistribuidora  
 RMP

# RMP



Felisoni, do Ibevar, entende como positiva a movimentação do Governo, mas, ao mesmo tempo, de efeitos limitados



## Cenário de dificuldade impulsiona pedidos de recuperação empresarial e renegociação de dívidas

A sirene que soou com os pedidos de recuperação empresarial e renegociação de dívidas de Lojas Americanas, Marisa e Livraria Cultura pode ser apenas a ponta do iceberg de uma crise que tende a se configurar como sistêmica. Especialista no tema 'inadimplência empresarial' do escritório GBA Advogados Associados, Felipe Granito relata que o volume médio do serviço de recuperação empresarial quase dobrou na sua empresa nos últimos três meses – acrescentando um detalhe importante: esses pedidos vieram majoritariamente de pequenas e médias empresas do setor de varejo. Segundo ele, a congruência dos problemas apresentados pelas

PMEs clientes do GBA Advogados Associados, com as notícias a respeito das empresas de grande porte divulgadas recentemente, comprova uma tese: "Sempre que as grandes operações apresentam os sintomas da crise financeira no setor, provavelmente as pequenas e médias já vêm suportando essas mesmas consequências há muito tempo", afirmou. A ideia de que a crise do varejo é, de fato, sistêmica e pode trazer danos severos à economia nacional como um todo, sobretudo considerando que o setor varejista é aquele que mais emprega no país, fez com que o Governo Federal sinalizasse, neste início de março, que está se preparando para oferecer socorro. "O Gover-

no tem uma proposta de criação de uma linha de crédito para fornecedores", compartilhou Kelly Carvalho.

Para fazê-lo, a equipe econômica do presidente Lula estuda, por exemplo, a possibilidade de prorrogação do FGI-Peac, um fundo garantidor que sustenta o Programa Emergencial de Acesso ao Crédito, criado por Jair Bolsonaro no auge da pandemia.

Em sua estrutura, o FGI-PEAC utilizou um aporte de R\$ 20 bilhões do Tesouro Nacional para, com isso, oferecer garantia de até 80% do valor da operação de instituições financeiras em crédito oferecido para PMEs e grandes empresas.

Ao comentar as expectativas do

IBEV-AR para os impactos deste possível socorro advindo do Governo Federal, Claudio Felisoni mesclou otimismo e cautela. "É, sem dúvida, um movimento positivo, ou seja, auspicioso para o varejo. Entretanto, os efeitos concretos, dadas as restrições impostas pelo programa, serão limitados", opinou.

## O FGI-PEAC na prática

Para cada R\$ 1 de garantia

liberam-se R\$ 5 em financiamentos pelos bancos

Resultado: + confiança, já que os bancos são reembolsados em até 80% do valor em caso de inadimplência.







## VELAS AQUECEDORAS NGK



**ALTA PERFORMANCE  
E DESEMPENHO NA  
PARTIDA DO SEU VEÍCULO.**

**CONHEÇA TODA NOSSA LINHA EM: [WWW.NGKNTK.COM.BR](http://WWW.NGKNTK.COM.BR)**

**BAIXE  
NOSSO  
APP**



**[duvidas@ngkntk.com.br](mailto:duvidas@ngkntk.com.br)**

**0800 019 7112**



**@ngkdobrasil**

## Financiar necessitando de financiamento: a conta fecha?

A diminuição do poder de compra das famílias brasileiras, originada – dentre outros motivos – pela forte pressão inflacionária dos últimos meses torna o papel de financiador do varejo ainda mais fundamental na sua relação com o consumidor final.

Não por acaso, grandes varejistas como a Americanas, o Magalu e até mesmo supermercados como Carrefour, o Grupo Big e o Grupo Muffato criaram seus bancos digitais para servirem como alternativa de bancarização para seus consumidores.

A recém surgida crise sistêmica no varejo, somada ao alto índice de inadimplência das famílias brasileiras, tem, porém, levantado questionamentos sobre a capacidade das empresas do setor seguirem atuando como ‘financiadores’, ao passo que, elas mesmas, têm mostrado necessidade de ter mais acesso ao crédito.

Dentro deste contexto, a economista da FecomercioSP Kelly Carvalho, indica que, apesar da oferta de crédito ser uma estratégia muito importante para alavancar as vendas e fidelizar os clientes, é fundamental que o varejista se atente a alguns pontos para evitar inadimplência e prejuízos financeiros que possam comprometer o seu fluxo de caixa.

Entre estes pontos, Kelly Carvalho destacou:

- A análise de crédito: antes de abrir uma conta na plataforma digital ou oferecer boletos, é importante que o varejista analise criteriosamente a situação financeira do cliente. Analisando seu histórico de crédito, seu score, a fonte de renda e outras questões como as despesas fixas do cliente.
- Estabelecer limites de crédito: ele deve ser esta-

belecido de acordo com a capacidade financeira e o histórico do consumidor. Isso vai evitar que o cliente se endivide além de suas possibilidades, diminuindo assim o risco do crédito.

- Definição de prazos de pagamento muito claros: para quem vende via boleto, sobretudo, é preciso que os prazos sejam realistas para que o cliente possa se programar financeiramente. É preciso dar transparência a questões como multas e juros a fim de incentivar o cliente a cumprir com suas obrigações. O tipo de produto e a capacidade financeira do cliente são dois balizadores importantes nesta definição.

- Identidade do cliente: o varejista deve se certificar que está lidando com a pessoa certa, verificando a identidade por meio da conferência de documentos como RG e CPF. Hoje, com o avanço tecnológico, os crimes de estelionato têm aumentado cada vez mais e demandam muita atenção.

Corroborando a visão da economista da FecomercioSP, Claudio Felisoni fez um pedido por cautela por parte dos varejistas, alertando sobre os riscos envolvidos em se financiar uma venda sem estar devidamente preparado para tal. “É preciso dizer que nesses momentos em que o comprometimento da renda aumenta o processo de análise de crédito precisa ser mais rigoroso e não menos. Muitas grandes empresas de varejo quebraram exatamente seguindo essa rota. Exemplo: Arapuã”, complementou o dirigente do IBEVAR.

Kelly Carvalho aponta cuidados para evitar a inadimplência na loja





# AXIAL | BIELETA | PIVÔ | TERMINAL



## DE PEÇA, A GENTE ENTENDE!

A Perfect Automotive oferece peças de confiança e qualidade, atendendo as mais rigorosas normas de certificação do mercado, sendo apta para produzir e fornecer para as diversas montadoras do país. Tudo isso com um portfólio vasto, cobrindo veículos nacionais e importados, seja para a linha leve, utilitária ou pesada.



Mais de 4 mil itens em toda linha PERFECT para veículos NACIONAIS e IMPORTADOS.



Perfect automotive



@perfect\_automotive



Perfect automotive

  
**PERFECT**<sup>®</sup>  
AUTOMOTIVE

## Como estão os varejos de autopeças?

Ao analisar o setor varejista, muitos institutos de pesquisa e entidades deixam de lado as características específicas do setor de autopeças. Tal cenário nos levou a levantar o questionamento: como estão algumas das principais empresas do comércio de peças automotivas em meio ao atual momento econômico do país? Para alcançar este enquadramento aproximado, nada melhor do que conversar com os empresários que convivem com o cotidiano do setor.

Sendo assim, convidamos Flávio Ramos, CEO da gaúcha Ramos & Copini, e Roberto Rocha, fundador da campineira Rocha Autopeças para comentar a relação das suas empresas no âmbito do crédito. Veja o que eles disseram.

**Novo Varejo Automotivo - Sua empresa buscou crédito nos últimos meses? Você tem visto maior dificuldade na hora de conseguir empréstimos com boas condições junto às instituições financeiras?**

**Flávio Ramos** - Buscamos crédito no início do ano passado e conseguimos as condições necessárias.

**Roberto Rocha** - Nós da Rocha Autopeças temos o princípio de fazer investimentos com o capital próprio, desta forma não temos dívidas com bancos. No final do semestre passado surgiu uma oportunidade de aquisição de uma área com edificação para montar um novo Centro de Distribuição, pois o nosso atual está muito apertado. Então, consultei o banco sobre a possibilidade de fazer um empréstimo para pagamento a médio prazo, fui de pronto atendido com o valor e condição de pagamento favoráveis, mas creio que isso ocorreu por eles terem o nosso histórico de movimentação e o valor não comprometer o faturamento da empresa. Acabamos nem usando o valor, pois optamos por parar o acabamento da nova sede da empresa e usar o dinheiro para a aquisição.

**Novo Varejo Automotivo - Agora falando sobre a relação da sua empresa com os consumidores: o crédito mais caro (juros altos) tem diminuído o ímpeto de consumo?**

**Flávio Ramos** - Sim, os juros altos inibem o consumo, dificultam a concessão de prazo mais longo, aumentam o custo e, conseqüentemente, diminuem a venda. Para a distribuição e varejo isso é negativo

em todos os sentidos.

**Roberto Rocha** - Os consumidores estão meio avessos a fazer dívidas, quando aparece alguém que opta pelo pagamento a prazo e não se preocupa com juros sobre a dívida eu fico preocupado que ele pode acabar não pagando. Nós temos planos de pagamento que vão até 10 vezes com juros baixos ainda, porém não incentivo muito esta forma pois ficamos com o nosso capital de giro preso por maior tempo, mas acudimos o nosso cliente que está em dificuldade naquele momento. Isto ajuda a manter as vendas. O que tem assustado o consumidor é o aumento dos preços das peças, o fabricante tem realizado aumentos muito acima da inflação sem muita lógica. Depois que um aumenta, os outros vão atrás.

**Novo Varejo Automotivo - Com este crédito mais caro, o varejista está tendo de fazer mais esforços para oferecer melhores condições para o consumidor final na hora de parcelar suas vendas? Como fazer isto sem se expor ao risco da inadimplência?**

**Flávio Ramos** - Não tem mágica, pois é necessário ser responsável com a concessão de crédito e, principalmente, com a caixa da empresa. Com o cenário atual, a redução do prazo e o aumento no rigor quando da concessão no crédito são uma necessidade para a empresa.

**Roberto Rocha** - Todo o parcelamento feito com mais de 3 parcelas (10/30/60) só é feito através de operação com cartão de crédito, o que reduz muito o risco da inadimplência.

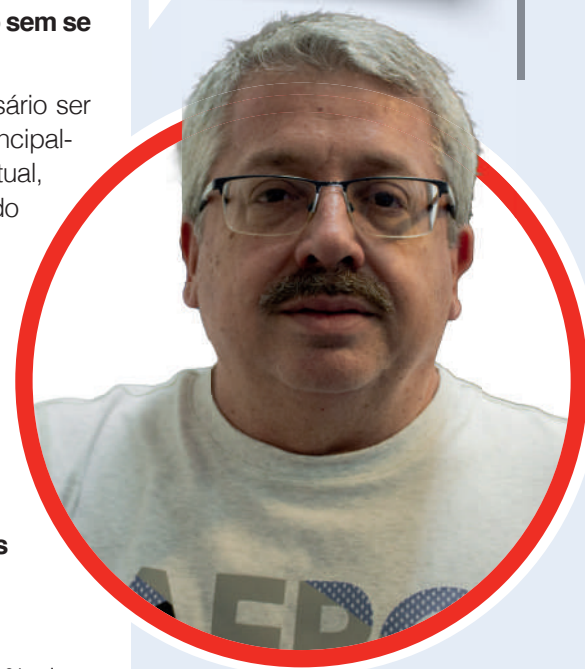
**Novo Varejo Automotivo - Em percentual, qual a parcela das vendas da sua loja realizadas a prazo na comparação com aquelas feitas a vista?**

**Flávio Ramos** - 80% a prazo e 20% a vista.

**Roberto Rocha** - A média está em torno de 50/50%, dentro do total do grupo; em algumas regiões ainda se cultua o pagamento a longo prazo, o reparador insiste que a loja de autopeças tem de financiar a operação dele, ele não põe o dinheiro dele no negócio. Em outras regiões onde os clientes já aprenderam a ser empresários no ramo, eles optam pelo pagamento a vista para ficar com eles o rendimento do dinheiro envolvido.



Para Flávio Ramos, maior rigor na concessão de crédito é necessidade



Roberto Rocha prefere investir com capital próprio

# O futuro é delas e o presente também!

Um mercado de trabalho mais feminino, com menos preconceito e melhor desempenho, mais criatividade e rentabilidade.



Posicione a câmera do seu smartphone para acessar.

**Conheça nossas redes sociais:**

@disapedistribuidora

Disape Autopeças

Distribuidora de Autopeças  
**» Disape**

# Um brinde às mulheres que fizeram história no universo automotivo

Em homenagem ao Dia Internacional das Mulheres, relembremos quatro lendas pioneiras no setor

Por muitos anos a relação das mulheres com o universo automotivo foi permeada por uma boa dose de preconceito. A tentativa de distanciamento entre eles começava logo cedo, quando as meninas eram incentivadas a brincar de boneca enquanto os meninos se divertiam com seus carrinhos.

Aos poucos, porém, esta barreira cultural vem sendo quebrada – processo que foi capturado pelo último levantamento sobre o perfil de condutores do Brasil realizado pelo Departamento Nacional de Transportes (DNIT), em 2021. Na ocasião, o estudo revelou que o país já conta com 25,8 milhões de mulheres habilitadas, o que corresponde a 35% do total das CNHs emitidas.

Mais do que uma revolução, no entanto, este reforço do relacionamento feminino com os carros representa um retorno às bases da história dos automóveis no mundo. Afinal, são inúmeros os casos de mulheres que deixaram suas marcas no processo de consolidação das máquinas de quatro rodas na sociedade.

Para celebrar o Dia Internacional das Mulheres, comemorado neste 8 de março, o Novo Varejo Automotivo lembra algumas dessas baluartes revolucionárias na história dos carros.

Venha conosco e conheça mais sobre esta relação em uma viagem cronológica:

O marido inventou o automóvel, mas quem caiu na estrada foi a mulher



## 1888

**Bertha Benz mostrou que mulher no volante é sinônimo de pioneirismo!**

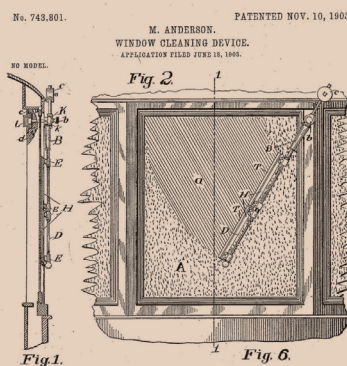
Nos dias atuais, pegar a estrada para viajar com um carro individual é um ato cotidiano. Esta, porém, não era a realidade há cerca de 135 anos. Naquela época, as viagens de longa distância eram realizadas por veículos a vapor ou em ônibus coletivos.

O pontapé inicial para as viagens como conhecemos hoje foi dado pela alemã Bertha Benz, a primeira motorista da história a viajar com um carro particular movido a gasolina!

Na ocasião, a esposa de Karl Benz – fundador da Mercedes e ninguém menos que um dos inventores do automóvel, em 1886 – percorreu um trecho de 106 quilômetros para chegar até a casa de sua mãe.

Engana-se, no entanto, quem pensa que Bertha foi ‘apenas’ uma motorista. Afinal, durante o trajeto, ela teve de consertar o veículo em diversas oportunidades – esbanjando conhecimento mecânico!

Anderson patenteou o primeiro sistema de limpadores de para-brisa



## 1902

**Mary Anderson foi chave para que pudéssemos dirigir em dias de chuva**

Quando você está na estrada e, de repente, começa a chover, qual é a sua primeira reação? Bom, para a maioria das pessoas a resposta deve estar relacionada ao acionamento do limpador de para-brisa.

Sendo assim, é difícil imaginar viver em um mundo em que este recurso não existia, não é mesmo? Pois bem: esta era a realidade dos motoristas que trafegavam até 1902, ano em que Mary Anderson inventou o recurso.

Incomodada pela forma com que o clima interferia na organização do trânsito, a pioneira desenhou um rodo feito para ser instalado no lado de fora do vidro do bonde e acionado por meio de uma manivela interna. A invenção foi tão boa, mas tão boa, que até hoje, por mais que a tecnologia evolua, ninguém conseguiu criar uma solução melhor.



A criadora do que seria no futuro a sinalização de direção e frenagens nos automóveis

## 1910

**Florence Lawrence inventava os elementos cruciais para organizar o trânsito até os dias atuais**

Já pensou trafegar pelas ruas movimentadas de uma cidade como São Paulo sem poder dar seta ou acionar a luz de freio para avisar os carros que vêm na sequência? Haja acidentes!

O que hoje parece ser artigo indispensável, no entanto, só foi inventado no ano de 1910 pela

canadense Florence Lawrence.

Na ocasião, ela criou uma dupla de bandeirinhas para fixar atrás dos para-lamas que, ativada por botões elétricos, se levantavam para indicar a direção da curva que iria ser realizada. Além disso, incluiu em seu carro uma placa com a palavra ‘STOP’ que era automaticamente ativada logo que o motorista acionava o freio do automóvel.

Personalidade genial, conhecida também por ser uma das primeiras estrelas do universo cinematográfico, Lawrence espalhava aos quatro ventos a necessidade de empoderamento feminino e o universo dos automóveis como via importante para disseminar esta independência. “A mulher comum faz seus próprios reparos. Ela é curiosa o suficiente para investigar cada pequeno ruído em seu carro, e remediá-lo”, afirmou ao New York Times no ano de 1920.

Jornalista e piloto, McCluggage abriu as portas do Hall da Fama Automotivo para os profissionais da imprensa



## 2001

**Denise McCluggage inseriu os jornalistas no Hall da Fama Automotivo**

Criado para honrar e homenagear pessoas importantes da história do setor, o Hall da Fama Automotivo nasceu nos Estados Unidos em 1939. Foi apenas seis décadas depois, no entanto, em 2001, que um representante da classe jornalística conseguiu ingressar no seletivo grupo de 275 membros.

Fundadora do periódico ainda em atividade ‘AutoWeek’, Denise McCluggage quebrou paradigmas tanto do universo automotivo quanto de sua profissão ao encontrar maneiras criativas e resilientes para superar as barreiras do machismo.

Em entrevista ao ‘Automotive Hall of Fame’, a lenda relatou: “Eu tinha que entrevistar pilotos através das cercas de arame, porque eles não permitiam que mulheres entrassem no pit, na garagem, ou na área de imprensa da Indy. Me falaram que as pessoas não iriam aceitar notícias escritas por uma mulher”.

Um fato importante a ser destacado é que, além de jornalista referência, McCluggage foi piloto de corrida cheia de títulos, vencendo as 12 horas de Sebring, em 1961, e o Rali de Monte Carlo, em 1964.



O FUTURO É TECFIL



exit.org

*Criamos  
história  
olhando  
para  
frente*

**Estamos completando 70 anos.**

*Neste tempo, vivemos grandes histórias e conquistas olhando sempre o futuro e com você como parte da nossa equipe.*

*A inovação e a vontade de estar sempre à frente é o motor que nos leva mais longe. E sempre vai ser.*

#VÁ MAIS LONGE

**Tecfil®**





# Crescimento do mercado de usados ajuda, mas não resolve todos os problemas do aftermarket

*Momento econômico é favorável à opção pelos automóveis mais velhos, porém o mercado de reposição enfrenta falta de crédito e outros obstáculos que não se resolvem apenas com mais carros nas oficinas*

Queda no poder de compra da população, juros altos e inadimplência das famílias em patamares recorde. A conjuntura socioeconômica do país tem produzido a tempestade perfeita para uma estagnação na

venda e na fabricação de carros 0km – e a este cenário ainda é somado o desabastecimento não solucionado dos semicondutores.

Uma curva inversamente proporcional, porém, tem sido observada no





mercado de veículos que se enquadram nas categorias usados e seminovos.

A conjuntura positiva deste enquadramento esteve em evidência no último relatório da FENAUTO (Federação Nacional das Associações dos Revendedores de Veículos Automotores). O estudo da entidade revelou crescimento acentuado no comparativo anual em todos os segmentos – desde os automóveis (20,4%) até os comerciais leves e pesados (11,2% e 9,2%).

Os resultados positivos não se limitam, no entanto, à comparação entre meses idênticos de 2023 e 2022. Eles podem ser observados também no levantamento mês a mês: de janeiro para fevereiro, a média de vendas por dia útil de seminovos e usados cresceu 24,4%.

De acordo com o presidente da FENAUTO, Enilson Sales, as altas recentes dos usados não se limitam à condição econômica brasileira e a diferença dos preços em relação aos carros 0km, mas trazem também outros componentes

importantes. “Quando olhamos para o mercado de 0km, vemos que não há disponibilidade de veículos em todas as cores, versões e modelos – sendo que esta variedade de ofertas por parte das montadoras e concessionárias sempre foi um diferencial do carro novo. Por outro lado, com o advento da internet, ficou mais fácil de se procurar seminovos e usados com características parecidas com aquela que se deseja”, conjecturou o dirigente.



## Quanto mais velho, melhor

**A** pesar da curva ascendente nas vendas atingir todos os seminovos e usados em alguma medida, ao observarmos os dados da FENAUTO em detalhes, uma informação reveladora salta aos olhos: a preferência nacional pelos chamados 'velhinhos'.

Há algum tempo a frota brasileira já está em envelhecimento contínuo e, no último levantamento, atingiu a idade média recorde de 10 anos e 3 meses. No que depender da fotografia dos dados de 2023, este movimento irá seguir o curso atual.

Isso porque ao compararmos seminovos (0 a 3 anos), usados jovens (4 a 8 anos), usados maduros (9 a 12 anos) e velhinhos (13 anos ou mais), a última categoria é a única a ultrapassar uma margem de crescimento de 25% tanto no comparativo mensal quanto no anual. Observe no gráfico abaixo:

Sales mostra otimismo e acredita que mercado de usados continuará crescendo



Anos de Uso	Fevereiro 2023	Janeiro 2023	Δ%	Fevereiro de 2023	Fevereiro de 2022	Δ%'	Acum 2023	Acum 2022	Δ%''
Seminovos (0 a 3)	160.946	165.206	-2,6%	160.946	140.469	14,6%	326.152	274.824	18,7%
Usados Jovens (4 a 8)	256.067	275.139	-6,9%	256.067	230.891	10,9%	531.206	462.240	14,9%
Usados Maduros (9 a 12)	238.405	257.835	-7,5%	238.405	200.699	18,8%	496.240	403.759	22,9%
Velhinhos (13 e +)	335.481	363.471	-7,7%	335.481	266.103	26,1%	698.952	539.457	29,6%
<b>Total</b>	<b>990.899</b>	<b>1.061.651</b>	<b>-6,7%</b>	<b>990.899</b>	<b>838.162</b>	<b>18,2%</b>	<b>2.052.550</b>	<b>1.680.280</b>	<b>22,2%</b>

**A**o comentar as razões para este sucesso especial no caso dos carros mais velhos, Sales destacou o fato destes estarem mais ajustados à capacidade de compra do brasileiro.

"O consumidor de renda mais baixa tem muito mais opções nesta categoria. Além disso, ela abrange um espectro muito largo de consumidores. Afinal, estamos falando de pessoas das classes C e D – e até um pouco da classe B. Ou seja, você pega um range muito largo de pessoas. Para mim este é o ponto principal", afirmou o presidente da FENAUTO, antes de complementar mencionando uma característica cada vez mais em voga no mercado de trabalho: "Além disso, esta categoria facilita a compra para o chamado 'público informal', que não tem renda comprovada ou que é dono de micro empresa. E o Brasil tem visto esta população crescer bastante nos últimos anos".

Ao observar que a situação econômica conturbada do país tem sido o principal vetor do boom de seminovos e, sobretudo, usados, profissionais do aftermarket podem enxergar a atual crise e as incertezas que a cercam com olhares positivos. Na opinião de Sales, porém, o que já é bom para o setor pode ficar ainda melhor caso o Brasil avance em políticas que ofereçam maior estabilidade neste âmbito. Segundo ele, caso alcancemos este nível de mais segurança e estabilidade, o mercado tende a 'decolar'.

Caso ocorra o contrário e o Governo Federal opte por aquilo que ele chamou de 'começar com alguma loucura', o comércio de usados e seminovos terá uma desaceleração progressiva.

Diante dessas condicionantes apresentadas por Sales, os questionamos sobre suas expectativas para os próximos meses, levando em consideração suas observações a respeito da progressão do comportamento do consumidor e dos indicativos oferecidos pelo poder público quanto à condução das diretrizes de nossa economia.

Otimista, o presidente da FENAUTO afirmou esperar uma trajetória de continuidade – algo que, em sua visão, será muito positivo para o setor de venda de automóveis usados e seminovos. "Nossa expectativa é que continuemos fortes em termos de comércio dos veículos das categorias que representamos. Eu não espero uma performance de 22%, como estamos espelhando nos primeiros meses. Mas eu diria que, seguramente, teremos um crescimento ao longo dos próximos três meses – e, a partir daí, a gente vai avaliar onde estamos, sempre a depender da política do Governo", concluiu Sales.

## Próximos dias serão decisivos para a condução da economia nacional

Ao comentar os próximos passos do mercado de usados e seminovos no país, Enilson Sales colocou ênfase especial na dependência do setor em relação à condução econômica por parte do Governo Federal.

Como pano de fundo de sua preocupação – compartilhada por boa parte dos dirigentes e empresários dos mais diversos setores – está uma espécie de queda de braços travada pelo Governo e o Banco Central do Brasil (BC), instituição que, desde 2021, tem sua autonomia

garantida por lei.

No centro do impasse está a demarcação da taxa básica de juros, a Selic, atualmente no patamar de 13,75%. Como é tradicional, o mecanismo tem sido usado pelo BC para controlar a inflação – estratégia que contraria a visão da atual equipe do Ministério da Fazenda, comandado por Fernando Haddad, que entende que, ante o cenário atual, já seria possível promover uma redução da Selic, o que, na opinião do Governo, serviria para incentivar um aquecimento da

economia. Nas próximas semanas, Haddad e o presidente do BC, Roberto Campos Neto, devem ter um encontro no Senado Federal para discutir o assunto.

Vale destacar que, antes do agendamento deste encontro, ainda sem data para acontecer, a Comissão de Assuntos Econômicos (CAE) do Senado aprovou um convite para que, no próximo dia 4 de abril, Campos Neto preste explicações sobre a atual taxa básica de juros da economia.

f in @barrosapoficial

# BARROS®

AUTOPEÇAS

53  
ANOS

A Barros Autopeças é uma distribuidora **focada em linha leve** e está presente nos estados de **São Paulo, Minas Gerais e Paraná.**

Oferecemos **soluções eficientes** com um **portfólio amplo** e de qualidade para o mercado de reposição automotiva, com mais de **25 mil produtos!**

## JUNTOS & EM MOVIMENTO.

Mogi Mirim **19 3805 7200** | Belo Horizonte **31 3514 2100**  
Curitiba **41 3012 9200** | São José do Rio Preto **17 3512 3500**  
Bauru **14 3235 3700** | Campinas **19 3045 4300** | Passos **35 3115 0020**  
Poços de Caldas **35 3014 9119** | Araxá **34 3611 0101**  
Patos de Minas **34 3171 2300**

**advance**  
AUTOPARTS

**CONHEÇA A MARCA  
PRÓPRIA DA BARROS!**

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

# Aliança Aftermarket Automotivo Brasil junta-se ao Movimento Global pelo Direito de Reparar Veículos

*Automotive Aftermarket lança diretrizes de melhores práticas para legisladores Automotive Aftermarket lança diretrizes de melhores práticas para legisladores*

A Aliança Aftermarket Automotivo Brasil juntou-se a outros líderes de associações globais para apoiar o movimento global crítico pelo direito de reparar, assinando a nova declaração de posição do direito de reparar. A declaração enumera as crenças centrais do movimento e os objetivos e resultados pretendidos pela legislação do direito de reparar. É importante ressaltar que o documento estabelece 10 princípios de melhores práticas para desenvolver uma estrutura para o direito de reparar a legislação que qualquer país apoiador pode usar e adaptá-los às suas necessidades.

Globalmente, o mercado de reposição automotivo mantém 1,5 bilhão de veículos nas estradas, ao mesmo tempo em que contribui com US\$ 1,8 trilhão para a economia global. Depois que os veículos saem do período de garantia, as oficinas independentes realizam 70% dos reparos. Esta indústria vibrante e a escolha do consumidor que ela cria estão sendo ameaçadas por fabricantes automotivos que bloqueiam o acesso a dados de reparo e manutenção de veículos transmitidos sem fio. Sem a conveniência e escolha de peças e reparos independentes, especialmente em comunidades

suburbanas e rurais, os consumidores terão acesso limitado a serviços e reparos de veículos acessíveis. Essas restrições podem ter efeitos catastróficos nas economias locais e no bem-estar e segurança de milhões de pessoas que dependem diariamente do transporte de veículos.

No Brasil, o mercado de reposição automotivo movimentará próximo de 100 bilhões de reais para a economia, sendo 30% em autopeças e 70% em mão-de-obra, gerando 1 milhão de empregos, para atendimento de mais de 78 milhões de motoristas habilitados.

Tanto a Austrália quanto a África

do Sul mantiveram com sucesso o direito de seus motoristas de consertar seus veículos. Esses países são um modelo para legislação semelhante no Brasil, que nivela o campo de atuação e mantém o consumidor no centro da tomada de decisões em todo o ecossistema de transporte.

Organizações interessadas em apoiar o direito de reparar veículos de todas as classes podem entrar em contato com a Aliança Aftermarket Automotivo Brasil para se juntar ao movimento global.

Leia a seguir a declaração de posição completa.

## Declaração de Posição Global pelo Direito de Reparar

razoável e oportuno a serviços essenciais de veículos.

Em todo o mundo, os consumidores estão enfrentando uma ameaça significativa ao seu direito de consertar seus veículos em uma oficina mecânica de sua escolha.

Os veículos estão se tornando cada vez mais como celulares, conectados sem fio o tempo todo. Esses veículos conectados coletam milhares de pontos de dados sobre a integridade dos sistemas do veículo. As montadoras então transmitem esses dados para si mesmas sem fio, obstruindo o acesso a eles por oficinas independentes.

Sem acesso a esses dados, existem riscos significativos para o mercado de reposição automotivo, incluindo:

- as oficinas mecânicas independentes não podem atender um veículo e torna-se mais difícil garantir que os veículos estejam operando da maneira mais eficiente e segura possível;
- os consumidores perderão o direito de consertar seu veículo na oficina mecânica de sua escolha, e sinaliza que o problema continue a crescer;

- redução da concorrência no serviço e reparação de veículos, arriscando o encerramento de oficinas, comprometendo centenas de milhares de postos de trabalho e limitando o acesso dos consumidores a um mercado de reparação acessível;

- os governos podem não atingir suas metas de adoção de veículos menos poluentes porque não haverá serviço suficiente e opções de reparo para esses veículos.

Para um mercado de reposição automotivo verdadeiramente aberto, justo e competitivo, os consumidores precisam ser protegidos por legislação que reflita a nova realidade dos veículos.

Como tal, nós, abaixo assinados, acreditamos que:

1. As leis de direito de reparação são fundamentais para alcançar uma concorrência justa e aberta e a escolha do consumidor na indústria de reposição automotiva.

2. A prática de introduzir códigos voluntários ou Memorandos de Entendimento não é viável. Esses acordos entre as montadoras e o setor de reparação

### Preâmbulo

A indústria de reposição automotiva é um serviço essencial que inclui a fabricação de equipamentos de oficinas e peças de reposição, redes de distribuição, varejo e oficinas de serviços e reparos. Em todo o mundo, somos responsáveis por manter mais de um bi-

lhão de veículos nas estradas em condições seguras.

As oficinas mecânicas independentes estão em todas as jurisdições e distritos em todo o mundo. Essas oficinas independentes garantem que os motoristas em todas as comunidades, incluindo pequenas e remotas, tenham acesso

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

independente falharam e as investigações revelam que a falha se deve ao significativo desequilíbrio de mercado e poder político entre as partes; auto interesse percebido pelos fabricantes em controlar o reparo de veículos; e nenhum mecanismo de execução para processar violações desses acordos.

3. Os interesses comerciais em jogo e os lucros que os fabricantes de veículos obtêm desses métodos resultaram em uma consciência mundial de que acordos voluntários não funcionam e que a intervenção formal de entidades governamentais por meio de legislação é necessária. Esta intervenção formal deve incluir uma obrigação, requisito para compartilhar informações de servi-

ço e reparo, ferramentas de diagnóstico e reparo, bem como software de reparo com o setor de reparo independente.

4. A falha em disponibilizar informações, ferramentas e software de serviços e reparos automotivos resulta em falta de concorrência, elevando o preço dos reparos e serviços automotivos para os consumidores e ameaça desafiar a sustentabilidade do canal independente de reposição automotiva. Muitos argumentariam que a falta de acesso a serviços automotivos seguros, protegidos e com preços competitivos resulta em baixa segurança nas estradas e resultados de emissões mais altos.

Legislação do Direito de Reparar – Objetivos e Resultados Pretendidos

Os objetivos das leis de direito de reparo para o setor de serviços e reparos de veículos devem ser princípios- basear e incluir o objetivo central da lei que é:

Promover um mercado nivelado – Promover a concorrência entre os reparadores de veículos motorizados e estabelecer um mercado justo ao exigir o acesso, em termos comerciais justos e razoáveis, a informações, ferramentas, peças de reposição e software usados para diagnosticar, reparar, modificar ou desmontar veículos;

Permitir a Escolha do Consumidor – Permitir que os consumidores tenham veículos diagnosticados, reparados, modificados ou desmontados com segurança e eficácia por um reparador de

sua escolha;

Garantir acessibilidade – Incentivar o fornecimento de informações, ferramentas e software acessíveis sobre veículos para reparadores e organizações de treinamento (para fins de formação e capacitação).

Dez Princípios de Melhores Práticas Legislação sobre o Direito de Reparar Os dez princípios a seguir fornecem diretrizes de melhores práticas para o desenvolvimento de uma estrutura para a legislação relativa ao direito de reparação. Estes podem ser adaptados conforme apropriado, para atender às necessidades e condições específicas de cada jurisdição.

<b>ACESSO IGUALITÁRIO</b>	Os fabricantes/montadoras de veículos devem fornecer aos reparadores independentes, em termos e condições razoáveis, o mesmo serviço automotivo e informações de reparo, ferramentas e software que são fornecidos aos revendedores/prestadores de serviços autorizados.
<b>TELEMÁTICA</b>	Tradicionalmente, os técnicos acessam os dados de diagnóstico conectando uma ferramenta de digitalização na porta de diagnóstico a bordo do veículo (OBD). No entanto, OBD não é mais o único meio de extração de informações. Informações sobre serviços e reparos automotivos e leis de compartilhamento de dados deve incluir acesso padronizado e ciberseguro a informações que são transmitidas via tecnologia sem fio conhecida como telemática. Além disso, acesso a todos os dados de reparo, incluindo controles bidirecionais, devem estar disponíveis para os reparadores independentes por meio de acesso padronizado, que não exige o uso de um sistema proprietário.
<b>PASS THRU</b>	Estas informações, ferramentas e softwares serão oferecidos para fornecimento por fabricantes de uma forma que seja prática e razoavelmente acessível aos todos os reparadores de automóveis. As montadoras não podem forçar os reparadores a usar ferramentas proprietárias como pré-condição para acessar serviços e reparos gerais e relacionados à segurança em formação. Portanto, os fabricantes de automóveis serão obrigados a tornar todos os recursos e serviços de ferramentas de equipamento original (OE) disponíveis para terceiros em termos comerciais razoáveis, a fim de garantir um mercado de reparação ainda mais competitivo.
<b>CONDIÇÕES DE ASSINATURA</b>	Se a forma de fornecimento da informação permitir variabilidade no período para o qual a informação é fornecida, o provedor de dados deve disponibilizar informações sobre os termos e condições que atendam às necessidades comerciais das oficinas, (sem menos do que um acesso por dia, mas também disponível em incrementos mais longos, como mês e ano).
<b>PREÇO DE MERCADO JUSTO</b>	O acesso à informação deve ser fornecido mediante assinatura que não exceda o valor justo de mercado da informação, conforme determinado por referência à recuperação razoável dos custos incorridos na criação, produção e fornecimento das informações, e/ ou o preço cobrado pelo fornecimento de informações semelhantes em mercados externos e devem ser proporcionais aos negócios em referência.
<b>ACESSO EM TEMPO REAL</b>	As informações de serviço e reparo devem ser fornecidas em tempo real com a introdução do veículo no mercado ou simultaneamente ao momento em que esteja disponível para um provedor de serviços autorizado. Se a informação estiver prontamente disponível para qualquer seção da indústria de reparos e serviços, essas informações serão publicadas em tempo real.
<b>RESPONSABILIDADE, DISPUTA, RESOLUÇÃO E EXECUÇÃO</b>	Os esquemas de compartilhamento de informações devem ser estabelecidos por legislação, incluindo acesso a serviços de resolução de disputas e mediação e devem incluir uma agência de execução facilmente acessível que seja capaz de responder rápida e eficazmente às violações da lei. Multas de não cumprimento devem ser graduadas em intervalos, conforme a gravidade de cada violação da legislação.
<b>CIRCUNVENÇÃO</b>	As leis de direito de reparo devem antecipar a probabilidade de que as montadoras usarão todo e qualquer meio para encontrar uma brecha (por exemplo, usar direitos autorais como oportunidade de não estar em conformidade com a lei; ou usar leis anti-evasão para impedir que a rede independente, fabricantes, e fornecedores de ferramentas contornem o software para fins de reparação legítima de veículos).
<b>OPERACIONALIZAÇÃO</b>	As leis devem permitir o estabelecimento de infraestrutura para dar suporte e permitir que os reparadores independentes tenham acesso às informações de segurança do veículo necessárias e relacionadas à reparos específicos de cada veículo. Sistemas padronizados razoáveis para vetar o acesso de técnicos às informações do código-fonte podem ser criados por reguladores para garantir a segurança do veículo e a competição de reparação. A legislação deve permitir a criação de um órgão da indústria para apoiar o processo de verificação
<b>TRANSPARÊNCIA</b>	A legislação deve exigir que cada montadora seja obrigada a publicar termos de assinatura em um mesmo site, comum a todas. Montadoras devem ser obrigadas a publicar quaisquer alterações nos preços de assinatura e termos na plataforma comum dentro de 48 horas após a variação de seus termos. Essa transparência garante que os reguladores possam ver quaisquer tendências de preços excessivos ou introdução de obstáculos desnecessários e anticompetitivos.

# PRESENÇA GARANTIDA!

## VENHA NOS VISITAR



### STAND D77

25 a 29 - Abril | 2023  
São Paulo Expo

# AUTOMEC

2013 2015 2017 2019 ~~2021~~ **2023** 2025

JÁ FAZ 4 ANOS DESDE QUE NÓS ESTIVEMOS JUNTOS  
TODOS PASSAMOS POR MUITAS COISAS DE LÁ ATÉ  
AQUI, ENTÃO VAMOS COLOCAR A CONVERSA EM DIA.  
**CADASTRE-SE: WWW.AUTOMECFEIRA.COM.BR.**

Yiming.parts

Yiming.com.br

11 2019-7779



# A elegância e o mundo do trabalho

Jamais confunda elegância com “frescura”. Não confunda elegância com superficialidade. Não confunda elegância com falsidade. Jamais confunda elegância com ausência de firmeza ou assertividade.

A palavra **elegância** tem sua origem na palavra latina “eligere” que quer dizer “escolher”, “ser escolhido”, “ser eleito”. Ora, uma pessoa “elegante” é, pois aquela que pelo seu comportamento adequado à realidade, por ser polida, respeitosa, amigável, será sempre uma pessoa “escolhida” dentre as demais. Ninguém escolherá uma pessoa rude, grosseira, grotesca, grossa, tosca, mal-educada. Por isso as pessoas elegantes

são as escolhidas.

Assim, uma pessoa elegante é uma pessoa educada; que sabe se comportar em público; que não fala o que não deve; que não se envolve em fofocas; que sabe se comportar ao comer; que se veste com sobriedade; que não fala alto demais; que devolve o que empresta; que não invade espaços alheios; que sabe ouvir com atenção e respeito; que sabe dizer “com licença”; “por favor”; “obrigado(a)”; “me desculpe” - palavras mágicas de um comportamento elegante e que foram esquecidas em nosso vocabulário empresarial.

Até mesmo as pessoas simples de uma organização devem cuidar da

elegância em seu sentido correto. Vejo pessoas que se vestem mal, de maneira inadequada, mulheres com decotes ousados demais, roupas excessivamente justas e impróprias a um ambiente de trabalho. É preciso ter elegância ao trajar, com o uso de maquiagem, com as escolhas que faz. Da mesma forma vejo homens malvestidos, com roupas que seriam mais apropriadas a um final de semana, chinelos, camisetas, camisas sujas, etc. Não estou advogando que usemos roupas caras, de grife ou sofisticadas. Estou falando de um bom senso ao vestir, adequado a um ambiente profissional.

A elegância é necessária porque to-

dos nós passamos as oito melhores horas de cada dia e os 35 melhores anos da vida no trabalho. Um ambiente “elegante” dignifica a vida, pois ser elegante é ser civilizado. E a falta de civilidade tem levado empresas até a prejuízos, pois um ambiente ruim não atrai pessoas de talento. Ninguém deseja trabalhar em ambientes rudes, grossos, onde a falta de educação e a ausência de polidez são o padrão. E lembre-se que pessoas elegantes são pessoas simples, humildes, especiais e, por isso, são eleitas entre as demais. Seja simplesmente elegante! Pense nisso. Sucesso!





# 1 ANO

1 MILHÃO DE VIEWS

O primeiro canal de TV do Aftermarket Automotivo estreou em março de 2022 para quebrar o paradigma da comunicação entre marcas e públicos na cadeia de negócios do mercado de manutenção automotiva.

Estava inaugurado o primeiro ambiente audiovisual do Aftermarket com notícias, análises, fatos, opiniões e reportagens que conformam o cotidiano de negócios dessa vibrante cadeia distributiva.

As audiências logo se formaram e não pararam mais de crescer gerando credibilidade e compromisso da A.TV com seus públicos e apoiadores, confirmando o novo canal como tendência de mídia para o setor.

Muitas novidades seguem sendo preparadas para a expansão do canal, inclusive com transmissões ao vivo, coberturas completas dos grandes eventos do mercado e uma nova grade de programação.

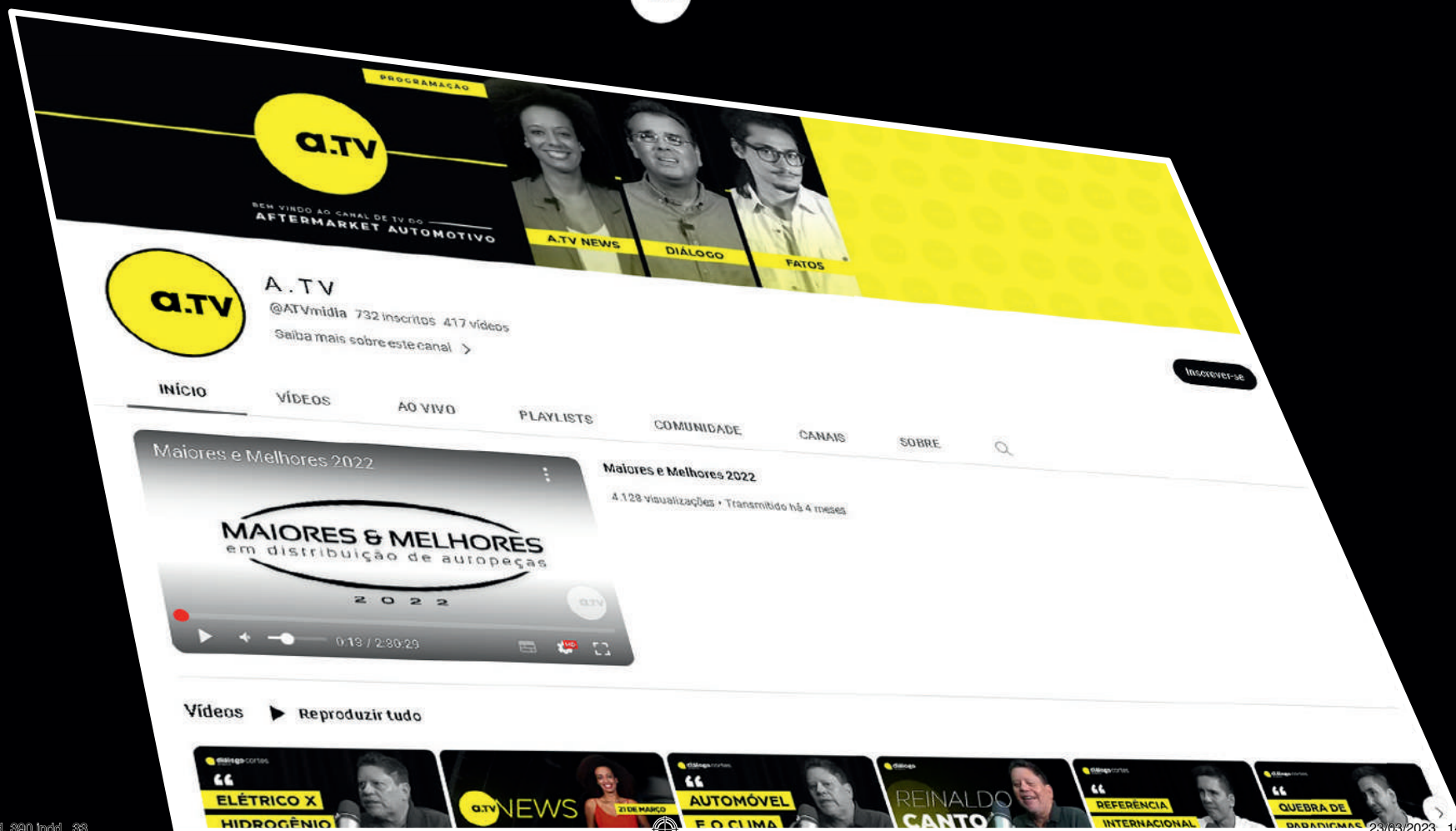
**Essa é a sua A.TV, o canal de TV do Aftermarket Automotivo, que nasceu há apenas um ano, mas já conquistou um milhão de visualizações em seus mais de 400 vídeos postados, média superior a um vídeo por dia.**

Que os recordes que comemoramos hoje seja em celebração da força e do poder econômico da vigorosa cadeia de negócios desse Aftermarket e, sobretudo, um agradecimento pela sua audiência, sua divulgação, sua interação e seu apoio a essa nova mídia.

[youtube.com/ATVmidia](https://youtube.com/ATVmidia)

A NOSSA VOZ E A SUA VOZ, EM UMA SÓ IMAGEM.

a.tv



# O dia em que a Ford entrou para o negócio dos desmanches

*Com o objetivo de se tornar a maior recicladora de veículos do mundo, fabricante foi às compras e montou uma rede de 30 ferros-velhos. A inexperiência no ramo fez com que o projeto naufragasse*

O texano Ron Sturgeon cursava o último ano do ensino médio quando seu pai morreu subitamente deixando como herança 2 mil dólares, um Fusca 1965 e nenhum lugar para morar. Por sorte, o jovem tinha adquirido conhecimento em mecânica graças à sua participação em corridas de arrancada. Foi com essa bagagem e um forte sentimento de desespero que Sturgeon, aos 19 anos, abriu, em 1973, a oficina AAA Bug Service, especializada na manutenção dos Volkswagen. Para realizar os serviços, o empreendedor comprava Fuscas velhos e os desmontava para tirar peças. Logo começou também a vender os componentes e não demorou a perceber que ganhava mais dinheiro com eles do que com a oficina.

Com 35 carros doadores acumulados no pátio, o jovem abriu um novo negócio, em 1978: o AAA Small Car World, um ferro-velho no bom português. "Pagar 100 dólares por um carro velho, vender o motor por 150 e ainda ficar com o resto do carro, isso é um bom negócio", costumava dizer.

Com talento natural para empreender, Ron Sturgeon fez a empresa crescer, chegando a seis grandes pátios, 150 funcionários e 15 milhões de dólares em vendas por ano, com lucro líquido de 30%. Cresceu tanto que, um dia, a Ford Motors Company bateu à sua porta.

## RECICLAGEM

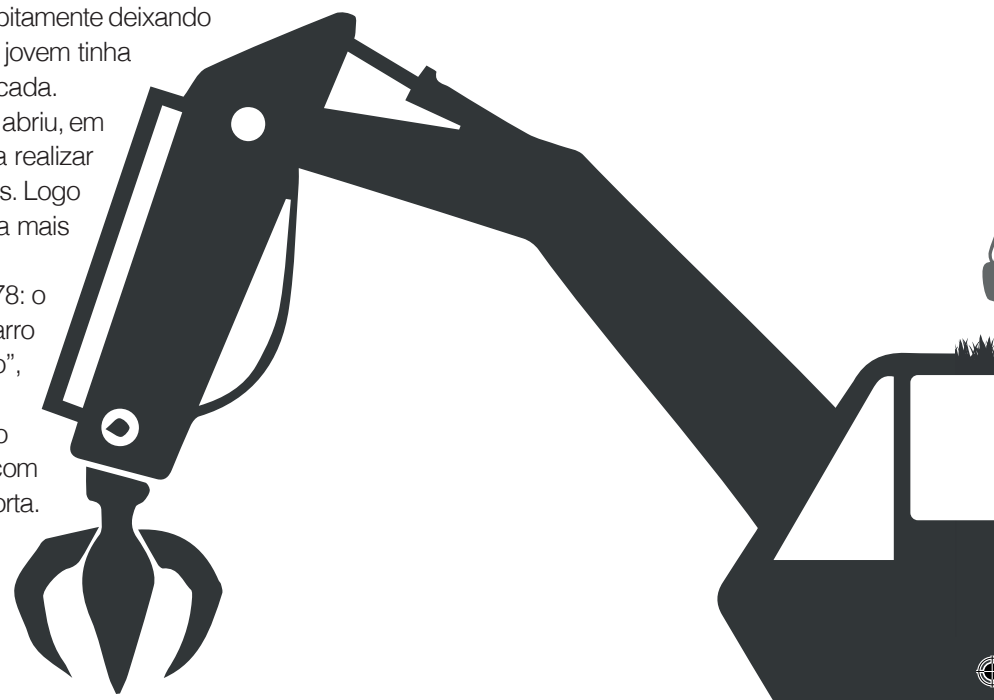
A ideia nasceu por volta de 1997 na cabeça de Bill Li, então diretor de desenvolvimento de negócios da montadora norte-americana. O jovem executivo achou que seria interessante para os negócios ter uma empresa de reciclagem de veículos. Segundo defendia, o potencial do mercado era imenso porque a demanda das oficinas de reparação por peças usadas era muito maior que a oferta.

A proposta foi levada ao board da Ford, que aprovou. Naquela época, havia mais de 10 mil desmanches nos Estados Unidos – a maioria familiar –, responsáveis por absorver cerca de 11 milhões de veículos sucateados por ano. A meta proposta por Bill Li era reciclar pelo menos 90% dos componentes destes automóveis – latarias, iluminação, peças, motores e transmissões –, produtos a serem comercializados para concessionárias, oficinas mecânicas e companhias de seguro. Também haveria destinação de parte dos materiais reciclados para a própria Ford e seus fornecedores – metais, vidros e plásticos.

Com o ambicioso objetivo de se tornar a maior recicladora de automóveis do mundo, a montadora anunciou então, em 1999, a criação da subsidiária Greenleaf que, de acordo com o plano de negócios estabelecido, agregaria receitas anuais de 1 bilhão de dólares ao grupo quando as

operações estivessem funcionando a todo vapor desmontando veículos leves e caminhões, que teriam suas peças vendidas a oficinas, concessionárias, seguradoras e consumidores. A pretensão era estabelecer uma operação global em cinco anos.

E de onde viria a matéria-prima? Para encurtar caminho, a Ford decidiu comprar desmanches existentes e formar uma rede de abastecimento de componentes usados, que seriam encaminhados para novas unidades de reciclagem.



## AQUISIÇÕES

O primeiro desmanche comprado pela montadora foi o Copher Brothers Parts, em Tampa, Flórida, empresa familiar fundada em 1969. Fora dos Estados Unidos, a Ford logo comprou três empresas, entre elas a Lecavalier Auto Parts, que tinha quatro pátios, 170 funcionários e vendas anuais de 42 milhões de dólares.

Foi nesse movimento que, em 1999, a campanha de Ron Sturgeon, proprietário do AAA Small Car World, tocou. Era a Ford, com uma proposta de cerca de 15 milhões de dólares pela compra de sua empresa. O negócio foi fechado e a inusitada rede de desmanches da montadora não pararia por aí. No total, cerca de 30 empresas de desmonte de veículos seriam adquiridas nos anos seguintes.





## Falta de experiência levou subsidiária ao fracasso

Por volta de 2002, o futuro da Greenleaf já era motivo de questionamentos dentro da própria Ford. Executivos começavam a admitir que o projeto não tinha sido uma boa decisão para os negócios e rumores circulavam de que a montadora poderia vender seus ativos na subsidiária.

Entre os principais obstáculos encontrados estava a óbvia e completa inexperiência nas operações de desmonte e reciclagem de veículos. Os carros sucateados também vinham sendo adquiridos a preços muito acima do mercado – nas palavras de um executivo, “preços que não existiam”.

A montadora também assumiu um custo elevado em pesquisa e desenvolvimento para implementar práticas e tecnologias mais modernas na operação de desmonte e reciclagem de veículos – não, não faria qualquer sentido para uma empresa do porte e prestígio da Ford “picar” um carro velho no machado...

Apesar de todas as dificuldades enfrentadas durante



o processo, a Greenleaf manteve suas atividades até 2011 – mas bem antes disso começou a se desfazer dos desmanches adquiridos. Em geral, eles foram vendidos aos ex-proprietários. Como a Lecavalier Auto Parts, do Canadá, que voltou para as

mãos da família fundadora Fugre. E, é claro, o AAA Small Car World, de Ron Sturgeon. Após recuperar seu ferro-velho, o astuto empresário do Texas reorganizou as finanças da empresa e, dois anos depois, vendeu novamente o desmanche, desta vez para a Schnitzer Industries pela bagatela de 23,5 milhões de dólares. Feliz da vida por fazer muito dinheiro duas vezes com a venda do mesmo negócio, Sturgeon acumula hoje uma fortuna de 75 milhões de dólares – que promete deixar de herança para seus dois cachorros – e continua empreendendo em diferentes setores, entre eles o imobiliário. Virou também coach e palestrante. Nada mal para quem começou a carreira empresarial desmontando Fuscas e morando num trailer.

# Decisão do STF sobre tributação gera insegurança jurídica

O cenário tributário está movimentado em virtude de um julgamento do Supremo Tribunal Federal (STF) ter autorizado a “quebra” de decisões judiciais transitadas em julgado – especialmente aquelas que

reconheciam a não obrigatoriedade ao pagamento de determinados tributos. A decisão foi unânime.

Na prática, o contribuinte que tenha decisão judicial transitada em julgado afastando o recolhimento do tributo pode ser novamente cobrado pelo Fisco, caso haja um julgamento posterior no STF em sentido contrário.

Antes desta decisão, a única forma de obrigar o contribuinte a efetuar o pagamento do tributo judicialmente reconhecido como inexigível era através de ação judicial própria (e individual) ingressada pelo Fisco contra o contribuinte. Contudo, diante do atual entendimento do STF, a cobrança poderá ser automática no caso de julgamento posterior da Corte, que reconheça que o recolhimento é devido.

A maior preocupação consiste no fato de que, por maioria de votos, os ministros optaram por não aplicar a denominada “modulação dos efeitos da decisão”. Ou seja, os efeitos do julgado não ficam restritos a casos futuros, alcançando também os tributos não recolhidos no passado pelo contribuinte, em virtude de decisão judicial favorável de caráter irrecorrível, cujo pagamento agora poderá ser exigido com incidência de multas e juros.

A insegurança jurídica está instalada. O atual contexto certamente ocasionará grandes impactos no cenário empresarial, já que diversos débitos tributários deixaram de ser recolhidos por empresas brasileiras durante as últimas décadas, como é o caso do não pagamento da Contribuição Social sobre Lucro Líquido (CSLL), que precisará recolher aos cofres públicos o tributo desde 2007.

Na década de 90 inúmeras empresas tiveram afastada a obrigação de recolhimento da referida Contribuição após demandarem judicialmente. Contudo, em 2007, o Supremo Tribunal Federal reconheceu a constitucionalidade da cobrança do tributo.

Diante do novo entendimento do STF, essas empresas agora serão obrigadas a realizarem o pagamento da Contribuição desde 2007, tendo em vista a inexistência de modulação dos efeitos da decisão.

A situação também é verificada nos casos em que o recolhimento de Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) havia sido interrompido por empresas contribuintes na revenda de produtos importados em razão de decisão judicial transitada em julgado.

Especificamente quanto ao IPI, antes mesmo do STF finalizar o julgamento sobre a quebra de decisões definitivas, o Superior Tribunal de Justiça (STJ) adotou, no mesmo dia, o entendimento de que é possível reverter as decisões que dispensaram contribuintes de realizarem o referido recolhimento, desde que haja jurisprudência posterior da Corte em sentido contrário.

O impacto financeiro para as empresas é bilionário e acarreta insegurança expressiva sob a ótica jurídica, evidenciando a necessidade de terem à sua disposição uma equipe capacitada a prestar uma assessoria jurídica de qualidade.

Atualmente, há a possibilidade de o contribuinte optar por simular e até aderir a transação tributária, analisar o enquadramento no Programa Litígio Zero para tentar alongar a dívida no tempo e evitar o desembolso em uma única parcela. Não se sabe se haverá algum programa especial para o pagamento destes débitos, até então, tidos como ilegais ou inconstitucionais para a empresa que buscou o judiciário.



**Angelo Ambrizzi é líder da área tributária do Marcos Martins Advogados**

# AUTOMEC

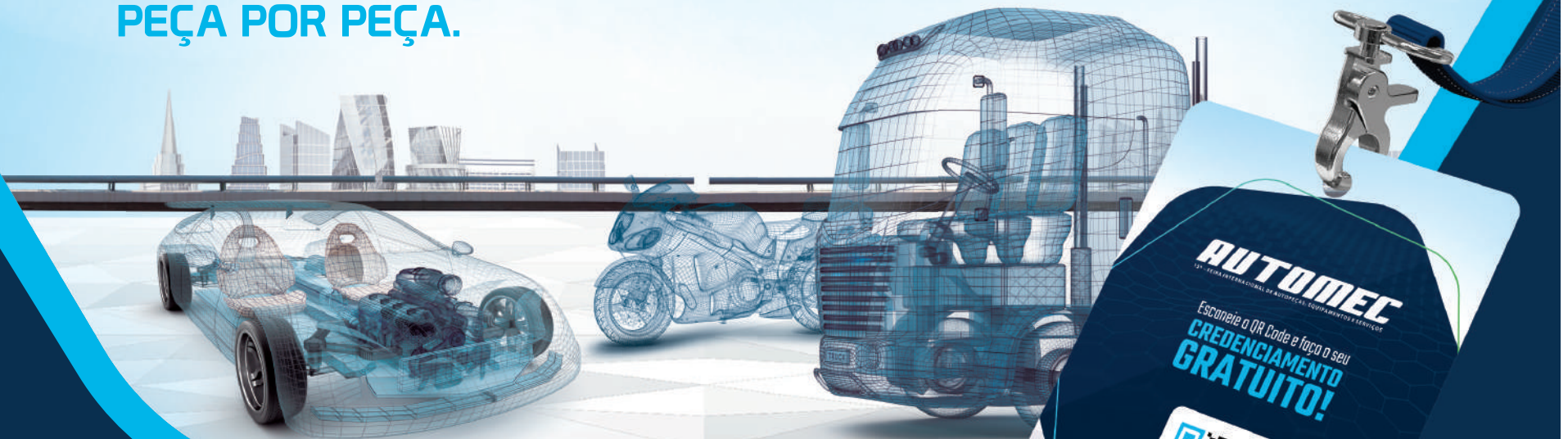
15ª FEIRA INTERNACIONAL DE AUTOPEÇAS, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS

• 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.

## Setores do evento



Acessórios e Personalização



Eletrônica e Sistemas



Lavagem de carro, Car Care e Recondicionamento



Peças e Componentes



Reparação e Manutenção



Serviços e Tecnologias

## 5 dias

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

Saiba mais:

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

Siga nossas redes sociais: [automec\\_oficial](#) [/FeiraAutomec](#) [Automecfeira](#) [AutomecFeira](#) [AutomecFeira](#)

Apoio:

Co-Apoio:

AFER  
ALIANÇA DOS FABRICANTES DE EQUIPAMENTOS PARA REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA

ANDAP

ANFAPE

Asdap

CONAREM

SICAP

Sincopças-BR

BRÁSI  
Sindirepa

Organização e Promoção:

# Faturamento do varejo paulista de autopeças cresce 14,7% em 2022

*O varejo paulista de autopeças e acessórios atingiu em 2022 R\$ 29,6 bilhões em vendas. O montante é R\$ 3,8 bilhões acima do movimento registrado entre janeiro e dezembro de 2021 – uma taxa de expansão de 14,7%*

Os dados são da Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista (PCCV) realizado, desde 2008, pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP).

Em relação ao setor de varejo como um todo no Estado, a pesquisa mostrou que em 2022 o faturamento foi recorde, com R\$ 1,3 trilhão em vendas. O montante é R\$ 84,3 bilhões acima do movimento registrado entre janeiro e dezembro de 2021, o que corresponde a um crescimento de 8,1%. Das nove atividades pesquisadas, seis apontaram o melhor resultado do ano da série histórica, em termos

de vendas anuais, dentre elas, vestuários, tecidos e calçados; farmácias e perfumarias; e autopeças e acessórios. De acordo com o levantamento, o primeiro semestre registrou os melhores índices de crescimento do varejo paulista dos últimos 14 anos, com crescimento de 11% em 2022 em comparação a 2021. Por outro lado, o cenário de volatilidade e incertezas no âmbito político-eleitoral fez com que o segundo semestre apresentasse alterações no ritmo de crescimento. O cenário de incertezas e os crescentes níveis de endividamento e inadimplência desaceleraram o consumo, que

passou para 5% ao longo dos seis meses finais do ano. Apesar disso, o comércio conseguiu manter um grau positivo de desenvolvimento. Para a FecomercioSP, o ano de 2022 foi excepcional ao se observar o montante do faturamento obtido pelo varejo paulista, uma vez que foi o melhor quanto à movimentação financeira. A queda na taxa de desemprego, que encerrou o ano passado em 9,3%, após atingir 13,2% no ano anterior – o que representa cerca de 3,9 milhões de desempregados a menos –, colaborou para a melhoria nos determinantes do consumo no ano. A média anual da massa de rendimento

também atingiu o maior patamar da série, ao alcançar R\$ 261,3 bilhões em dezembro (alta de 6,9%, mais de R\$ 16,9 bilhões) em relação a 2021. No que se refere a crédito, o sistema financeiro expandiu as concessões em 20% no período, mas também encareceu as taxas de juros para pessoas físicas. Na avaliação da FecomercioSP, nos últimos meses, embora apreensivos e contidos na tomada de crédito que comprometesse renda futura, os consumidores mantiveram um padrão de consumo positivo. O cenário permitiu que o varejo paulista registrasse o melhor ano para as vendas na história.

## Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista no Estado de São Paulo Estado de São Paulo - Faturamento real 2022

Atividade	Faturamento real (em R\$ mil)*	2022/2021 (%)	2022-2021 (Dif. em R\$)
Lojas de vestuário, tecidos e calçados	83.288.265	19,7%	13.682.099
Autopeças e acessórios	29.595.803	14,7%	3.802.459
Farmácias e perfumarias	96.092.925	12,6%	10.746.463
Concessionárias de veículos	104.214.652	10,8%	10.141.951
Supermercados	377.933.995	7,6%	26.727.979
Outras atividades	248.285.993	6,2%	14.403.595
Materiais de construção	100.136.701	3,9%	3.722.434
Lojas de eletrodomésticos e eletrônicos	73.668.935	1,9%	1.376.556
Lojas de móveis e decoração	16.600.629	-1,6%	-275.021
<b>Total do Comércio Varejista</b>	<b>1.129.817.899</b>	<b>8,1%</b>	<b>84.328.516</b>

(\*) a preços de dezembro/2022 em R\$ mil

Fonte dos dados primários: Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo

### Nota metodológica

A Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista no Estado de São Paulo (PCCV) utiliza dados da receita mensal informados pelas empresas varejistas ao governo paulista por meio de um convênio de cooperação técnica firmado entre a Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo (Sefaz-SP) e a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP). As informações, segmentadas em 16 Delegacias Regionais Tributárias da Secretaria, englobam todos os municípios paulistas e nove setores (autopeças e acessórios; concessionárias de veículos; farmácias e perfumarias; lojas de eletrodomésticos e eletrônicos e lojas de departamentos; lojas de móveis e decoração; lojas de vestuário, tecidos e calçados; materiais de construção; supermercados; e outras atividades). Os dados brutos são tratados tecnicamente de forma a se apurar o valor real das vendas em cada atividade e o seu volume total em cada região. Após a consolidação dessas informações, são obtidos os resultados de desempenho de todo o Estado.

# Mercado Livre lança nova política de ranqueamento em busca de maior preparo diante da concorrência

O Mercado Livre anunciou a atualização da política de ranqueamento para os lojistas de marketplace. As mudanças entram em vigor no dia 21 de março. A partir dessa data, as regras serão mais rígidas para os sellers quanto ao cancelamento de pedidos e às reclamações, além de outras medidas, no sentido de melhorar a experiência do consumidor. A partir do dia 21 de março, o seller só poderá cancelar 1% das suas vendas para manter a sua medalha e não poderá ter mais que 0,5% de mediação por parte do Mercado Livre. Isto significa que um seller que faz 500 vendas dentro do mês vai poder cancelar no máximo cinco vendas, ou seja, a margem de erro será bem pequena. O número, antes, era de 2,5%.

Porém, a mudança mais relevante para os vendedores será no número de vendas. Para se tornar Mercado Líder Platinum e ser, naturalmente, bem ranqueado, será preciso que as vendas aumentem 280% em relação aos números atuais. Em outras palavras, uma loja que vende 450 itens em 60 dias precisará co-

mercializar 1.725 no mesmo período. Mas, afinal, por que a gigante argentina do comércio eletrônico está fazendo isso?

Para Claudio Dias, CEO da Magis5, que possui como principal produto seu hub de automação e gestão completa para e-commerces nos marketplaces e integração com o Mercado Livre, uma das hipóteses possíveis é a perda de espaço para a asiática Shopee.

Um levantamento feito pela Magis5, com base em uma análise de mais de 4 bilhões transacionados na sua plataforma, mostrou que a Shopee fez 18,7% das vendas, enquanto o Mercado Livre fez 60,6%. Entretanto, quando se verifica o número de encomendas, percebe-se que a diferença diminui, com o Mercado Livre com 13,9% a mais que a gigante de Singapura.

Ou seja, em números de pedidos, a Shopee aproxima-se cada vez mais do Mercado Livre, porém, um dos diferenciais que mantêm o marketplace argentino muito à frente dos concorrentes é a oferta do serviço de fulfillment, conhecido como Envi-

os Full. Na modalidade, o vendedor manda seu estoque para os centros de distribuição do próprio Mercado Livre, que fica responsável pelo armazenamento, pela embalagem e pelo transporte.

“Essa competição, que podemos até mesmo chamar de guerra de mercado, não vai parar por aqui, já que o Mercado Livre, por muitos anos, vem dominando as vendas como marketplace, mas, pelos dados, podemos apontar que este mar azul antes navegado está chegando ao fim”, completa o CEO.

No geral, dados levantados internamente pela Magis5 apontam que a Americanas fica em terceiro lugar na liderança de vendas em sua plataforma, seguida pela Magalu e pela Amazon. No entanto, com a crise da Americanas neste início de ano, a perspectiva é de que as suas vendas caiam ainda mais, o que faz com que consumidores migrem para outros players, como a Magalu, que pode ser uma das mais beneficiadas por conta da similaridade de ambas. Além desses players, outros que estão ganhando força

sem fazer muito barulho no país são a AliExpress e a Shein.

Embora a luta das gigantes esteja apenas iniciando, Claudio acredita na predominância do Mercado Livre como um dos líderes do setor de marketplace, pelos investimentos maciços em publicidade, logística e atendimento ao consumidor, além de oferecer uma nova forma de pagamento, que é o Mercado Pago, uma modalidade que só cresce em número de usuários ativos mensais. “Mesmo que o mercado brasileiro de marketplaces esteja se modificando ao longo do tempo, o Mercado Livre continuará sendo um dos nomes líderes no país devido a todo o seu investimento e preocupação com o consumidor final, o que retorna ao ponto de suas novas mudanças. Toda essa movimentação está mexendo com o mercado, dando mais opções para os consumidores e oferecendo mais canais de vendas para os vendedores, que podem explorar novas oportunidades”, acrescenta Dias.

## Lojistas precisam investir em tecnologia

Para os vendedores da plataforma, todo esse burburinho deixa claro que existe uma pressão maior em cima dos sellers para que os seus serviços nos marketplaces sejam feitos com a máxima eficiência. Isso beneficia empreendedores que já mantêm um alto nível de qualidade, mas pode deixar inseguros aqueles que ainda estão no início de sua jornada empreendedora.

Em mudanças como essa, Claudio Dias aconselha aos vendedores que utilizem quanto antes recursos tecnológicos a seu favor para acelerar os processos operacionais, melhorar a gestão e, conseqüentemente, crescer e se tornar competitivos diante do mercado.

“O uso de softwares específicos para marketplaces, como hubs, faz com que erros como de expedição, ponto em que o Mercado Livre tem maior cobrança com seus sellers, sejam minimizados ou mesmo zerados”, destaca.

Cobrança de melhor performance entre vendedores será maior





# Como o E-COMMERCE será impactado com as mudanças do Google Analytics?

A sentença já está dada: em 1º de julho de 2023, o Google Analytics 3 será substituído pelo GA4. O prazo valerá para as propriedades standard, ou seja, gratuitas. Já para clientes 360, estende-se até outubro. Mas fato é que, em menos de um ano, uma versão mais moderna da plataforma entrará em cena, e essa mudança vai impactar o mercado como um todo.

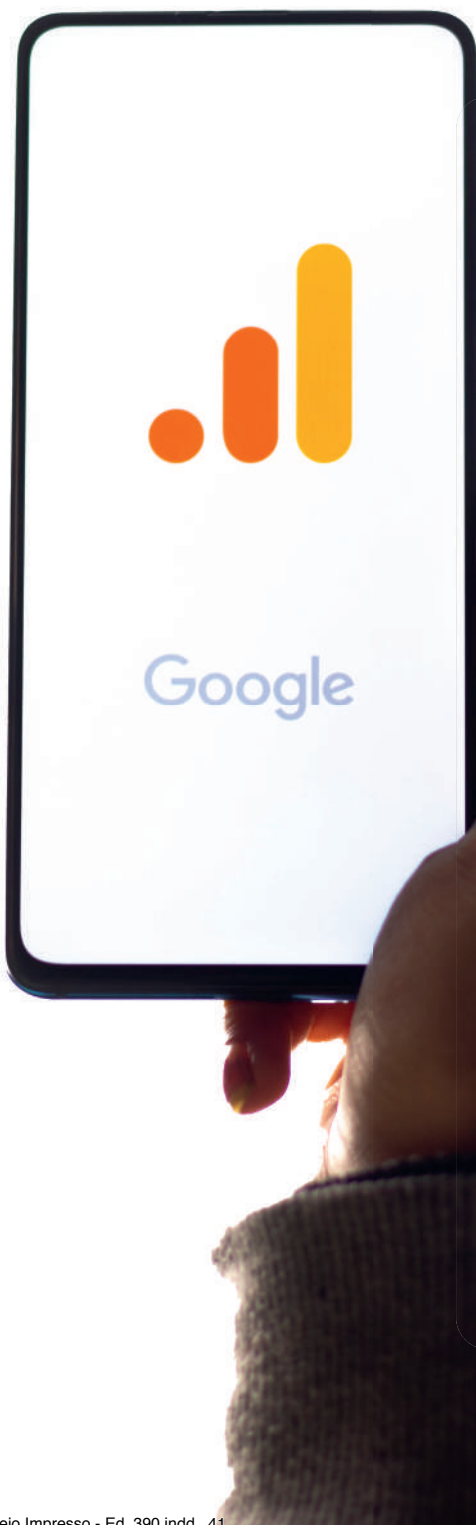
Eu sei que as palavras “nova versão”, “atualização” ou “mudança”, aliadas ao nome da big tech, podem assustar um pouco. Afinal, adeus zona de conforto! Novos métodos precisarão ser dominados para o sucesso das estratégias de comunicação. Não tem como negar que o Google Analytics é uma das melhores ferramentas para geração de dados e monitoramento do comportamento do seu cliente em

todo o e-commerce. Por isso, precisa ser bem utilizada.

Na verdade, a chegada do GA4 revoluciona as análises de dados para o seu negócio. Nesse sentido, permite potencializar o monitoramento e alcançar insights importantes. Esse update também vai ao encontro do aprimoramento da conversão. É que o GA4 amplia a visão sobre eventos e dados.



**Felipe Macedo é Co-CEO da Corebiz, empresa que trabalha com a implantação de e-commerces na América Latina**



## Por dentro das alterações

Quem já está ciente sobre o fim dos cookies de terceiros sabe que é muito importante cada vez mais contar com um mindset sem esse recurso. Nesse ponto, o GA4 é menos dependente e entrega mais segurança e compliance.

O uso de machine learning é outro ponto fundamental que supera as limitações da versão anterior. A coleta de dados foi aprimorada para abarcar a nova jornada do consumidor, independentemente do dispositivo utilizado. Outras novidades interessantes abrangem: enhance measurement; dados de app e web integrados no dashboard; mais facilidade no rastreamento de domínios; e analysis hub.

Além do mais, o modelo de dados a partir de eventos é muito mais flexível. Nas novas construções de público para uso no Google Ads, um usuário comum descobrirá a marca por meio de anúncios padrão no smartphone já na fase inicial da jornada, antes de converter por meio de um anúncio do Google Shopping específico do produto no computador no final daquela semana.

Super requisitados na plataforma, os relatórios agora serão integrados/predefinidos versus personalizados; a integração será mais fácil com a BigQuery; mais dados serão enviados para o Data Studio; as métricas deverão ser definidas como usuários e sessões; e as conversões serão estabelecidas com mais flexibilidade.

Enfim, ainda há muitos detalhes a serem mensurados a respeito do GA4. Mas, basicamente, os impactos e as tendências podem ser resumidos essencialmente em: mais preocupação para manter dados em um banco próprio e maior integração com BigQuery; melhor rastreio de comportamento do usuário por meio de eventos e parâmetros mais customizados e menos foco em sessões e atribuições; maior dependência de ferramentas de visualização de dados, como o Data Studio, e ausência de algumas métricas de costume do mercado.

Portanto, meus caros, atesto que o GA4 é uma nova ferramenta de análise capaz de levar nosso conhecimento comercial ao próximo nível. Então, para quem ainda não fez a migração, sugiro começar. Há muito aprendizado a emergir, e ainda convenhamos: a ajuda de experts no assunto, para que tudo aconteça com agilidade e segurança, não é nada má.

Como sabemos, a tecnologia avança com ou sem o nosso engajamento. Logo, é melhor que sejamos seus aliados, ou que viabilizemos os meios mais propícios para alcançarmos esse êxito.



Alívio para as empresas com redução da burocracia

## Contribuintes de São Paulo serão isentos da entrega da GIA

Foi publicado no Diário Oficial do Estado de São Paulo em 16 de março o decreto 67.568, assinado pelo governador Tarcísio de Freitas, que altera o regulamento do ICMS para desburocratizar as obrigações acessórias aos contribuintes por meio da dispensa gradativa da Guia de Informação e Apuração do ICMS, a GIA. Na primeira etapa deste processo, ficam desobrigados os contribuintes que atendam a critérios que ainda serão

formalmente regulamentados pela Secretaria da Fazenda e Planejamento de SP. No entanto, a norma prevê a dispensa de entrega para quem não apresentar inconsistências entre a GIA e a EFD nos últimos 12 meses. Com isso, o processo terá início a partir da qualidade e consistência da EFD apresentada por um período, considerando critérios como divergências e inconsistências dentro de limites aceitáveis; documentos fiscais

devidamente escriturados; avaliados para os últimos 12 meses; e inexistência de omissão. Atualmente, os contribuintes do Regime Periódico de Apuração precisam entregar mensalmente a GIA e a Escrituração Fiscal Digital, o que resulta em dupla obrigação fiscal para as empresas, uma vez que as informações da GIA já estão na EFD. A medida beneficiará 350 mil contribuintes em São Paulo.

## Controil investe em tecnologia e automação para aumento de capacidade produtiva

A Controil, fabricante de cilindros de freio para o mercado de reposição, tem investido em modernização e automatização da planta em São Leopoldo (RS) para avançar, ainda mais, na ampliação das linhas de produtos. Com 65 anos recém-completados, a Controil vem inovando para oferecer soluções em componentes para freios hidráulicos, adotando rigorosos padrões de qualidade e equipamentos para automação de processos para garantir agilidade na ampliação de linhas, bem como lançamentos de produtos. A planta de São Leopoldo recebeu novas máquinas que conferem mais precisão no processo produtivo, trazendo modernidade e aumento de capacidade. Com linha completa para o mercado de reposição, a Controil se destaca em pesquisa com mecânicos que avaliam marcas preferidas em várias categorias de produtos. Em cilindro mestre, a marca desponta na liderança. Entre os

atributos que os reparadores destacam, está a confiança de que não haverá problema e que o serviço ficará perfeito, podendo, assim, oferecer ao cliente serviço de qualidade. Como trata-se de itens de segurança, a vedação na aplicação das peças, por exemplo, precisa ficar impecável, como comenta Alberto Gusmão. O mais recente vídeo institucional, que faz parte da campanha da marca que tem o slogan "Vai na confiança, vai de Controil", apresenta todas as inovações da planta, com imagens de produtos e também com os depoimentos dos reparadores citados acima. O novo posicionamento da marca foi construído a partir das percepções dos mecânicos e da pesquisa sobre a visão do mercado que apurou a forte presença da Controil, melhor cobertura de linha de produtos, além da confiança de que a peça, ao ser instalada, não dará problemas.

Fábrica, em São Leopoldo (RS), recebeu inovações para otimizar ampliação do portfólio





# 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:

INFORMAÇÕES:

(81) 3467.6572



LY TOSCANO  
(81) 9 8784.5512

**AutoNor**  
EMPREENDIMENTOS

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



feiraautonor



ACONTECE



Faixa etária responde por 80% das locações

## Pessoas entre 25 e 45 anos alugam mais carros

Levantamento da Turbi, empresa de aluguel de veículos 100% digital, reforça a ideia de que as gerações mais jovens têm priorizado o uso em relação à posse do carro. Dados extraídos da própria plataforma da empre-

sa mostram que 80% dos seus usuários têm entre 25 e 45 anos e utilizam o serviço, principalmente, durante o fim de semana, quando a busca por aluguéis de veículos cresce 30%. “No aumento da demanda aos finais de

semana, a maior procura pelos veículos aponta para um uso específico, não relacionado com as atividades do dia a dia. Segundo a Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis, 32% das assinaturas de veículos são de

curta duração e voltadas para viagens e lazer”, destaca Diego Lira, CEO da Turbi. De acordo com a ABLA, os carros por assinatura tiveram crescimento de 21% e já representam 110 mil unidades pelas ruas.

## Cresce fluxo de consumidores em lojas físicas

O Índice de Performance do Varejo (IPV), organizado pelo venture capital HiPartners Capital & Work em parceria com a Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC), mostrou que o fluxo de pessoas nas lojas físicas cresceu 28% no mês de janeiro

na comparação com o mesmo período de 2022. Considerando os diferentes tipos de estabelecimentos, as lojas situadas nas ruas tiveram alta de 21% e as localizadas dentro de shoppings cresceram 17% em relação ao mesmo mês do ano passado.

Ainda segundo o estudo, as vendas tiveram sincronismo com o fluxo: no geral, 32% a mais de faturamento em relação ao ano passado, considerando a alta de 40% em lojas de rua e de 16% em lojas de shoppings. Os gastos no tíquete médio dos clientes tam-

bém acompanharam, em médias, essas variações. Para o gestor do varejo de autopeças, os índices devem ser vistos como referências do setor como um todo, já que, como de costumes, o segmento de componentes automotivos não é avaliado pelo estudo.

## Escola do mecânico firma parceria com Sindirepa-SP

A Escola do Mecânico é a mais nova parceira do Sindirepa-SP para promover a capacitação e o treinamento de mecânicos em oficinas de pequeno e médio porte, com o intuito de estreitar laços e impactar o mercado da mecânica de forma positiva e eficiente. “Temos uma grande atuação junto às grandes empresas de

reparação automotiva no país. Nosso objetivo é expandir os serviços para outras oficinas e, com isso, promover a capacitação e atualização do mercado de reparação de veículos”, explica Julio Caldeira, gerente de operações da Escola do Mecânico. A partir de agora, os associados do Sindirepa-SP têm direito a uma sé-

rie de benefícios e descontos nos serviços oferecidos pela Escola do Mecânico, como os treinamentos das equipes in loco e os serviços de RH. “Ao lado dos empresários, atuamos fortemente na qualificação do mercado de reparação em duas frentes principais: treinamentos internos e recrutamento de novos funcioná-

os”, completa Caldeira. A parceria está inserida no Programa Empresa Amiga da Oficina, desenvolvido pelo Sindirepa-SP para aproximar a indústria das oficinas e assim possibilitar a melhoria da comunicação, fortalecendo a cadeia produtiva e estimulando novas ações em prol do mercado de reposição.

## Tráfego no e-commerce cai 15%



Comércio eletrônico atravessa período de retração

Ao mesmo tempo em que o fluxo de clientes vem crescendo no varejo físico, o comércio eletrônico enfrenta um momento de retração. Em fevereiro, o acesso às plataformas de e-commerce caiu 15% no Brasil, a quarta queda consecutiva. É o que revela o relatório Setores do E-commerce, divulgado pela Conversion, que mostrou, também, que nenhum segmento pesquisado cresceu no período – vale, no entanto, a ressalva de sempre: autopeças e acessórios não entram no cardápio da avaliação. O setor de marketplaces acompanhou o re-

sultado geral, caindo igualmente 15% em fevereiro e, em razão deste resultado, teve 908 milhões de acessos no período após quatro meses consecutivos com mais de 1 bilhão de visitantes. O Mercado Livre, principal plataforma do país, perdeu 10% do seu tráfego em fevereiro. A Amazon Brasil, segunda mais visitada, caiu 14%; a Shopee, 11%; e a Magalu, 15%. A Americanas, em crise, perdeu a quinta posição para a chinesa AliExpress. No total do mês, mais de 75% dos acessos aos sites de e-commerce foram feitos via celulares.

## Indústria produz mais de 121 mil motocicletas em fevereiro e cresce 13% em um ano

Levantamento da Abraciclo aponta que mais de 121 mil motocicletas saíram das linhas de montagem do Polo Industrial de Manaus em fevereiro. O volume é 13% superior ao registrado no mesmo mês do ano passado. A produção totalizou mais de 244 mil unidades no primeiro bimestre de 2023, aumento de 28% em relação ao mesmo período de 2022. O total de motos fabricadas em fevereiro foi o maior registrado para o mês desde 2014, quando foram produzidas 140 mil unidades, e o primeiro bimestre foi o melhor em dez anos.



Produção acumula 28% de crescimento em 2023

## Descarte Consciente de filtros do óleo lubrificante recicla mais de 3 milhões de unidades em São Paulo



Representantes da Abrafiltros apresentaram ao novo diretor-presidente da CETESB, Thomaz Toledo, as metas do programa de logística reversa de filtros usados do óleo lubrificante cumpridas não só em 2022, mas desde sua implantação, em 2012. Em dez anos de atividades, o programa Descarte Consciente já proporcionou a reciclagem de mais de 30 milhões de filtros usa-

dos do óleo lubrificante automotivo. Só em 2022, foram reciclados em São Paulo 3 milhões e 100 mil filtros em 168 municípios e mais de 2 mil e 700 pontos de coleta. Em 2023, o programa será ampliado para 194 municípios e a meta de reciclagem será de 30% dos produtos comercializados em 2022, o que deve corresponder a mais de 3 milhões e 300 mil componentes.

**Programa foi implantado há dez anos e total reciclado atinge 30 milhões**

## Programa de capacitação do CONAREM alcança 11 mil inscritos por todo país

O curso de formação de retificadores de motores idealizado pelo CONAREM, feito parceria com o SENAI, já contabilizou mais de 11 mil inscritos por todo o Brasil. Só no estado de São Paulo são mais de 7 mil alunos. O curso, online e gratuito, possui 7 módulos: Características Técnicas de Motores a Combustão Interna; Metrologia Aplicada a Motores de Combustão Interna; Técnicas

de Retífica de Biela de Motores a Combustão Interna e Técnicas de Retífica de Bloco de Motores a Combustão Interna. Também fazem parte os cursos Técnicas de Retífica de Virabrequim de Motores a Combustão Interna; Técnicas de Retífica de Volante de Motores a Combustão Interna e Técnicas de Retífica de Cabeçote de Motores a Combustão Interna. Segundo José

Arnaldo Laguna, presidente do CONAREM, este EAD é a peça mais importante e faz parte da terceira fase da campanha setorial criada pela entidade, que tem como objetivo atrair mão de obra para este mercado de trabalho, mostrando os benefícios da carreira de um retificador de motores.

**Laguna destaca importância dos cursos para a evolução do setor**



## Renault estrutura centro de distribuição para peças de reposição de veículos elétricos no Brasil

A Renault do Brasil, como parte de sua estratégia E-Tech elétrica no país, reestruturou seu Centro de Distribuição de peças em Quatro Barras (PR), criando uma área dedicada para peças de reposição de veículos elétricos comercializados no país. A operação permite a entrega de peças, em até um dia útil, para todas as capitais. No caso de baterias, o prazo de envio se dá em até três dias úteis. Nesta nova área, são armazenados 7.100 componentes de

diferentes modelos 100% elétricos Kwid E-Tech, Zoe E-Tech e Kangoo E-Tech, totalizando mais de 170.000 peças disponíveis para envio imediato para qualquer local do país. Com o novo espaço, a Renault mantém uma estratégia de estoque que garante uma cobertura constante de seis meses de demanda da rede de concessionários. "Desenvolvemos uma cesta básica para cada veículo elétrico, com itens de maior giro, que engloba também componentes afetados em

colisões leves. Essa lista de componentes foi incorporada ao estoque do concessionário, com disponibilidade imediata e com reposição automática. Os demais itens ficam disponíveis em nosso centro de distribuição, na área dedicada a veículos elétricos, podendo ser enviada para qualquer local do Brasil, incluindo baterias de tração e seus módulos", explica Arnald Morebrum, diretor de pós-venda da Renault do Brasil.





# você prefere, você exige.

A expressão utilizada como argumento de vendas na 2MC não é um discurso, mas um compromisso, o desafio de, não só inovar pela mais completa linha de produtos em componentes de fixação do sistema de freios, mas, sobretudo, se diferenciar pela sua qualidade, com certificações, processos, materiais e tecnologias garantindo aos produtos 2MC conformidade com as especificações originais dos veículos da frota nacional.

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



2 M C . C O M . B R



# CHEGARAM AS PASTILHAS DE FREIO NAKATA PARA MOTOS. PEÇA E DEIXE TUDO AZUL NAS VENDAS.

ALTA DURABILIDADE E EFICIÊNCIA NA FRENAGEM COM MÁXIMO CONTROLE DE RUÍDO E VIBRAÇÃO.

Só a marca líder em componentes de suspensão e direção para oferecer o melhor custo-benefício também em motopeças. As pastilhas de freio Nakata para motos seguem os mais rigorosos critérios internacionais de qualidade e desempenho, garantindo o melhor conforto com a maior segurança.



flag.

CONFIRA CONTEÚDOS ESPECIAIS PARA VOCÊ VENDER MAIS E MELHOR.



#### BLOG

Tudo o que você precisa saber para alavancar seus resultados.



#### PODCAST

Ouçá as dicas dos maiores feras em vendas de autopeças.



#### EAD

Cursos online, gratuitos e com certificado.



#### INSTAGRAM

Imperdível para quem trabalha com vendas de autopeças.



#### TABELA DE APLICAÇÕES

Confira a tabela de aplicações e faça seu pedido.

TUDO AZUL. TUDO NAKATA.

**NAKATA®**

No trânsito, escolha a vida.