



**novovarejo**  
automotivo

EDIÇÃO 396

ANO - 30 MAIO

NOVOVAREJOAUTOMOTIVO.COM.BR

NVI - NOVO VAREJO IMPRESSO

## Inova premia na Automec as Indústrias do Novo Varejo

Prêmio

# INOVA

POWERED BY AFTER.LAB

Conheça os vencedores da décima edição da pesquisa em que os varejistas avaliaram os produtos e o desempenho empresarial das indústrias de autopeças.

PÁG. 08



Automec supera expectativas e consolida posição de segunda maior feira do setor no mundo

PÁGINA 18



Secretário Nacional de Trânsito assume compromisso com a inspeção veicular

PÁGINA 22

IQA lança oficialmente certificação para vendedores de autopeças e acessórios

PÁGINA 26



No trânsito, escolha a vida.

**PENSOU PASTILHAS E LONAS DE FREIO, PENSOU FRAS-LE.**

O PORTFÓLIO MAIS COMPLETO DO MERCADO COM SOLUÇÕES PARA AS LINHAS LEVE E PESADA.



Consulte aqui as aplicações.



# Mais qualidade para o varejo

Esta edição é totalmente dedicada à cobertura da 15ª Automec. E nem poderia ser diferente. Depois de quatro anos de ausência, a maior feira de autopeças, equipamentos e serviços automotivos da América Latina voltou com tudo.

Os números do evento superaram as expectativas do mercado e estão detalhados na reportagem que abre a sequência que dedicamos ao assunto. O saldo é extremamente positivo, a ponto de consolidar a feira brasileira como a segunda maior do planeta, de acordo com dados divulgados pela organização.

Nós, da Novomeio Hub de Mídia, temos razões de sobra para comemorar. É gratificante encerrar uma jornada tão intensa com o sentimento de dever cumprido. Realizamos uma cobertura inédita utilizando as plataformas digital e impressa simultaneamente. No São Paulo Expo, distribuímos de terça a sábado cinco edições do Diário da Automec. E, também no pavilhão, foram mais de dez horas de transmissão ao vivo pela A.TV, o canal de conteúdo em vídeo do Aftermarket Automotivo brasileiro. Acompanhamos presencialmente os eventos de conteúdo, registramos os principais estandes, entrevistamos lideranças, executivos e profissionais do mercado. E, agora, submetemos à sua apreciação todo este rico material nas edições impressa e digital do Novo Varejo e na A.TV (<https://www.youtube.com/c/ATVmidia>). Mesmo que você tenha visitado a Automec mais de uma vez, com certeza ainda vai se surpreender com o conteúdo que reunimos.

Especificamente falando sobre o varejo de autopeças, duas iniciativas apresentadas na Automec devem merecer bastante atenção a partir de agora. A primeira é o programa Loja Legal, uma realização do Sincopeças-SP e do Sebrae-SP com o apoio da G&B Distribuidora. O objetivo é aprimorar a gestão das lojas a partir de um ciclo gratuito aberto também aos varejos de outros estados. A nova fase do programa Loja Legal já havia sido objeto de uma palestra na sede do Sincopeças e detalhada em reportagem publicada em fevereiro pelo Novo Varejo. Agora, na Automec, foi possível transmitir os conceitos para uma audiência mais ampla e, principalmente, dar o pontapé inicial para as inscrições. Portanto, corra para o site do Sincopeças-SP e aproveite esta oportunidade de transformar seu negócio sem custo.

Outra iniciativa de extrema relevância foi o lançamento, pelo IQA, da certificação para os vendedores de autopeças. A chancela surge na sequência do serviço prestado pela recente Norma ABNT dos vendedores e expande o virtuoso caminho aberto por novas ferramentas de aprimoramento para estes profissionais.

Ainda sob efeito da Automec, ninguém pode duvidar que o setor automotivo – ou, falando a linguagem das indústrias globais, o setor da mobilidade – está passando por imensas transformações, que naturalmente irão repercutir fortemente na ponta da cadeia, ou seja, nas lojas de autopeças e oficinas. Portanto, para manter sintonia com o mundo que nos espera, qualidade e aprimoramento não são diferenciais, são obrigações. E estão a seu alcance. Não deixe a oportunidade passar.

Nhm

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

Publisher

Ricardo Carvalho Cruz  
([rccruz@novomeio.com.br](mailto:rccruz@novomeio.com.br))

Diretor Geral  
Claudio Milan

([claudio@novomeio.com.br](mailto:claudio@novomeio.com.br))

Diretor Comercial e de  
Relações com o Mercado  
Paulo Roberto de Oliveira  
([paulo@novomeio.com.br](mailto:paulo@novomeio.com.br))

Diretor de Criação  
Gabriel Cruz  
([gabriel.cruz@wpr.com.br](mailto:gabriel.cruz@wpr.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 30 - #396 Maio de 2023

Triagem desta edição 15mil exemplares

Distribuição Nacional Via Correios

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

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

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

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

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

Acesse aqui nosso site



# COM AMORTECEDOR COFAP seu caminho fica mais seguro



Nossos amortecedores são construídos com a mais avançada tecnologia do mercado para que *motoristas e passageiros tenham conforto e tranquilidade ao rodar.*

Neste Maio Amarelo, não abra mão de qualidade e contribua para um trânsito mais seguro. **Faça a escolha certa e vá de Cofap.**



Amortecedor é  
**Cofap**

SIGA:



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



**cofap**

No trânsito, escolha a vida



LOJA ONLINE  
**COBRA**

CONEXÃO QUE  
MOVIMENTA  
SEU NEGÓCIO

---

**Do nosso estoque  
para o seu.**



 loja.cobrarolamentos.com.br



Tenha acesso a todo  
o **nosso portfólio de produtos** em poucos cliques.

**Conheça a loja online**



 **Rápido**

 **Fácil**

 **Seguro**





26

Instituto da Qualidade Automotiva promove o lançamento da certificação IQA para os vendedores de autopeças. O processo de certificação é 100% digital.

08

Automec é palco para a cerimônia que anunciou os vencedores do Prêmio Inova 2023. Com apresentação de Celso Zucatelli, evento revelou as Indústrias do Novo Varejo.

Sincopemas-SP e Sebrae-SP, com apoio da G&B, apresentam na Automec o programa Loja Legal. Agora com inscrições abertas, a iniciativa proporciona aprimoramento gratuito aos varejos.

34



18

Edição 2023 da maior feira de autopeças, equipamentos e serviços automotivos da América Latina quebrou recordes e proporcionou o reencontro do mercado após um hiato de quatro anos.

Sucesso do movimento Right to Repair será determinante para o futuro da reparação independente. Em todo o mundo, crescem as mobilizações em favor da liberdade de escolha dos consumidores.

42

## Diversidade das equipes é chave para criar conexão com consumidor da nova geração

*Cientes dessa necessidade, empresas têm recorrido ao recrutamento às cegas para retirar o preconceito dos critérios de seleção, conforme mostramos na edição 296*

De 2010 para cá, a palavra 'propósito' ocupa espaço de protagonismo nos eventos sobre varejo ao redor do mundo – sendo destacada como principal fator diferencial para a fidelização de clientes por sua capacidade de criar um laço de ligação profundo destes com a empresa a partir da coesão de pensamentos, atitudes e 'posicionamento perante ao mundo'.

Diante dessa necessidade de satisfazer as demandas do cliente para além da relação simplesmente mercadológica, grandes empresas varejistas têm se esforçado para criar 'gatilhos de empatia'. E a adoção de uma política genuína de diversidade tem ganhado cada vez mais espaço. Este foi um dos assuntos da edição 296 do Novo Varejo.

A empresária Luiza Helena Trajano – cabeça do Magazine Luiza

– destacou o esforço de sua empresa para incentivar o aumento da diversidade no quadro de funcionários. “Eu represento o Magazine Luiza em premiações faz muito tempo e, no final da primeira década dos anos 2000, tudo o que se falava era rendimento/lucro. ‘Minha empresa faturou isso, tem tanto de market share’, e eu sempre achei aquilo muito superficial”, introduziu Luiza, antes de complementar: “De uns três anos para cá o tom mudou. Todas as empresas premiadas falam de propósito, de gente, de diversidade. Isso se modificou porque empresa que quer ter sucesso hoje tem que ter isso como prioridade”.

A empresária afirma que a nova geração de consumidores ‘simplesmente não vai comprar’ de quem não tem propósito/diversidade.

ACABAMOS DE  
PASSAR EM MAIS UM  
GRANDE TESTE



**Hipper Freios**  
Eleita a marca  
preferida dos  
brasileiros pelo  
Prêmio Inova



**Quando o assunto é qualidade e tecnologia, ninguém para a Hipper Freios.**

Acabamos de ser eleitos a marca preferida de discos de freio pelo Prêmio Inova, uma das premiações mais prestigiadas do Brasil no mercado de autopeças. Também lideramos o pódio na categoria Tratativa de Garantia e fomos finalistas na categoria Suporte Técnico. São conquistas como essas que nos mostram que estamos no caminho certo e nos dão combustível extra para continuar acelerando por você.

  /hipperfreios [hipperfreios.com.br](http://hipperfreios.com.br)

**Hipper Freios**

INOVAÇÃO É A NOSSA ESTRADA.

# Prêmio INOVA

POWERED BY AFTER.LAB

## Indústrias recebem Prêmio Inova 2023 na Automec

*A décima edição do estudo apurou a opinião de 500 varejistas de autopeças para veículos leves em todo o Brasil sobre portfólio de produtos e desempenho empresarial dos fabricantes*

Um dos principais destaques do primeiro dia da Automec foi a entrega do Prêmio Inova 2023. Na tarde da terça-feira, 25 de abril, 150 líderes e formadores de opinião do Aftermarket Automotivo se reuniram para conhecer os vencedores da décima edição da Pesquisa Inova – Indústrias do Novo Varejo. Para a realização do estudo, o After.Lab – empresa de inteligência de negócios do mercado brasileiro de reposição independente – entrevistou, em duas etapas, 500 varejistas de autopeças para veículos leves em todo o Brasil.

O concorrido evento em que foram conhecidas as marcas eleitas pelos varejos teve apresentação do jornalista Celso Zucattelli, da Record TV.

“É um prazer encontrar vocês de novo, agora para anunciar os vencedores do Prêmio Inova 2023, Indústrias do Novo Varejo. Além da presença dessa plateia maravilhosa, nosso evento está sendo transmitido ao vivo pela A.TV, o canal em vídeo do aftermarket automotivo, que inicia hoje a maior cobertura em tempo real da história da Automec”, comemorou Zucattelli na abertura da cerimônia.

Inicialmente, foram premiadas as indústrias mais votadas na primeira fase da pesquisa, que apurou as marcas que mais se destacaram a partir do portfólio de produtos. As terceiras e segundas colocadas foram homenageadas com placas. As vencedoras de cada quesito avaliado receberam

troféus criados pela artista plástica Vânia Vergamini. Os prêmios foram entregues por Alexandre Xavier, superintendente do IQA - Instituto da Qualidade Automotiva, e Antonio Fiola, presidente do Sindirepa-SP e Sindirepa Brasil.

Após o anúncio dos vencedores da primeira fase da pesquisa, foi chamado ao palco Marcelo Pereira, head do setor automotivo da Ipsos no Brasil. O executivo falou sobre o valor e a importância das pesquisas e o uso de dados na gestão da empresa (veja box).

Na sequência, Celso Zucattelli anunciou os vencedores da segunda fase do Prêmio Inova, que avalia o desempenho empresarial das indústrias de autopeças. Receberam os troféus aquelas que obtiveram as melhores

notas médias nos 12 quesitos de avaliação. Também foram premiadas a indústria com maior presença no varejo, e as que se destacaram em três agrupamentos de quesitos em apoio à gestão dos varejos (veja os resultados na sequência). O evento foi finalizado com a entrega do principal troféu da tarde à marca que obteve a melhor nota média considerando o resultado de todos os atributos avaliados pelos varejistas de autopeças. A vencedora, mais uma vez, foi a NGK.

Os prêmios da segunda fase foram entregues por Rodrigo Carneiro, presidente da Andap, e Ranieri Leitão, presidente do Sincopeças Brasil.

O head para o setor automotivo da Ipsos, parceira há mais de 10 anos da Nhm e do After.Lab nas pesquisas Inova e Maiores e Melhores, participou da cerimônia falando sobre a importância de estudos como estes e do uso de dados para a gestão das empresas. A Ipsos, empresa global, é líder em pesquisas para o setor automotivo no Brasil e trabalha para praticamente todas as montadoras no país.

Acompanhe um resumo do que disse Marcelo Pereira na cerimônia que anunciou os vencedores do Prêmio Inova 2023. “Pesquisa a gente faz a qualquer momento. Todos nós temos um pouco do DNA do pesquisador. Quando

decidimos comprar um carro, fazer a manutenção do veículo, escolher uma oficina, escolher a peça, nós estamos fazendo uma pesquisa, estamos buscando avaliar a representatividade dessa marca, o que vem primeiro na sua cabeça quando você pensa em amovetedor, em correia. Isso tudo tem a ver com o mercado de pesquisa, é você buscar entender o que está passando na cabeça do seu consumidor e como isso pode aportar um número relevante de informações para uma estratégia construtiva.

Pesquisa hoje não é só a antiga ‘face to face’, você tem os e-mail, o WhatsApp, as mídias sociais e meios de fazer através de

identificação visual de tempo de conexão com a pessoa, tudo isso são dados que te fortalecem para fazer uma boa análise. As informações apuradas em pesquisas acabam norteando a decisão. Muitas marcas fizeram pesquisas e acabaram por descobrir que determinado produto não cairia bem no mercado por algum motivo. É interessante entender que a pesquisa não é apenas uma geração de dados, é uma forma de gerar insights do que funciona muito bem na sua marca e o que precisa ser repensado. Pesquisa é uma forma de estratégia.

É muito importante a gente saber o que o cliente está pensando da nossa

marca e do nosso produto. Muitos produtos são vendidos em websites, e nesses websites o quanto eles são buscados? Se você tem uma plataforma de venda online pode fazer uma pesquisa que busca entender quanto tempo o cliente fica no teu site, quantos cliques ele dá, como ele avalia a jornada dentro do site e a parte de cadastramento, entrega e logística. Então há muito mais o que fazer num ambiente de pesquisa do que apenas a avaliação de produto. Você avalia toda a jornada do cliente desde o início até aquilo que você consegue entregar de marcante para ele”.





# MUITO OBRIGADO!

A NGK foi mais uma vez destaque do Prêmio Inova

1º LUGAR

VELAS DE IGNIÇÃO



CABOS DE IGNIÇÃO



SENSOR DE OXIGÊNIO



+ 1ª Colocada na Classificação Geral



## LANÇAMENTO

# O PORTFÓLIO DE SENSORES NTK AUMENTOU!



TECHNICAL SENSORS

**NTK, ESPECIALISTA EM SENSORES!**



**FLN2**

Sensor de Nível de Combustível NTK



**CTN2**

Sensor CTS (Sensor de Temperatura do Líquido de Arrefecimento) NTK



**AWN2**

Sensor ABS NTK



**CRC3**

Sensor de Rotação NTK



**VSN3**

Sensor de Velocidade do Veículo NTK



**APN4**

Sensores MAP (Sensor de Pressão Absoluta do Coletor de Admissão) NTK



**THN3**

Sensor TPS (Sensor de Posição de Borboleta) NTK

BAIXE NOSSO APP



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

**0800 019 7112**

f | @ngkdobrasil

**Primeira fase - Produtos**

AMORTECEDOR	
COFAP	50,40%
MONROE	18,13%
NAKATA	12,55%

BOMBA DO COMBUSTÍVEL	
BOSH	43,63%
URBA	11,55%
MAGNETI MARELLI	10,76%

CORREIAS	
CONTINENTAL	31,08%
DAYCO	31,08%
GATES	22,51%

FILTRO	
TECFIL	25,50%
WEGA	18,92%
FRAM	12,55%

ANEL E PISTÃO	
MAHLE	48,01%
COFAP	6,57%
KS	3,78%

BOMBA DO ÓLEO	
SCHADEK	54,38%
URBA	4,78%
BOSH	3,39%

DISCO DE FREIO	
HIPPER FREIOS	37,85%
FREMAX	27,49%
TRW VARGA	10,36%

JUNTA DO MOTOR	
SABÓ	51,39%
TARANTO	10,36%
ELRING	5,58%

BICO DO INJETOR	
BOSH	40,64%
MAGNETI MARELLI	20,92%
DELPHI	2,39%

BORRACHA DE SUSPENSÃO	
AXIOS	43,03%
SAMPEL	11,35%
MOBENSANI	7,57%

EMBREAGEM	
LUK	62,55%
SACHS	10,76%
VALEO	5,38%

JUNTA HOMOCINÉTICA	
COFAP	33,86%
NAKATA	19,32%
ALBARUS	6,57%

BOMBA D'ÁGUA	
URBA	35,26%
SCHADEK	23,11%
INDISA	12,55%

CABO DE IGNIÇÃO	
NGK	50,20%
BOSH	14,54%
MAGNETI MARELLI	5,78%

FARÓIS E LANTERNAS	
ARTEB	10,16%
PHILIPS	4,98%
ORGUS	4,18%

LÂMPADAS	
PHILIPS	47,21%
OSRAM	12,75%
MAGNETI MARELLI	6,37%

ÓLEO LUBRIFICANTE	
LUBRAX	16,53%
IPIRANGA	13,54%
PETRONAS	13,75%

PASTILHA DE FREIO	
FRAS-LE	21,31%
COBREQ	19,12%
SYL	13,15%

PIVÔ DE SUSPENSÃO	
NAKATA	32,47%
VIEMAR	14,14%
PERFECT	12,75%

POLIA E TENSIONADOR	
SKF	21,12%
NYTRON	14,34%
INA	9,76%

RETENTOR	
SABÓ	77,29%
ELRING	2,59%
EUREKA	2,39%

ROLAMENTOS	
SKF	45,42%
INA	10,76%
FAG	8,96%

SONDA E SENSOR	
NTK	26,10%
BOSH	14,94%
MTE THOMSON	9,76%

TERMINAL DE DIREÇÃO	
NAKATA	30,88%
VIEMAR	16,14%
PERFECT	14,14%

VELA DE IGNIÇÃO	
NGK	63,94%
BOSH	14,54%

**Segunda fase - Desempenho Empresarial**

PRESEÇA	
BOSH	78,89%
SABÓ	76,63%
COFAP	76,98%

APRESENTAÇÃO DO PRODUTO	
NGK	9,30
LUK	9,17
AXIOS MONROE	8,97

ÍNDICE DE DEFEITOS	
MAHLE METAL LEVE	8,51
NGK	8,49
PHILIPS	8,43

COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO	
NGK	7,31
LUK	7,22
SKF	7,19

SUPORTE ÀS VENDAS	
NGK	8,77
LUK	8,66
SKF	8,59

COBERTURA DA FROTA	
NGK	8,94
PHILIPS	8,85
LUK	8,82

GARANTIA	
HIPPER FREIOS	7,94
SABÓ	7,93
NGK	7,92

MAIS ADMIRADA	
NGK	8,81
LUK/SCHAEFFLER	8,69
AXIOS MONROE	8,68

SUPORTE AO MARKETING	
NGK	5,95
COFAP	5,86
LUK	5,85

REDE DE DISTRIBUIDORES	
NGK	8,71
TECFIL	8,68
LUK	8,67

TREINAMENTOS	
NGK	3,49
COFAP	3,46
SDEK	3,42

CLASSIFICAÇÃO GERAL	
NGK	7,31
LUK	7,22
SKF	7,19

SUPORTE TÉCNICO	
NGK	8,22
FRAS-LE	8,18
MAHLE METAL LEVE	8,17

ATENDIMENTO AO CLIENTE	
NGK	7,94
SKF	7,90
NAKATA	7,88

AÇÕES PROMOCIONAIS	
COFAP	3,82
NGK	3,71
NAKATA	3,65

ÁPOIO TÉCNICO	
NGK	7,30
NAKATA	7,22
HIPPER FREIOS	7,21

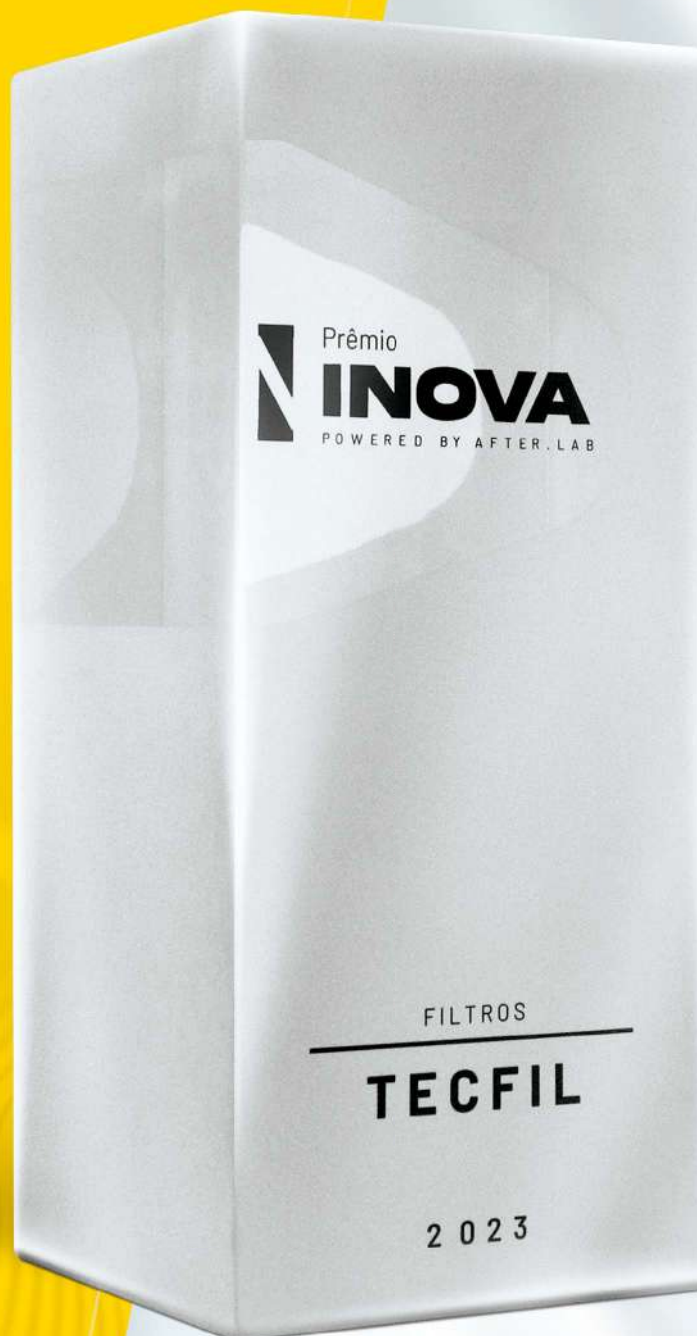
INTERAÇÃO EM MÍDIAS DIGITAIS	
NAKATA	5,60
NGK	5,57
COFAP	5,53

# Tecfil®



## ELEITA A MARCA DE FILTROS PREFERIDA PELAS AUTOPEÇAS DO BRASIL

**Prêmio Inova 2023**



**Ir mais longe é um desafio diário há 70 anos.**

Na Tecfil, nos dedicamos a novos produtos, processos e formas de trabalhar que transformam a indústria. Por isso, é uma honra receber o 1º lugar em Filtros Automotivos no Prêmio Inova 2023, que ouviu mais de 500 varejistas. É um reconhecimento que nos impulsiona a fazer cada vez mais.

**#VÁ MAIS LONGE**  
O FUTURO É TECFIL

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

# Conheça o Prêmio Inova

Para a realização do Prêmio Inova 2023 foram entrevistados em duas etapas 500 varejistas de autopeças para veículos leves em todo o Brasil.

Na primeira fase, os pesquisadores apuraram as melhores marcas do mercado em 25 categorias de produtos:

- Amortecedor;
- Anel e pistão;
- Bico injetor;
- Bomba d'água;
- Bomba do combustível;
- Bomba do óleo;
- Borracha de suspensão;
- Cabo de ignição;
- Correia;
- Disco de freio;
- Embreagem;
- Farol e lanterna;
- Filtro;
- Junta de motor;
- Junta homocinética;
- Lâmpada;
- Óleo lubrificante;
- Pastilha de freio;
- Pivô de suspensão;
- Polia e tensionador;
- Retentor;
- Rolamento;
- Sonda e sensor;
- Terminal de direção;
- Vela de ignição.

Os vencedores em cada um desses quesitos foram apurados a partir da soma total dos votos que as marcas obtiveram nas entrevistas realizadas com os varejistas. Estas empresas automaticamente se classificaram para a segunda fase do estudo – com exceção da Lubrax, que, por não ser fabricante de autopeças, não se enquadrava em boa parte dos atributos de análise. Desta forma, foram classificadas as indústrias Arteb, Axios Monroe, Bosch, Cofap, Continental, Dayco, Fras-Le, Hipper Freios, Luk, Mahle Metal Leve, Nakata, NGK, Philips, Sabó, Schadek, SKF, Tecfil e Urba. Os profissionais do After.Lab, então, voltaram a conversar com os proprietários ou gerentes das lojas entrevistas.

## Desempenho empresarial

Nesta segunda etapa, a pesquisa investigou os atributos relativos aos serviços prestados pelas indústrias aos varejos, bem como aspectos da imagem que estes fabricantes construíram ao longo do tempo junto ao segmento. É o chamado Desempenho Empresarial.

A metodologia e a tabulação dos dados nesta fase do estudo são de responsabilidade da Ipsos, uma das três maiores empresas de pesquisa do mundo. Os entrevistadores solicitam que os varejistas atribuam notas de 0 a 10 a cada uma das marcas considerando 12 quesitos de avaliação:

- A mais admirada;
- Ações promocionais;
- Apoio técnico;
- Apresentação dos produtos;
- Atendimento ao cliente e serviço 0800;
- Cobertura da frota;
- Comunicação e relacionamento;
- Garantia;
- Menor índice de defeitos;
- Mídias sociais;
- Rede de distribuidores;
- Treinamentos.

As indústrias com a melhor nota média em cada um dos quesitos é premiada. A grande vencedora na segunda fase é aquela que obtém a melhor nota média considerando todos os atributos de avaliação da segunda fase.

Desde 2021, a pesquisa também realiza o agrupamento dos 12 atributos em três dimensões que traduzem a interação dos fabricantes com os varejos de autopeças: Destaque em suporte às vendas – que congrega os atributos diretamente ligados à oferta de produtos do fabricante; Destaque em suporte ao marketing – todas as atividades desenvolvidas pelos fabricantes para auxiliar de forma contínua os negócios; e Destaque em suporte técnico – aquelas atividades que ajudam na solução de problemas no pós-vendas.

Também é premiada a empresa que tem o maior número total de avaliações na segunda fase do estudo, ou seja, a indústria com maior Presença no varejo



## AS CORREIAS DA CONTINENTAL SÃO DESTAQUE NO PRÊMIO INOVA!

AGRADECEMOS A  
TODOS QUE  
CONFIARAM EM  
NOSSO PRODUTO.

OFERECER AOS NOSSOS  
CONSUMIDORES PRODUTOS COM  
QUALIDADE MÁXIMA É O NOSSO  
COMPROMISSO DIÁRIO, E TER AS  
NOSSAS CORREIAS RECONHECIDAS  
POR ESSA EXCELÊNCIA NOS  
MOSTRA QUE ESTAMOS NO  
CAMINHO CERTO.

SOMOS GRATOS A TODOS QUE  
DEPOSITARAM A CONFIANÇA EM  
NÓS.

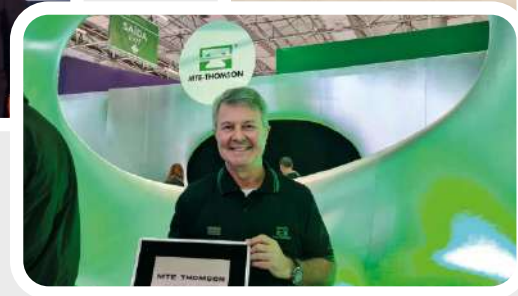
É BUSCANDO A SATISFAÇÃO DE  
NOSSOS CONSUMIDORES QUE NOS  
DEDICAMOS EM SER CADA VEZ  
MELHORES!

 [CONTINENTAL-INDUSTRY.COM](http://CONTINENTAL-INDUSTRY.COM)  
 [FACEBOOK.COM/CONTINENTALBR](https://FACEBOOK.COM/CONTINENTALBR)



SAIBA MAIS SOBRE  
AS CORREIAS DA  
CONTINENTAL:







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

Redação Novo Meio [jornalismo@novomeio.com.br](mailto:jornalismo@novomeio.com.br)

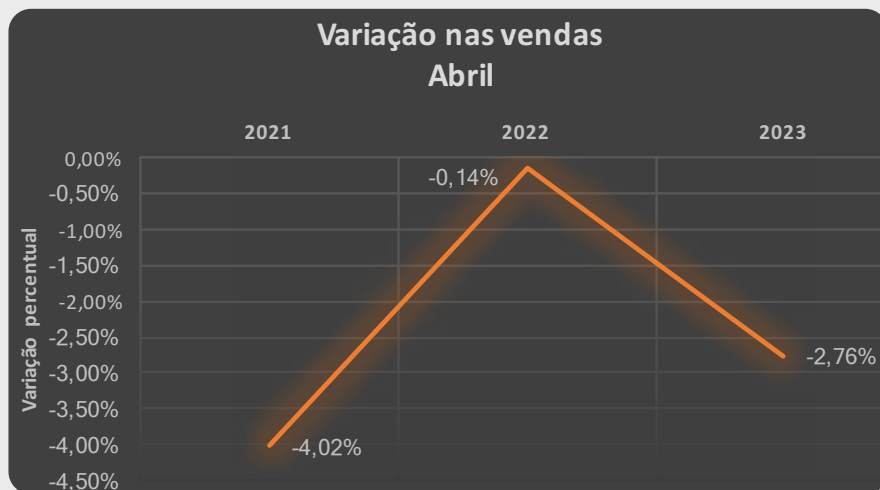
O desempenho do varejo brasileiro de autopeças apresentou dois indicadores positivos em abril de 2023 na comparação com o mesmo mês do ano passado. Ao mesmo tempo, outros dois constituíram perdas para 2022. Os dados foram obtidos pelo estudo VIES – Variações nos Índices e Estatísticas, realizado pelo After.Lab com base nos resultados das semanais MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e ONDA - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços.

Começando pelo histórico de três anos apurado pelo MAPA referente aos meses de abril, os gráficos abaixo mostram que a média nacional das vendas continuou negativa em 2023: -2,76%. Nos dois anos anteriores, o volume de vendas também tinha sido reduzido em abril: -0,14% em 2022 e -4,02% em 2021. A reposição dos estoques continuou, em abril, mantendo relação próxima da redução média das vendas nos dois anos anteriores: no quarto mês

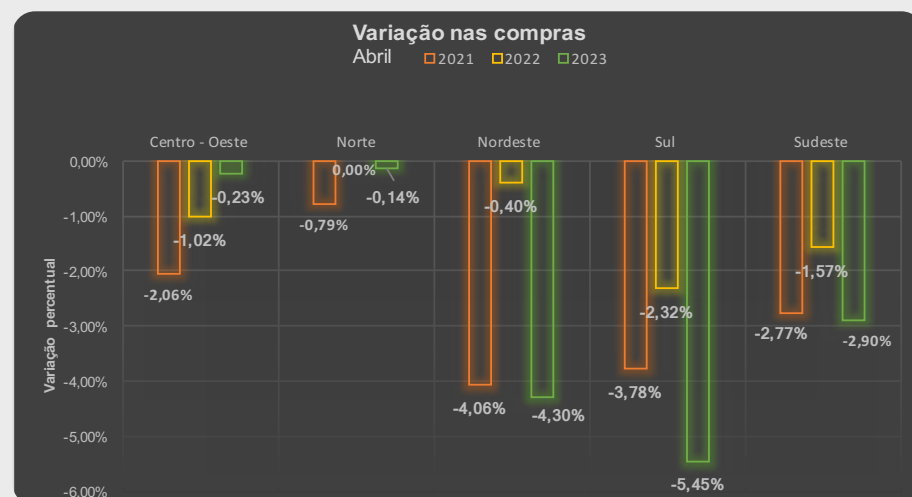
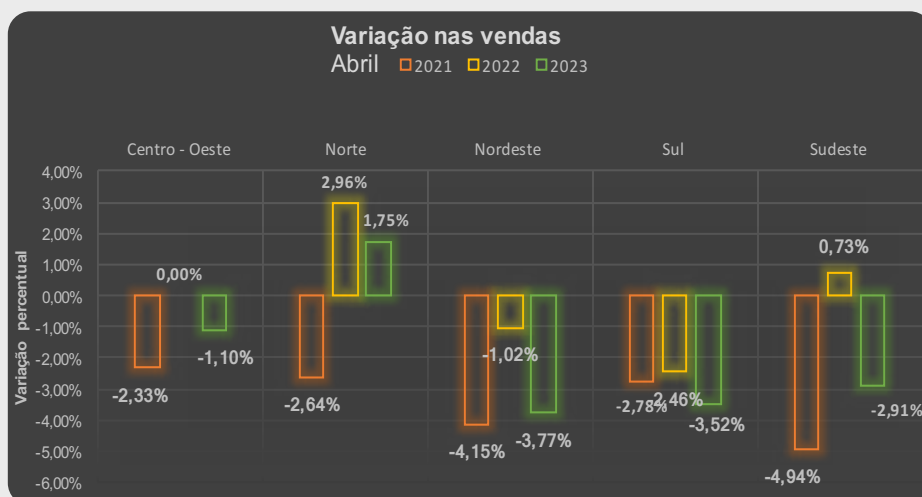
de 2023, o volume de compras recuou -3,25%, índice mais de três vezes superior ao registrado em 2022: -0,9%. No que se refere aos dados apurados pela pesquisa ONDA, o abastecimento do varejo manteve a longa trajetória de queda em abril de 2023, com média geral no mês de -5,43%, metade da quebra verificada no ano anterior, conforme mostra o gráfico. Finalmente, o histórico de alta nos preços foi mantido, com expansão média de 4,2%, índice menor que os 5,66%

registrados em abril do ano passado. Acompanhe nos gráficos abaixo também os resultados regionais das vendas, compras, abastecimento e preços e compare o desempenho das lojas de autopeças em 2021, 2022 e 2023 nos meses de abril. E não deixe de consultar semanalmente nas plataformas digitais do Novo Varejo Automotivo os resultados atualizados semanalmente das pesquisas MAPA e ONDA.

## MAPA NACIONAL

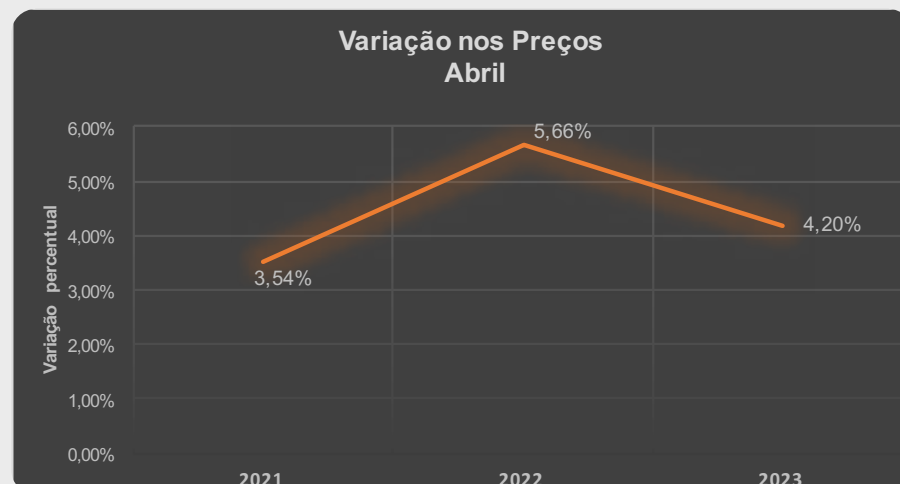
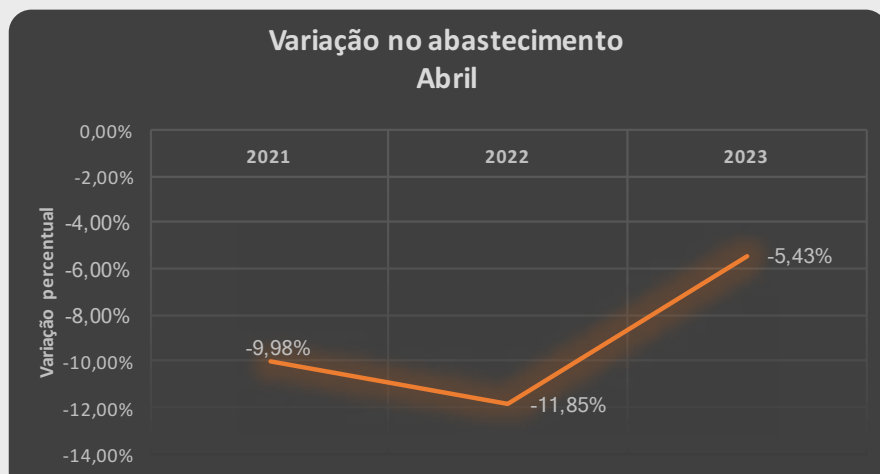


## REGIONAL

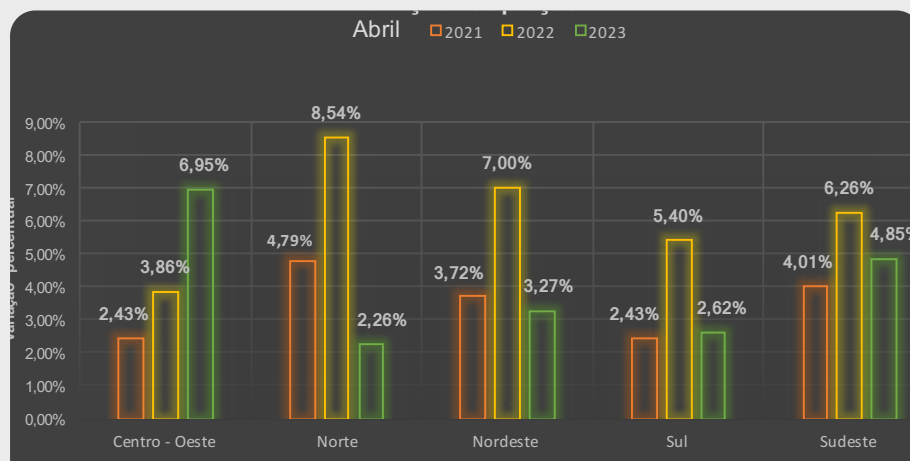
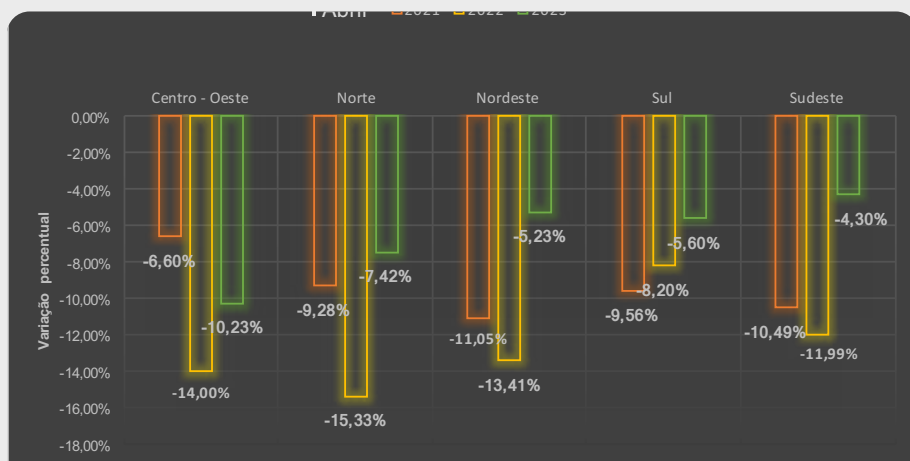




# ONDA NACIONAL



## REGIONAL



DPK oferece **MULTICANAIS INTEGRADOS** para seus clientes.



#vocêmaisconectado

Atender a real necessidade do consumidor atual: esse é o desafio da DPK atualmente!

A empresa está no mercado desde 1987 e hoje conta com 17 filiais com sistema de distribuição, escritórios regionais, franquias e postos de atendimento, todos prontos a atender as necessidades do mercado. Com uma rede de entrega que conta com o serviço de mais de 170 transportadoras, a DPK está entre as melhores distribuidoras do ramo automotivo, atuando com um padrão elevado de relacionamento com os clientes, colaboradores e fornecedores. Segundo o Gerente de Ne-

gócios da DPK, Alexandre Feletti, a empresa não poupou esforços a fim de oferecer aos consumidores uma plataforma multicanal integrada com todas as informações e demandas reunidas nos atendimentos presenciais, via telefone, canais digitais e redes sociais. "Atualmente o cliente precisa desse atendimento multiplataformas, para que ele possa escolher qual o melhor canal a ser atendido, por isso nos desafiamos a construir uma estrutura totalmente conectada. Nosso cliente, é cliente de nossa empresa e não de um canal exclusivo de atendimento, tínhamos a necessidade desse sistema. É claro que nos úl-

timos tempos, o maior aumento de demanda foi no digital, que de 2020 para cá cresceu 60% em volume de negócios, ficando atrás apenas do atendimento via telefone, que ainda é o nosso principal canal", afirma Feletti.

A DPK também disponibiliza em seu novo canal de atendimento digital, em parceria com o Detran, um sistema de busca de informações do veículo através de sua placa, onde é possível checar a montadora, o modelo, o ano, a motorização e, com isso as peças necessárias para aquele carro em questão. "Esse sistema que trabalhamos em conjunto com o De-

tran visa facilitar a vida do aplicador e do vendedor da autopeças, na hora de identificar a necessidade do cliente. Além disso, desenvolvemos um sistema de busca por comando de voz, onde é possível tomar as ações sem a necessidade de digitar o que se procura. Trabalhamos para facilitar a vida de todos os envolvidos em nossa cadeia de negócios", explica o Gerente de Negócios da empresa.

Conheça as facilidades do atendimento multicanal da DPK através do <https://www.dpk.com.br/>



# Automec se consolida como segunda feira do mundo no setor

*Edição 2023 do maior evento de negócios B2B da América Latina superou todas as expectativas e pulverizou recordes anteriores*

Valeu a pena esperar. Foram quatro anos de ausência em razão da pandemia, o que tornou a expectativa do Aftermarket Automotivo pela 15ª edição da Automec ainda maior do que de costume. A resposta foi um evento – de 25 a 29 de abril no São Paulo Expo – que superou as expectativas e quebrou todos os recordes possíveis e imagináveis.

A trajetória de crescimento da maior feira de autopeças, equipamentos e serviços automotivos da América Latina é constante. A cada realização, novos parâmetros são estabelecidos. No

entanto, nem mesmo a organização esperava que em 2023 os números evoluíssem de forma tão superlativa, a ponto de solidificar o evento brasileiro como o segundo maior do planeta em seu setor de abrangência.

“Superou, sim, todas as expectativas. Quando a gente fechou o terceiro dia do evento, a gente já havia superado o volume de negócios esperados de 25 bilhões de reais. Isso tudo se deve ao número de marcas participantes, mas também ao aumento do número de visitantes com poder de compra.

Do total de visitantes da Automec, 65% vêm para fazer negócios. E o que é curioso: 50% daqueles que vieram um dia estão voltando em outros dias e isso potencializou os negócios”, contou – em entrevista exclusiva à A.TV na sexta-feira, 28 de abril – Luiz Bellini, diretor da Automec e diretor de portfólio da RX.

De fato, o volume de negócios gerado pela feira atingiu nada menos que 29,5 bilhões de reais, ou seja, quase 20% acima do valor projetado inicialmente. E, claro, os recordes não pararam por

aí. Segundo balanço divulgado pela organização, foram 90 mil visitantes únicos (20% acima da última edição) com 30% de taxa de retorno. Resultado: público total de 117 mil visitantes em 5 dias. Para fechar a conta, foram 1.500 marcas expositoras – sendo 450 vindos de 12 países –, 25% a mais que na última edição, em 2019, ocupando uma área total ampliada de 105 mil metros quadrados.

## CONTEÚDO

Além da grande presença de expositores mostrando seus portfólios e lançamentos em produtos e serviços para o mercado de reposição automotiva, também foi destaque a programação de eventos de conteúdo, que ofereceu ao público mais de 100 horas de informação sobre os temas mais relevantes do setor – acompanhe a cobertura de alguns dos principais eventos nas próximas páginas. “Como organizadores de feira, é fundamental que não somente possamos promover os produtos e serviços. Temos que colocar o treinamento – principalmente no mercado de reposição

de peças, o técnico é fundamental para que o mercado se desenvolva. Capacitação e treinamento. Tudo isso a gente trouxe para a Arena de Conteúdo, que é a Automec Experience. Além de debater o futuro do setor – influência dos carros elétricos, a descarbonização – a gente traz treinamentos, workshop junto com o Senai, com o IQA, o Batistinha, tudo isso enriqueceu a parte de conteúdo. E não é somente se sentar e assistir, mas viver a experiência e sair com o aprendizado. Estamos muito contentes com os resultados. A capacidade da arena de conteúdo beirou 90% de

ocupação, é um sucesso comparado ao passado, quando ocupamos 70%, nosso índice normal. Então a gente olha e diz: ‘aqui devemos investir mais’. Para 2025, precisa aumentar essa parte de conteúdo”, antecipou Bellini na entrevista exclusiva à A.TV. E, falando em 2025, o que mais podemos esperar para a próxima Automec, que já está em gestação sob o imenso desafio de ser ainda melhor do que foi a edição 2023? Quais serão as novidades? “Eu já tenho algumas, que posso antecipar – outras ainda não posso. Para 2025 nós estamos projetando expandir a feira para

a área externa. Existem 70 empresas que infelizmente não conseguiram participar desta edição, estão na fila para expor, então vamos expandir. E traremos mais atrações, demonstrações e test-drive lá embaixo. Muito mais experiências, que é o que o público quer e onde a gente pode testar e demonstrar as peças”, finalizou Luiz Bellini no podcast Diálogo Automotivo Especial Automec da A.TV, o canal de conteúdo em vídeo do Aftermarket Automotivo Brasileiro.



**PHILIPS**

Lâmpadas  
Automotivas

1º lugar  
em lâmpadas

Prêmio  
**INOVA**  
RECONHECIDA POR AUTOS L&L

## Gratos por sermos a escolha dos profissionais

A Philips automotiva é eleita a melhor marca de iluminação automotiva

A Philips Automotiva foi reconhecida com o prêmio Inova 2023 na categoria de lâmpadas automotivas, eleita a marca preferida entre 500 varejistas ouvidos em todo o Brasil. Isso nos enche de orgulho e satisfação. Agradecemos a confiança de todos os clientes e profissionais nesses mais de 100 anos de história automotiva. Essa preferência nos impulsiona a continuar a oferecer produtos inovadores, de qualidade excepcional por muitos quilômetros que ainda virão.

[philips.com.br/auto](https://philips.com.br/auto)



# Com público heterogêneo e vindo de diferentes regiões do país, Automec 2023 teve uma constante: prioridade para os negócios

Durante a realização da feira, nossa reportagem ouviu um grande número de expositores para a cobertura realizada pelo Diário da Automec, o Diálogo Automotivo ao vivo, o A.T.V N e o

Novo Varejo – todos produtos editoriais da Novomeio Hub de Mídia. O que encontramos foi praticamente uma unanimidade quando à satisfação demonstrada com a Automec.

E se a expectativa dos expositores era pelo reencontro do mercado, a retomada do network e a concretização de negócios – que efetivamente se confirmaram no expressivo volume

de 29,5 bilhões de reais – por parte do público os objetivos não foram diferentes, como mostram os depoimentos a seguir.



“Atuo no setor automotivo vai fazer 15 anos, ou seja, metade da minha vida. Nossa empresa, a BR Autopeças, trabalha com o comércio de peças automotivas há 30 anos – começou com meu pai e hoje está sob minha liderança. Meu principal objetivo na Automec é fazer negócios. Afinal, nossa empresa, que tradicionalmente tem o foco na linha pesada, está expandindo seus horizontes para a linha leve e nada melhor do que uma feira como essa para encontrar novos parceiros para a empreitada”.

**Lucas Machado, Araguaína (TO)**

“Trabalho no setor há quatro anos e atualmente a atuo como comprador na Delta, uma distribuidora de linha pesada. Vim à feira para prospectar novos fornecedores, nacionais e importados, e estou gostando bastante das oportunidades de fazer negócio. Vamos ficar dois dias”.

**Jean Carlos, Contagem (MG)**



“Sou da equipe de marketing da Fraga Inteligência Automotiva e, apesar de não ter trazido estande para essa edição, a empresa está bastante ativa na feira. Nossa equipe comercial e a diretoria virá todos os dias, além disso, trouxemos toda a equipe para conhecer as novidades e os parceiros com os quais nos relacionamos diariamente no ambiente digital. Vai ser bem legal estreitar essa relação!”

**Marcelle Godoy, Campinas (SP)**



“Atuo como representante comercial há 35 anos no mercado de pesados, venho da indústria e hoje estou na distribuição. Venho para visitar alguns clientes com os quais já tenho contato e outros que estou prospectando – além de aproximar o relacionamento com algumas empresas que eu já represento, o que é importante em uma época em que a gente trabalha de maneira mais remota. Minha prioridade, porém, é fazer negócios!”

**Maria da Penha, 56 anos, São Bernardo (SP)**



**Luiz Bellini, diretor da Automec, em entrevista exclusiva e ao vivo no Diálogo Automotivo**



## Nhm também estabelece recorde na cobertura da feira

A segunda maior feira do aftermarket automotivo no mundo merecia uma cobertura jornalística compatível com sua grandeza. Essa foi a premissa que guiou o planejamento da Novomeio Hub de Mídia para oferecer ao público a maior cobertura da história da Automec. E, muito importante, não apenas após o evento, mas também ao longo de sua realização.

Para isso, uma ferramenta funda-

mental foi a publicação, mais uma vez, do Diário da Automec. Trata-se do único jornal impresso com edições diárias distribuídas na entrada do pavilhão trazendo os fatos mais relevantes na medida em que eles acontecem. O Diário da Automec já se tornou uma tradição no evento. Mas, este ano também tivemos uma novidade importante. Pela primeira vez, um canal de conteúdo visual transmitiu ao vivo do São Paulo Expo uma pro-

gramação diária de três horas dedicadas à feira. Este foi o presente da A.TV para quem não pode estar presente e também para quem queria acompanhar a Automec antes ou depois da visita presencial. Em duas edições por dia, o A.TV News fez um balanço dos principais fatos em tempo real. Também marcou presença na grade as edições especiais do Diálogo Automotivo, que entrevistou lide-

ranças de mercado e expositores trazendo opinião consistente e novidades das marcas.

A cobertura da Novomeio Hub de Mídia prossegue agora nas edições digital e impressa do Novo Varejo Automotivo, fechando com chave de ouro uma mobilização que já promete ser ainda maior em 2025.



**Diário da Automec fez sucesso entre os expositores**



**Dreisse Drielle apresentou as últimas notícias da feira ao vivo no A TV News**

10 ANOS **maio amarelo**  
10 ANOS DE ATENÇÃO PELA VIDA

# Atenção é segurança, que mantém a nossa vida em movimento.

O cuidado no trânsito é uma via de mão dupla, que exige concentração de todos. Dê preferência a proteção, e siga em frente sempre mantendo o respeito e a concentração.



Posicione a câmera do seu smartphone para acessar.

**Conheça nossas redes sociais:**

@rmpdistribuidora

RMP

**RMP**



Cerimônia de inauguração da feira reuniu lideranças do mercado, da organização e do setor automotivo no Governo

## Automec começa com notícias importantes para o aftermarket automotivo

*Representante do Governo Federal assume compromisso com a inspeção veicular durante a cerimônia de abertura da feira*

A cerimônia de inauguração da Automec 2023 contou com as presenças dos principais representantes do aftermarket automotivo nacional e autoridades do setor público. Todos se uniram para cortar a fita e declarar aberta a 15ª edição da feira.

O mercado de reposição não apenas celebrou o retorno de seu principal evento após um hiato de quatro anos, mas o fez em grande estilo. Em seu discurso, o presidente da RX, organizadora da Automec, Claudio Della Nina já exaltava os números robustos do evento que estava começando naquele momento. As características que permitiam à feira atrair tamanho interesse foram tema das apresentações de todos os participantes da cerimônia.

Presidente do Sindipeças, Claudio Saad destacou que o aftermarket nacional é robusto o suficiente para manter em circulação uma frota de 47 milhões de veículos – façanha que os respectivos presidentes da ANDAP e do SICAP, Rodrigo Carneiro e Alcides José Acerbi Neto, atribuíram ao fato do Brasil possuir o quarto maior

***“Diante desses números, é bom darmos o devido valor a este mercado tão importante para todos nós”***

mercado de reposição do mundo, chamou a atenção Carneiro.

Ao clamar por um cuidado maior dos diferentes setores da sociedade para com o aftermarket, o presidente da Andap introduziu algumas das diferentes pautas que compõem a fotografia do setor automotivo nacional e que compuseram o pano de fundo das discussões durante toda a Automec.

Entre os temas mais celebrados pelas autoridades presentes esteve a questão ambiental, cuja abordagem é comumente atrelada à descarbonização da frota e às discussões em torno da melhor tecnologia para fazê-lo, mas que, na Automec, fez ressoar um velho pedido dos players da reposição nacional: a inspeção veicular.

Uma das vozes mais contundentes sobre a temática durante a abertura da

Automec foi a do presidente do Sindirepa, Antonio Fiola, que – ao destacar discussões realizadas recentemente junto à Secretaria da Infraestrutura de São Paulo – trouxe números que, segundo ele, fazem com que a importância da retomada de uma agenda de inspeção seja irrefutável.

“Fala-se muito sobre carros elétricos e outras tecnologias como soluções para diminuir a emissão de gases poluentes por parte dos automóveis. Pesquisas mostram, porém, que um carro que circula com um catalisador vencido ou uma sonda lambda danificada polui dez vezes mais. Não por a caso, temos o dado de que as internações por problemas respiratórios caíram quase 18% durante a época da inspeção veicular”, apontou Fiola, antes de salientar que os impactos positivos da inspeção veicular transcendem a pauta ambiental.

“Além dessa importância para a diminuição das emissões, garantir que os carros estejam em seus plenos funcionamentos melhora a segurança nas vias e traz benefícios ao trânsito de cidades como São Paulo. 53% dos aciden-

tes ocorrem quando o carro apresenta algum problema, além disso, sabemos o quanto carros parados nas vias pode causar congestionamentos em ruas e rodovias”.

As lideranças do mercado aproveitaram a abertura da Automec 2023 para destacar outras pautas caras à ‘Aliança Aftermarket Brasil’, organização que, desde agosto do ano passado, reúne as diferentes entidades da reposição independente. Segundo os dirigentes já citados, que tiveram a companhia do presidente do Sincpeças-SP, Heber Carvalho, questões como a capacitação da mão de obra do setor e a mobilização em torno da garantia do direito à reparação independente também devem receber atenção especial.

Para tanto, Rodrigo Carneiro citou os esforços para tirar do papel a ‘Universidade do Aftermarket’ e, ao lado de Antonio Fiola, enfatizou a importância do movimento ‘Right to Repair’ visando criar, junto ao Congresso Nacional, normas que impeçam a ‘privatização de dados e informações’ de veículos por parte dos fabricantes dos veículos.

## Representantes do poder público se comprometem com pautas importantes para o setor

*Representante do Governo Federal assume compromisso com a inspeção veicular durante a cerimônia de abertura da feira*

Além dos dirigentes das entidades representativas da reposição automotiva nacional, o painel de abertura da Automec contou com a participação da Especialista em Políticas Públicas e Gestão Governamental do Ministério da Economia, Margarete Gandini, e do Secretário Nacional de Trânsito, Adualdo Catão.

Como resposta às demandas expostas pelos dirigentes presentes no painel, os gestores reafirmaram o interesse do Governo Federal em colaborar com o desenvolvimento do setor – sobretudo por, segundo eles, este ser um pilar de sustenta-

ção fundamental não apenas para a indústria automotiva, mas para a indústria nacional como um todo.

“A indústria automotiva representa 20% do PIB industrial nacional. E, costumo dizer, uma indústria automotiva que não tem um aftermarket forte é uma indústria com pés de barro. Com os fabricantes de autopeças e todos os elos que se relacionam com ela, do varejo aos serviços, conseguimos reter o conhecimento no país e exportar para o exterior”, destacou Gandini. Neste sentido, a gestora destacou o papel da política automotiva como ferramenta para garantir o fortale-

cimento do aftermarket. Exemplo disso, segundo ela, são as discussões que já se iniciaram acerca do segundo ciclo do Rota 2030. “Essa fase do programa irá focar em inovação, descarbonização e reciclabilidade de materiais, temas que devem demandar investimento, mas que terão resposta à altura de um setor que já mostrou não se apequenar frente aos desafios que se apresentam”, indicou.

Na mesma linha, Adualdo Catão reforçou o compromisso do Governo Federal em colaborar com a agenda de modernização e sustentabilidade da reposição.

Em um dos momentos de maior excitação da abertura, o Secretário afirmou que a pauta da inspeção veicular está na agenda de sua pasta e será tratada com a maior seriedade possível ao longo dos próximos meses.

“Não vamos fugir. A inspeção veicular é um tema complexo, mas que tem grande impacto na redução de emissão de gases e na segurança do trânsito. Estou me comprometendo a encarar este tema!”, finalizou Catão, acompanhado de aplausos.

**INMETRO**  
T&A  
OCP 0159

**SGS**

**3 anos no Brasil**

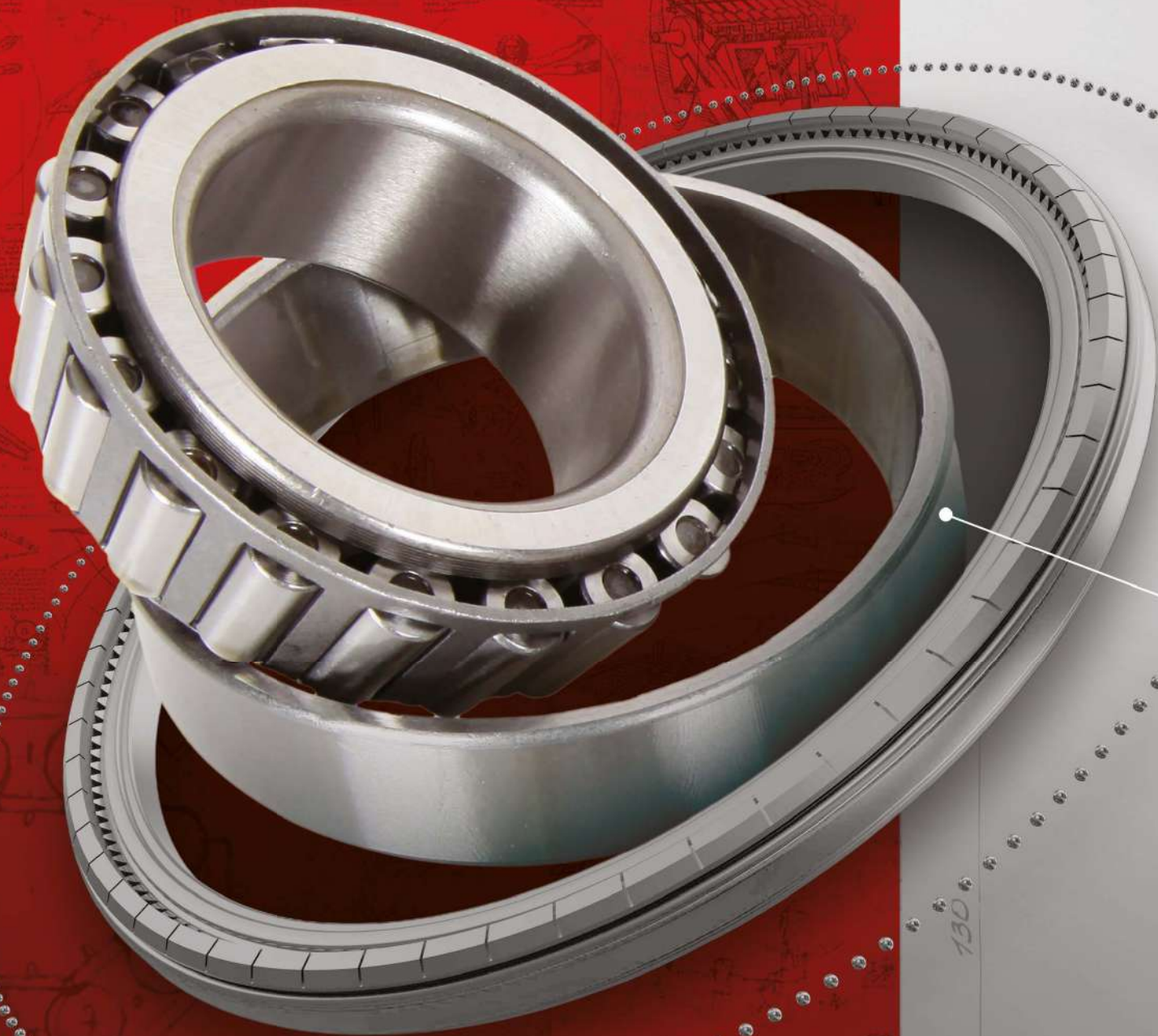
**AGRADECEMOS TODOS QUE VISITARAM NOSSO STAND NA AUTOMEC 2023**

**YIMING PARTS**

Yiming.parts  
Yiming.com.br  
11 2019-7779



**Nº 1 EM ROLAMENTOS**





O mês do rolamento só fica completo com a sua participação.

# VOCÊ É A PEÇA-CHAVE DESSE MERCADO EM CONSTANTE EVOLUÇÃO.



**Junte-se à Cobra** para celebrar esse momento.

Acompanhe nossas redes sociais e saiba mais

  @cobrarolamentos  cobrarolamentos.com.br





Sergio Fabiano e Alexandre Xavier, do IQA, na companhia de Ranieri Leitão, do Sincopeças Brasil durante a apresentação do programa

# IQA lança certificação inédita para vendedores de autopeças e acessórios

Processo é realizado 100% online e contará com uma prova composta por 50 questões para avaliar o conhecimento dos candidatos

Está dada a largada para a certificação oficial dos vendedores de autopeças de todo o Brasil. Em apresentação na Arena de Conteúdo da Automec, o Instituto da Qualidade Automotiva (IQA) fez o lançamento do programa inédito desenvolvido a partir da parceria com o Sincopeças Brasil, Sindirepa Nacional e Conarem.

Responsável por apresentar a novidade para os presentes, o gerente de serviços automotivos do IQA, Sergio Ricardo Fabiano, iniciou sua palestra destacando a relevância da categoria para o aftermarket. “O vendedor é quem tem o relacionamento com o cliente final. Sendo assim, se ele não atender bem, a peça vai chegar incorreta ao aplicador. E, quanto

menos conhecimento e treinamento ele tiver, maiores são as chances de ele errar”, afirmou Fabiano. Além da importância desses profissionais para suas respectivas empresas, outro fator que impulsionou a criação da certificação foi o volume de profissionais espalhados por todo o país. Segundo dados do Sincopeças, as mais de 60 mil lojas de autopeças brasileiras

possuem aproximadamente 75 mil vendedores.

Para cumprir a missão de capacitar toda essa massa fundamental para o desempenho do varejo de peças e acessórios, o programa do IQA aborda diversos aspectos que incidem diretamente o dia a dia das lojas.

## Conheça as áreas contempladas pela certificação

- Conhecimento e funcionamento dos componentes do automóvel.
- Conhecimento geral da estrutura veicular (carroceria) e seus componentes.
- Quesitos ambientais relacionados ao descarte e à reciclagem adequada, conforme a legislação vigente.
- Norma ABNT NBR 16.999 (Vendedor de Autopeças).
- Processos de garantia.
- Informática básica.
- Processo de atendimento ao cliente.

“Para chegarmos até esses quesitos, conversamos com os profissionais e as entidades que vivem o cotidiano do varejo de autopeças”, afirmou Fabiano. Após descrevê-los de maneira geral, o palestrante fez questão de detalhar a importância de cada um dos três pilares do programa de certificação: conhecimento técnico do veículo; técnica de vendas; e conforto com a tecnologia.

Segundo ele, o primeiro aspecto já seria fundamental em tempos ‘comuns’ pois permite que o vendedor possa ‘falar a língua’ do reparador, bem como oferecer soluções assertivas para o dono do veículo. Nos dias atuais, em que a escassez de peças tem sido cada vez mais comum, essa característica se torna ainda mais relevante.

“Ontem fiquei sabendo que um amigo, dono de oficina, tem um

carro parado por lá há mais de 15 dias à espera de um rolamento. Diante disso, logo pensei: será que não existe um rolamento compatível? Provavelmente existe, mas o vendedor só poderá oferecê-lo caso conheça o automóvel sob o aspecto técnico”, relatou o gerente de serviços do IQA.

Em relação ao segundo pilar, Fabiano foi sucinto ao afirmar que características como saber ouvir

o cliente fazem uma diferença real entre a conclusão ou não de uma venda.

Já no que tange à informática básica, o porta-voz do IQA enfatizou que este foi um pedido especial de Ranieri Leitão, presidente do Sincopeças Brasil, pois saber operar ferramentas como os catálogos digitais é uma exigência comum a grande parte dos profissionais que atuam no balcão de uma loja de autopeças.



A Luporini agradece sua visita ao nosso estande na Automec.

**AUTOMEC**  
2023

Ficamos felizes em comemorar nossos 100 anos e o lançamento da Pluven ao seu lado.

*Luporini.*  
**100 anos na pole do mercado automotivo.**

Qualidade no atendimento, Inovação em marcas próprias, know-how para fabricar, importar e distribuir peças únicas e exclusivas.  
**Valorizando o cliente desde 1923.**



# Você pode ser um dos primeiros certificados

Os interessados em participar da primeira certificação oficial para os Vendedores de Autopeças devem acessar o site <https://cpiqa.iqa.org.br> para realizar seus cadastros e dar início ao processo.

Após a inscrição, é preciso pagar uma taxa no valor de R\$ 150,00 e realizar uma prova, 100% online, composta por 50

questões distribuídas de maneira randômica dentro dos temas citados anteriormente na reportagem.

“A nota mínima para a aprovação é sete. Quem não atingi-la na primeira tentativa, terá direito a tentar mais uma vez de maneira gratuita”, contou Sergio Fabiano.

Os aprovados receberão uma certificação válida por três anos, período a partir do qual será exigida a renovação – medida que o palestrante do IQA diz considerar fundamental diante das diversas e cada vez mais velozes transformações tecnológicas do setor automotivo.

“Hoje, por exemplo, não temos questões sobre carros elétricos. Mas é provável que já nas primeiras renovações dos certificados tenhamos de incluí-las, assim como pontos a respeito dos veículos híbridos e, quem sabe, até movidos à célula de hidrogênio”, concluiu.

## Estrutura do teste:



**Cadastro**



**Pagamento**



**Prova**

**100% online**



**Pode ser feito a qualquer momento (fluxo contínuo), com até 2 (duas) tentativas no caso de reprovação na 1ª tentativa.**

**Certificação válida por 3 anos (recertificação será 2 anos)**



**Atribuição do nível de competência**



**Certificado fica disponível digitalmente e futuros empregadores podem consultar a base de certificados online**

## Sincopeças Brasil quer aprofundar ainda mais atividades de capacitação

Enquanto o IQA se prepara para avaliar e endossar o conhecimento dos vendedores de autopeças do país, o Sincopeças Brasil, apoiador da iniciativa, busca alternativas para auxiliar esses profissionais a atingirem os requisitos da função na contemporaneidade.

Em reunião junto aos líderes dos diversos braços da entidade ao redor do Brasil, o presidente Ranieri Leitão comunicou que o Sincopeças está em negociação com o Sebrae para criar cursos

de capacitação para os ‘antigos balconistas de autopeças’.

Na ocasião, Leitão solicitou a ajuda dos colegas para convocarem seus departamentos jurídicos a fim de garantir que o documento da proposta de parceria esteja impecável para a apresentação. Mais tarde, já durante a inauguração do certificado na Arena de Conteúdo da Automec, o dirigente reforçou o pedido.

“Tradicionalmente, a gente costuma ouvir que o setor de auto-

peças não tem uma qualificação adequada e que, por isso, acaba não atingindo todo o seu potencial. Eu não acredito que isso possa ser generalizado, mas, ainda assim, nosso papel é contribuir para que nossos profissionais sejam ainda melhores. Neste sentido, eu não tenho dúvida que o profissional de autopeças que trabalhar para ter essa certificação e realizar as capacitações que estamos negociando com o Sebrae vai crescer profissionalmente; além

disso, ajudar sua empresa a crescer junto com ele”.

O presidente do Sincopeças Brasil solicitou ainda que os gestores de varejo presentes na palestra deixem de lado o pensamento limitante de que ‘um profissional qualificado irá deixar sua empresa para postos mais atrativos’, ao passo que, segundo ele, um setor forte como um todo é o ambiente ideal para o sucesso individual de cada negócio.



## Automec 2023

### A MAHLE marcou presença em auto estilo na Automec!

Após quatro anos sem participarmos da Automec no formato presencial, ficamos muito satisfeitos em estarmos junto aos nossos clientes e termos tido a chance de apresentar a ampliação do nosso portfólio e todas as nossas novas tecnologias: Dando continuidade da expansão do nosso portfólio de gerenciamento térmico, a unidade de negócios do Grupo, a MAHLE Aftermarket, apresentou sua nova linha de aditivos para radiadores, com uma fórmula avançada que garante proteção em todo o sistema de arrefecimento.

Para o segmento de serviços automotivos, trouxemos a linha de equipamentos para manutenção e reparação automotiva da linha Service Solutions, que são equipamentos de tecnologia e produção MAHLE na cidade de Parma na Itália. Outros destaques foram as mais novas tecnologias em eletromobilidade disponíveis no mercado, como o chargeBIG6, uma solução de carregamento para veículos elétricos e sistemas completos para e-bikes inteligentes X20 e X35. Outra atração trazida especialmente para a Automec foi a Argon, a primeira cadeira gamer do mundo equipada com sistema de refrigeração ativa desenvolvida pela MAHLE.

Desde o ano passado a unidade de Aftermarket do Grupo MAHLE anunciou um novo plano de comunicação. Ele é pautado em um ecossistema de iniciativas que foi implementado no Brasil e está em desenvolvimento nos demais países da América do Sul. Essas iniciativas ajudarão na construção de uma jornada de crescimento para os clientes ao mesmo tempo em que aumentará o reconhecimento da marca. E, como parte dessas iniciativas, durante o evento, a empresa apresentou sua própria plataforma de treinamento on-line, parcerias com escolas e instituições de ensino que tem como objetivo promover a formação e qualificação técnica dos profissionais da área.

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

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

**BEHR**<sup>®</sup>

**CLEVITE**

**cofap**<sup>®</sup>



**MAHLE**<sup>®</sup>



## Futuro da mobilidade é foco do 4º Encontro da Indústria de Autopeças

*Tradicional evento promovido pelo Sindipeças aconteceu no Expo São Paulo na véspera da abertura da Automec*

Na segunda-feira, 24 de abril, o São Paulo Expo recebeu a 4ª edição do Encontro da Indústria de Autopeças – evento promovido pelo Sindipeças, que reuniu importantes executivos da indústria automotiva do Brasil e do mundo, além de líderes dos diferentes elos do aftermarket nacional.

Realizado na véspera da Automec, o encontro lotou o principal auditório do Mezanino do pavilhão. O debate foi permeado por temas que mobilizam os players do setor na tentativa de identificar os pilares que vão ditar o futuro da mobilidade. Entre eles, estiveram em destaque a busca por mais sustentabilidade, sobretudo no âmbito da descarbonização dos motores, e as formas de otimizar o abastecimento da cadeia mundial.

Responsável pelo primeiro painel do encontro, o Secretário Geral da Associação Europeia de Fornecedores Automotivos (CLEPA), Benjamin Krieger, reforçou a crença do continente na eletrificação como principal caminho para uma mobilidade mais limpa, projetando uma redução de 55% na emissão de gases automotivos provenientes dessa guinada até o ano de 2030.

Apesar de ter o norte do modal prioritário e de um prazo de execução, o executivo ponderou, porém, as expectativas e afirmou que o universo automotivo europeu está aberto tanto para cogitar soluções que se mostrem mais eficientes e escaláveis do que o car-

ro elétrico quanto para estender o prazo desta transição.

“A pandemia e suas particularidades nos faz pensar se teremos de recalibrar nossas metas; afinal, precisamos ter certeza de que vamos atingi-las, pagando um preço razoável em termos de impacto”, apontou Krieger, antes de abrir as portas para experimentações ao longo do caminho: “Precisamos também manter nossas opções em aberto. A eletrificação ainda não se mostrou a solução perfeita, é importante que não sejamos peremptórios e ouçamos a todos, não apenas as nossas marcas”, complementou pontuando que a alta demanda por semicondutores gerada por uma possível massificação dos carros 100% elétricos, somada à atu-

al dependência mundial da produção chinesa deste item, é ainda uma barreira significativa para ratificar o modal como o ideal para o futuro da mobilidade.

Ainda sobre essa abertura para além da eletrificação, o porta-voz da CLEPA garantiu que tecnologias como o etanol e os biocombustíveis estão no radar em um pool de soluções que também inclui tecnologias como o hidrogênio e outras substâncias sintéticas.

“Eles precisam provar que podem competir no mercado e diminuir as emissões. Fazendo isso, não teremos restrição alguma”, concluiu Krieger.

## Stellantis e Volkswagen ajustam estratégias ao caráter singular do mercado brasileiro

*Pioneira na motorização flex, VW pretende maximizar o uso do etanol em diferentes aplicações*

Embora tenham sede no continente Europeu, os braços brasileiros das montadoras Stellantis e Volkswagen mostraram que as particularidades locais estão no centro de suas estratégias para a região.

Representada por seu vice-presidente de compras e cadeia de suprimentos, Juliano Almeida, a primeira transmitiu a mensagem de que os carros híbridos são sua principal aposta para a inovação automotiva no médio prazo. “Nossa indústria, como um todo, não tem o investimento e a estrutura necessários para migrarmos para veí-

culos totalmente elétricos (BEV) – isso sem contar que estes são muito mais caros, custando quase duas vezes o preço dos veículos a combustão. Por isso, acreditamos em uma transição mais suave e mais sustentável, ancorada nos híbridos usando etanol com alta eficiência”, compartilhou Almeida. Para seguir evoluindo nessa direção e, quem sabe, chegar aos veículos de célula com base no etanol, a Stellantis tem, segundo seu executivo, reforçado laços com fornecedores e instituições governamentais, bem como com players da área da educação como

universidades e institutos de pesquisa. Na mesma linha, a alemã Volkswagen comunicou a sua abordagem regionalizada para atender as demandas sustentáveis dos consumidores e do próprio planeta.

Representada pelo Head de Assuntos Governamentais, Henrique Mendes Araújo, a montadora afirmou que não acredita em uma ‘bala de prata’. Ou seja, uma única tecnologia capaz de diminuir as emissões de maneira eficiente e escalável em todos os cantos do planeta.

“Os veículos a combustão e os hí-

bridos ainda serão relevantes nos mercados globais. Acreditamos na multiplicidade de tecnologias e, por isso, nosso plano é conciliar o conhecimento da matriz (Alemanha) com as oportunidades locais que identificamos. Isso, aqui no Brasil, significa falarmos dos biocombustíveis”, disse o executivo, deixando em aberto a criação de centros de desenvolvimento no Brasil voltados a maximizar o uso do etanol em diferentes aplicações.



Queridos clientes, parceiros e amigos,

Foi um prazer recebê-los em nosso estande na Automec e compartilhar nossos valores e conquistas com quem acredita e confia em nosso trabalho. Muito obrigado a todos pela confiança de sempre!

Podem contar com a gente!



**MAZZICAR**  
FREIOS



**VILLA FRANCA**  
Importação de Auto Peças

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

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



## Impacto das vendas online na reposição também foi assunto no evento do Sindipeças

*Gigante Amazon já fatura 10 bilhões de dólares por ano com autopeças*

As discussões em torno do futuro da indústria automotiva e do aftermarket realizadas no 4º Encontro da Indústria de Autopeças não se limitaram à temática da descarbonização e seu impacto na organização da cadeia mundial.

O público presente também teve a oportunidade de refletir sobre as mudanças que a digitalização da economia têm provocado na forma com que as autopeças são vendidas tanto no comércio entre empresas (B2B) quanto no âmbito da venda para o consumidor final (B2C).

Tais discussões foram centralizadas pela consultoria global McKinsey & Company, que ao trazer números como o fato de 10% das vendas B2C de autopeças no Brasil e nos Estados

Unidos já serem realizadas no e-commerce, salientou o caráter imperativo de varejistas e distribuidores incluírem o e-commerce em suas estratégias de venda, adotando em definitivo o modelo omnichannel.

“Se vocês não venderem online, alguém irá vender seus produtos por lá. Para se ter uma ideia do crescimento desta prática, a Amazon, gigante do e-commerce norte-americano, tinha uma receita proveniente das autopeças na casa de 0,1 bilhão de dólares em 2006, número que, em 2020, saltou para 10 bilhões”, contextualizou Felipe Fava, porta-voz da consultoria no evento.

Para além das vendas no canal digital, o executivo da McKinsey & Company afirmou que o comportamento

dos consumidores – se valendo da tecnologia para buscar mais conveniência – também se pulveriza em outras práticas.

“A manutenção mobile, ou seja, quando o cliente solicita a vinda do reparador ao seu local, possui uma aceitação de 60% dos clientes entre 25 e 44 anos. Além disso, atualizações over the air – quando melhorias e reparos são realizados de maneira remota – já chegam a gerar um acréscimo de US\$ 300 anuais por veículo para as suas montadoras”, concluiu Fava.

Ao analisar esta nova realidade que já se apresenta no mercado, o presidente do Sindirepa Nacional, Antonio Fiola, demonstrou preocupação com a qualidade e a procedência de algu-

mas das autopeças vendidas online. Em meio às suas críticas, o dirigente citou um estudo da FIESP que identificou um índice significativo de peças falsificadas sendo comercializadas no Mercado Livre – marketplace com maior marketshare do setor – e reclamou da falta de fiscalização e diálogo da plataforma junto às empresas e órgãos do aftermarket.

Além disso, Fiola pontuou que o aquecimento das vendas online também é um tema sensível quando se fala sobre as especificidades técnicas das autopeças – o que, em sua opinião, torna itens menos complexos como pneus, acessórios e peças externas mais adequados à comercialização via e-commerce.





Uma trajetória **pautada** em firmar **parcerias de sucesso**, fornecendo **autopeças com excelência** para todo o **Brasil**.

»» A festa já começou, comemore com a gente: ***loja.disape.com.br***



Posicione a câmera do seu smartphone para acessar.

**Conheça nossas redes sociais:**

@disapedistribuidora

Disape Autopeças

Distribuidora de Autopeças  
**»Disape**



## Programa Loja Legal promete levar varejo de autopeças a novo patamar

*Gratuito e aberto a empresas de todo o Brasil, iniciativa é fruto de uma parceria entre Sincopeças-SP, Sebrae e G&B Distribuidora*

Os varejistas de autopeças presentes na Automecc tiveram a oportunidade de conhecer uma iniciativa capaz de levar seus negócios a outro nível a partir de um único investimento: vontade e comprometimento.

Em palestra realizada na Arena de Conteúdo do São Paulo Expo, o presidente do Sincopeças-SP, Heber Carvalho, o consultor de negócios do Sebrae, Reginaldo Oliveira, e o diretor da G&B Distribuidora, Antonio Carlos Beiram, apresentaram o programa 'Loja Legal' e deram pontapé inicial para as inscrições na iniciativa conduzida pela parceria deste trio de organizações.

Ao conduzir a abertura do evento, Carvalho destacou a importância do evento não apenas pelo seu impacto na profissionalização das empresas do setor, mas também pelo fato de ser acessível a todos os varejistas interessados.

"O programa é 100% gratuito. Qualquer

empresário do setor pode entrar no site do Sincopeças, ver as informações, e se inscrever para este primeiro ciclo. Quero destacar também que ele está disponível para empresas de todo o Brasil – por isso, indico que procurem o Sincopeças da região de vocês", comemorou o presidente da principal entidade do varejo de autopeças de São Paulo.

Responsável dar prosseguimento à apresentação, Reginaldo Oliveira iniciou o painel destacando que o programa faz parte de um esforço contínuo de Sebrae e Sincopeças para, em primeiro lugar, escalar a formalização das empresas do varejo de reposição – movimento que, segundo ele, aumenta significativamente suas oportunidades de consolidação e crescimento.

Para além desta solução elementar, porém, o 'Loja Legal' busca solucionar outras dores que – entre questões

simples e complexas – limitam o potencial de boa parte dos comércios de autopeças espalhados pelo território brasileiro.

"Os negócios que eu já atendo possuem problemas das naturezas mais diversas. Exemplo disso é o fato de alguns deles terem dificuldades com a apresentação da fachada da loja física, outros com controle de estoque e a capacidade de tomar uma decisão útil e objetiva sobre o tema a partir de indicadores", pontuou o consultor, antes de complementar com questões de natureza ligada ao ambiente digital: "Há ainda aqueles que não conseguiram consolidar suas empresas no online, seja para vender em um marketplace como o Mercado Livre, criar um e-commerce próprio ou ganhar relevância nas redes sociais". Justamente devido a esse perfil diverso de dores do segmento é que os

organizadores projetaram a iniciativa com ênfase especial para a aplicabilidade sob medida para cada negócio, fugindo da simplificação pouco efetiva que significaria oferecer uma fórmula pronta e geral.

Dividido em cinco etapas, o Loja Legal ancora todas as suas soluções primeira etapa prática, a do Diagnóstico, que inicia o processo de revolução das empresas logo após a sua apresentação – realizada no podcast 'Automotivamente', comandado por Beiram.

"As etapas têm duração média de um ciclo de três meses e são independentes entre elas. A ordem que elas vão seguir estará ancorada no diagnóstico. Afinal, é a partir dele que poderemos apontar aquilo que deve ser priorizado e aquelas áreas nas quais a empresa já está fazendo um trabalho efetivo", afirmou o consultor do Sebrae.

### As 5 etapas do Programa Loja Legal

- Etapa 1 - Apresentação

A apresentação do Programa Loja Legal para todo o mercado automotivo se deu, inicialmente, por meio do podcast Automotivamente, comandado por Antonio Carlos Beiram. Ele também fará entrevistas com técnicos do Sebrae para apresentação detalhada do programa e divulgação do link para adesão das lojas interessadas. O chamamento para adesão ao programa ocorrerá por meio das plataformas e mídias digitais do Sincopeças-SP, do Sebrae e da G&B, que inclusive acionará seus representantes comerciais para essa captação.

- Etapa 2 - Diagnóstico

Aqui, as empresas que fizerem a adesão ao programa começam a receber um diagnóstico completo voltado a analisar as principais necessidades no âmbito da gestão empresarial.

- Etapa 3 - Capacitações

Com base nas lacunas identificadas no diagnóstico, o Sebrae indica uma série de palestras, oficinas e cursos online para os participantes, além de consultorias personalizadas para estabelecer um planejamento voltado a sanar essas questões.

- Etapa 4 - Avaliação dos resultados

Os agentes envolvidos no Loja Legal avaliam o impacto do programa, sobretudo no âmbito do aumento do faturamento e na redução de custos. A ideia é utilizar critérios rígidos, que avaliem todo o balanço da empresa, para identificar se as questões apuradas no diagnóstico tiveram melhoria significativa após o trabalho conduzido pelos consultores do Sebrae.

- Etapa 5 - Evento de encerramento

Finalização do ciclo com apresentação dos casos de sucesso.



## Tecnologia Alemã em Alternador, Motor de Partida e Eletrificação.

A SEG Automotive é fornecedora global em alternadores, motores de partida e componentes, com portfólio presente em todos os segmentos: veículos leves, pesados e fora de estrada.

Nossa matriz e centro de desenvolvimento de produtos estão localizados na Alemanha. No Brasil, nossa sede está localizada em Itupeva-SP e atende toda a América Latina.



### Conheça todo o portfólio de produtos SEG Automotive!



Aponte a câmera do seu celular para o QR Code e baixe gratuitamente o catálogo digital SEG Automotive.

[blog.seg-automotive.com.br/catalogo](http://blog.seg-automotive.com.br/catalogo)



Consultor do Sebrae esclarece dúvidas dos varejistas que acompanharam o evento



## Customização do programa Loja Legal terá o dedo dos participantes

Além de oferecer soluções sob medida para as necessidades individuais de cada uma das empresas participantes, o programa promovido pela parceria entre Sincopeças-SP, Sebrae e G&B Distribuidora também dá autonomia para que os próprios participantes escolham o nível de detalhamento com o qual desejam se envolver.

Isso mesmo. Pelo fato de pedirem como contrapartida apenas o comprometimento pleno das empresas participantes, os organizadores dão aos varejistas a opção de rejeitarem parte das recomendações dos consultores, de modo que eles não se

‘desanimem com a quantidade de ações’ e possam estar focados 100% naquelas que julgarem centrais

“Nós consideramos o programa um presente para os empresários do setor. Apesar disso, sabemos que a rotina do varejo é puxada e que nem todos os gestores têm tempo hábil para cumprir a nossa agenda de recomendações em sua totalidade. Daí a ideia de colocar alguns pontos como optativos, desde que, na avaliação de nossos consultores, estes pontos não comprometam significativamente a efetividade do programa”, explicou o consultor de negócios do Sebrae, Reginaldo Oli-

veira.

Única empresa do setor de autopeças a apoiar o Loja Legal como parceira oficial, a G&B destacou que a decisão de se unir ao programa se baseou em dois critérios fundamentais: propósito e credibilidade.

No âmbito do propósito, Beiram, diretor da empresa, salientou que a distribuidora tem como foco principal a relação com as pequenas e médias empresas e acredita que a contribuição para a evolução desses players irá gerar resultados diretos na evolução do próprio aftermarket como um todo.

“Vemos que o programa faz todo

sentido para uma loja que quer se desenvolver, crescer e participar dos novos tempos do nosso mercado. É preciso, por exemplo, que qualquer pequena loja esteja apta a vender em todos os canais e não se limitar apenas ao balcão”, ressaltou o diretor da G&B.

Já no que diz respeito ao fator da credibilidade, Beiram chamou a atenção para o peso que a chancela de instituições de peso como Sebrae e Sincopeças confere à iniciativa. “Estamos muito felizes de podermos estar junto de parceiros tão sérios e reconhecidos como esses”, finalizou.



# PENSOU PASTILHAS E LONAS DE FREIO, **PENSOU FRAS-LE.**

O PORTFÓLIO MAIS COMPLETO DO MERCADO EM PASTILHAS E LONAS DE FREIO ESPERA POR VOCÊ NA AUTOMEC.

Pensou no portfólio mais completo do mercado em pastilhas e lonas de freio para as linhas leve e pesada, você já sabe, é Fras-le. São soluções da mais alta qualidade, tecnologia e durabilidade para atender às mais diversas aplicações e necessidades da reposição em todo o Brasil.

Para novidades, lançamentos e muito mais, visite a Fras-le na Automec:  
**ESTANDE E201. DE 25 A 29/04.**



No trânsito, escolha a vida.



Consulte aqui as aplicações.





## Fórum ESG defende etanol no centro da política brasileira de descarbonização

*Especialistas apontam para irracionalidade de se abrir mão das características de nossa região em prol de investimentos exclusivos na eletrificação da frota*

A palavra de ordem é descarbonização. Na tarde de quarta-feira, 26 de abril, a Arena de Conteúdo da Automec Experience reservou agenda para uma reflexão sobre o impacto da pauta ESG (meio ambiente, social e governança corporativa) no setor automotivo e separar definitivamente a necessidade de maior sustentabilidade ambiental de discursos que a atrelam exclusivamente à eletrificação. O fórum reuniu nomes de peso af-

termarket nacional como o diretor de Inovação do Sindipeças, Mauricio Muramoto; o ex-presidente e membro do conselho consultivo da Bosch, Besaliel Botelho; o diretor da Anfavea, Henry Joseph Junior; o presidente da NTU - Associação Nacional das Empresas de Transportes Urbanos, Francisco Christovam; além do jornalista especializado Fred Carvalho, e ecoou entre os presentes como uma espécie de 'manifesto em prol da independên-

cia brasileira' para encontrar a solução mais viável e condizente com as especificidades do país. Responsável por abrir o painel, Muramoto destacou a urgência de uma mobilização em prol da redução das emissões de carbono, apontando o atual cenário de poluição como responsável direto por anomalias climáticas no Brasil e no mundo. "Quando chovem 600 milímetros de uma só vez em São Sebastião (SP) e

a Europa passa a conviver com secas agudas e constantes, é sinal de que não podemos seguir fazendo as coisas como estamos fazendo", apontou o diretor do Sindipeças. Dentro deste contexto, Muramoto reforçou a agenda estabelecida pela ONU no ano de 1999, com KPIs (indicadores de performance) claros para evitar que a Terra aqueça a níveis quase irreversíveis até o ano de 2050.

### Críticas

Depois de reforçar o alinhamento pleno do Sindipeças com a pauta ESG, porém, o dirigente criticou a forma com que ela tem sido conduzida por boa parte dos players do mercado internacional. A crítica se ancorou, acima de tudo, pelo fato de considerar que agentes políticos – que classificou como burocratas – estarem elegendo uma tecnologia específica para direcionar o mercado automotivo em sua busca por mais sustentabilidade. "O inimigo é o carbono. Sendo assim, é preciso reunir uma gama de soluções para combatê-lo. A política pública não pode eleger as tecnologias que devem

fazê-lo. Cabe a ela incentivar o mercado a encontrar as alternativas mais viáveis sob os pontos de vista ambiental, social e econômico", analisou Muramoto. Para ilustrar essa necessidade de uma avaliação plural das possibilidades, o dirigente chamou a atenção para o fato de o etanol ser, atualmente, uma solução mais limpa do que a eletrificação europeia. Isso porque, segundo ele, uma análise criteriosa deve levar em conta a poluição gerada em todas as etapas do automóvel – de sua produção ao fim da vida útil, passando, é claro, pelo tempo de rodagem.

A análise de Muramoto teve como base um estudo da Volkswagen. "Esses números, é bom dizer, não fazem do etanol uma solução universal. Afinal, ele não tem capilaridade para abastecer a Europa. Apesar disso, eles o colocam como uma alternativa a ser considerada e desenvolvida em suas diversas facetas, primeiramente para o Brasil, depois para locais como a África e a Índia", pontuou o palestrante, antes de complementar: "É por isso que eu digo, a questão da descarbonização não pode ser tratada sob o viés de 'ou' e sim do 'e'. Ou seja, diversas soluções contribuindo para um objetivo final".

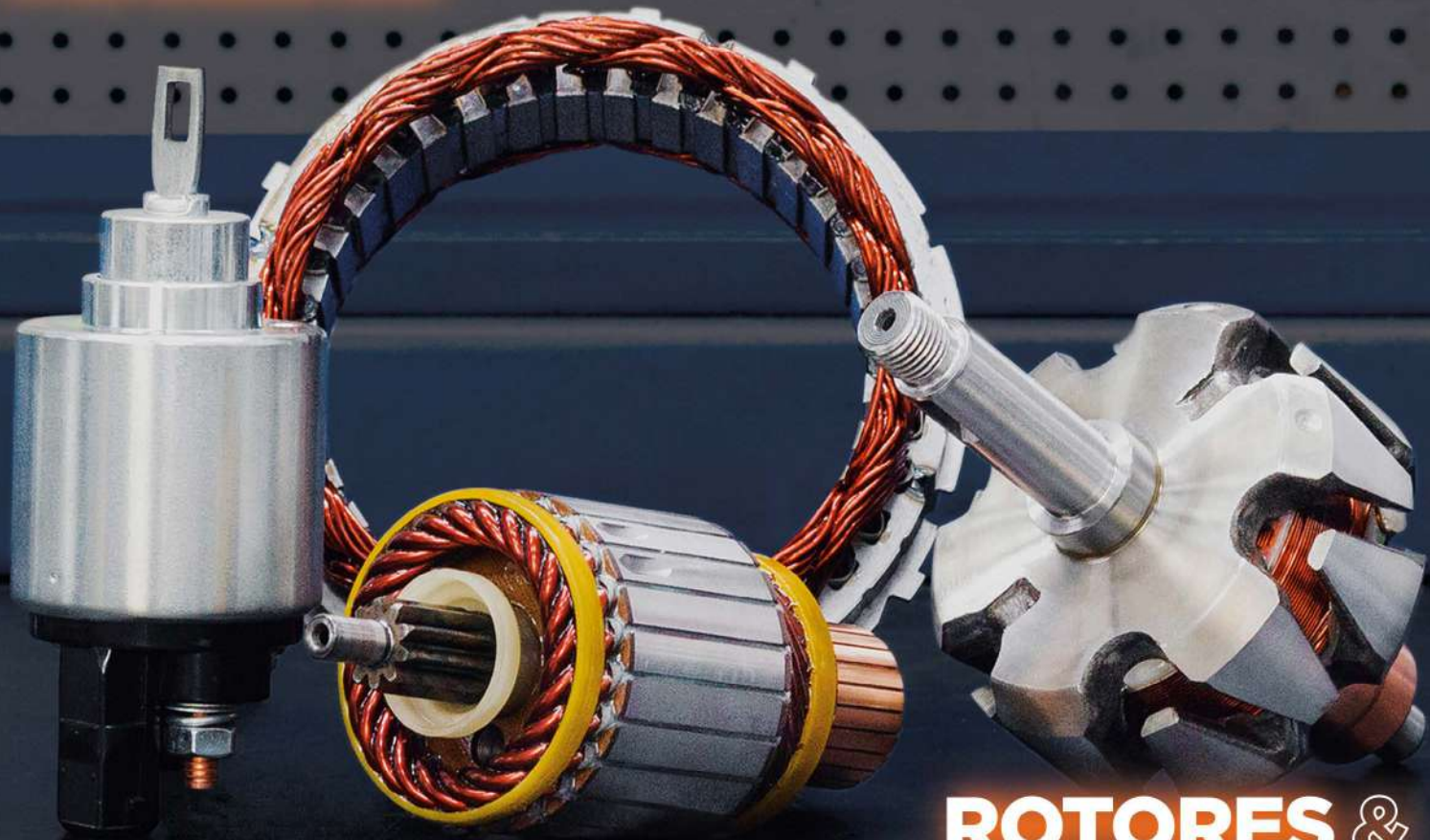
Ao concluir o raciocínio sobre o impacto positivo do etanol no meio ambiente quando se analisa o automóvel em seu ciclo completo, 'do berço ao túmulo', o dirigente fez questão ainda de desmentir afirmações internacionais que apontam para a possibilidade de o Brasil estar sacrificando a saúde da Amazônia em prol da plantação de cana-de-açúcar. Para fazê-lo, ele exibiu dados que revelam que 92% destes plantios se concentram nos Estados de São Paulo e do Paraná, ocupando modestos 0,8% do território brasileiro.

*Cinto de Segurança pode salvar vidas.*

# NOVAS LINHAS ZEN

A QUALIDADE ZEN QUE  
VOCÊ CONHECE AGORA EM:

## RELÉS & INDUZIDOS



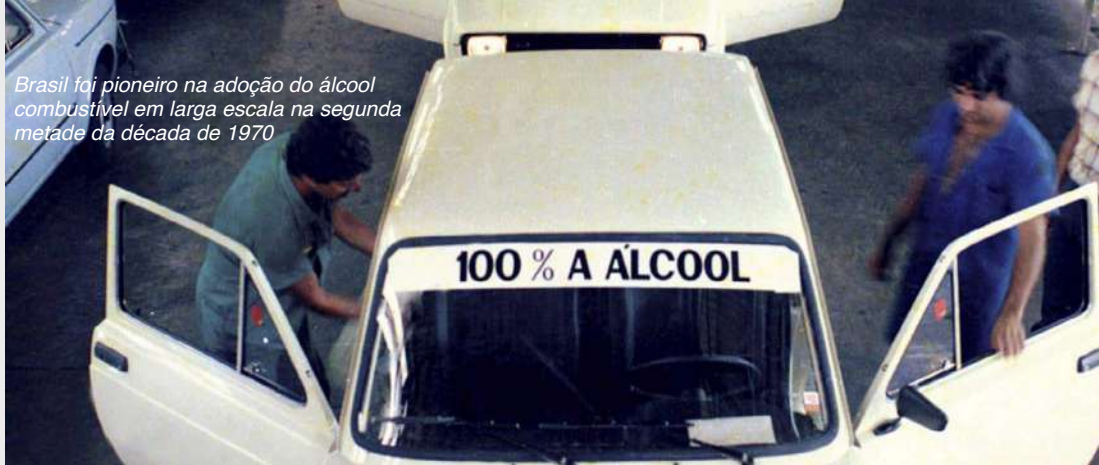
## ROTORES & ESTADORES

 [ZENSA.com.br](http://ZENSA.com.br) |   



# Viés ambiental não é única razão para o Brasil insistir no etanol

*Brasil foi pioneiro na adoção do álcool combustível em larga escala na segunda metade da década de 1970*



Brasil foi pioneiro na adoção do álcool combustível em larga escala na segunda metade da década de 1970

Estudos mostram a viabilidade ambiental do uso do etanol, seja como combustível único, seja em modelos de propulsão híbrida. Este, porém, não é o único fator que deve motivar o Brasil a lutar pela sua validação como solução de longo prazo junto a montadoras e à comunidade política.

De acordo com Mauricio Muramoto, do Sindipeças, boa parte da motivação advém da possibilidade do Brasil poder se estabelecer como uma liderança em um nicho importante da corrida pela descarbonização da frota mundial.

“A China já se colocou no papel de principal agente no âmbito da eletrificação. Caso o Brasil a adote como modelo principal, o fará na posição de seguidor. Se conseguirmos estabelecer o etanol e, posteriormente, a célula de hidrogênio como tecnologias validadas internacionalmente, seremos referência, podendo, inclusive, exportar tecnologia”, conjecturou o

diretor de Inovação do Sindicato que congrega as indústrias de autopeças. Na mesma linha, Besaluel Botelho, da Bosch, colocou o atual momento crucial para os próximos passos da indústria brasileira comparando-o ao período vivido pelo país durante a década de 1990.

Engenheiro da multinacional alemã naquela época, o atual membro do conselho da empresa relembra o desafio de disrupção que a indústria local atravessou naquela época ao tentar desenvolver motores que pudessem aproveitar o etanol como combustível.

“Aquilo chacoalhou a indústria brasileira. Tínhamos apenas quatro montadoras produzindo veículos nacionais e estávamos dependendo muito do petróleo que vinha de fora. Era uma necessidade e um projeto em que poucos acreditavam já que, por conter água, o álcool tinha a tendência de

‘corroer tudo’ no motor tradicional”, relembrou Botelho.

O desenvolvimento do motor a álcool, porém, não era o único desafio em uma indústria brasileira ainda incipiente e isolada dos principais mercados do mundo.

Botelho lembrou, por exemplo, do fato de os motores nacionais à época possuírem carburador e existir a necessidade da implementação da hoje estabelecida injeção eletrônica. “Relembro todo esse histórico para traçar um paralelo com o momento atual. Estávamos tentando ser pioneiros e enfrentávamos muita barreira por parte da indústria e dos agentes públicos. Lembro que fui a Brasília diversas vezes para tentar viabilizar o carro Flex no início dos anos 2000 e muitas delas sem sucesso”, relatou.

Para concluir o raciocínio que conecta o atual momento com histórias marcantes da indústria automotiva nacio-

nal no início do século e sentenciar aquilo que ele pensa ser a chave para estabelecer definitivo o etanol como alternativa validada para a descarbonização, Botelho lembrou do papel da população brasileira na aprovação do carro Flex.

O executivo destacou que o fato de os brasileiros estarem na época cada vez mais recorrendo por conta própria ao chamado ‘Rabo de Galo’ (mistura de álcool com gasolina) em motores inadequados, o que diminuía suas vidas úteis, pressionou em favor da aprovação da tecnologia Flex, sistema que rapidamente explodiu e hoje corresponde a 92% da frota nacional.

“A conclusão que toda essa trajetória nos dá é: o mercado é quem define a tecnologia, não há como fugir. O que nós precisamos fazer é criar o mercado”, sentenciou Botelho.

## Etanol permite descarbonização em alto nível, mesmo sem renovação da frota

Para amarrar todos os apontamentos feitos pelos debatedores do fórum, Henry Joseph Jr., da Anfavea, citou outro componente fundamental para posicionar o etanol como alternativa central para o Brasil em sua trajetória de descarbonização.

O dirigente destacou que, antes de olhar para os impactos das novas tecnologias, o Brasil deve se atentar para uma realidade: não apenas carecemos de programas que possam renovar a frota nacional, como estamos convivendo com seu

envelhecimento progressivo.

“Não temos inspeção veicular, nem outro programa que possa renovar a idade de nossos carros. O Sindipeças apontou, por exemplo, que a idade média de nossos automóveis é de cerca de 10,8 anos”, disse o palestrante.

Diante do atual cenário, Joseph Jr. indica que uma solução efetiva de descarbonização deve passar necessariamente por medidas que otimizem o desempenho da frota circulante, o que seria possível a partir

de uma política pública que incentive o uso do etanol como opção primária nos modelos flex.

“Essa particularidade nos leva a crer que o Brasil tem condições de fazer a transição para um mercado de baixo carbono naturalmente, com a coexistência de diferentes tecnologias e sem necessidade de impor maiores restrições mercadológicas a curto ou médio prazo”, concluiu Joseph Jr.



Besaluel Botelho, conselheiro da Bosch

FOTO: Divulgação

FOTO: Divulgação





2mc

você prefere,  
**você exige.**

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

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



2MC.COM.BR



Manutenção de veículos como o Fiat Pulse precisa passar pelo SGW

# Futuro da reparação veicular está associado a sucesso do Right to Repair

*Evento durante a Automec fortalece mobilização em torno da liberdade de escolha dos proprietários de automóveis no momento da reparação*

Quando você pensa nos carros do futuro, qual é a primeira coisa que vem à mente? Para boa parte dos expositores e visitantes da Automec 2023, a resposta para essa questão passa diretamente pelas transformações que vêm sendo impostas à reparação veicular.

Se antigamente o reparo de um automóvel era iniciado por uma observação quase exclusivamente baseada na experiência do mecânico, hoje – e cada vez mais – ela é pautada por equipamentos sofisticados de diagnóstico e a exigência de um conhecimento profundo dos profissionais para operar novidades tecnológicas. Quem vê a chegada de toda essa digitalização e conectividade ao universo da reparação como uma estrada livre ao ‘progresso’ pode, porém,

estar enganado. Afinal, essa tecnologia – que efetivamente acompanha a própria complexidade dos novos automóveis – têm trazido também importantes retrocessos na liberdade de escolha dos consumidores para a realização dos serviços de manutenção e reparo de seus automóveis.

A questão se faz presente entre as principais pautas do Aftermarket Automotivo brasileiro e, naturalmente, também ganhou protagonismo na Automec 2023. Evento de conteúdo que debateu o direito de reparar atraiu o interesse dos dirigentes das principais entidades do mercado de reposição nacional.

O primeiro a tratar do movimento conhecido como Right to Repair foi o CEO da Alfatest, Clovis Pedroni Jr. Em apresentação intitulada “As Novas

Tecnologias Automotivas, os Impactos na Reparação e o Movimento Right to Repair”, o executivo destacou o avanço dos carros conectados no Brasil e no mundo e detalhou como a “nova parafernália dos automóveis” tem sido usada pelas montadoras para monopolizar o acesso a informações cruciais no diagnóstico de problemas. “Aqui no Brasil, a Stellantis instalou uma caixinha chamada ‘módulo Security Gateway’ (SGW) sob a justificativa de reduzir a vulnerabilidade dos automóveis a ataques de hackers. Essa caixinha, na prática, impede que os reparadores independentes acessem informações do automóvel e as restringem ao domínio das concessionárias autorizadas”, explicou Pedroni Jr.

Refutando a explicação dada pela montadora cujo guarda-chuva contém marcas como Fiat, Peugeot, Citroën e Jeep, o palestrante relatou que empresas de equipamentos encontraram soluções criativas para possibilitar o diagnóstico dos automóveis, a despeito do SGW, movimento que foi prontamente combatido pela montadora.

“Desenvolvemos um cabo para acessar essas informações. Como resposta, porém, a Stellantis alterou o local onde colocávamos essa ferramenta com a simples finalidade de dificultar nossa solução. Aí eu pergunto: o que isso tem a ver com o combate a hackers que operam de maneira remota? Isso chega a ser até um pouco de hipocrisia”, apontou o CEO da Alfatest.

## Modelos que possuem o SGW no Brasil

- **Fiat: Toro (desde 2019), Strada (2021), Pulse (2021), Ducato (2021), Fastback (2023)**
- **Jeep: Renegade (2019) Compass (2019), Comander (2022)**

Ao lamentar a atitude dessa e de outras montadoras para dificultar o trabalho das oficinas independentes, Clovis Pedroni Jr. destacou que, caso não seja combatida com uma legislação eficiente, ela negará todos

os possíveis benefícios advindos do incremento de peças e sistemas nos automóveis mais modernos.

Segundo o especialista, carros híbridos e com certo grau de automação exigem novos sistemas

como Sistema de Gestão de Bateria (BMS), Sistema de Gerenciamento de Potência, Sistema de Controle do Motor, Freios com regeneração de energia e Controle híbrido, tecnologias que, embora exijam

maior capacitação e investimento dos reparadores, resultaram em um aumento da demanda e do ticket médio dessas empresas.

# Mais que questão corporativista, Right to Repair garante cidadania

À primeira vista, o direito ao reparo pode ser observada como uma queda de braços entre a cadeia da reposição automotiva independente e as montadoras de automóveis. Porém, de acordo com a doutora em Direito e integrante da Comissão Nacional de Direito Tributário do Conselho Federal da OAB, Raquel Alves Preto, olhar a temática com este enquadramento é ignorar o quanto a questão fere diretamente pontos como o direito do consumidor.

Na apresentação denominada “O Direito de Reparar”, a especialista

pontuou que, em seu cerne, a questão trata de uma defesa do direito de escolha dos consumidores que pretendem reparar os produtos que compram.

“Ela fere em cheio o direito ao consumidor e o direito à propriedade, pois mantém nas mãos dos fabricantes o acesso a questões que deveriam ser daquele que comprou o produto. Caso continue como está, a relação comercial poderá ser caracterizada assim: você comprou, é seu, mas não tanto...”, contextualizou.

O impasse sobre a tentativa dos fabri-

cantes de manterem controle sobre os produtos mesmo após a venda para impulsionar uma ‘venda casada com suas concessionárias’ já é, segundo a advogada, pauta relevante em diversos países do mundo há pelo menos uma década.

Ela lembra que, em 2012, o estado norte-americano de Massachusetts aprovou a primeira lei específica pelo direito de reparar voltada ao setor automotivo – medida que seguiu se espalhando por diversos territórios dos Estados Unidos e da Europa, tendo originado projetos de lei em 29

estados dos EUA e recomendações diretas de países como França e Alemanha.

“Existe o entendimento de que a falta do direito amplo ao reparo produz danos em três frentes: o dano ao consumidor, o dano ao meio ambiente e o dano econômico. O mundo já discute isso há bastante tempo, nós chegamos atrasados, mas ainda em tempo de solucionar a questão”, afirmou a advogada.

## Prejuízo triplo

Ao detalhar cada uma das áreas sobre as quais a falta do Right to Repair incide, Raquel Alves Preto apontou:

- Consumidor: retira o direito à propriedade e traz custos adicionais.
- Meio Ambiente: reduz a vida útil dos automóveis e limita a contenção de desperdícios de peças e outros produtos avariados.
- Economia: retira o princípio da livre concorrência.

Lideranças do mercado subiram ao palco para atender ao chamado da advogada Raquel Alves Preto



## Aftermarket é convidado a unir esforços para criação de Projeto de Lei

Aproveitando a presença de líderes do aftermarket nacional, a advogada Raquel Alves Preto convocou os presentes a se unirem no esforço de exercer influência junto aos

legisladores para a criação de um Projeto de Lei que proíba abusos como o bloqueio das informações necessárias à manutenção veicular. Tal convocação foi prontamente at-

endida pelos membros da Aliança Aftermarket Automotivo Brasil que, com entusiasmo, se reuniram no palco ao fim da palestra que foi classificada por eles como

‘mais um passo rumo à luta por um direito do setor e de todos os brasileiros’.

# Movimento nas oficinas mecânicas cresce 4,88% após fechar ano com recorde

Reparação encerrou 2022 com expansão de 20,51% nos negócios. Consumo de peças na internet também aumentou

O movimento nas oficinas mecânicas continua crescendo no período pós-pandemia, de acordo com a pesquisa Pulso do Aftermarket divulgada em painel na Automec 2023, cujos resultados foram apresentados por Carlos Souza e Atila Paulino. O levantamento produzido pela CINAU (Central de Inteligência Automotiva) constatou um aumento de 4,88% no primeiro trimestre deste ano na comparação com o mesmo período de 2022.

Paulino lembrou que 2022 foi excelente para o segmento das oficinas e fechou com crescimento de 20,51%, um recorde histórico para o mercado. “Acho que 2023 será mais um ano muito bom para as oficinas mecânicas do país, como mostram os números do primeiro trimestre. Não sei se chegaremos ao mesmo índice do ano passado, mas acredito que será próximo dos 20% de crescimento”, previu Paulino.

A média de passagens de veículos por cada uma das 74.180 oficinas gira em torno de 108 unidades por mês, com tíquete médio de R\$ 550 gastos com

peças e lubrificantes, o que representa um montante R\$ 53 bilhões em compras de peças por ano, segundo o levantamento da CINAU que é feito em 14 estados que abrigam aproximadamente 90,96% da frota circulante no país.

## INDICADOR

Esses números são muito importantes para orientar as estratégias dos executivos e empresários que atuam em toda a cadeia de reposição, seja na indústria, importadores, comércio e agentes comerciais, porque são indicadores precisos e atualizados sobre o comportamento do mercado, afinal mostram o aquecimento da demanda nas oficinas por produtos ou o movimento contrário, redução. Os oficinas representam a ponta da cadeia.

Um dos fatores para esse aumento significativo de atendimentos nas oficinas mecânicas no período pós-pandemia, que representa automaticamente o crescimento do mercado de reposição de peças, está ligado ao

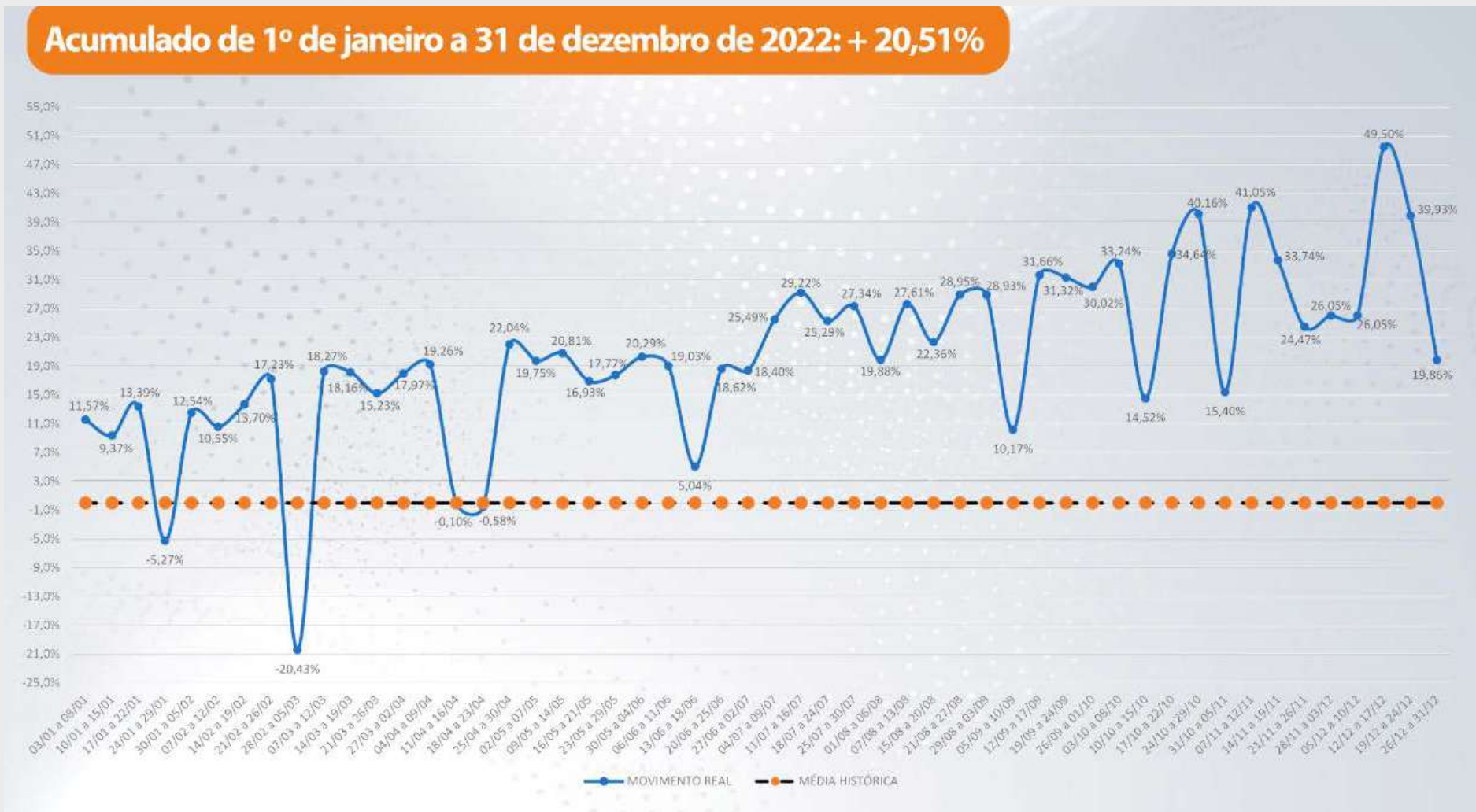
envelhecimento da frota de veículos no Brasil, cuja a idade média é de quase 11 anos de uso. Outro fator é que nos últimos anos diminuiu o número de carros novos no mercado ao passo que o mercado de carros usados registrou aquecimento nas vendas.

## INTERNET

A pesquisa constatou aumento do número de oficinas mecânicas que passaram a comprar peças pela internet em função dos problemas da falta de produtos enfrentada pelo setor automotivo. Segundo Carlos Souza, atualmente o percentual de compra pela internet no setor chega a 6%. “Mas muitos reparadores reclamam dos problemas que enfrentam ao comprar peças pela internet, como atrasos, dificuldade para trocas e os cuidados que devem adotar para não comprar produtos fora de especificações. É bom lembrar que o atraso na entrega significa prejuízo para o dono da oficina, que fica com o carro parado”, ressaltou.

Segundo Atila Paulino, a compra de peças feitas diretamente pelas oficinas diminuiu nos últimos anos porque muitos clientes comparam os preços dos produtos pela internet, que costumam ser um pouco inferiores, e questionam os valores passados pelos mecânicos. Outro motivo é a dificuldade de se encontrar peças. De acordo com a pesquisa CINAU, 55% dos donos de oficinas disseram que estavam com dificuldade de comprar peças em março deste ano, enquanto 45% disseram que não.

Quando perguntado se estava solicitando ao dono do veículo o fornecimento das peças com maior frequência, 19% disseram que sim e 81% que não, dados apurados em março último. Já em maio do ano passado os números eram bem diferentes: 45% disseram sim e 55% disseram que não estavam pedindo para os clientes comprarem as peças. O levantamento mostra que a dificuldade de comprar as peças pela diretamente pelas oficinas diminuiu no começo deste ano.



Fonte: CINAU



# Investimento em pessoal e equipamentos é fundamental para futuro da reparação

*Mecânicos vêm enfrentando desafios constantes nos últimos anos, mas profissão tem continuidade assegurada*

O futuro do setor de reparação foi tema de palestra na Automec proferida pelo professor do curso de Engenharia da FMU, Fernando Landulfo. Durante o encontro, ele fez uma analogia interessante sobre as mudanças que vêm ocorrendo com a profissão de mecânico. “Há algumas décadas consultas médicas por vídeo, trabalho home office e bibliotecas virtuais eram coisas de ficção ou de desenho animado, como os Jetsons. No final dos anos 1980, os mecânicos – que trabalhavam havia décadas com carburação – foram surpreendidos com uma coisa do outro mundo, a injeção eletrônica”, lembrou o professor.

Landulfo salientou que qualquer mudança que surge na indústria ou na sociedade provoca apreensão e dúvidas nas pessoas. “Com o mecânico não é diferente. Quando a eletrônica embarcada surgiu no Brasil há 35 anos muitos mecânicos entraram em pânico achando que não iriam sobreviver no mercado de trabalho”. Esses profissionais precisaram sair da

zona de conforto e, com o passar do tempo, perceberam que quem investiu em treinamento e equipamentos não fechou as portas.

Os recursos investidos à época foram essenciais para atender a demanda provocada pela nova tecnologia, que por acomodação natural do mercado mostrou que só viriam a ser efetivamente utilizados nas oficinas quase dois anos depois, porque o mercado sempre prevê um período para adaptações – além, é claro, da própria garantia das montadoras. O professor afirmou que quem desfrutou primeiro das vantagens desse novo mercado foram os pioneiros que também são mais corajosos na hora de investir.

## ELETRIFICAÇÃO

Agora, com a chegada da eletrificação, que tem ocorrido no principalmente na China e na Europa, o mercado está passando novamente por uma grande transformação. Porque está inserindo algo totalmente novo para o mecânico de

automóveis, caminhões, ônibus e motocicletas: a tração elétrica em veículos híbridos ou totalmente elétricos. Sem falar em seus respectivos acessórios.

“Por exemplo, freio regenerativo, baterias de alta capacidade e linhas de alimentação de alta potência. No Brasil, só os profissionais que atuam com ônibus e empilhadeiras elétricas tinham contato com esse tipo de tração, porém o sistema não era tão sofisticado”, declarou.

Para Landulfo, isso assustou mais uma vez os mecânicos, acostumados a trabalhar por décadas com baixas potências elétricas nos veículos a combustão. Agora o mecânico se depara com grossos condutores elétricos que transportam altas e letais potências, e um vacilo pode significar, na melhor das hipóteses, um tremendo prejuízo financeiro. Na pior, a irreparável perda de um ser humano. A receita para os mecânicos enfrentarem esse tecnologia de eletrificação é a mesma que usaram quando eletrônica embarcada chegou no Brasil

há 35 anos: “É preciso investir em treinamento e equipamentos”, alertou o palestrante.

## PROFISSÃO

O professor encerrou com uma boa notícia para os profissionais da área. “O futuro da profissão de mecânico está garantido, basta se preparar e investir no treinamento e na aquisição de equipamentos, com planejamento feito de acordo com a demanda dos novos veículos nas oficinas. Só quem não se atualizar sairá do mercado”, afirma Landulfo.

Segundo ele, os mecânicos têm tempo de preparação para a nova tecnologia porque a participação dos elétricos no mercado nacional ainda é pequena. “De acordo com a Anfavea, os elétricos e híbridos corresponderam, em 2021, a 1,8% do mix de vendas de veículos leves. E a estimativas da entidade é que a participação deve aumentar entre 12% e 22 em 2030”, completou Fernando Landulfo.



Família Luporini comemora marca história no mercado brasileiro

## Luporini comemora centenário com celebração na Automec

*Empresa aproveitou a oportunidade para lançar seu primeiro marketplace*

A Automec 2023 foi palco da celebração do 100º aniversário da Luporini, uma das mais importantes distribuidoras e importadoras de autopeças do país.

Em um estande repleto de líderes e funcionários que contribuem diariamente para o sucesso do negócio, a empresa comemorou o feito que a coloca como exceção absoluta em um mercado brasileiro que, segundo o IBGE, devora 80% das empresas fundadas antes que estas atinjam a marca dos 10 anos de existência.

Tamanho significado da marca fez com que, além da celebração, a ocasião se tornasse um convite para uma reflexão sobre os fatores que permitiram à Luporini alcançar essa longevidade.

De acordo com Guido Maria Luporini, filho de Marcello – jovem imigrante italiano responsável por fundar a organização em 1923 –, a receita para essa perenidade tem sido formada

pela soma de consistência no trabalho com um olhar sempre atento para as oportunidades que se apresentam no mercado.

Gestor do negócio desde o ano de 1954, Guido Maria salientou o impacto que a aposta na consolidação das peças chinesas teve para a Luporini na década de 1990. “Fomos um dos pioneiros a importar peças da China e hoje vemos o espaço que elas ocupam no mercado”, destacou o líder histórico da empresa.

Além dessa visão para oportunidades, a Luporini criou seus próprios caminhos no universo das marcas próprias, lançando grifes de renome como ASH, Worx e Kotra, que logo se tornaram referências no mercado de peças e componentes para veículos leves e pesados.

De 1990 para cá, porém, já se passaram mais de 30 anos e, com a competitividade do mercado atual, a

única forma de seguir apresentando um diferencial em relação à concorrência é seguir inovando.

Para Guido Luporini, filho de Guido Maria, este tem sido um dos principais desafios do grupo nos últimos anos. “Temos feito um esforço para seguir inovando, trazendo novidades que mantenham a empresa jovem. Muitas vezes isso é difícil, considerando que a empresa tem a sua tradição e chegou onde chegou seguindo aqueles procedimentos. Aos poucos, porém, temos conseguido avançar progressivamente graças a um planejamento muito estruturado”, avaliou Luporini.

### DIGITAL

Para exemplificar este contraste de solidez histórica e um olhar sempre voltado para os próximos passos, a empresa levou para Automec a Pluven, plataforma digital que conecta toda a cadeia de autopeças, facilitando e agilizando as vendas para

lojistas e consumidor final.

“Esse lançamento se trata de uma plataforma unificada de vendas que a gente está lançando para nossos clientes em dois módulos, o B2B e o B2C. O primeiro para permitir que eles comprem nossos produtos no horário que eles quiserem e o segundo para facilitar que eles vendam para o consumidor final no ambiente digital”, explicou Luporini, antes de complementar citando as vantagens da Pluven em relação a outros concorrentes do mercado digital: “A ideia é montar um marketplace dentro do qual há uma empresa de 100 anos selecionando os serviços e produtos que vão estar disponíveis para o mercado. Não será aberto para qualquer um, o que oferece a credibilidade para o reparador e o consumidor final em geral”.

## Veja mais na A.TV

Na A.TV, canal de conteúdo em vídeo do Aftermarket Automotivo brasileiro, você assiste a uma edição especial do Diálogo Automotivo transmitida ao vivo da Automec em que o jornalista Claudio Milan entrevistou com exclusividade Guido Maria Luporini e Antonio Carlos de Paula, o diretor comercial da empresa. Acesse <https://www.youtube.com/c/ATVmidia>

# AutoNor

FEIRA DE TECNOLOGIA  
AUTOMOTIVA DO  
NORDESTE

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

CENTRO DE CONVENÇÕES  
DE PERNAMBUCO  
**RECIFE-PE**

PÚBLICO  
**+45**  
mil

**+800**  
marcas

**+18mil**  
m<sup>2</sup> de área

REALIZAÇÃO E PROMOÇÃO:

**AutoNor**  
EMPREENDIMENTOS

INFORMAÇÕES:

(81) 3467.6572



LY TOSCANO  
(81) 9 8784.5512

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



feiraautonor

TUDO AZUL. TUDO BOM.

Dividindo parcerias de todo o Brasil com as T&A do Filio de Investimentos em várias empresas, a Nakata comprou, para todo o mundo, a opção por essa companhia e oferece a oportunidade para realizar com competência com o mundo e oferecer a todos que trabalham para desenvolver mais uma oportunidade.

**PROPOSTA INICIAL - PROPOSTA 2021**

Atendimento | Infraestrutura | T&A de empresas | T&A de projetos

**STRATEGY FINANCIAL - STRATEGY 2021**

Atendimento ao cliente | Apoio técnico | Prestação de serviços personalizados através de canais digitais | Desenvolvimento e relacionamento

TUDO AZUL NA FÉRIAS DA NOVA 2021

# PORQUE VOCÊ É



INFORMADO PELA EMPRESA

NAKATA®

**PROPOSTA INICIAL - PROPOSTA 2021**



Trabalha com  
projetos  
estruturados  
e seguros.



Atende  
os clientes  
de maneira  
eficiente.



Atende  
os clientes  
de maneira  
eficiente.



Trabalha  
com projetos  
estruturados  
e seguros.



Trabalha  
com projetos  
estruturados  
e seguros.



www.nakata.com.br - 0800 707 8021