

novovarejo
automotivo

AUTONAVI

Maior feira do setor na América Latina excedeu expectativas de organizadores, expositores e visitantes. Evento foi palco para apresentação do programa Loja Legal, lançamento do certificado IQA para vendedores de autopeças e anúncio dos vencedores do Prêmio Inova.

A melhor e maior variedade de produtos na palma da sua mão!
Faça uma consulta por placa no Catálogo Online AuthoMix!

Página 19

AUTHOMIX



Nº 1 EM ROLAMENTOS



Cobra
ROLAMENTOS E AUTOPEÇAS

35
ANOS

ALBARUS

BROSOL

Cobra
AUTOMOTIVA

COBREQ

Continental

Controll

DRIVEWAY
COMPONENTES DE
SUSPENSÃO E DIREÇÃO

Dynatec

MERITOR

MONROE
AMORTEDORES

MONROE
AXIOS

NAKATA®

HOK
SUSPENSÃO

NTK

NTN

Visconde



loja.cobrarolamentos.com.br

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

**VOCÊ É A PEÇA-CHAVE
DESSSE MERCADO EM
CONSTANTE EVOLUÇÃO.**



Junte-se à Cobra para
celebrar esse momento.

Acompanhe nossas redes sociais e saiba mais



@cobrarolamentos



cobrarolamentos.com.br



Fersa®

FRASLE
PISTONAS E CORAS PARA FREIO

FREMAX

Hipper Freios

IKS
cablex

IMA
INDUSTRIA METALURGICA ALI

Indisa

Koyo.

KYB.
Our Precision, Your Advantage

LUK

INA

FAG

MAHLE®

MANN
FILTER

MAZZICAR
PISTONAS

OSABO

SACHS

SAMPOL
PEÇAS AUTOMOTIVAS

SKF

SNR
Brand of NTN corporation

SPICER®

S.F.L.
SISTEMA DE FREIOS

Tecfil®

TIMKEN

TRW

URBA®

Valeo

VARGA

viemar

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 Sincopéças-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 Sincopéças 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 Sincopéças-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.novomelo.com.br

Publisher
Ricardo Carvalho Cruz
rccruz@novomeio.com.br

Dirutor Geral
Claudio Milan
claudio@novomeio.com.br

Dirutor Comercial e de Relações com o Mercado
Paulo Roberto da Oliveira
paulo@novomeio.com.br

Dirutor de Criação
Gabriel Cruz
gabriel.cruz@wpm.com.br

Fale com a gente
Nosso endereço
Al. Araguaiá 2044 Torre II
salas 1201 - 1214
Centro Empresarial Alphaville
CEP 06455-906
Barueri – SP

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

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

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

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

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

Ano 30 - #394 1 de maio de 2023

Distribuição para mailing eletrônico 35.000

Audiência estimada em views no site 45.000

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

www.novovarejo.com.br
www.facebook.com/novovarejo
instagram.com/jornalnovovarejo
linkedin.com/novovarejo
www.youtube.com/novovarejo

Direção
Ricardo Carvalho Cruz

Jornalismo (jornalismo@novomeio.com.br)
Claudio Milan
Lucas Torres
Christiane Benassi

Publicidade (comercial@novomeio.com.br)
Fone: 11 99981-9450
Paulo Roberto de Oliveira

Arte
Rafael Ribeiro
Lucas Cruz

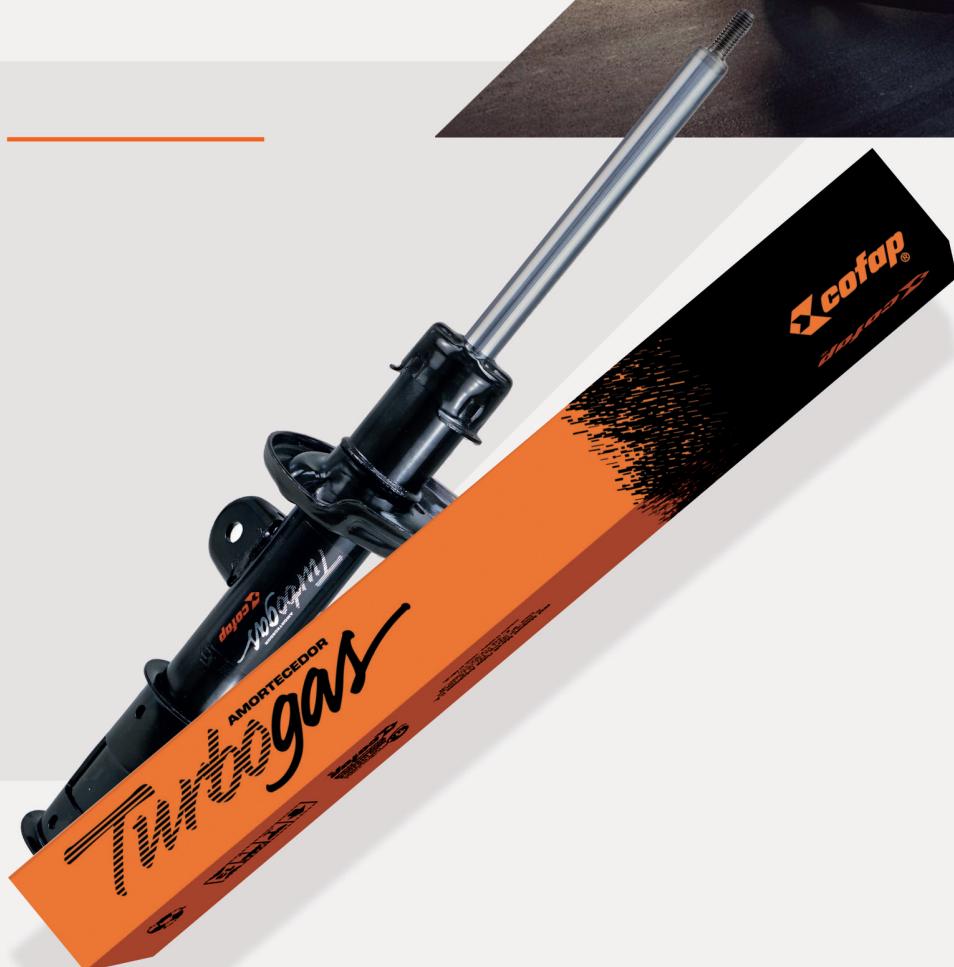
Marketing (marketing@novomeio.com.br)
Elisa Juliano

Audiovisual
Phillip Spengler
Eduardo Grandizoli

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

Jornalista Responsável:
Claudio Milan (MTb 22.834)

COM AMORTECEDOR COFAP CONFIANÇA É ITEM DE SÉRIE



mais
conforto



maior
segurança



máxima
durabilidade

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

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

Acesse aqui
nossa site



Quem entende do assunto
sempre recomenda:
amortecedores Cofap

SIGA:



www.mmcofap.com.br



co*faf*

Juntos salvamos vidas



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.

16

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.

Automec também foi assunto há 100 edições

Mostrando evolução em comparação aos anos anteriores, em 2019 a feira também estabeleceu seus próprios recordes

Para quem acredita em coincidências, aí vai mais uma: há exatamente 100 edições, o Novo Varejo dava como destaque de capa a cobertura da 14ª Automec, realizada entre os dias 23 de 25 de abril de 2019 no São Paulo Expo. Foi a última edição antes do grande retorno do evento agora em abril de 2023.

Há exatos quarto anos, o Novo Varejo 294 contava que a feira tinha recebido um público superior aos 75 mil visitantes, as rodadas de negócios nacionais e internacionais somaram R\$ 77 milhões e cerca de 62 mil pessoas passaram pelas áreas de experiências – entre elas um cobiçado test drive com dois Ford Mustang GT Premium, equipados com motores V8 de 466 cavalos de potência.

E que mercado a Automec encontrava em 2019? Assim como em 2023, o evento começou na véspera da abertura, com o Encontro da Indústria de Autopeças. Os temas em alta para a indústria na oportunidade eram inserção com-

22

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

28



Sincopeças-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.

32

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.

PORTFÓLIO COMPLETO DAS MELHORES MARCAS?



tá na
mão
pellegrino tá na

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

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



Prefere comprar direto pela internet?

Tá na mão também.

Faça seu pedido em: b2b.pellegrino.com.br

Pellegrino
Conte com nossa gente.



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 destaque do primeiro dia da Automec foi a entrega do Prêmio Inova 2023. Na tarde desta 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 varejistas teve apresentação do jornalista Celso Zucatelli, 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 Zucatelli 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 placo 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 Zucatelli 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 amortecedor, 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 What-

sApp, 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 seu 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”.

VENCEDORES DO PRÊMIO INOVA 2023

Primeira fase – Produtos

| AMORTECEDOR | BOMBA DO COMBUSTÍVEL | CORREIAS | FILTRO |
|------------------------|------------------------|----------------------|-----------------------|
| COFAP 50,40% | BOSCH 43,63% | CONTINENTAL 31,08% | TECFIL 25,50% |
| MONROE 18,13% | URBA 11,55% | DAYCO 31,08% | WEGA 18,92% |
| NAKATA 12,55% | MAGNETI MARELLI 10,76% | GATES 22,51% | FRAM 12,55% |
| ANEL E PISTÃO | BOMBA DO ÓLEO | DISCO DE FREIO | JUNTA DO MOTOR |
| MAHLE 48,01% | SCHADEK 54,38% | HIPPER FREIOS 37,85% | SABÓ 51,39% |
| COFAP 6,57% | URBA 4,78% | FREMAX 27,49% | TARANTO 10,36% |
| KS 3,78% | BOSCH 3,39% | TRW VARGA 10,36% | ELRING 5,58% |
| BICO INJETOR | BORRACHA DE SUSPENSÃO | EMBREAGEM | JUNTA HOMOCINÉTICA |
| BOSCH 40,64% | AXIOS 43,03% | LUK 62,55% | COFAP 33,86% |
| MAGNETI MARELLI 20,92% | SAMPEL 11,35% | SACHS 10,76% | NAKATA 19,32% |
| DELPHI 2,39% | MOBENSANI 7,57% | VALEO 5,38% | ALBARUS 6,57% |
| BOMBA D'ÁGUA | CABO DE IGNIÇÃO | FARÓIS E LANTERNAS | LÂMPADAS |
| URBA 35,26% | NGK 50,20% | ARTEB 10,16% | PHILIPS 47,21% |
| SCHADEK 23,11% | BOSCH 14,54% | PHILIPS 4,98% | OSRAM 12,75% |
| INDISA 12,55% | MAGNETI MARELLI 5,78% | ORGUS 4,18% | MAGNETI MARELLI 6,37% |
| ÓLEO LUBRIFICANTE | PASTILHA DE FREIO | PIVÔ DE SUSPENSÃO | POLIA E TENSIONADOR |
| LUBRAX 16,53% | FRAS-LE 21,31% | NAKATA 31,47% | SKF 21,12% |
| IPIRANGA 13,94% | COBREQ 19,12% | VIEMAR 14,14% | NYTRON 14,34% |
| PETRONAS 13,75% | SYL 13,15% | PERFECT 12,75% | INA 9,76% |
| RETENTOR | ROLAMENTOS | SONDA E SENSOR | TERMINAL DE DIREÇÃO |
| SABÓ 77,29% | SKF 45,42% | NTK 26,10% | NAKATA 30,88% |
| ELRING 2,59% | INA 10,76% | BOSCH 14,94% | VIEMAR 16,14% |
| EUREKA 2,39% | FAG 8,96% | MTE THOMSON 9,76% | PERFECT 14,14% |
| VELA DE IGNIÇÃO | | | |
| NGK 63,94% | | | |
| BOSCH 14,94% | | | |

Segunda fase – Desempenho Empresarial

| PRESENÇA | REDE DE DISTRIBUIDORES | RESULTADOS AÇÕES PROMOCIONAIS | COBERTURA DA FROTA |
|-------------------------|------------------------|-------------------------------|---------------------|
| BOSCH 78,89% | NGK 8,71 | COFAP 3,82 | NGK 8,94 |
| SABÓ 78,63% | TECFIL 8,68 | NGK 3,71 | PHILIPS 8,85 |
| COFAP 76,98% | LUK 8,67 | NAKATA 3,65 | LUK 8,82 |
| SUporte às vendas | ATENDIMENTO AO CLIENTE | INTERAÇÃO EM MÍDIAS DIGITAIS | TREINAMENTOS |
| NGK 8,77 | NGK 7,94 | NAKATA 5,60 | NGK 3,49 |
| LUK 8,66 | SKF 7,90 | NGK 5,57 | COFAP 3,46 |
| SKF 8,59 | NAKATA 7,88 | COFAP 5,53 | SCHADEK 3,42 |
| SUporte ao marketing | APOIO TÉCNICO | COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO | CLASSIFICAÇÃO GERAL |
| NGK 5,95 | NGK 7,30 | COFAP 6,66 | NGK 7,31 |
| COFAP 5,86 | NAKATA 7,22 | NAKATA 6,65 | LUK 7,22 |
| LUK 5,85 | HIPPER FREIOS 7,21 | LUK 6,64 | SKF 7,19 |
| SUporte técnico | ÍNDICE DE DEFEITOS | MAIS ADMIRADA | |
| NGK 8,22 | MAHLE METAL LEVE 8,51 | NGK 8,81 | |
| FRAS-LE 8,18 | NGK 8,49 | LUK – SCHAEFFLER 8,69 | |
| MAHLE METAL LEVE 8,17 | PHILIPS 8,43 | AXIOS MONROE 8,68 | |
| APRESENTAÇÃO DO PRODUTO | GARANTIA | | |
| NGK 9,30 | HIPPER FREIOS 7,94 | | |
| LUK 9,17 | SABÓ 7,93 | | |
| AXIOS MONROE 8,97 | NGK 7,92 | | |

Sama, Laguna e Matrix

Lado a lado com você, em todo o Brasil

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



*Rapidez na entrega
em todo o Brasil.*



*Variedade e qualidade
do nosso portfólio.*



*Compromisso com
a sua empresa.*

**#POR
TODO
BRASIL**

29
FILIAIS

Conheça a filial mais perto de você.

Sama 
Laguna 
Matrix 

Sama
Autopeças

Laguna
Autopeças

Matrix 



cofap

NGK
SPARK
PLUGS

FRASLE

SAMPel
PEÇAS AUTOMOTIVAS

SCHAEFFLER

ALBARUS

ARTEB

BARRAS
AUTOPÇAS

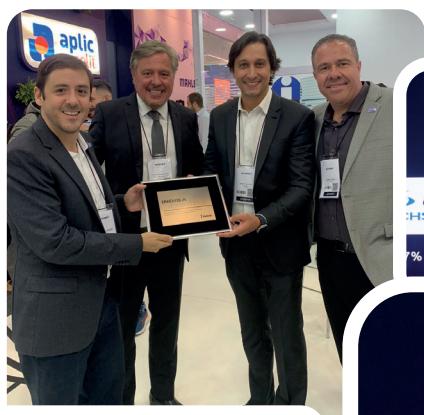
BOSCH

Sama
Autopças

Laguna
Autopças

MatriX

Pellegrino



MONROE
AMORTECEDORES



NAKATA®

Tecfil®

WEGA
ORIGINAL QUALITY

Delphi
Technologies



PERFECT
AUTOMOTIVE



2mc



Pronto!

taranto



TERMINAL DE DIREÇÃO





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

EXPERIÊNCIA DE COMPRA ROLES!

INÍCIO

Comece a sua jornada!

1



MELHORES MARCAS E PRODUTOS

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

COMPRE ONLINE ROLES

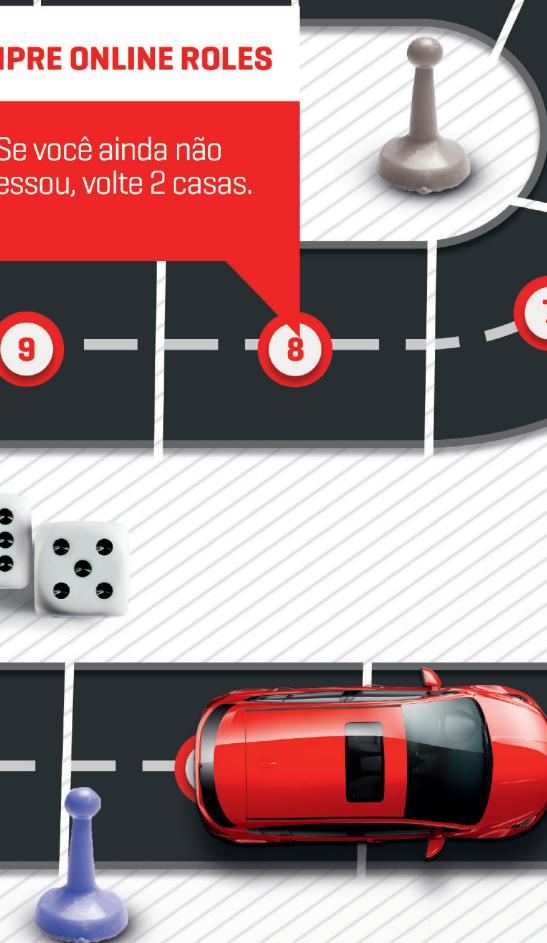
Se você ainda não acessou, volte 2 casas.



12

Tenha sempre a qualidade original AuthoMix.
Aproveite!

PRODUTOS AUTHOMIX



AUTHOMIX



[11] 3155-7540



Roles Autopeças



roles.com.br

CUSTO-BENEFÍCIO

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

6

A SOLUÇÃO PARA O SEU NEGÓCIO!

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

CHEGADA

14

Acesse o site



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

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

JUNTOS FAZEMOS MELHOR





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 to-

tal 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 lan-

çamentos 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 sómente 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.

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 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 efetiva-

mente 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.

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





“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)



Diário da Automec fez sucesso entre os expositores e Dreisse Drielle apresentou as últimas notícias da feira ao vivo no A.TV News

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 fundamen-

tal 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.

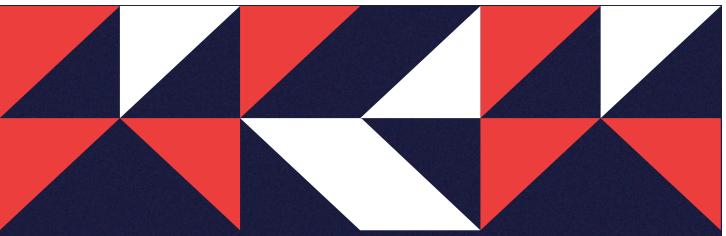
Mas, este ano também tivemos uma novidade importante. Pela primeira vez, um canal de conteúdo visual

transmitiu ao vivo do São Paulo Expo uma programação 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 lideranças 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.



A melhor e maior variedade de produtos na palma da sua mão

Faça uma consulta por placa no Catálogo Online Authomix!



Qualidade original, com a maior variedade de produtos.

- **Catálogo completo**
- **Mais de 4.400 produtos**
- **Compatível com todas as marcas**
- **100% de presença nacional**

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



Consulte agora por placa no catálogo online.
Aponte a Câmera do seu celular para o QR e confira.

Acesse o site e confira
authomix.com.br

[f](#) [g](#) authomix

AUTHOMIX



Cerimônia de inauguração da feira reunião 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 foi 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 pos-

suir o quarto maior mercado de reposição do mundo. “Diante desses números, é bom darmos o devido valor a este mercado tão importante para todos nós”, 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 danificadas polui dez vezes mais. Não por 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 acidentes ocorrem quando o carro apre-

senta 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 Sindipeças-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.



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



Posicione a câmera do seu smartphone para acessar.

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

Conheça nossas redes sociais:

 [@disapedistribuidora](https://www.instagram.com/disapedistribuidora)
 [Disape Autopeças](https://www.facebook.com/DisapeAutopeças)

» **Disape** Distribuidora de Autopeças

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

Além dos dirigentes das entidades representantes 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, Adrualdo 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 sustentação 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 fortalecimento 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 reciclagem 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, Adrualdo 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.

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 aplica-

dor. 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.

Aplicação e consulta do catálogo de peças.

Compatibilidade e intercambialidade de componentes.

Processos de garantia.

Informática básica.

Processo de atendimento ao cliente.

Quesitos ambientais relacionados ao descarte e à reciclagem adequada, conforme a legislação vigente.

Norma ABNT NBR 16.999 (Vendedor de Autopeças).

“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 asserti-

vas 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 oferecer-lhe 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.

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 1º 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 cos-

tuma ouvir que o setor de autopeças 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.



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**



Fersa

FRASLE

FREMAX

Hipper Frios

IKS
cablex

IMA
INDUSTRIA METALURGICA ALU

Indisa

Koyo

KYB
Our Precision, Your Advantage

LUK

INA

FAG

MAHLE

**MANN
FILTER**

MAZZICAR
PIEUS

SABO

SACHS

SAMPOL
PEÇAS AUTOMOTIVAS

SKF

SNR
Brand of NTN corporation

SPICER

S.F.
SISTEMA DE FREIOS

Tecfil[®]

TIMKEN

TRW

URBA

Valeo

VARGA

viemar



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 abasteci-

mento 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 carro 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 atual 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 veícu-

los 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, reforçando 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 híbridos 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.

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



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 quali-

dade e a procedência de algumas 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.



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 Automec 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 comple-

xas – 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 organiza-

dores 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 na 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.

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 Sincopéças-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 Se-

brae, Reginaldo Oliveira.

Única empresa do setor de autopartes 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 Sincopéças confere à iniciativa. “Estamos muito felizes de podermos estar junto de parceiros tão sérios e reconhecidos como esses”, finalizou.



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 independê-

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 –

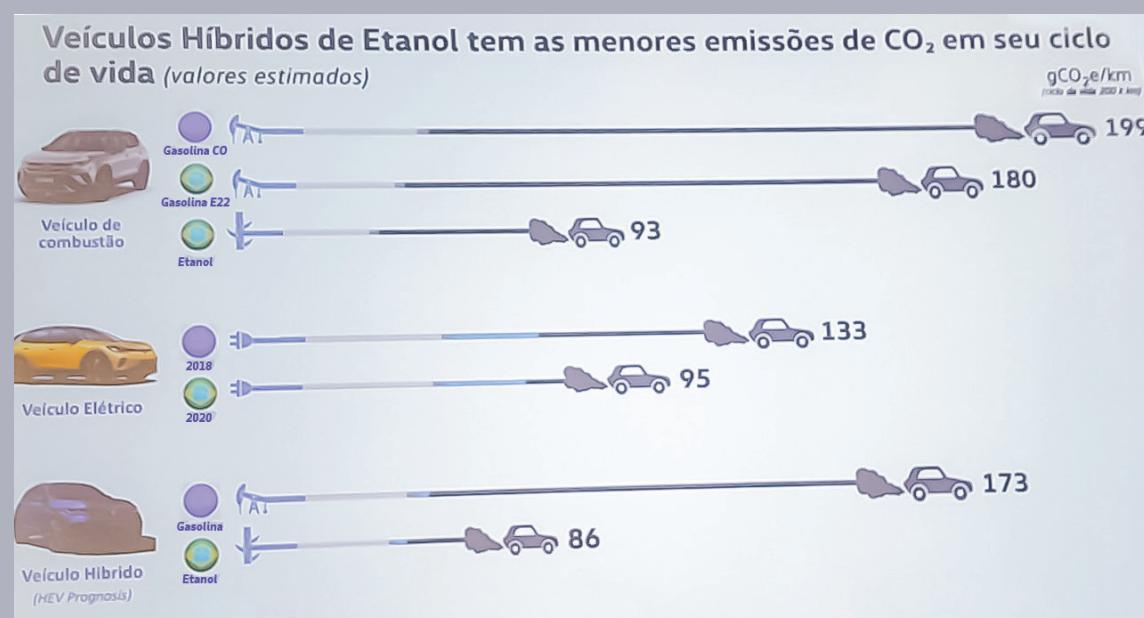
que classificou como burocratas – estarem elegendo uma tecnologia específica para direcionar o mercado automotivo em sua busca por mais sustentabilidade. "O inimigo é o carbono. Sendo assim, é preciso reunir uma gama de soluções para combatê-lo. A política pública não pode eleger as tecnologias que devem 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 todos 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 exposto na tela a seguir:



"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.

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

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, Besaliel 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 disruptão 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. Estábamos 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 nacional 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.



Basileil Botelho, conselheiro da Bosch

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

Para amarrar todos os aportamentos 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 Bra-

sil 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 mé-

dia 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.



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 direto 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 No-

vas 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 parafernálha 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 fabricantes 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.

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 proiba abusos como o bloqueio das informações necessárias à manutenção veicular.

Tal convocação foi prontamente atendida 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 pe-

ças 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 envelhecimen-

to 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 compararam 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.

Acumulado de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2022: + 20,51%



Fonte: CINAU

Mercado discute desafios e benefícios das peças remanufaturadas

Questão diretamente relacionada ao desenvolvimento sustentável, remanufatura ainda tem espaço para crescer no Aftermarket Automotivo brasileiro e foi tema de painel na Automec

Os desafios dos fabricantes de peças remanufaturadas e as vantagens dos produtos para o meio ambiente, a economia e a sociedade foram abordados na Automec 2023 durante o painel “Reman Hour – Sustentabilidade, Competitividade e Segurança em Movimento” em palestra de Jefferson Germano, gerente de Aftermarket - Brasil/America Latina da Knorr-Bremse.

“O produto remanufaturado está totalmente interligado ao Programa Global de Sustentabilidade e alinhado à ESG – governança ambiental, social e corporativa –, explicou Germano logo na abertura do painel. Ele tem larga experiência no tema, afinal é gestor da Knorr-Bremse, empresa certificada para produção de remanufaturados que lança na Automec novidades no portfólio EconX, sua marca de remanufatura de sistemas de veículos comerciais. Além disso é conselheiro e membro do Comitê de Remanufaturados do Sindipeças (Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores).

Programa Remanufaturados Brasil

De acordo com Germano, o Programa Remanufaturados Brasil, que faz parte da agenda do Sindipeças, busca enfrentar os desafios que limitam a produção no país, distinguindo o produto remanufaturado original (ABNT 15296 e 16230); criando mecanismos de abatimentos de impostos (IR, IPI, ICMS, Pis/Cofins); promovendo e incentivando o benefício ambiental e/ou fiscal para quem compra ou comercializa a peça; simplificando o processo de importação de carcaças para o fabricante original; e incentivando o programa de logística reversa dos cascos até o fabricante.

“Além disso, o Sindipeças quer qualificar o mercado de reposição através da Inspeção Veicular, que promove mais segurança e garante menos emissões de poluentes na atmosfera por parte da imensa frota de veículos”, ressaltou o palestrante, que destacou, ainda, a importância dos acordos internacionais que devem ser firmados para incentivar a

exportação de peças remanufaturadas originais. “A América Latina precisa avançar muito nessa questão”.

Benefícios dos produtos

Os produtos remanufaturados trazem muitos benefícios para a sociedade. “A indústria gasta menos 85% de energia na produção das peças remanufaturadas, economiza 90% de água, a produção de lixo cai 99%, além da grande economia de matéria-prima que não precisa ser extraída da natureza. Com tudo isso, o meio ambiente agradece, brinca Germano.

Germano destacou a ampla gama de indústrias com potencial de produzir remanufaturados, como o setor automotivo de veículos leves e pesados, os segmentos de aviação, marítimo, mineração, equipamentos industriais, transporte sobre trilhos, militar e de defesa, eletrônicos e de equipamentos médicos. “No setor automotivo quem mais utiliza os produtos remanufaturado são os veículos pesados”, citou o gerente da

Knorr e membro do Comitê de Remanufaturados do Sindipeças

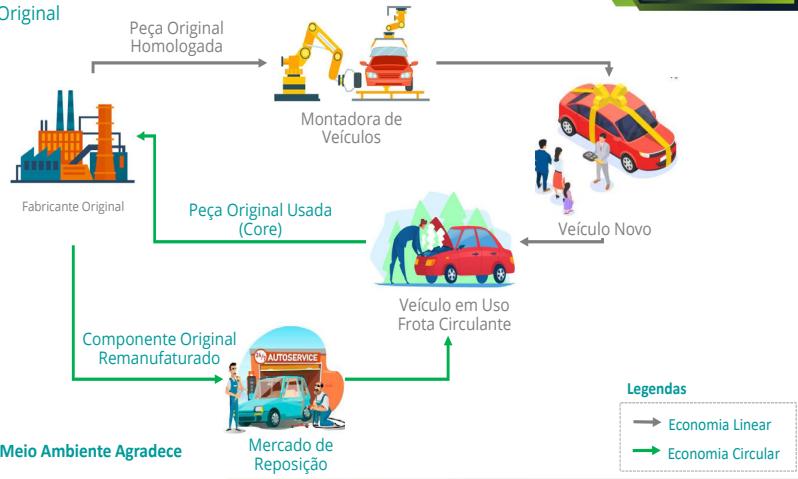
Ao longo do painel, Germano alertou para a falta de regulamentação da logística reversa para que o setor de remanufaturados possa crescer mais.

“Nos segmentos regulamentados e fiscalizados, como de pneus, a logística reversa e a produção de remanufaturados têm crescimento consistente. Afinal para cada pneu produzido um outro usado precisa ser devolvido”.

Finalmente, o palestrante destacou a importância da certificação por parte das empresas. “O Certificado Voluntário de Reman é muito importante e dá segurança para o empresário e para o consumidor, afinal ele tem chancela do IQA - Instituto da Qualidade Automotiva, criado e dirigido por Anfavea, Sindipeças e outras entidades do setor”, ressaltou. Jefferson Germano lembrou que a certificação é concedida para peças remanufaturadas fornecidas pelo fabricante original que possui a certificação IATF 16949, padrão de qualidade para o setor automotivo exigido por muitos fabricantes de automóveis em todo o mundo.

Ciclo da Remanufatura

Fabricante Original



Programa Remanufaturados Brasil

Agenda Sindipeças

- Distinguir o produto remanufaturados original (ABNT 15296 e 16230)
- Criar mecanismos de abatimento de IR, IPI, ICMS e PIS/COFINS < performance de remanufatura, incluindo P&D
- Promover incentivo/benefício ambiental e/ou fiscal para quem compra ou comercializa peça remanufaturada
- Simplificar o processo de importação de carcaças somente para o fabricante original (ABNT 15296 e 16230)
- Promover incentivo / benefício tributário, fiscal ou ambiental para logística reversa dos cascos até o fabricante original (sistema de créditos para IR, menor carga tributária)
- Qualificar o mercado de reposição através da Inspeção Veicular, promovendo mais segurança e menor emissões da Frota Circular.
- Acordos internacionais que objetivem a exportação de peça remanufaturada original



Conarem promove Congresso Internacional de Retíficas

Encontro realizado na Automec 2023 trouxe números sobre os programas de capacitação da entidade, que organiza missão internacional para EUA e Canadá EUA e Canadá

Com a proposta de abordar as principais tendências e estratégias do setor para atender a grande demanda em um momento que o mercado de reposição brasileiro passa por significativas transformações, foi realizado na Arena do Conhecimento da Automec 2023 o Congresso Internacional de Retíficas.

O evento foi organizado pelo Conarem - Conselho Nacional de Retíficas de Motores e reuniu especialistas no assunto, fornecedores e as principais lideranças e executivos da indústria de motores.

Durante o encontro, o presidente

da entidade, José Arnaldo Laguna, apresentou um balanço do Programa de Capacitação do Conarem, que foi iniciado em julho do ano passado.

O curso EAD (Ensino a Distância) de formação de retificadores de motores, idealizado pelo Conarem em parceria com o Senai-SP, já contabiliza mais de 11 mil inscritos em todo território brasileiro. Só no estado de São Paulo são mais de 7 mil alunos. São sete módulos: Características Técnicas de Motores a Combustão Interna; Metrologia Aplicada a Motores de Combustão Interna; Técnicas de Retífica de Biela de Motores a Combustão Interna; Técnicas de Retífica

de Bloco de Motores a Combustão Interna; Técnicas de Retífica de Víbrabrequim de Motores a Combustão Interna; Técnicas de Retífica de Volante de Motores a Combustão Interna e Técnicas de Retífica de Cabeçote de Motores a Combustão Interna.

“Esse EAD é a peça mais importante e faz parte da terceira fase da campanha setorial que criamos com o objetivo atrair mão de obra qualificada para as retíficas, mostrando os benefícios da carreira de um retificador de motores para os jovens. Um bom profissional da nossa área recebe em média mais de R\$ 5 mil, e há trabalhadores com maior quali-

ficação, como os que trabalham em retíficas de motores de iates, com salário na casa dos R\$ 10 mil”, disse José Arnaldo Laguna durante coletiva de imprensa na feira.

Ele disse que o curso foi criado para ressaltar a importância dos motores para movimentar a economia e o papel essencial das retíficas e dos profissionais da área para manter o segmento funcionando. “Nesse contexto, retificador e retífica são fundamentais para garantir a manutenção da frota circulante que reúne máquinas agrícolas, equipamentos motorizados, barcos, aeronaves, motores estacionários e locomotivas”.

Segunda Etapa

O Senai-SP está desenvolvendo junto com o Conarem a segunda etapa do curso para a área de retificação de motores, oferecida por meio da plataforma de EAD. A capacitação focará a montagem de motores das linhas leve, média e pesada. A competência técnica é essencial às empresas que prestam serviços para motores à combustão interna, quer seja uma retífica, oficina, frotista ou até uma concessionária de veículos.

O presidente da entidade salienta que a forma-

ção adequada traz diversas vantagens para o profissional e à retífica, como eficiência, segurança e atualização tecnológica. Ele informou que o início desse do novo curso está previsto para o início do segundo semestre. Na primeira etapa, o curso de formação de retificadores de motores contabilizou 25.726 mil inscritos no país.

O Conarem também está organizando uma missão para levar um grupo de empresários do setor aos Estados Unidos e ao Canadá para conhecer o

funcionamento de indústrias do setor automotivo. A viagem está programada para ocorrer entre os dias 27 de novembro e 9 de dezembro deste ano.

A missão terá início no Canadá, com a visita do grupo à fábrica da General Motors, em Oshawa, e depois segue para os Estados Unidos onde os brasileiros conhecerão a Jasper Motors, empresa especializada em remanufatura de motores e transmissões para veículos, fundada em 1942. A Jasper Motors é conhecida por ser a maior

retífica de motores do planeta. A agenda terminará com visita à feira PRI - Performance Racing Industry, evento de negócios mais influente do setor de esportes e a única feira especializada em motor. Com os mais novos produtos e tecnologias, acesso a inúmeros fabricantes e prestadores de serviços e oportunidades praticamente ilimitadas para estabelecer contatos pessoais com líderes do setor, a PRI Show é onde a indústria de corridas se reúne sob um mesmo teto, de 7 a 9 de dezembro.





Certificação de peças de colisão é discutida na Automec

Segundo Antonio Fiola, do Sindirepa, iniciativa é necessária para o desenvolvimento do mercado de reposição

A Anfape - Associação Nacional dos Fabricantes e Comercializadores de Autopeças para o Mercado de Reposição realizou na Automec um encontro sobre a certificação de conformidade em peças de colisão. "A referência técnica garantida com o selo de certificação dará segurança e autonomia para os fornecedores e clientes. Isso é extremamente

importante para o mercado", diz Renato Aires Fonseca, presidente da entidade.

Ele ressaltou que a falta de uma referência técnica que possa distinguir a qualidade de uma peça de reposição em relação a outra similar prejudica os reparadores e consumidores e dificulta o acesso a alternativas seguras à peça original.

Segundo Fonseca, os mercados dos Estados Unidos e de países da Europa já atuam com a certificação. Além do presidente da Anfape, participaram do evento Antonio Fiola, presidente do Sindirepa Brasil e Sindirepa-SP; Amanda Strumiello, coordenadora Técnica de Certificação de Produtos da Intertek Brasil; e Adhemar Fujii, representante da

Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg).

Antonio Fiola lembrou que a certificação está em discussão há muito tempo e vem ao encontro do movimento internacional Right to Repair, que vem ganhando força no Brasil com o intuito de garantir o direito da livre escolha do reparo do veículo.

ALIANÇA

Segundo Antonio Fiola, do Sindirepa, iniciativa é necessária para o desenvolvimento do mercado de reposição

Esse movimento de alcance mundial representa hoje uma das mais importantes pautas do Aftermarket Automotivo em todo o mundo e no mercado brasileiro reúne diversas entidades do setor, como o Sindirepa Brasil, Anfape, Sincopeças Brasil e Conarem no âmbito da Aliança do Aftermarket Automotivo. "Iniciamos esse ciclo de tratativas para a certificação das peças em

2007 para valorizar os produtos dos fornecedores e aumentar a oferta para os clientes", conta Renato Aires Fonseca.

"A certificação é necessária para o desenvolvimento da reposição e para que as oficinas tenham acesso às informações técnicas para poderem fazer os serviços nos veículos", salientou Antonio Fiola no encontro. Ele destacou, ainda, que a certificação estabe-

lece padrões de qualidade para as peças de reposição.

Amanda Strumiello, coordenadora Técnica de Certificação da Intertek Brasil, explicou no encontro o passo a passo do processo de certificação. Segundo a especialista, os ensaios iniciais feitos em laboratórios reconhecidos pelo Inmetro devem comprovar que o modelo ou a família do produto objeto da certificação

atendem os requisitos definidos na base normativa daquele produto.

"A quantidade de amostras será definida de acordo com a base normativa e elas serão selecionadas aleatoriamente antes do envio ao laboratório, com o objetivo de garantir a transparência de todo o processo", explicou Amanda Strumiello.



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 che-

gou 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 responderam, em 2021, a 1,8% do mix de vendas de veículos leves. E as estimativas da entidade é que a participação deve aumentar entre 12% e 22 em 2030”, completou Fernando Landulfo.



Show de drift acelera corações na Automec

Atração na área externa do São Paulo Expo levou convidados para experiências inesquecíveis nas derrapagens controladas

Um dos compromissos dos organizadores da 15ª edição da Automec foi proporcionar experiências únicas a expositores, convidados e visitantes. Ao longo dos cinco dias do evento, uma das experiências mais impactantes e que aguçou a paixão de todos pelo universo dos automóveis foi o show de drift realizado na área externa do São Paulo Expo. Com carros pra lá de 'envenenados' e uma série de pilotos profissionais, a atração tirou o fôlego dos expectadores com manobras arrojadas e roncos de motores que fizeram tremer grades e janelas do pavilhão.

E se a mistura de precisão, potência e arrojo do drift já encheu os olhos daqueles que observaram do lado de fora, o que dizer da sensação de estar dentro do carro? Alguns expositores sortudos (e corajosos!) foram convidados para sentir no cockpit a emoção do arrastar da traseira de máquinas potentes pela pista.

Iandra Pedrosa, da Perfect Automotive de Belo Horizonte, está habituada com a pilotagem de motos e carros em pistas de corrida. Foi fisgada pelo drift e já faz planos para logo estar atrás do volante da modalidade. "Eu piloto

carro e moto, né? Então, tenho a noção do quanto maravilhoso é ver o carro completamente na mão do piloto, apesar de sair de lado e fazer todas aquelas manobras. Por isso, a confiança nos pilotos é 100%. Dá vontade de sair daqui e ir direto para um curso para aprender a pilotar drift também", relatou.

Mesmo aqueles que já tinha vivido essa experiência saíram do carro com os olhos arregalados. Foi o caso de André Fernandes, da Van André Distribuidora, de Fortaleza (CE). "Eu já tinha andado na nossa cidade.

Tenho amigos que praticam tanto o drift quanto 'cavalo de pau'. Mesmo assim, a emoção dessa experiência aqui na Automec foi altíssima, muita adrenalina mesmo. Superou as expectativas", comemorou Fernandes. O show de drift da Automec foi promovido pela Perfect Automotive. "Automec e drift tem tudo a ver! Afinal, estamos falando de alta performance das autopeças para levar o carro ao limite, isso sem mencionar a paixão de quem mexe com este universo e tem o carro no coração", pontuou o presidente da empresa, Gerson Coronado.

Por dentro do universo do drift

Para compreender um pouco mais sobre aqueles que vivem o *lifestyle drift* diariamente, conversamos com o piloto Ricardo Guiraldi - que há seis anos pratica a modalidade e que há um ano participa das principais competições profissionais.

Em primeiro lugar, o questionamos sobre as mudanças que são necessárias para adaptar um carro comum a 'arrastar os pneus' em derrapagens supercontroladas. O piloto, então, explicou que a condição primária para um carro se tornar um 'drifteiro' está em sua tração.

"A primeira coisa é que o carro tem que ser de tração traseira. Não adianta ter tração dianteira, pois não dá para fazer drift. Precisamos também ou colocar um diferencial 'LSD' ou soldar o diferencial para que as duas rodas de trás possam virar ao mesmo tempo", explicou Guiraldi, antes de complementar com um outro fator fundamental.

"Há também, é claro, a questão da potência do carro. Se ele não for originalmente potente, nós procuramos melhorá-lo ou fazer o chamado 'swap', que é a troca do motor por um outro mais potente".

Realizar tais modificações, como sabemos, custa dinheiro. Para a sorte da modalidade, porém, o drift vem atraindo a atenção de algumas das principais marcas do setor de autopeças e já conta com apoio e patrocínio de diversas delas.

Segundo Guiraldi, este *pool* de apoiadores é majoritariamente composto por marcas específicas de alta performance, mas está também - aos poucos - recebendo a chegada das chamadas 'marcas para carros de rua'.

"É muito legal que marcas que produzem para o mercado geral e

que, secundariamente trabalham para os segmentos de alta performance, estejam olhando para o drift. A NGK e a Mahle são exemplos que posso citar de apoiadores da modalidade", contou o piloto.

Este crescimento de credibilidade do drift está intimamente ligado à sua profissionalização. Atualmente, este esporte possui um calendário anual consistente. A agenda de provas tem no 'Ultimate Drift', atual campeonato brasileiro, como seu foco central e é complementado por eventos festivos e exibições ao longo do ano.

A palavra do promotor da ação

O show de drift da Automec 2023 está sendo promovido pela Perfect Automotive, empresa que, na figura de seu presidente, Gerson Coronado, falou sobre a ligação da modalidade com a maior feira do aftermarket latino-americano. "Automec e drift tem tudo a ver! Afinal, estamos falando de alta performance das autopeças para levar o carro ao limite, isso sem mencionar a paixão de quem mexe com este universo e tem o carro no coração", pontuou.



AutoNor



FEIRA DE TECNOLOGIA
AUTOMOTIVA DO
NORDESTE

13 A 16
SETEMBRO
2023

CENTRO DE CONVENÇÕES
DE PERNAMBUCÓ
RECIFE-PE

PÚBLICO
+45
mil

+800
marcas

+18mil
***m²* de área**

REALIZAÇÃO E PROMOÇÃO:

AutoNor
EMPREENDIMENTOS

INFORMAÇÕES:

(81) 3467.6572

 LY TOSCANO
(81) 9 8784.5512

www.autonor.com.br

  feiraautonor



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 apostila 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 com-

petitividade 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 Plu-

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>

A MASTER TEM MAIS DE

500.000 PRODUTOS PARA QUEM QUER TRABALHAR CONECTADO



MASTER *de* PRODUTOS

BANCO DE DADOS COMPLETO DO MERCADO DE REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA



(19) 98941 8722

fraga.com.br



ZF Aftermarket lança a jornada [pro] para o mercado de reposição

Oferecer o máximo de conveniência e facilidades e reforçar a relação de parceria com o mercado da reposição no Brasil e com o seu desenvolvimento. Esses foram os principais fatores que levaram a ZF Aftermarket a lançar a “jornada [pro]” da reposição, que envolve capacitação, conteúdo online e presencial, assim como soluções e benefícios exclusivos para os participantes. O anúncio foi realizado oficialmente pelas redes sociais da empresa.

“Este é um novo marco para uma revolução no Aftermarket”, afirma Fernanda Giaccon, gerente sênior de Excelência Comercial, Clientes e Estratégia de ZF América do Sul. “A ZF sempre foi pioneira em trazer soluções inéditas para o mercado da reposição, e agora não é diferente. Ouvimos e evoluímos junto aos mecânicos, donos de oficina, frotistas, vendedores, varejos e distribuidores, e nossa intenção é estreitar ainda mais os nossos laços. Somos verdadeiros parceiros do setor”, comenta a executiva. Com a jornada [pro], a ZF Aftermarket, empresa detentora das marcas LE-MFÖRDER, SACHS, TRW, ZF e WABCO, dá sequência e impulsiona uma história de sucesso de inovações e de estreito relacionamento com o mercado. O novo ecossistema será robusto e entregará gradativamente uma série de soluções ao mercado.

O primeiro passo é o lançamento do ZF [pro]Amigo, que marca um momento importante na ZF, com a integração de mais de uma centena de treinamentos gratuitos disponibilizados em uma única plataforma para mecânicos, vendedores de autopeças e demais profissionais que se interessam por temas referentes à reparação. Todos os interessados podem se cadastrar no portal do ZF [pro]Amigo para ter acesso aos módulos, sendo que já fazem parte deste universo mais de 40 mil profissionais.

“Observamos que havia uma grande busca por parte de diferentes pro-

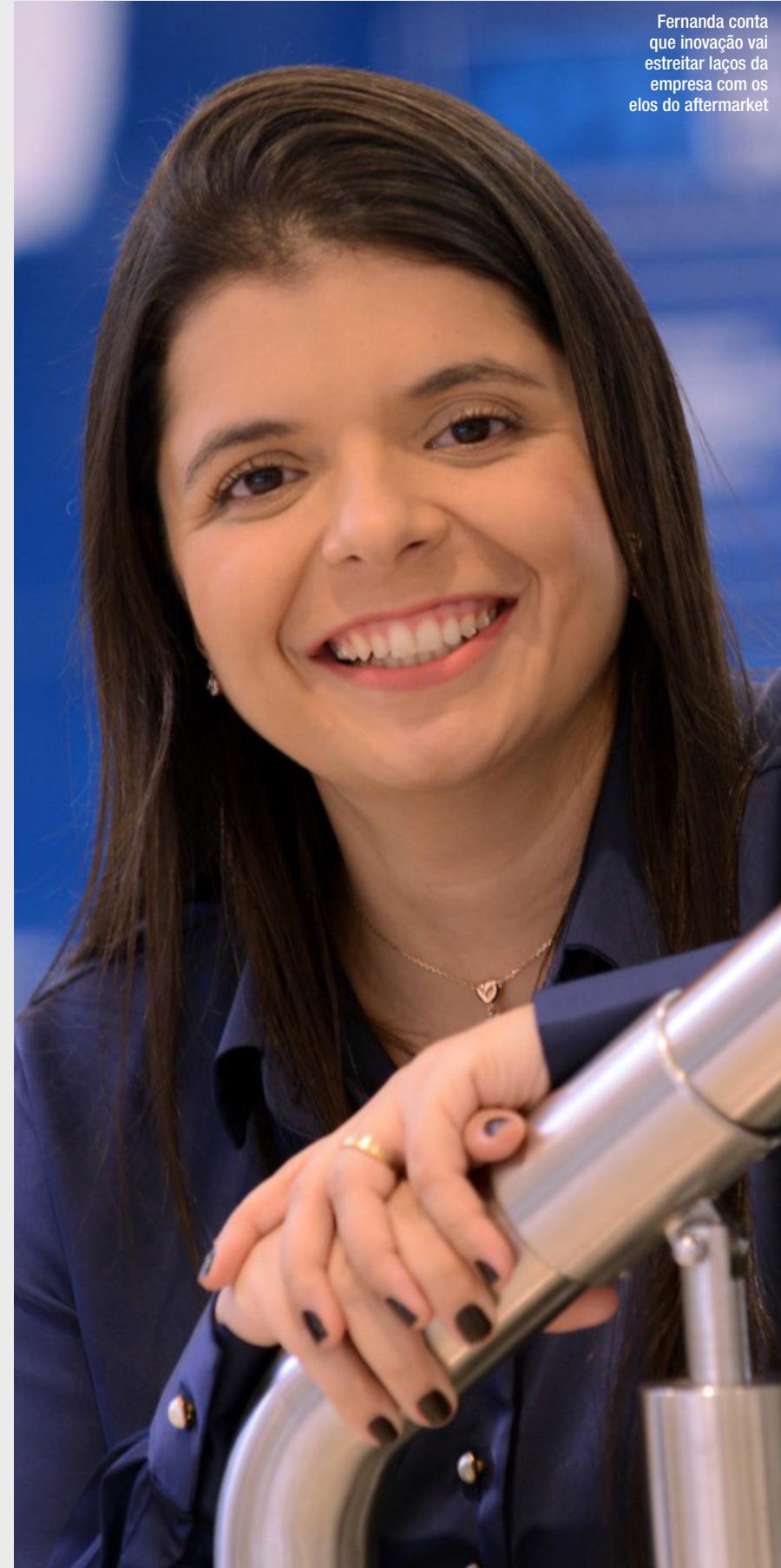
fissionais do setor de autopeças por conteúdos relativos aos diferentes programas da ZF. Fizemos uma análise e percebemos que poderíamos levar conhecimento de forma mais ampla para os profissionais do setor, por meio de um portal unificado. Além de elevar o nível de capacitação, entregando para os todos os públicos uma plataforma ainda mais completa, vamos levar conveniência a esses profissionais”, prevê Fernanda.

Os cadastrados podem a partir de agora ter acesso a aulas sobre logística e à grade de cursos sobre produtos, tecnologias e vendas. O Centro de Distribuição localizado em Itu, que está entre os mais modernos e eficientes do mundo, será a experiência que irá embasar os novos conteúdos. “Os conceitos adotados lá sempre chamaram muita atenção dos nossos clientes e se tornaram referência no mercado. Quando pensamos em mercado de reposição, a logística é um dos fatores mais críticos para garantirmos a mobilidade das pessoas. Isso nos levou a criar uma trilha de vídeos, para também garantir aos nossos clientes acesso a conteúdos que ajudarão a elevar os padrões em nosso mercado” conclui.

Os programas que baseiam o [pro]Amigo da ZF Aftermarket já foram responsáveis por disseminar conhecimento e emitir 190 mil certificados de cursos, impactando diretamente oficinas, a cadeia de distribuidores, varejistas e consumidores finais.

O ZF [pro]Amigo inicia a jornada [pro] da ZF Aftermarket em princípio no Brasil e será, em breve, o modelo adotado internacionalmente, com o mesmo nome. “Foi onde tudo começou, com a palavra ‘amigo’. Ela representa nossa proximidade com os profissionais que dão vida à reparação. O termo será utilizado em tantos outros países, graças a nós, brasileiros. Somos amigos e, agora, somos todos [pro]”, complementa Fernanda.

Fernanda conta que inovação vai estreitar laços da empresa com os elos do aftermarket



Dana prevê crescer 280% entre 2019 e 2025

A Dana comemorou ano passado 75 anos de Brasil. "É uma empresa que está inserida no centro da história da indústria automobilística. Foi em 1957, no Brasil, o primeiro investimento da Dana fora dos Estados Unidos. É uma empresa de quatro mil funcionários, está associada à transmissão de força desde a raiz, com marcas muito fortes. O nosso país é o grande mercado de autopeças na América do Sul, representando 79% das vendas no continente", conta Luis Pedro Ferreira, Diretor de Relações Institucionais, Marketing e Comunicação da Dana.

Um dos pontos altos do estande da fabricante na Automec este ano foi a marca Victor Reinz com um portfólio renovado e reestruturado para a linha de motores eletrônicos. Até então, a marca continuava presente no país através de importadores, mas agora os produtos, vindos diretamente da Alemanha, ficarão concentrados no centro de distribuição da Dana no sul do país. A indústria de origem norte-americana havia feito, em 2004, o desinvestimento total no aftermarket para focar em montadoras, mas, em 2017, numa estratégia global,

retomou os negócios também no Brasil entendendo como fundamental o retorno ao mercado de reposição. E no novo plano 2020-2025 foi traçado o objetivo ambicioso de crescer 280% e quadruplicar de tamanho na América do Sul. "É um desafio grande, estamos em linha com esse plano e, de 2019 para 2022, já crescemos 78%. Esse é um dado real. Temos marcas fortes, um histórico bom e uma rede de distribuição muito forte", acrescenta Marcelo Rosa, Diretor de Vendas para a América do Sul. Ao que tudo indica, o objetivo está bem encaminhado.



Nova fábrica da Viemar Automotive tem capacidade para entregar 10 milhões de peças/ano

A Viemar Automotive marcou presença na Automec apresentando a nova planta fabril e ampliando o portfólio de produtos. A casa nova, com capacidade instalada de mais de 10 milhões de peças/ano, pode ser visitada virtualmen-

te no estande da empresa na feira em uma experiência imersiva inédita, com visualização de todo o processo produtivo. Em paralelo à apresentação da nova planta, a Viemar Automotive anuncia para o mercado novidades para a linha

pesada e soluções para freios, com pinças e kits de reparo, dedicados à linha comercial leve. Com a expectativa de aumentar o volume de peças produzidas em mais de 25% em 2023, a Viemar Automotive vai apresentar este

ano mais de 100 lançamentos e, na feira, também mostrou novidades em soluções completas para os sistemas de direção e suspensão, com articulações axiais, pivôs de suspensão e terminais de direção.



Dayco entra no mercado brasileiro de direção e suspensão

Reconhecendo a mudança global de impulso da combustão interna tradicional para motores híbridos e elétricos, a Dayco, fornecedora de produtos de motores e sistemas de transmissão para as indústrias automotiva, industrial e de reposição com mais de 110 anos de história técnica, constantemente aprimora seu portfólio de produtos para refletir as necessidades de seus clientes de distribuição, varejistas e aplicadores.

Como resultado, a marca está lançando componentes de direção e suspensão equivalentes ao equipamento original (OE), que incluem pivô, braço axial e terminal de direção.

Um benefício para os aplicadores é que os itens auxiliares para fixação, como porcas e parafusos – que também precisam ser substituídos quando um componente é instalado – fazem parte dos componentes comercializados, o que facilita a vida

para técnicos e melhora a eficiência da oficina.

No que diz respeito à eficiência, a identificação precisa da peça de reposição correta é um pré-requisito vital para o lançamento bem-sucedido de qualquer nova linha de produtos. Todas as informações técnicas e de aplicação estarão disponíveis em todos os catálogos da marca, além do constante apoio do seu serviço de atendimento técnico através do telefone 0800 772

0033, ou WhatsApp 11 99385-1313. A fabricante informa que essa linha ainda terá grande expansão, mas os primeiros lançamentos poderão ser encontrados nos distribuidores da marca a partir de maio. Muito em breve, outras linhas de produtos que a empresa já trabalha fora do Brasil. A empresa recentemente fez um grande investimento no país, com a inauguração da fábrica na cidade de Indaiatuba, no interior de São Paulo.

Bosch troca fragmentação de portfólio por soluções em mobilidade

Uma unidade de negócios para contemplar todas as formas de geração de energia para o carro, seja flexfuel, diesel ou elétrico a bateria. Este é o conceito que a Bosch apresentou na Automec. Em resumo, a empresa tem total ciência de que cada vez mais o mercado irá solicitar uma solução completa em mobilidade, desde o nascimento da peça até a reparação do veículo na oficina. "A gente não fala mais de mercado de reposição. Nesse ponto, a Bosch está promovendo uma grande mudança estrutural: estamos trazendo todas as divisões de negócios para uma empresa chamada 'mobilidade'. No lugar de falarmos em Automotive Aftermarket, teremos a Mobility Aftermarket, buscando soluções integradas para o mercado de reposição em todas as possibilidades de mobilidade", explica Delfim Calixto, presidente regional da unidade de aftermarket automotivo da Bosch na América Latina. O executivo conta que essa transformação será finalizada no ano que vem.

Trata-se de um processo evolutivo em sintonia

com as macrotendências do setor automotivo como um todo – entre elas eletrificação da frota, conectividade veicular e direção autônoma. "Hoje os carros são smartphones sobre rodas, a digitalização é uma realidade que vai impactar todos os players e segmentos do mercado. E se os veículos estão conectados, a oficina também tem que estar conectada, precisamos trabalhar no mundo digital preparando toda a rede e a cadeia do setor para esse mundo conectado. Um ponto muito importante é a transformação digital que vem ocorrendo de modo muito rápido e isso é uma coisa que a Bosch mostra na feira. Como a cadeia de distribuição está se digitalizando e como precisamos achar solução para a oficina identificar, encontrar e comprar a peça, tratamos essa questão como um foco muito importante. Estamos num mundo volátil, com muitas oportunidades e desafios para o nosso negócio, temos crescimento populacional, os centros urbanos explodindo e, quanto mais carros rodando, mais oportunidades de negócios pra nós" finaliza Calixto.



TEM NOVIDADES NA MOTORS IMPORTS!

| Lançamento | Lançamento | Lançamento | Lançamento | Lançamento |
|---|---|---|--|--|
| | | | | |
| 34676 - JOGO JUNTAS VW AMAROK 3.0 16... | 35462 - DISCO FREIO DIANT. VOLVO XC40 2.0 17... | 35601 - VELA AQUECEDORA FIAT TORO 2.0 16... | 35609 - PISTÃO TOYOTA HILUX 2.8 16... STD C/ANEL | 35634 - PASTILHA FREIO TRAS. PORSCHE 911 3.0 17... |

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

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

Ganhadores do Prêmio Maiores e Melhores 2021

www.motorsimports.com.br



imagens meramente ilustrativas

**MAIOR
DISTRIBUIDOR
DE AUTOPEÇAS
PARA VEÍCULOS
IMPORTADOS**



DPTO. MARKETING MOTORS IMPORTS

ITAJAÍ-SC
(47) 3404-5885

SÃO JOSÉ-SC
(48) 3249-4000

CURITIBA-PR
(41) 3028-3333

PORTO ALEGRE-RS
(51) 3368-3300

SÃO PAULO-SP
(11) 3738-3738

CAMPINAS-SP
(19) 3772-3150

RIO DE JANEIRO-RJ
(21) 3037-1237



Tecfil anuncia papel sustentável inédito no mundo para filtros automotivos

A **Tecfil**, em parceria com a **Ahlstrom**, uma das líderes mundiais em soluções de fibras sustentáveis e inovadoras, anuncia um papel sustentável inédito no mundo para filtros automotivos. O produto, desenvolvido pela Ahlstrom em seu centro de tecnologia no Brasil, após anos de pesquisa sobre a substituição de materiais sintéticos por materiais recicláveis e/ou biodegradáveis, passa a ser usado pela Tecfil, que teve participação ativa nos testes e validação do papel nos filtros.

“Essa inovação torna a Tecfil a primeira empresa no mundo a adotar um papel sustentável como meio filtrante, que proporciona ainda ganhos de performance. Nossa expectativa é levar ao mercado uma nova linha de filtros com desempenho superior, e foco ainda maior na sustentabilidade e na proteção do meio ambiente”, conta Wagner Vieira, diretor Comercial da Tecfil.

A tecnologia será inicialmente utilizada nos filtros de óleo da Tecfil, que atendem a mais de 4.000 modelos

de veículos leves, pesados e motocicletas, e, posteriormente, nos filtros de ar.

O diferencial tecnológico do material está em seu apelo ecológico. Seu *Single Score* – indicador proposto pela pegada ecológica da Comissão Europeia que avalia o impacto ambiental geral de um produto –, é 16% menor, com destaque para a redução de 18% na emissão de CO₂ equivalente, graças a uma diminuição nas emissões de matérias-primas e transporte a montante.

André Pereira, diretor de Vendas, da Ahlstrom, explica que são inúmeros os benefícios que este novo papel apresenta em termos ambientais. “O produto traduz uma necessidade global de redução de poluentes, formaldeídos e CO₂, e agrega um impacto positivo em termos da camada de ozônio, radiação, emissão de particulados, toxicidade cancerígena, utilização de água, utilização de combustíveis fósseis, entre outros quesitos que têm efeitos sobre as alterações do clima”, diz André.

BorgWarner Anuncia Certificação para Produtos Remanufaturados

Chancela de qualidade foi obtida junto ao IQA

A BorgWarner reforçou na Automec o compromisso com a qualidade dos seus produtos apresentando o "Selo de Remanufatura Fabricante Original". A empresa acaba de receber essa certificação do Instituto de Qualidade Automotiva (IQA), com reconhecimento da Associação Brasileira da Indústria de Autopeças (Abipeças), para a sua linha de remanufatura de turbocompressores.

A partir de agora, o selo constará nas embalagens de todo turbocompressor original BorgWarner

remanufaturado por ela mesma. Além disso, outras linhas de remanufatura da empresa também estão recebendo essa importante certificação. Inicialmente, são os Injetor Diesel e Injetor Common Rail da marca Delphi.

"Globalmente, a BorgWarner já evitou o desperdício de 24.000 toneladas métricas de alumínio, aço e ferro fundido no meio ambiente com o processo de remanufatura", diz Guilherme Soares, Head de Aftermarket para Emissions, Thermal and Turbos no Brasil. "O 'Selo

de Remanufatura Fabricante Original' garante processos de remanufatura comprometidos com a sustentabilidade e a qualidade de um produto original".

Outra inovação da companhia na Automec foi o treinamento técnico da marca Delphi Technologies, voltado exclusivamente para pessoas com deficiência auditiva.



PORTFÓLIO completo



#vocêmaisconectado



Linha de direção e suspensão

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

acesse:

www.DPK.com.br



Semana de 24 a 28 de abril

Acompanhe o desempenho do varejo brasileiro de autopeças a partir dos resultados das pesquisas **MAPA** - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e **ONDA** - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços relativos ao período de 24 a 28 de abril. As pesquisas semanais medem o desempenho em tempo real dos negócios no setor e são realizados pelo do After.Lab, núcleo de pesquisas e inteligência de negócios para o mercado de reposição da Nhm – Novo Meio Hub de Mídia.

MAPA

A apuração revela que a trajetória das vendas vem mantendo indesejável sequência de quedas. No período em análise, a média nacional ponderada ficou em -3,98%.

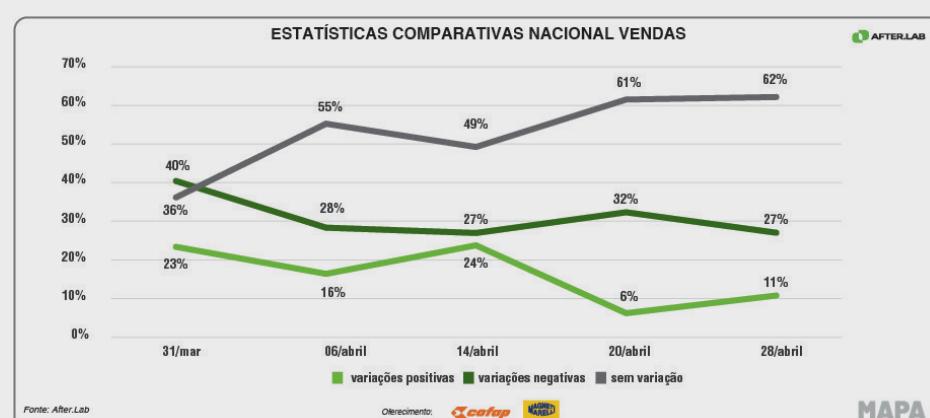
A movimentação das vendas em cada região do Brasil apontou os seguintes resultados: -5% no Norte; -6,33% no Nordeste; -2% no Centro-Oeste; -1,64% no Sudeste; e -8,33% no Sul.

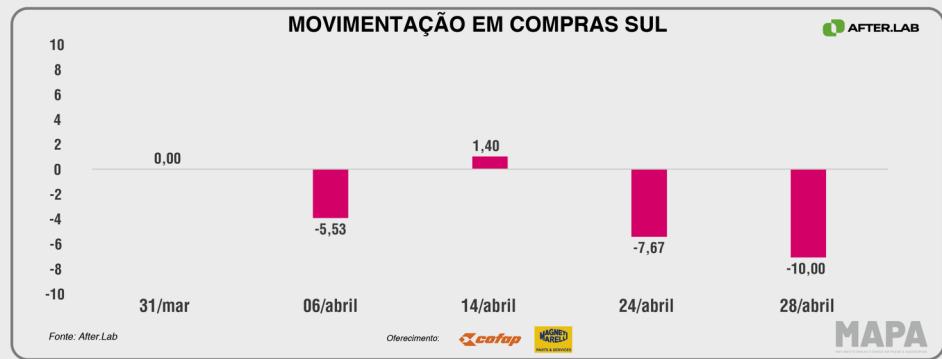
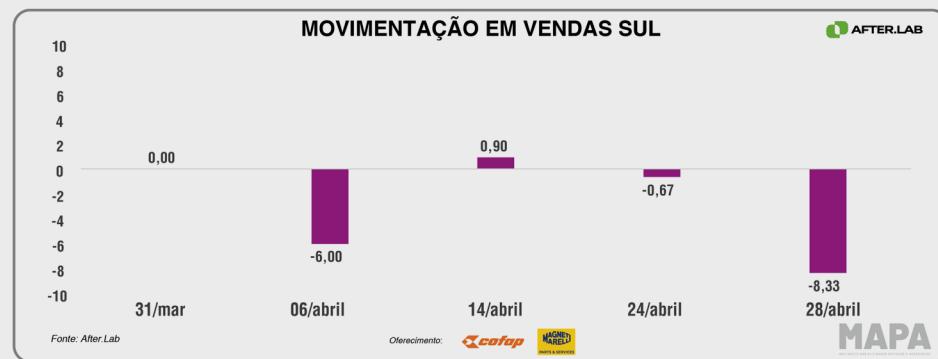
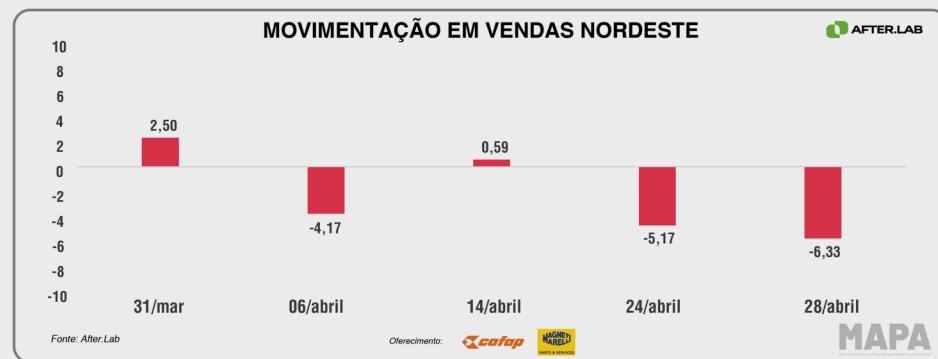
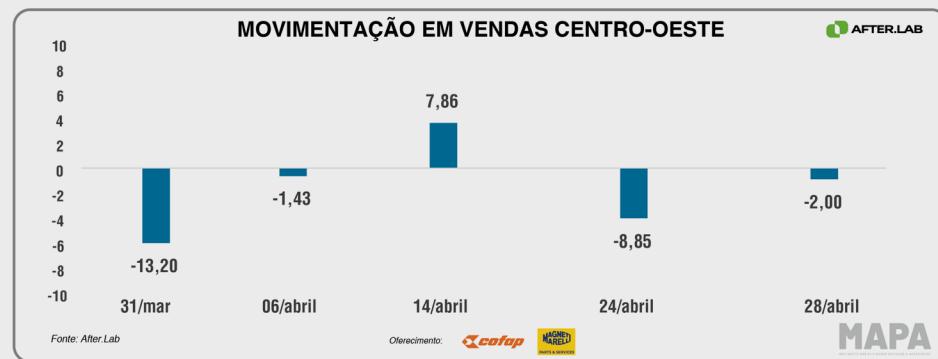
As estatísticas comparativas nacionais do MAPA mostram que as lojas que não apresentaram variação no volume de vendas em relação à semana anterior passaram de 61% para 62% dos entrevistados. Os varejos ouvidos pelo After.Lab que venderam mais subiram de 6% para 11% e 27%, ante 32% na semana anterior apontaram queda nas vendas.

O índice de compras vem repetindo a sequência negativa das vendas e encerrou a semana com média nacional ponderada de -4,26%.

Regionalmente, as compras variaram da seguinte maneira: -3% no Norte; -10% no Nordeste; 1,11% no Centro-Oeste; -1,07% no Sudeste; e -10% no Sul.

A estabilidade das compras em comparação à semana anterior subiu de 56% para 62% dos varejistas, enquanto que compraram mais 8% dos entrevistados, mesmo índice do período anterior. Já os varejos que compraram menos recuaram de 35% para 30% na semana.





ONDA

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

O índice apurado pelos profissionais do After.Lab no período revelou mais uma vez média nacional ponderada negativa para o abastecimento de autopeças no varejo, com índice de -5,07%.

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

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

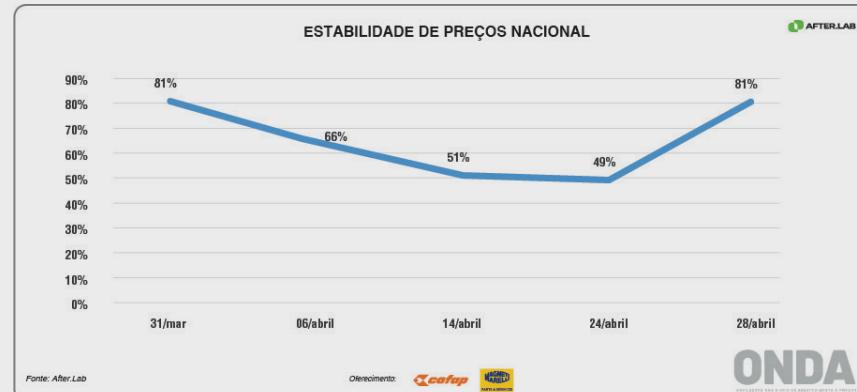
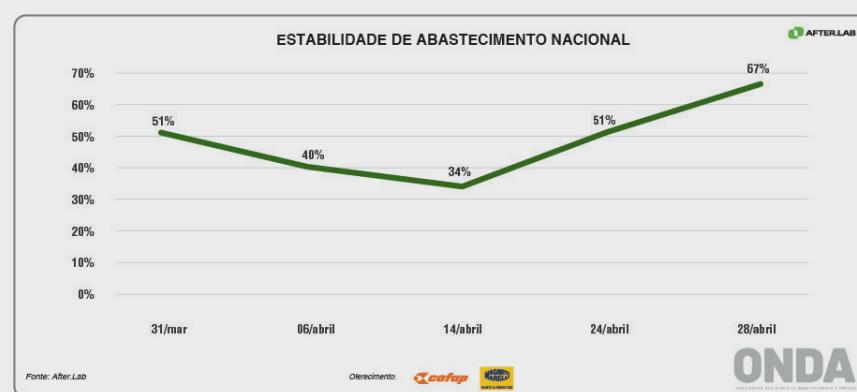
Já os preços ao varejo continuam mantendo trajetória inversa à do abastecimento, com percepção contínua de alta. O viés nacional no período foi de 3,84%.

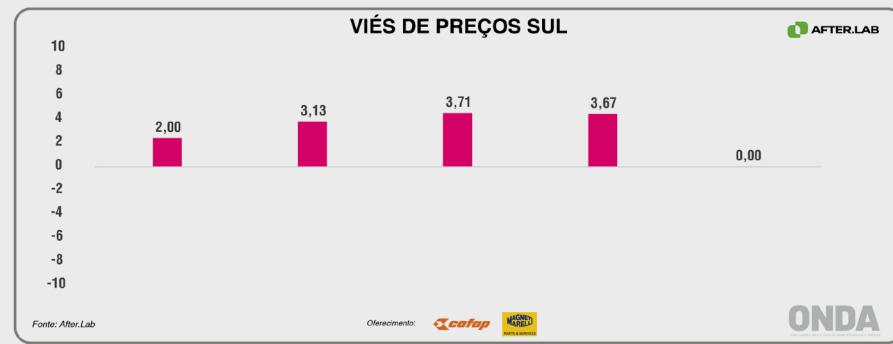
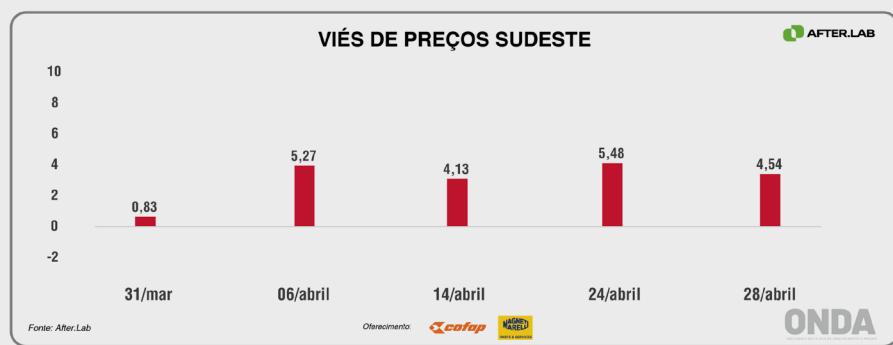
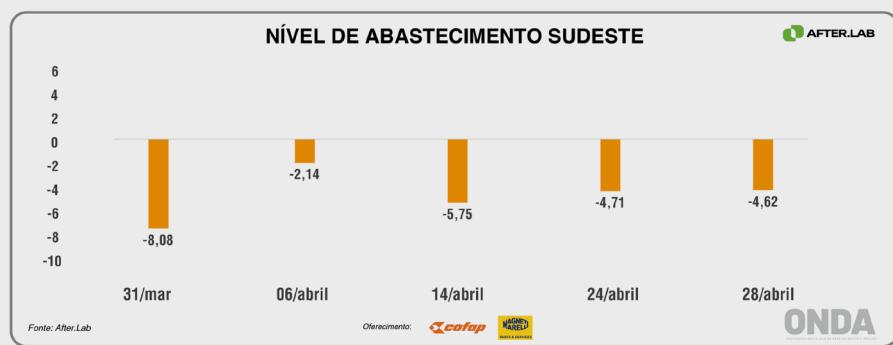
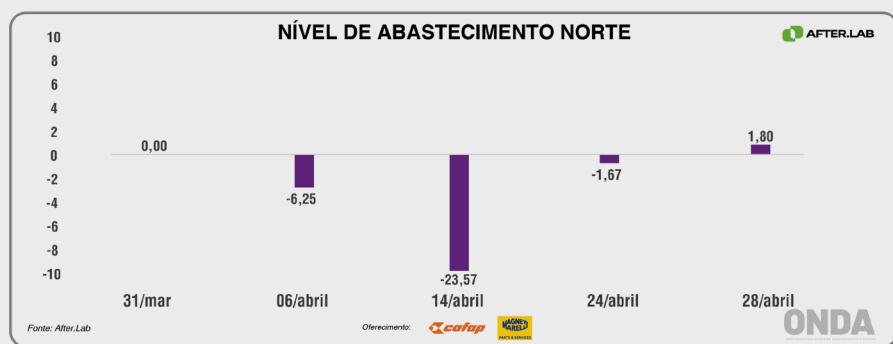
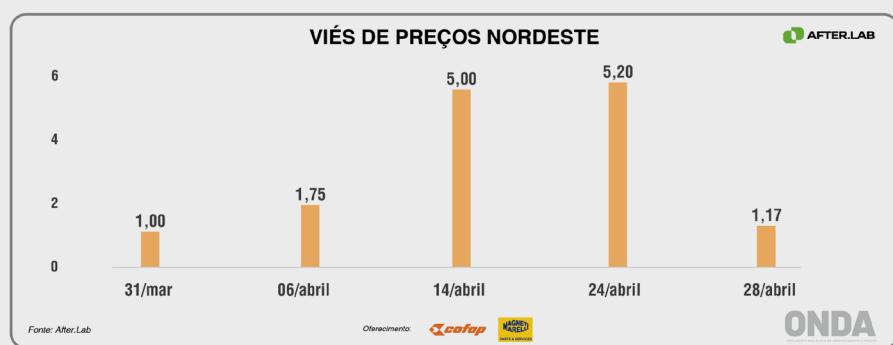
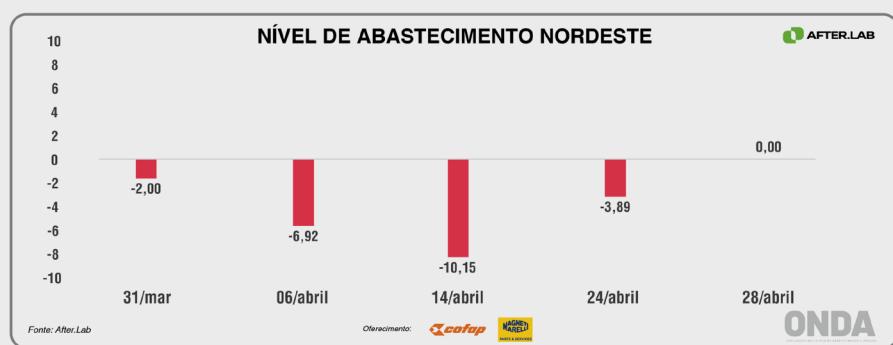
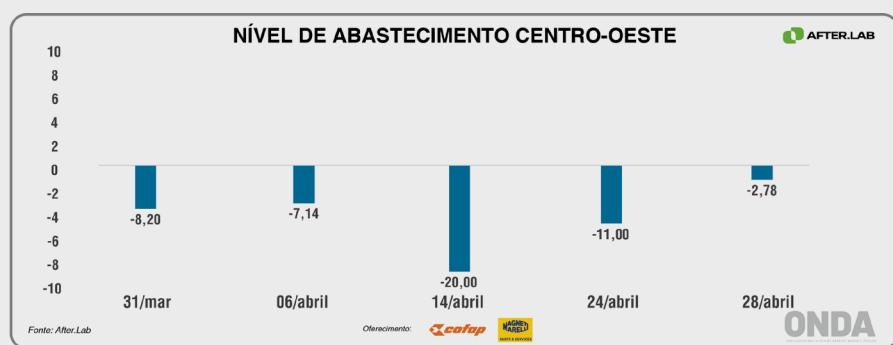
A evolução regional dos preços na semana foi a seguinte: variação zero no Norte; 1,75% no Nordeste; 3,93% no Centro-Oeste; 5,27% no Sudeste; e 3,13% no Sul.

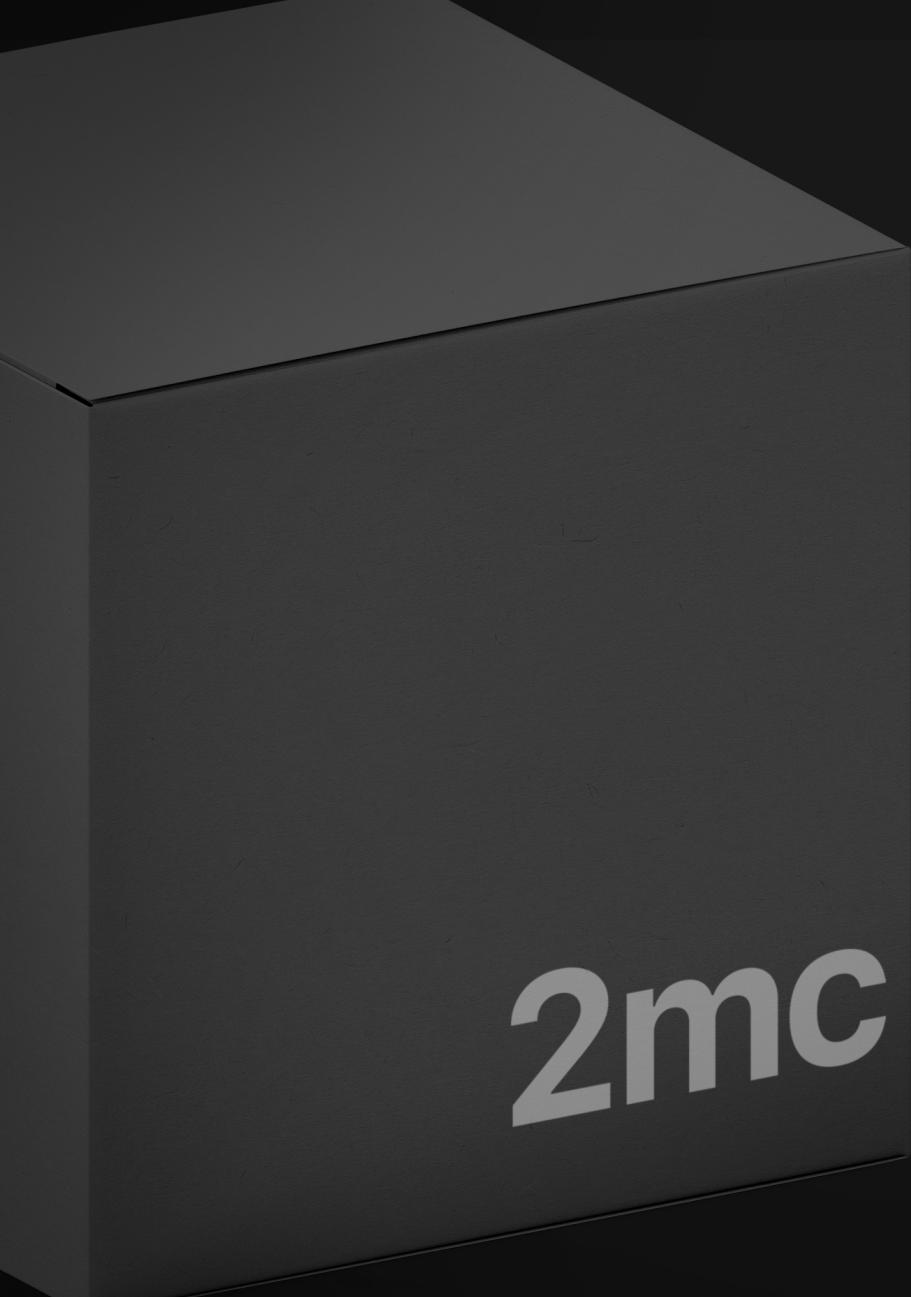
Os itens em geral lideram o ranking da alta de produtos com 64% das respostas, seguidos por componentes de motor, com 16%, e lubrificantes, com 12%.

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

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







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.

