



novovarejo

automotivo



RENOVAÇÃO DA FROTA

As vendas de carros 0 km estão retraídas há mais de três anos, impulsionando o mercado de usados. Como consequência, sobe a idade média dos veículos em circulação. Bom para o aftermarket automotivo?

No curto prazo sim, mas é preciso pensar no futuro.

Rolamentos Cardan

Confira o lançamento que preparamos para você! – Página 19



Acesse o site e confira
authomix.com.br

AUTHOMIX
Qualidade Original



LOJA ONLINE
COBRA
 CONEXÃO QUE
 MOVIMENTA
 SEU NEGÓCIO

Do nosso estoque
 para o seu.

@cobrarolamentos cobraolamentos.com.br

loja.cobrarolamentos.com.br



A reposição do seu
 estoque em poucos
 cliques e **na palma
 da sua mão.**

Conheça a loja online



- ✓ Rápido
- ✓ Fácil
- ✓ Seguro



Renovar é preciso

O assunto mais importante deste mês no setor automotivo foi o programa de incentivo à redução de preços dos veículos leves que custam até 120 mil reais. A ideia nasceu de uma queixa do presidente da República sobre a impossibilidade de aquisição de um carro 0km por parte da classe C e camadas mais populares da sociedade.

A realidade, hoje, é ainda mais dramática: com juros nas alturas e preços partindo dos 68 mil reais, até para a classe média a compra de um carro novo parece distante. E a escalada não para. De acordo com estudo da Jato Dynamics, o preço médio do 0km subiu 90% em cinco anos.

Em agosto de 2017, participamos em São Paulo do evento de apresentação à imprensa do Renault Kwid. Ele já nascia com a proposta de ser o carro mais barato do Brasil. E era. O preço? Partia de R\$ 29.990. É isso mesmo que você leu. Hoje, o valor de tabela do mesmo carro é R\$ 68.990, sem o desconto do programa do governo. São 130% de reajuste em menos de seis anos! Um absurdo, um escândalo, uma galhofa com o consumidor brasileiro. E, claro, esta barbárie não diz respeito apenas à marca francesa.

O cenário inevitavelmente é um convite a atitudes populistas. Assim como Itamar Franco ressuscitou o Fusca em 1993, Lula lançou o balão de ensaio do retorno dos carros populares ao mercado. Mais um exemplo de solução simples – e ineficaz – para problemas complexos.

O nível de exigência dos consumidores hoje, bem como a evolução tecnológica dos veículos, não permite mais a oferta de “pés de boi” no mercado. Ninguém abriria mão de uma direção assistida, vidros e travas elétricas e ar-condicionado para ter acesso a um carro 0km.

A solução encontrada, para desgosto do ministro da Fazenda, foi um programa capenga que concede R\$ 1,5 bilhão em créditos tributários para os fabricantes de veículos. Apenas R\$ 500 milhões foram destinados aos automóveis leves – incentivo que, segundo a Anfavea, acaba um mês após a implantação. Com essa ajudinha, os carros mais baratos do país – Fiat Mobi e o próprio Renault Kwid – passaram a custar R\$ 58.990. Um bom desconto, é verdade, de R\$ 10 mil. O governo e parte da imprensa chamam a iniciativa de Programa do Carro Popular. Das duas, uma: ou povo está sendo muito bem remunerado no Brasil ou assistimos a um escárnio. E sabe do que mais? Parte do incentivo virá da antecipação da reoneração do preço do diesel, combustível responsável pelo transporte da maior parte das riquezas do país.

Nesta edição, tratamos da importância da renovação de frota para o aftermarket automotivo. Mas sob uma abordagem de longo prazo e muito mais séria do que a cortina de fumaça do governo. A estagnação prolongada da venda de carros 0km é um problema contratado para os próximos anos no mercado de reposição. É preciso, sim, pensar na renovação da frota. Mas com estudos profundos, debates com a sociedade e o setor automotivo, seriedade e sem populismo.

www.novomeio.com.br

Publisher
Ricardo Carvalho Cruz
(rccruz@novomeio.com.br)
Diretor Geral
Claudio Milan
(claudio@novomeio.com.br)

Diretor Comercial e de Relações com o Mercado
Paulo Roberto de Oliveira
(paulo@novomeio.com.br)
Diretor de Criação
Gabriel Cruz
(gabriel.cruz@wpn.com.br)

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

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

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

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

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

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

Ano 30 - #398 15 de Junho 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
Alice Tuchapesch
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)

PORTFÓLIO COMPLETO DAS MELHORES MARCAS?



tá na
mão
tá na
pellegrino

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

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



Prefere comprar direto pela internet?

Tá na mão também.

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

Pellegrino
Conte com nossa gente.



Advogada Raquel Preto analisa as restrições impostas aos consumidores e reparadores pelas montadoras e atualiza o andamento do Right to Repair em diferentes mercados.

08

16

Aftermarket Automotivo vem se beneficiando do crescimento nas vendas de veículos usados nos últimos três anos, mas retomada do mercado de 0km é fundamental para garantir as demandas no futuro.

Inadimplência recorde preocupa varejistas. O problema é consequência de uma combinação explosiva entre demanda por crédito em ambiente de juros elevados e temos de calote por parte das empresas.

34



No programa Análise Aftermarket Automotivo, Ricardo Carvalho Cruz traz uma abordagem diferente sobre aplicação em bolsa de valores, como alternativa para gerar receita permanente no longo prazo.

40

14

Os comparativos do desempenho do varejo em vendas, compras, abastecimento e preços nos anos de 2021, 2022 e 2023 conforme apurado pelo estudo VIES, do After.Lab.

Adesão do consumidor a inovações exige novas posturas também nas empresas

Movimento disruptivo iniciado no setor automotivo vem de baixo para cima e torna cliente final protagonista a ser paparicado pelo mercado de reposição. Tema foi destaque há 100 edições

Há cinco anos, a proposta de conectar, via smartphone, proprietários de automóveis com pessoas que precisavam ir de um ponto a outro talvez não demonstrasse o real potencial de transformação do conceito. Hoje, no entanto, sabemos que o transporte por aplicativos não vai parar por aí. Muita gente já está fazendo contas e repensando a ideia de ter um carro próprio. Há 100 edições, a Uber completava exatamente cinco anos de atuação no Brasil com números robustos: o impacto promovido pela empresa na maneira como as pessoas se deslocam foi extraordinário. Basta dizer que eram, então, 2,6 bilhões de viagens realizadas no país, percorrendo 17 bilhões de quilômetros.

Outro dado interessante trazido por nossa reportagem vinha da Pesquisa Origem Destino, realizada pela Companhia do Metropolitano de São Paulo. Ao entrevistar nada menos que 156 mil pessoas nas 39 cidades que formam a Região Metropolitana de São Paulo,

o levantamento apurava um crescimento extraordinário das viagens de táxi: 414%. Mas havia um detalhe: os serviços acionados por aplicativos respondiam por nada menos que 79% do total dessas viagens. Portanto, ficava claro que não eram os táxis regulares que ganharam mais clientes.

Por trás dessa revolução está um personagem fundamental, mas nem sempre valorizado pelo mercado de reposição: o consumidor. A adesão da sociedade aos novos serviços de mobilidade foi e continuará sendo decisiva para apontar os rumos que o mercado automotivo deverá seguir nos próximos anos.

A reportagem demonstrava que um dos imperativos para a indústria suportar o período disruptivo era entender muito bem o consumidor, cada vez mais exigente, e proporcionar as melhores experiências a ele. Trabalhar com enorme quantidade de dados, nunca antes disponibilizada, para entregar soluções que atendam demandas reais.

1 ANO UNINDO FORÇAS E SOMANDO PROPÓSITOS

A MIDE Parts comemora o seu 1º ano no mercado, e também um ano de parceria RMP. Juntas, levamos para todo o Brasil, autopeças com confiança e excelência, desde a fabricação até a distribuição.

Para saber mais sobre os produtos MIDE Parts acesse:
www.loja.rmp.com.br
www.mideparts.com.br

Posicione a câmera do seu smartphone para acessar

Conheça nossas redes sociais
 @rmpdistribuidora
 RMP



Palestra de Raquel na Automec foi bastante esclarecedora e concorrida

Especialista atualiza cenário do Right to Repair no Brasil e no mundo

Para a advogada Raquel Preto, as restrições impostas aos consumidores e reparadores afrontam e desrespeitam diversos aspectos da legislação brasileira

O mercado de manutenção independente de veículos no Brasil é um dos mais importantes do mundo. De acordo com estudo da WebMotors, mais de 70% dos donos de automóveis no país preferem as 'oficinas particulares' às concessionárias oficiais das montadoras. Nosso aftermarket é o quarto maior do planeta. Esta característica do setor nacional, porém, pode ser impactada significativamente caso as montadoras sigam na direção de aproveitar o avanço da conectividade de seus carros para criar barreiras de diagnóstico e reparo por meio do armazenamento dos dados do veículo em ambientes próprios de nuvens. Para evitar a criação deste monopólio e o cerceamento dos direitos do consumidor sobre os produtos que adquiriu, cresce no mundo – e no Brasil – a mobilização em torno do movimento 'Right to Repair' (Direito de Reparar).

Trata-se da união de empresas e entidades de representação do mercado e do direito para criar leis e regras que obriguem os fabricantes de carros e produtos eletrônicos a garantir as condições para um reparo independente.

O tema foi um dos principais focos da Automec 2023 e reuniu dirigentes das entidades da reposição automotiva na elogiada e concorrida palestra da advogada especialista no tema, Raquel Preto. Na apresentação, a fundadora do escritório 'Preto Advogados'

trouxe as perspectivas internacional e os balizadores legais que poderão servir como trilha para que o aftermarket construa seus argumentos para chegar até o Congresso Nacional e a fim de, como fizeram países como Austrália e Estados Unidos, criar mecanismos que fortaleçam o princípio da livre concorrência e o direito à propriedade.

Na esteira da apresentação, conversamos agora com exclusividade com Raquel Preto.

Novo Varejo Automotivo - Quando o tema do direito ao reparo se tornou uma pauta relevante no cenário internacional? Quais foram as medidas da indústria que impulsionaram essa reação dos reparadores?

Raquel Preto - O movimento "Right to Repair" (Direito ao Reparo) se originou em Massachusetts, nos Estados Unidos, nos primeiros anos do século 21, mas é em meados de 2012 que ganha mais força e organização, vinculado ao movimento "Motor Vehicle Owners' Right to Repair Act", por meio do qual as montadoras de veículos foram pressionadas a passarem a fornecer às oficinas mecânicas independentes os mesmos manuais e informações de reparos que eram disponibilizados

às autorizadas. Desde então, o movimento se expandiu para outros países e também para outros setores econômicos em que consumidores ficam aprisionados em redes vinculadas aos fabricantes de produtos complexos, tão logo os consumidores começaram a perceber que seus direitos de uso e fruição dos bens adquiridos estavam ameaçados diante de inúmeras e diferentes restrições que vinham sendo criadas por parte dos fabricantes sobre o reparo dos seus produtos. Além do setor automotivo, outros setores também estão dentro deste contexto, como é o caso de smartphones, equipamentos de tecnologia, equipamentos agrícolas etc. Foi um movimento de aglutinação de consumidores em resposta às práticas de obsolescência programada e restrições impostas por fabricantes que dificultavam ou até impossibilitavam a reparação de produtos pelos próprios usuários ou por técnicos independentes, obrigando que o reparo fosse realizado apenas pelos fabricantes ou autorizadas.

NVA - Quais países já possuem legislação para combater os bloqueios à reparação independente?

RP - O Direito ao Reparo vem sendo crescentemente reconhecido e regulado normativamente em específico, ainda que de maneiras diferentes. Mas fato é que muitos países já aprovaram legislações específicas ou realizaram alterações em leis ou códigos vigentes, tais como o estado de Massachusetts, nos Estados Unidos, África do Sul, União Europeia, Alemanha, França, Itália, Espanha, Reino Unido e Austrália. Atualmente, a África do Sul, o estado de Massachusetts e a Austrália já possuem legislação vigente específica relativa ao setor automotivo, com o objetivo de combater as restrições à reparação independente. Outros países também já realizaram alterações diversas na legislação, ainda que não seja sobre o setor automotivo especificamente, mas são normas que estão relacionadas com o Direito ao Reparo, por tratarem de direito do consumidor, direito concorrencial e sustentabilidade.

NVA - A utilização de mecanismos que dificultam o reparo de um automóvel infringe a legislação brasileira em quais aspectos?

RP - As restrições impostas aos consumidores e reparadores afrontam e desrespeitam diversos aspectos da legislação brasileira, tais como: o Código de Defesa do Consumidor, o Código Civil, as leis de livre concorrência e as garantias constitucionais de cidadãos e cidadãos brasileiros. O Direito ao Reparo (Right to Repair) está diretamente ligado à superação da obsolescência programada e aos princípios da ordem econômica, tais como a defesa do meio ambiente e sustentabilidade, a livre concorrência e a defesa do consumidor, além do abuso de propriedade industrial.

NVA - Durante a Automec 2023, você comentou sobre a relação do Direito ao Reparo com a sustentabilidade. De que maneira as duas questões estão interligadas?

RP - O Direito ao Reparo e a sustentabilidade estão sem dúvidas diretamente relacionados. Isto porque, à medida que os fabricantes dificultam e burocratizam o reparo, desestimulam o aumento da vida útil dos produtos e tentam conter e mitigar a boa e saudável configuração do mercado, dos negócios de maneira mais racional, tranquila e com aproveitamento de bens e insumos, o que é a base do próprio conceito de economia circular. Lembrando que o conceito de "economia cir-



Advogada diz que restrições impostas aos consumidores e reparadores desrespeitam diversos aspectos da legislação brasileira

cular" pressupõe um desenvolvimento econômico vinculado a um melhor uso de recursos naturais, por meio de novos modelos de negócios e da otimização nos processos de fabricação com menor dependência de matéria-prima virgem, e sempre priorizando insumos mais duráveis, recicláveis e renováveis. O direito ao reparo é um mecanismo apto a driblar a obsolescência programada, que é uma ferramenta estratégica utilizada pelos fornecedores a fim de, propositalmente, tornar um produto obsoleto, com a finalidade de forçar o consumidor a adquirir um novo produto. É, portanto, a resposta para a busca de um equilíbrio ambiental e mais sustentável.

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

DASA / Distribuidora
Automotiva

Sama
Autopeças

Laguna
Autopeças

MatriX

NVA - Temos alguma pauta no Congresso que busque solucionar esse impasse do Direito ao Reparo? Em que estágio ela está?

RP - Atualmente existem alguns projetos que pretendem tratar do assunto, mas são mais restritos, ainda que tenham foco em temas que mereçam uma atenção maior, como por exemplo o prazo para manutenção de peças de reposição quando um produto para de ser fabricado, e outro que impõe aos fabricantes que forneçam manuais de reparo aos reparadores independentes. Mas o Brasil ainda não tem uma lei única e tratando especificamente desse tema. Então, existem apenas alguns projetos bastante restritos que buscam solucionar esses impasses mais específicos, mas não há uma única proposta para solucionar todas as questões envolvendo o Direito ao Reparo.

NVA - Como você tem visto a força de lobby das montadoras incidir sobre os legisladores de diferentes países a fim de evitar a aprovação de projetos que instituem o Direito ao Reparo?

RP - Ainda que haja força por parte do lobby que montadoras possam fazer em diferentes países, especialmente no contexto de Estados Unidos, onde essa é uma tradição forte para um segmento de relevo por lá, nos países europeus isso já não tem o mesmo contexto. Fato é que o eventual lobby de montadoras não tem conseguido brechar totalmente a proteção aos direitos de seus clientes e não conseguirá conter a força do pensamento e das convicções de milhões e milhões de consumidores que vão se unindo ao redor da ideia de que grandes fabricantes não podem restringir os direitos dos consumidores adquirentes de boa-fé de seus produtos. Evidentemente eles têm tido alguma eficiência em retardar a velocidade das transformações e da produção de leis e normas, mas a percepção é de que isso está mudando, até mesmo por conta das milhares de disputas judiciais envolvendo fabricantes dos mais diversos segmentos e milhões de consumidores, que têm revelado o abuso de poder econômico, entre outras coisas. Veja-se também que na Europa existe uma grande preocupação governamental com a questão ambiental e busca de uma economia mais circular, por isso ali tem surgido com um pouco mais de velocidade alguma legislação nesse sentido, de caráter genérico.

NVA - Como ocorreu sua aproximação com as entidades representantes do aftermarket automotivo? Vocês estão desenvolvendo um trabalho recorrente?

RP - Nosso escritório existe e atua há 30 anos em questões empresariais complexas, assessorando empresas e entidades representativas de setores econômicos e é reconhecido por ser capaz de conceber estratégias de movimentação diferenciadas e soluções jurídicas diversas para problemas complexos, bem como por ganhar causas relevantes e de impacto e também por atuar com bastante eficiência junto ao Legislativo e Executivo, fazendo também advocacy técnico-jurídico em favor de transformações legislativas e regulatórias. Por isso, entidades do aftermarket automotivo nos procuraram há alguns anos para que fizéssemos análise de cenários variados, bem como para que pudéssemos assessorá-las nessas transformações das relações entre fabricantes e fornecedores, bem como pudéssemos estabelecer ações concretas em nosso país diante da evolução desse cenário, assim como para que pudéssemos acompanhar o movimento que já existe e está se consolidando no mundo e que também surge crescentemente forte no Brasil, orientando as melhores escolhas para todos os envolvidos. Nesse momento, por exemplo, estamos colaborando com a propagação das melhores informações técnicas e históricas sobre o Right to Repair, analisando os embates entre consumidores e fabricantes no Brasil e colaborando para a conscientização dos consumidores sobre seus direitos.

NVA - Como o aftermarket automotivo brasileiro está se articulando para conseguir que medidas práticas em torno do Direito ao Reparo sejam tomadas pelo Congresso Nacional? Existe uma previsão de quando o tema chegará a uma comissão especial, por exemplo?

RP - O aftermarket está formando alianças importantes entre as maiores organizações e instituições que envolvem o setor e tem feito interlocução com outros segmentos econômicos, inclusive, sempre com o objetivo de mais e melhor esclarecer a todos sobre o direito de reparar. Isso tudo com a proposta de congregar interesses para que o direito ao reparo seja completamente compreendido, absorvido e amplamente respeitado no Brasil. E, claro, acompanhando crítica e responsavelmente toda e qualquer evolução que surja no Legislativo brasileiro sobre o tema, bem como no Executivo, prontos a intervir apresentando propostas de regulação que sejam modernas, racionais, equilibradas e absolutamente respeitadas com a cidadania brasileira e os seus direitos de consumidor e também com o efetivo respeito ao melhor para o meio ambiente, para as relações de emprego e uma concorrência em mercado racional e equilibrada.

Anuncie

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

comercial@novomeio.com.br

Tecnologia Alemã. Produto Original.

Alternadores e
Motores de Partida
para linha leve?
A #SEGtem!



Baixe nosso catálogo e consulte também aplicações para a linha pesada e fora de estrada.



Confira a campanha #SEGtem completa!

 blog.seg-automotive.com.br

VIES - Variações nos Índices e Estatísticas

Maio de 2021, 2022 e 2023

A nova edição da pesquisa **VIES** – Variação nos Índices e Estatísticas, produzida a partir dos dados apurados pelos estudos semanais **MAPA** - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e **ONDA** - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços realizados pelo After.Lab, a empresa de inteligência de mercado com foco no Aftermarket Automotivo, traz o comparativo do desempenho das lojas de autopeças entre os meses de maio dos anos de 2021, 2022 e 2023.

Os gráficos revelam que em relação ao ano passado, apenas a variação nos índices de vendas teve piora. Os demais indicadores foram favoráveis, sempre considerando a penas os índices absolutos. Na pesquisa **MAPA**, os gráficos abaixo mostram que a média nacional das vendas continuou negativa no mês: -1,71%. Na comparação com maio de 2022 houve melhora, pois ano passado a queda registrada havia sido de -1,65%.

A reposição dos estoques seguiu as vendas quase na mesma proporção: -1,87%. Apesar do resultado negativo, ainda houve gan-

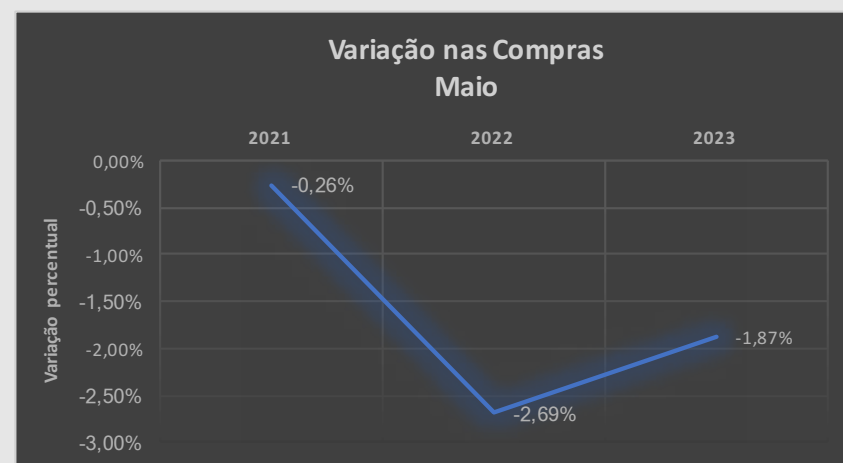
ho na comparação com as compras registradas em 2022: -2,69%. No que se refere aos dados apurados pela pesquisa **ONDA**, o abastecimento do varejo manteve a longa trajetória de queda em maio de 2023: -5,15%. Apesar do resultado negativo, ainda houve ganho na comparação com a variação registrada ano passado, que apresentou quebra de -13,9%.

Finalmente, o histórico de alta nos preços foi mantido, com expansão média de 3,8%. Assim como quase todos os indicadores do estudo **VIES** de maio, houve ganhos na comparação com 2022, quando o a percepção de alta entre os varejistas de autopeças de todo o Brasil ficou na média de 5,12%.

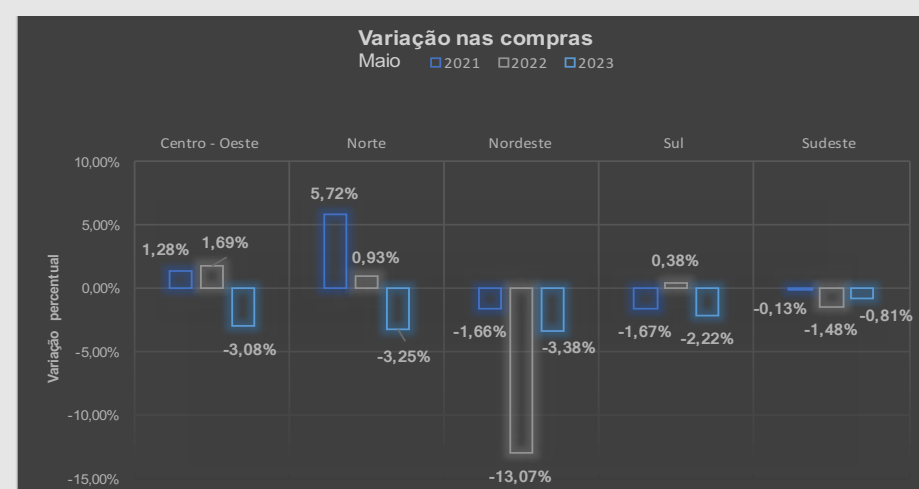
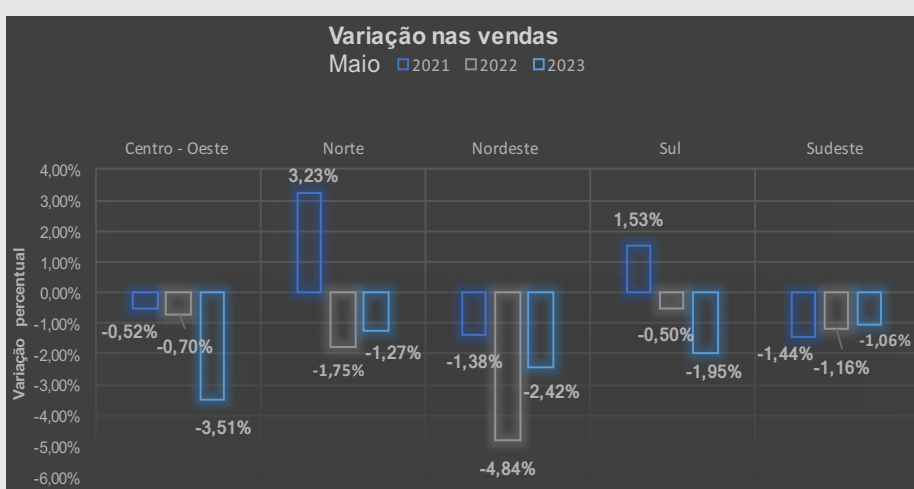
Acompanhe nos gráficos também os resultados regionais das vendas, compras, abastecimento e preços e compare o desempenho das lojas de autopeças em 2021, 2022 e 2023 nos meses de maio. E, semanalmente nas plataformas digitais do Novo Varejo Automotivo, todos os resultados atualizados das pesquisas **MAPA** e **ONDA**.

MAPA

NACIONAL

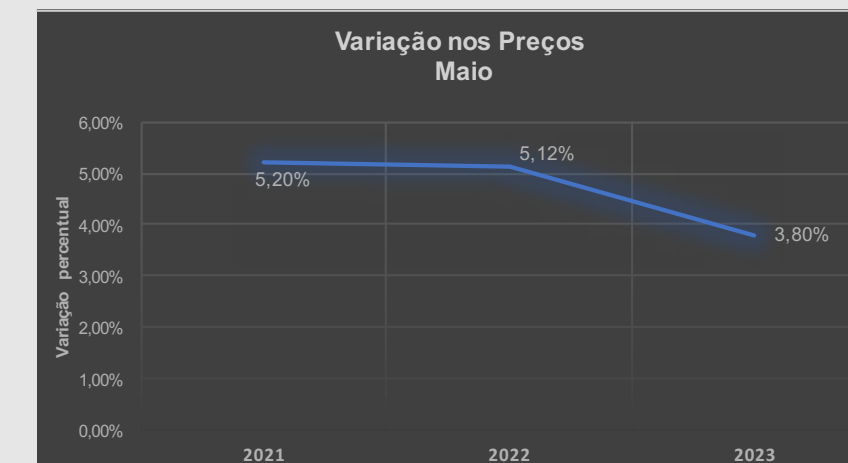


REGIONAL

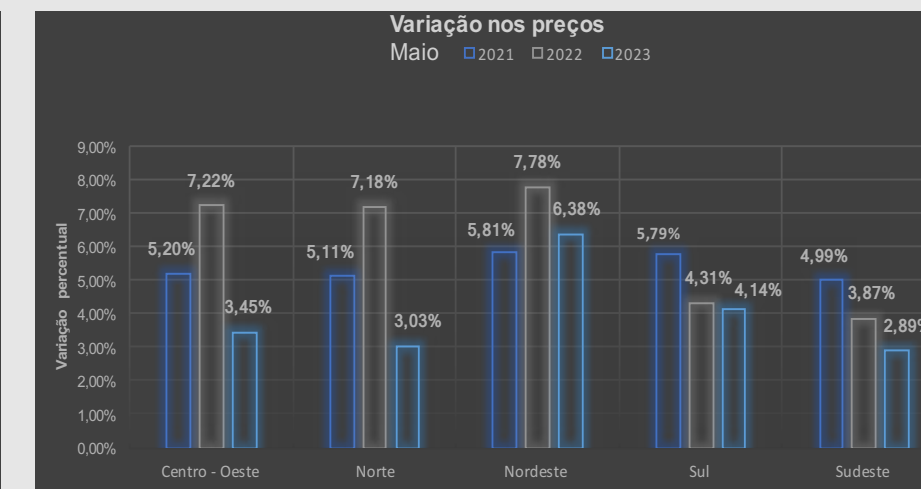
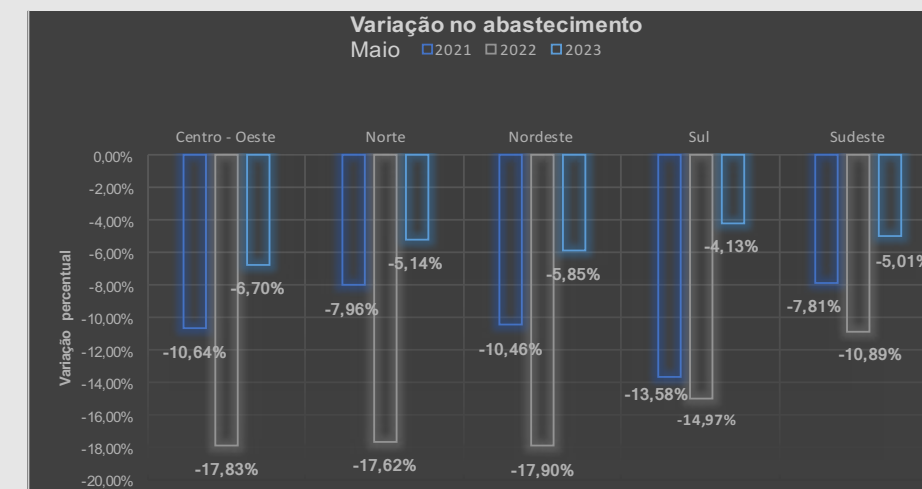


ONDA

NACIONAL



REGIONAL



Semicondutores: o que são essas pequenas peças que estão causando estragos na indústria automobilística

A falta desses componentes vem comprometendo a produção global de veículos



#vocêmaisconectado

Quando a Organização Mundial de Saúde - OMS decretou pandemia global, por conta da COVID-19, em março de 2020, o mundo todo parou e uma das indústrias mais afetadas foi (e está sendo até os dias de hoje) a automobilística. O resultado foi uma redução significativa na oferta desses componentes para os todos os segmentos, o que resultou na queda da produção industrial em países de todo o mundo.

Com a retomada gradual das atividades industriais, os semicondutores foram direcionados, principalmente para empresas de computadores, smartphones e sistemas de comunicação. O setor automotivo consome 11% de todos os semicondutores produzidos no mundo e um estudo encomendado pela Associação da Indústria Automotiva da Alemanha - VDA, divulgado em fevereiro deste ano, mostrou que a falta desses componentes pode resultar em uma queda global de 20% na produção até o ano de 2026, o que corresponde a cerca de 18 milhões de veículos.

Os semicondutores começaram a ser inseridos na indústria automobilística na década de 1960, mas sua utilização estava relacionada a aplicações limitadas, como a ignição eletrônica, por exemplo. Nos anos seguintes, houve um aumento no uso desses componentes nos veículos automotores, graças aos avanços tecnológicos e à demanda por

recursos eletrônicos mais sofisticados presentes nos carros. Foi a partir da década de 1980, que os semicondutores passaram a ser amplamente utilizados, em sistemas de controle do motor, freios com antibloqueio (ABS), injeção eletrônica de combustível e controle de tração. Esses sistemas dependem de circuitos eletrônicos para processar informações e tomar decisões em tempo real, para melhorar a eficiência, o desempenho e a segurança dos veículos.

Nos últimos anos, com o avanço da tecnologia automotiva, o uso de semicondutores se tornou ainda mais essencial, pois os modelos atuais estão equipados com uma variedade de recursos eletrônicos avançados, como sistemas de entretenimento e navegação, assistência ao motorista, sensores de estacionamento, câmeras de visão traseira, sistemas de comunicação e conectividade, entre outros. Todos esses recursos dependem de semicondutores para seu funcionamento adequado.

Vale ressaltar também que, com o desenvolvimento de veículos elétricos e autônomos, os semicondutores são ainda mais, de extrema necessidade na indústria automobilística. Os sistemas de propulsão elétrica, de gerenciamento de bateria, de assistência ao motorista e de percepção e tomada de decisão autônomos são exemplos de funcionalidades nas quais os

semicondutores são amplamente utilizados.

As montadoras brasileiras vêm reduzindo a produção de veículos e, em alguns casos, até mesmo paralisando temporariamente suas operações, devido à falta desses componentes eletrônicos. Isso resulta em atrasos nas entregas de veículos novos e também em um impacto significativo na cadeia de fornecimento de autopeças. A dependência do Brasil em relação à importação de semicondutores também contribui para a situação, pois o país não possui uma produção significativa de semicondutores, dependendo de fornecedores estrangeiros, principalmente de países asiáticos.

O governo brasileiro tem buscado medidas para mitigar os impactos da escassez de semicondutores na indústria automobilística, com incentivos fiscais e programas de estímulo à produção local de semicondutores, mas a construção de uma indústria nacional de semicondutores leva tempo e requer investimentos significativos em infraestrutura e pesquisa.

Para o Antonio Marcos Pereira, gerente de produtos da DPK, toda a cadeia envolvida na indústria automobilística vem sofrendo com a escassez dos semicondutores e está sendo obrigada a se reinventar. "A falta dos componentes afetou não apenas as montadoras, mas todos os envolvidos

no processo. O mercado se viu na obrigação de se reinventar, pois os semicondutores, na atualidade, são responsáveis pelo bom funcionamento de quase todos os recursos oferecidos pelos veículos. O mercado brasileiro é muito dependente de componentes que são produzidos em outros países, por isso, temos que pensar no incentivo às empresas locais, para diminuirmos essa dependência, mas é claro que essa é uma solução a médio e longo prazo", afirmou Pereira.

Sobre a DPK

Especializada na distribuição automotiva no Brasil, a DPK está no mercado desde 1987, contando com quinze filiais pelo país com um sistema avançado de distribuição de produtos. Com sua matriz em Campinas e sempre atenta a modernização do mercado e a exigência do cliente por serviços e atendimentos mais dinâmicos, a DPK criou o KDaPeça, um catálogo eletrônico completo e simples de utilizar, através do qual é possível realizar compras online, verificar o estoque, fazer orçamentos personalizados e comparativos entre os produtos, 24 horas por dia. www.dpk.com.br



Aftermarket mostra apoio à renovação da frota de veículos leves

Menor frequência de manutenção dos 'velhinhos' e curva de demanda de longo prazo são razões citadas por dirigentes do setor

No início deste mês de junho, o Governo Federal anunciou a Medida Provisória que busca incentivar uma espécie de retorno da atratividade dos chamados 'carros populares' ao oferecer subsídios às montadoras com o intuito de reduzir o preço dos veículos com preços de até R\$ 120 mil. Com a iniciativa, os carros mais em conta do país – Renault Kwid e Fiat Mobi – passaram a custar R\$ 58.990. Embora, segundo o vice-presidente da República e ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, Geraldo

Alckmin, o programa seja considerado uma medida transitória – inicialmente restrito ao incentivo de R\$ 500 milhões para carros de passeio, volume que, de acordo com a Anfavea, dura só um mês – ele representa uma movimentação concreta na direção de renovar a frota nacional ao aquecer a venda dos 0km. Vale destacar que a medida é, entre outros fatores, fruto de um pedido das montadoras à cúpula do novo governo e chega em um momento de longa estiagem na comercialização de carros novos, que começou na pandemia e parece não ter prazo para terminar.

Segundo a Fenabrave (Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores), as vendas de veículos novos tiveram desempenho 26,56% menor durante o primeiro quadrimestre de 2023 do que o registrado nos quatro primeiros meses de 2019 – período anterior à chegada da pandemia da covid-19. Tal cenário tem provocado um efeito inversamente proporcional na venda de usados e seminovos que, com altas consecutivas ao longo do ano, atingiram a marca expressiva de 1.274.333 automóveis comercializados no mês de maio, número que superou em 22,6% o total atingido em abril. Em posicionamento oficial após o anúncio do programa de incentivo do Governo Federal, a Fenauto (Federação dos Revendedores de Veículos Usados) afirmou que ainda é cedo para projetar uma mudança significativa no atual cenário, sobretudo

por ser algo que considera 'tão pequeno' e com uma data de validade tão curta. *"Em um primeiro instante eles podem se tornar um concorrente do carro usado, mas depois o mercado se estabiliza tranquilamente como sempre faz"*, destacou a entidade em posicionamento oficial. Em meio à esperança por dias mais aquecidos das montadoras e ao ceticismo daqueles que vivem da venda de carros usados, está o aftermarket automotivo. E como os diferentes elos da cadeia de negócios do mercado de reposição devem se sentir diante desta tentativa do governo de impulsionar uma retomada nas vendas dos carros 0km, dado o senso comum que aponta para a ideia de que 'quanto mais carros usados, mais demanda'? Na opinião de dois dos principais dirigentes do setor, o sentimento deve ser de positividade e apoio.

Modelos e marcas no programa de incentivo



Renault Kwid e Fiat Mobi são os mais baratos do Brasil, custando quase 59 mil reais. Preço popular?

No último dia 14 de junho, o MDIC divulgou as montadoras que aderiram ao programa que oferece preços com descontos para 'carros populares' até o fim do mês. No total, fazem parte da ação 11 marcas e 34 modelos (em 232 versões diferentes). Conheça os participantes:

 Renault Kwid, Sandero Stepway, Logan, Duster, Oroch.	 Volkswagen Gol, Polo, Virtus, T-Cross, Saveiro.	 Toyota Yaris e Yaris sedã	 Hyundai HB20 e HB20S	 Nissan Kicks
 Honda City sedã	 GM/Chevrolet Onix, Onix Plus, Spin, Montana, Tracker	 Fiat Mobi, Argo, Cronos, Strada, Pulse, Fiorino, Fastback	 Jeep Renegade	 Peugeot 208, 2008, Partner Rapid
 Citroën C3 e C4 Cactus	A lista divulgada pelo governo é dinâmica, de modo que os participantes podem retirar ou incluir outros modelos por meio de comunicado ao Ministério.			

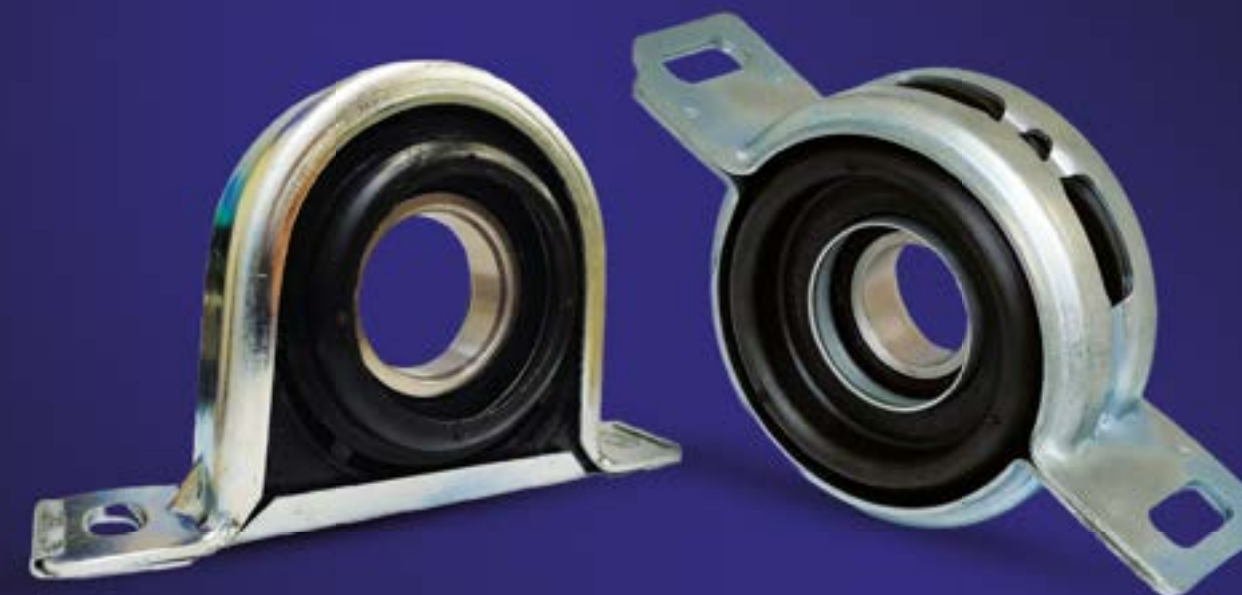
AUTHOMIX

Qualidade Original



Rolamentos Cardan

Olha o que a AuthoMix tem de novo para você.



Os Rolamentos Cardan possuem borrachas com muito mais elasticidade e maciez, que absorvem mais as vibrações, proporcionam maior conforto ao dirigir e oferecem maior durabilidade do Eixo Cardan.

Um mix de soluções para o seu negócio.



Accesse o site e confira authomix.com.br





Vendas de novos empacadas resulta em envelhecimento exagerado da frota, que não faz bem ao mercado de manutenção

Nem tanto ao céu, nem tanto ao mar: aftermarket se beneficia do equilíbrio

De 2014 para cá, a frota brasileira tem invariavelmente envelhecido a cada ano que passa e, atualmente, está na casa dos 10 anos e 9 meses, segundo dados do último relatório divulgado pelo Sindipeças (Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores).

O cenário de envelhecimento progressivo se revela não apenas no 'olhar para trás', mas também quando lançamos um olhar para a tendência de que nossas vias assistirão à circulação de carros ainda mais velhos nos próximos anos.

Conforme números divulgados pela Fenabrave, as vendas dos usados com até dez anos (seminovos e 'jovens' usados) caíram 12,7% no último quadriênio, enquanto que, no mesmo período, a comercialização dos chamados velhinhos (acima dos 10 anos desde a fabricação) cresceu 12,7%.

Para o presidente do Sindirepa-SP (Sindicato da Indústria de Reparação de Veículos e Acessórios do Estado de São Paulo), Antonio Fiola, a ideia de que uma frota envelhecida gera demandas para o aftermarket devido aos problemas decorrentes do longo tempo de uso não está totalmente errada. No entanto, quando tratamos especificamente dos 'velhinhos', existem fatores que acabam jogando contra o mercado.

Fiola alerta para a redução do ticket médio na manutenção de carros mais velhos e Ranieri aponta redução de serviços no futuro



"O problema dos veículos com mais de 10 anos é o bolso do consumidor que, muitas vezes, não pode arcar com o custo da manutenção. O ticket é mais baixo geralmente porque o dono só faz o necessário e o mais emergencial. Além disso, os carros mais novos acabam, em geral, rodando mais que aqueles com mais idade, o que é um fator importante para gerar demanda de serviço", analisa o dirigente. Outro a questionar a sustentabilidade do aquecimento da demanda do aftermarket calcada no envelhecimento da frota é o presidente do Sincopeças Brasil (Sindicato Comércio Varejista Peças Acessórios para Veículos), Ranieri Leitão.

O dirigente, porém, aborda a questão por uma visão de longo prazo ao dizer que o aquecimento de agora irá resultar na escassez de amanhã. "Eu não posso questionar quem pensa assim (quanto mais usados nas ruas, melhor), pois isso, em um primeiro momento, realmente gera um volume maior na reparação automotiva e no varejo de autopeças. Agora, não é uma coisa interessante porque se cria um hiato lá na frente. Se você fabrica menos veículos e vende menos veículos, você diminui a possibilidade de no futuro consertar também", analisa Leitão.



DISAPE E MIDE PARTS, UM ANO DE PARCERIA E CONQUISTAS

A MIDE Parts chegou há um ano no mercado e desde o início, nós da Disape, estivemos juntos, como uma das distribuidoras exclusivas. Assim, trabalhamos em conjunto, levando para todo o Brasil autopeças com qualidade superior.



Para saber mais sobre os produtos MIDE Parts acesse:
www.loja.disape.com.br
www.mideparts.com.br

» Posicione a câmera do seu smartphone para acessar



» **Disape** MIDE PARTS

Conheça nossas redes sociais

Instagram @disapedistribuidora

Facebook Disape Autopeças



Renovação da frota sim. Inspeção veicular também

Ao apontarem os problemas advindos de um envelhecimento desenfreado da frota brasileira para os diferentes elos da reposição automotiva, Antonio Fiola e Ranieri Leitão se posicionam a favor da criação de iniciativas voltadas a diminuir a idade média dos automóveis de passeio no país. Sem se aterem exclusivamente à Medida Provisória anunciada pelo Governo no início deste mês de junho, eles afirmam que um programa consistente seria bem-vindo tanto sob o ponto de vista da reposição quanto no que diz respeito à atividade econômica e ao meio ambiente.

Para ambos, no entanto, tão ou mais importante do que a diminuição da idade média dos carros seria o retorno da inspeção técnica veicular, velha conhecida do mercado e que já há muito tempo tem sido uma das principais bandeiras do aftermarket na defesa de ruas e estradas mais seguras e sustentáveis.

“Quanto mais novo o veículo mais vezes faz a revisão, muito por conta da diferença de poder aquisitivo dos proprietários. O que poderia mudar essa situação e que já pudemos conferir com a inspeção veicular ambiental que vigorou na cidade de São Paulo e trouxe muitos benefícios para a qualidade do ar seria a obrigatorie-

dade da inspeção veicular de uma forma mais ampla que também pudesse incluir itens de segurança”, aponta Fiola, clamando por uma mobilização do setor neste sentido. *“É preciso sensibilizar as autoridades que veículos em boas condições de uso ajudam na prevenção de acidentes”.*

Na mesma linha do colega, Ranieri Leitão contesta as análises que apontam para a idade dos carros como o único fator de julgamento quanto à sua capacidade de estar nas ruas. Segundo ele, quem atua no setor sabe que há muitos veículos com 15 anos de circulação em perfeito estado, enquanto que carros com até 8 anos muitas vezes se encontram em condições deprimentes. Sendo assim, a inspeção técnica veicular seria ferramenta indispensável para a construção de um programa consciente de renovação da frota à medida que seriam retirados das ruas os automóveis que já não tivessem mais condições de circular com segurança e responsabilidade.

“Eu sou a favor, sim, que a gente tenha um programa consistente de renovação da frota, mas que a renovação ocorra com responsabilidade da frota que precisa ser renovada”, conclui o presidente do Sincop Peças Brasil.

Inspeção veicular foi destaque na Automec 2023

A última edição da Automec, realizada em abril, teve como um de seus pontos altos a sinalização de compromisso do Secretário Nacional de Trânsito, Adrualdo Catão, em endereçar o tema da inspeção veicular nos próximos meses.

Na ocasião, o executivo afirmou que colaborar com a agenda de modernização e sustentabilidade do aftermarket é um dos compromissos do Governo Federal e garantiu 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 prometeu não fugir da inspeção e colocar o assunto em pauta



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



mais de **1 milhão** de visualizações

(entre maio de 2022 e maio de 2023)

DADOS DOS ÚLTIMOS 90 DIAS

 **309 mil**
visualizações

 **273,9 mil**
espectadores únicos

 **16,2 mil**
horas de exibição

 **107,9 mil**
impressões



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**.

AUTHOMIX

[11] 3155-7540 Roles Autopeças roles.com.br

JUNTOS FAZEMOS MELHOR



Vendas de carros usados mantêm curva de crescimento em maio

O mercado de veículos usados segue forte no Brasil em 2023, contribuindo para o bom movimento nas oficinas mecânicas. O total de veículos leves comercializados subiu 22,67% na comparação com abril e 9,84% em relação a maio do ano passado. Os números foram divulgados pela Fenabrave, a Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores. Considerando todas as categorias de veículos (veja tabelas

a seguir), o total de usados comercializados no mês passado foi de 1.272.183 de unidades, 22,61% a mais do que em abril. O volume acumulado de carros de passeio vendidos em 2023 já passa dos 3,5 milhões, com crescimento de 6,56% sobre os cinco primeiros meses do ano passado. Para cada carro zero quilômetro vendido hoje no Brasil, outros seis usados trocam de dono.

Resumo Mensal Maio de 2023

Segmentos	2023			2022		Variação		
	Mai (A)	Abr (B)	Acumulado (C)	Mai (D)	Acumulado (E)	(A)/(B)	(A)/(D)	(C)/(E)
A) Autos	791.648	645.326	3.544.323	720.757	3.326.081	22,67▲	9,84▲	6,56▲
B) Com. Leves	138.953	112.219	608.931	128.877	582.221	23,82▲	7,82▲	4,59▲
A + B	930.601	757.545	4.153.254	849.634	3.908.302	22,84▲	9,53▲	6,27▲
C) Caminhões	31.066	25.210	137.042	29.960	134.969	23,23▲	3,69▲	1,54▲
D) Ônibus	3.986	3.476	18.963	4.031	18.629	14,67▲	-1,12▼	1,79▲
C + D	35.052	28.686	156.005	33.991	153.598	22,19▲	3,12▲	1,57▲
Subtotal	965.653	786.231	4.309.259	883.625	4.061.900	22,82▲	9,28▲	6,09▲
E) Motos	288.612	236.698	1.278.538	275.184	1.262.530	21,93▲	4,88▲	1,27▲
F) Impl. Rod.	9.049	7.327	39.744	8.086	35.512	23,50▲	11,91▲	11,92▲
Outros	8.869	7.360	39.546	7.604	34.488	20,50▲	16,64▲	14,67▲
Total	1.272.183	1.037.616	5.667.087	1.174.499	5.394.430	22,61▲	8,32▲	5,05▲

Veículos usados negociados por novos emplacados

Segmento	Autos	Com. Leves	A+B	Caminhões	Ônibus	C+D	Subtotal	Motos	Impl. Rod.	Outros	Total
Veículos	6,2	3,6	5,6	3,9	1,8	3,5	5,5	1,8	1,2	0,8	3,6

Segmento	Mar/23	Abr/23	Mai/23
Autos			
BI-Combustível	598.456	476.748	584.994
Demais	213.787	168.578	206.654
Total	812.243	645.326	791.648

Segmento	Mar/23	Abr/23	Mai/23
Comerciais Leves			
BI-Combustível	71.905	57.260	70.344
Demais	69.733	54.959	68.609
Total	141.638	112.219	138.953

Segmento	Mar/23	Abr/23	Mai/23
Autos			
BI-Combustível	73,68%	73,88%	73,90%
Demais	26,32%	26,12%	26,10%
Total	100%	100%	100%

Segmento	Mar/23	Abr/23	Mai/23
Comerciais Leves			
BI-Combustível	50,77%	51,03%	50,62%
Demais	49,23%	48,97%	49,38%
Total	100%	100%	100%

Ranking de usados mais negociados em Maio de 2023

AUTOMÓVEIS

Ranking	Modelo	Mai/23
1º	GOL	65.711
2º	PALIO	37.597
3º	UNO	36.838
4º	ONIX	27.272
5º	CELTA	22.713
6º	COROLLA	21.739
7º	FOX	20.649
8º	KA	20.235
9º	HB20	19.565
10º	FIESTA	17.409
11º	CORSA	17.261
12º	SIENA	16.249
13º	CIVIC	15.175
14º	SANDERO	14.413
15º	CLASSIC	13.267
16º	PRISMA	12.699
17º	VOYAGE	12.649
18º	ECOSPORT	12.075
19º	FIT	10.679
20º	RENEGADE	9.963
21º	COMPASS	9.060
22º	POLO	8.706
23º	HR-V	8.154
24º	HB20S	7.054
25º	ARGO	7.019
26º	C3	6.677
27º	DUSTER	6.538
28º	LOGAN	6.060
29º	GOLF	6.048
30º	KWID	5.988
31º	MOBI	5.722
32º	CRETA	5.552
33º	FUSCA	5.546
34º	CITY	5.484
35º	TRACKER	5.468
36º	PALIO WEEKEND	5.205
37º	VECTRA	5.155
38º	CRUZE SEDAN	5.144
39º	ASTRA	5.093
40º	CLIO	4.799
41º	PUNTO	4.775
42º	COBALT	4.742
43º	KICKS	4.728
44º	UP	4.699
45º	SPIN	4.667
46º	FIESTA SEDAN	4.575
47º	PARATI	4.440
48º	KA SEDAN	4.383
49º	ONIX PLUS	4.320
50º	FOCUS	4.238

COMERCIAIS LEVES

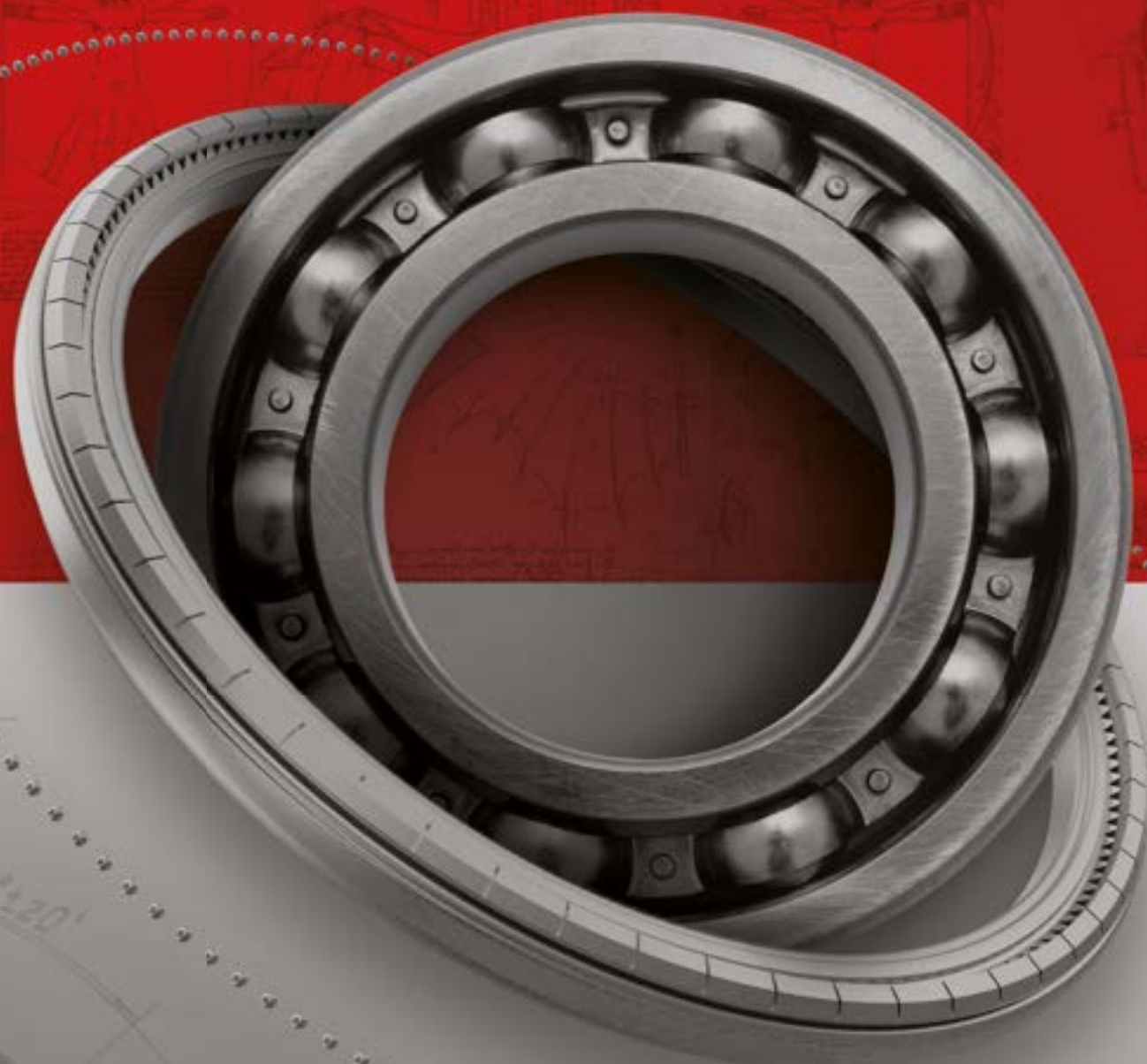
Ranking	Modelo	Mai/23
1º	STRADA	27.585
2º	SAVEIRO	19.282
3º	S10	13.840
4º	HILUX	11.423
5º	TORO	9.689
6º	MONTANA	7.615
7º	RANGER	6.647
8º	FIORINO	5.627
9º	KOMBI	4.357
10º	L200	4.303
11º	AMAROK	4.084
12º	FRONTIER	3.234
13º	OROCH	1.701
14º	MASTER	1.454
15º	DUCATO	1.444
16º	F1000	1.382
17º	HR	1.375
18º	PAMPA	1.251
19º	D20	1.244
20º	COURIER	1.102
21º	KANGOO	715
22º	K2500	685
23º	F250	668
24º	DOBLO	593
25º	DAILY 35S14	460
26º	D10	420
27º	2500	338
28º	SILVERADO	326
29º	SPRINTER 313	308
30º	BOXER	302
31º	BESTA	273
32º	PARTNER	250
33º	TRANSIT	243
34º	JUMPER	221
35º	F100	203
36º	UNO	186
37º	HOGGAR	182
38º	F75	179
39º	SPRINTER	176
40º	C10	175
41º	SPRINTER 311	170
42º	EXPERT	158
43º	EXPRESS	154
44º	CHEVY	151
45º	TOWNER	148
46º	C20	129
47º	JUMPY	128
48º	RUIYI	119
49º	K2700	100
50º	BANDEIRANTE	97








Nº 1 EM ROLAMENTOS



loja.cobrarolamentos.com.br



O mercado de rolamentos evoluiu.
TER A COBRA COMO PARCEIRA EVOLUI O SEU NEGÓCIO.

-  Retira em 15 minutos
-  Loja online 24 horas
-  Catálogo eletrônico
-  Atendimento especializado
-  Garantia expressa

Acompanhe nossas redes sociais e saiba mais

  @cobrarolamentos  cobrarolamentos.com.br





Márcio de Lima Leite - Presidente ANFAVEA



Geraldo Alckmin, Vice-Presidente da República

Vice-presidente Geraldo Alckmin apresentou em evento online detalhes do ação de incentivo à venda de veículos

Incentivo à venda de veículos deve alcançar pouco mais de 100 mil unidades

Aquilo que era para ser um renascimento do carro a preço mais acessível no mercado brasileiro – ou, para alguns, a “volta do carro popular” – terá um alcance limitado e com duração de pouco mais de um mês.

A coletiva mensal de imprensa da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA) teve no início de junho a participação do Vice-presidente Geraldo Alckmin, explicando mais detalhes sobre a Medida Provisória do Setor Automotivo, anunciada pelo Governo Federal. *“Estamos muito otimistas com as respostas dos consumidores, com a preservação do emprego e com o fortalecimento da indústria automobilística, que representa 20% do setor de manufatura e emprega cerca de 1,2 milhão de pessoas”*. Alckmin, que também é Ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, classificou a MP 1175 como inteligente, pois atende o transporte coletivo, o de carga e os compradores de veículos leves, trazendo os critérios social e ambiental, além da densidade industrial. O Presidente da ANFAVEA, Márcio de Lima Leite, elogiou a abrangência do programa adotado, que tem um viés não só de aquecimento do mercado de veículos leves e pesados,

mas também com um lado ambiental e de segurança viária muito forte, promovendo a renovação de frota de caminhões e ônibus de forma direta, e estimulando indiretamente essa renovação entre os automóveis, ao reduzir preços de modelos 0 km, e pressionando para baixo o valor dos usados. *“Embora seja um programa de curta duração, traz um ânimo para todo o ecossistema automotivo e coloca um foco sobre um setor que tem potencial para gerar incontáveis benefícios à sociedade brasileira de forma geral”*, afirmou. Pelas estimativas da ANFAVEA, cerca de 100 mil a 110 mil automóveis e comerciais leves deverão usufruir dos descontos de R\$ 2 mil a R\$ 8 mil, antes do esgotamento do teto de R\$ 500 milhões em créditos tributários disponibilizados pelo Ministério da Fazenda. Isso deverá ocorrer em pouco mais de um mês, ou seja, bem antes dos quatro meses de prazo estipulado pela MP 1175. Para caminhões e ônibus, espera-se um prazo mais largo para o teto de R\$ 1 bilhão, até porque são veículos de maior valor, e com venda atrelada à retirada das ruas e reciclagem de veículos pesados com mais de 20 anos de uso, para desconto de R\$ 33,6 mil a R\$ 99,4 mil, dependendo do produto.

BORGWARNER

Empresa espera receitas de produtos para eletrificação de mais de US\$ 10 bilhões até 2027

BorgWarner revela novo logotipo marcando transformação para eMobility

Foto: Divulgação

A BorgWarner revelou seu novo logotipo, destacando o progresso da empresa em sua transformação de eMobility por meio da execução de sua estratégia Charging Forward. O novo logotipo é uma representação visual da transformação da empresa – é focado no futuro, dinâmico e sinaliza um novo capítulo na longa e orgulhosa história da BorgWarner. Esta é a primeira vez que o logotipo muda em mais de três décadas.

A empresa anunciou sua estratégia de Charging Forward em março de 2021 e fez um progresso significativo para atingir as metas. Informa que está a caminho de ter pelo menos 25% de suas receitas de veículos elétricos a bateria (EV) até 2025, com reservas orgânicas de EV de US\$ 3 bilhões para 2025, superando sua meta de US\$ 2,5 bilhões. Além disso, as fusões e aquisições com foco em EV estão seguindo o plano com as cinco aquisições que a empresa fez nos setores de bateria, motor elétrico, eletrônica

de potência e estações de recarregamento rápido de corrente contínua. Com a cisão da PHINIA prevista para ser concluída no terceiro trimestre deste ano, a BorgWarner terá cumprido seus objetivos com relação à otimização de seu portfólio de combustão. “Agora é o momento certo para apresentar nosso novo logotipo. Isso significa o tremendo progresso que nossa equipe fez para transformar a BorgWarner de líder em tecnologias de propulsão convencionais para líder em mobilidade, incluindo eMobility”, disse Frédéric Lissalde, presidente e diretor executivo da BorgWarner. Para reconhecer este novo capítulo, a BorgWarner anunciou planos de alavancar a força de seus produtos fundamentais para continuar a aumentar sua receita de eProduct (EV e híbrido) para US\$ 5,6 bilhões em 2025 e para mais de US\$ 10 bilhões em 2027. Este ano, a empresa espera receitas de produtos para eletrificação de US\$ 2,3 a US\$ 2,6 bilhões.

Empresa anuncia data de conclusão antecipada do spin-off de PHINIA

A BorgWarner revelou seu novo logotipo, destacando o progresso da empresa em sua transformação de eMobility por meio da execução de sua estratégia Charging Forward. O novo logotipo é uma representação visual da transformação da empresa – é focado no futuro, dinâmico e sinaliza um novo capítulo na longa e orgulhosa história da BorgWarner. Esta é a primeira vez que o logotipo muda em mais de três décadas. A empresa anunciou sua estratégia de Charging Forward em março de 2021 e fez um progresso significativo para atingir as metas. Informa que está a caminho de ter pelo menos 25% de suas receitas de veículos elétricos a bateria (EV) até 2025, com reservas orgânicas de EV de US\$ 3 bilhões para 2025, superando sua meta de US\$ 2,5 bilhões. Além disso, as fusões e aquisições com foco em EV estão seguindo o plano com as cinco aquisições que a empresa fez nos setores de bateria, motor elétrico, eletrônica de potência e estações de

recarregamento rápido de corrente contínua. Com a cisão da PHINIA prevista para ser concluída no terceiro trimestre deste ano, a BorgWarner terá cumprido seus objetivos com relação à otimização de seu portfólio de combustão.

“Agora é o momento certo para apresentar nosso novo logotipo. Isso significa o tremendo progresso que nossa equipe fez para transformar a BorgWarner de líder em tecnologias de propulsão convencionais para líder em mobilidade, incluindo eMobility”, disse Frédéric Lissalde, presidente e diretor executivo da BorgWarner.

Para reconhecer este novo capítulo, a BorgWarner anunciou planos de alavancar a força de seus produtos fundamentais para continuar a aumentar sua receita de eProduct (EV e híbrido) para US\$ 5,6 bilhões em 2025 e para mais de US\$ 10 bilhões em 2027. Este ano, a empresa espera receitas de produtos para eletrificação de US\$ 2,3 a US\$ 2,6 bilhões.



Carrinhos serão usados nas ações de educação para o trânsito

ZM doa carrinhos para ação da Polícia Militar Rodoviária

A ZM – indústria 100% brasileira fabricante de relés de partida e também outras autopeças para a linha elétrica e na linha mecânica cruzetas, parafusos e porcas de roda, além de itens do sistema de suspensão como bieletas, pivôs de suspensão, terminais axiais e de direção doou 10 carrinhos para a Polícia Militar Rodoviária de Santa Catarina. Em instrução ministrada pela Polícia Militar Rodoviária na cidade de Gaspar, Santa Catarina, os carrinhos foram utilizados abordando condutas de pedestres e ciclistas em prol de um trânsito mais seguro, com conteúdo direcionado ao público infantil com aproximadamente nove anos de idade. Foram desenvolvidos, construídos e doados pela ZM, representada pelo seu CEO, Alexandre Zen. No evento foram entregues 10 unidades que serão distribuídas entre os Postos da Polícia Militar Rodoviária de Gas-

par, Blumenau e Aurora, proporcionando um aumento na frequência e uma melhora na qualidade das ações de educação para o trânsito. A minipista de trânsito onde os carrinhos circularam foi projetada e instalada pelo Departamento Municipal de Trânsito e Transporte de Indaial - DEMUTTIN, em parceria com a PMRv durante o calendário de ações do Maio Amarelo. Também foram inauguradas as salas onde serão realizadas as aulas teóricas sobre comportamento no trânsito. *“Ficamos muito felizes em poder contribuir com a conscientização e a instrução dessas crianças, que com certeza serão futuros motoristas, ciclistas e pedestres. Se desde pequenos conseguimos ensinar sobre regras, leis e respeito, com certeza teremos adultos mais conscientes e cuidadosos, tanto dirigindo veículos, como andando nas ruas.”*, declara Zen.

13 A 16
SETEMBRO
2023

CENTRO DE CONVENÇÕES
DE PERNAMBUCO
RECIFE-PE

PÚBLICO
+45
mil

+800
marcas

+18mil
m² de área

REALIZAÇÃO E PROMOÇÃO:

EMPREENDIMENTOS

INFORMAÇÕES:
(81) 3467.6572
LY TOSCANO
(81) 9 8784.5512

www.autonor.com.br
f @ feiraautonor



Inadimplência recorde assusta o varejo

Combinação de demanda por crédito e temor de calote pelas empresas do setor atravança os resultados de 2023

No último mês de abril, o Brasil chegou à marca dos 66,08 milhões de endividados, segundo a Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL). O número, que representa um novo recorde da série histórica do levantamento, liga um sinal de alerta no mercado de consumo. Afinal, ele significa que quatro em cada dez brasileiros adultos estão negativados.

Para o presidente da CNDL, José César da Costa, o atual cenário é fruto de uma conjuntura desafiadora que soma questões internas como a persistente alta de juros e a queda da renda da população com as consequências de uma crise internacional que inclui escassez de produtos e índice elevado de inflação. Neste cenário de dificuldade multifatorial, apesar da maior parte das dívidas dos inadimplentes do país se concentrar no setor bancário (63,76%), a falta de pagamento de compromissos é algo que tem se espalhado por todos os setores da economia. Isso porque, em média, cada inadimplente deve para ao menos duas empresas credoras. Para o varejo, especialmente, a situação é preocupante, já que o

setor aparece na segunda posição entre os segmentos que concentram mais as dívidas, com mais de 17,5 milhões de inadimplentes. Segundo o Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo & Mercado de Consumo (IBEVAR), é considerada inadimplente a pessoa física que possui pelo menos uma parcela com atraso superior a 90 dias. Seguindo este critério, a maior parte das varejistas brasileiras convivem com dois dígitos de clientes enquadrados no perfil de devedor. Veja no quadro:

Riachuelo	17,4%
Renner	18,9%
Carrefour	13,3%
Magazine Luiza	10,2%
Via	9,5%

Apesar das dificuldades atuais, IBEVAR projeta trimestre de recuperação

O cenário nebuloso e as quedas sequenciais nos últimos meses não foram suficientes para retirar o tom otimista da projeção de vendas da parceria IBEVAR - FIA Business School para o bimestre dos meses de julho e agosto.

Considerando o varejo restrito, que exclui material de construção, veículos e acessórios, o estudo estimou um crescimento acumulado nesse período de 4,8%. Já para o varejo ampliado, enquadramento que não exclui as categorias previamente citadas, o avanço é bem maior e alcança a marca dos 7,6%.

Ao segmentar as projeções, o estudo indica: crescimento para tecidos e vestuário (5,0%) artigos de uso doméstico (3,5%), veículos (2,6%), produtos farmacêuticos 1,5% e móveis e eletrodomésticos (0,3%). No centro da melhora projetada, segundo o IBEVAR, estão anúncios e conquistas recentes feitas pela equipe do atual governo - tal como a aprovação do arcabouço fiscal e pelo estímulo dado à venda de carros populares.

“Esses resultados demonstram que a construção de cenários mais promissores se reflete muito rapidamente nas expectativas de vendas.

Entretanto, as ações, na maior parte, são muito pontuais, não estão devidamente conectadas de modo a suscitar uma expansão sustentável”, analisou Claudio Claudio Felisoni de Angelo, professor do IBEVAR. Vale pontuar, no entanto, que - embora se espere uma melhora do setor varejista como um todo no próximo bimestre, determinados segmentos ainda devem conviver com estagnação, casos de hipermercados, supermercados e produtos alimentícios, e queda - situação apontada para livros e revistas (10,0%) e material de construção (1,1%).



Felisoni cobra ações mais conectadas e menos pontuais

DISPONÍVEL EM NOSSAS REDES SOCIAIS

VISITE O SITE PARA VER OS VÍDEOS

DANIEL DIAS
JANETH ARCAIN
ARTHUR ZANETTI

O BRASILEIRO PODE SER O MELHOR DO MUNDO

Aqui na Fraga Inteligência Automotiva acreditamos no valor do trabalho brasileiro, e temos muito orgulho de desenvolver nossas soluções aqui mesmo. Por isso fizemos uma parceria com grandes atletas brasileiros que nos inspiram e motivam a buscar excelência em uma série de vídeos muito especiais.

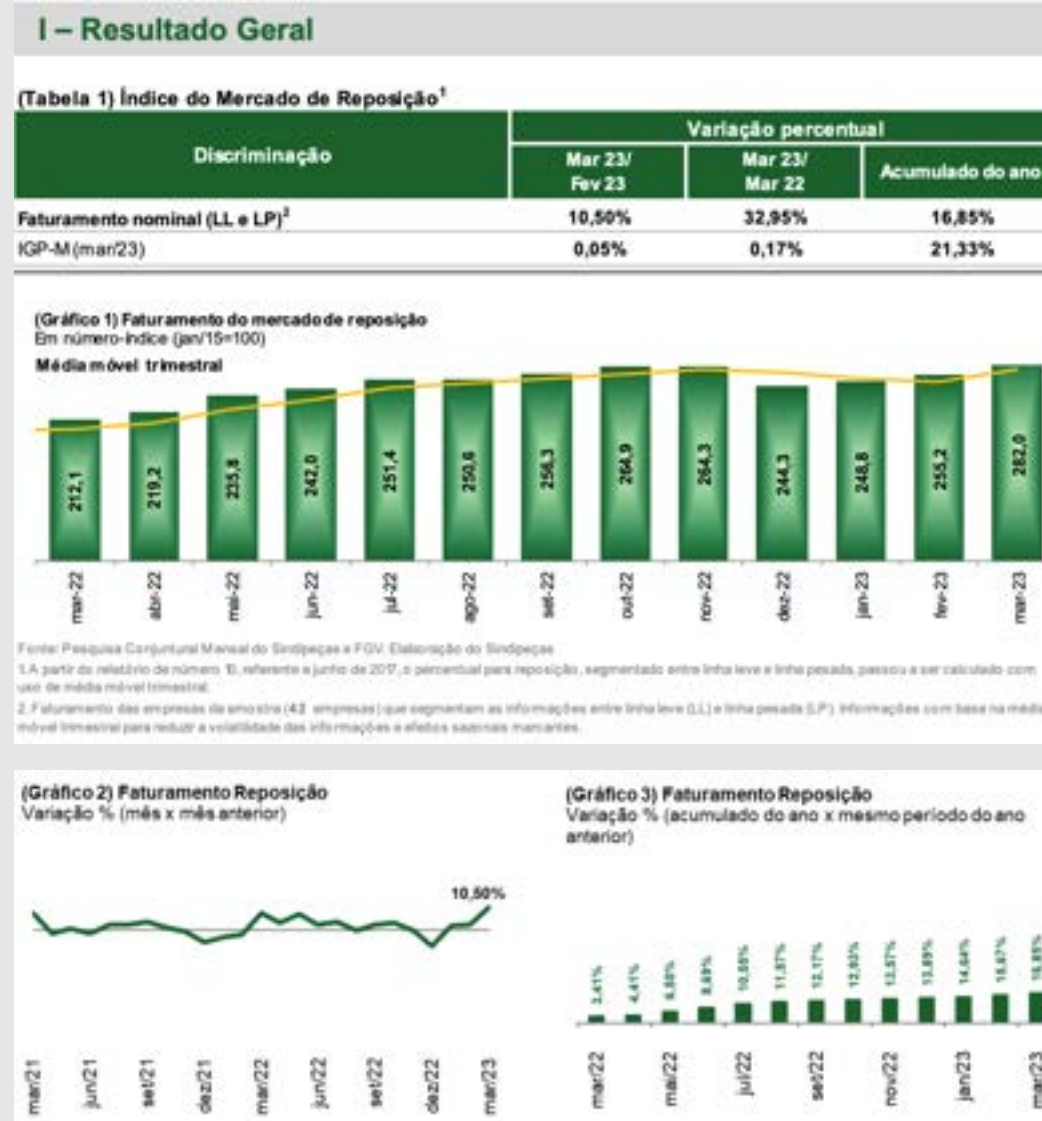
CONFIRA OS VÍDEOS NO SITE ESPECIAL DA CAMPANHA

melhordomundo.fraga.com.br

Vendas da indústria para a reposição crescem no primeiro trimestre

As vendas para o mercado de reposição – variação calculada a partir da aplicação de média móvel trimestral e com informações das empresas que segmentam os números entre linha leve e pesada – acumularam no primeiro trimestre de 2023 uma variação positiva de 16,85% em relação ao mesmo período do ano anterior. Considerando o mês de março/23, o crescimento foi de 32,95% em relação ao mesmo mês do ano anterior e de 10,50% em relação ao mês imediatamente anterior.

As vendas por categorias, as proporções de crescimento foram semelhantes às vistas no resultado geral. Para veículos leves e pesados, respectivamente, o confronto contra mês anterior foi de 10,03% e 11,89%, contra o mesmo mês do ano passado foi de 34,84% e 27,81% e, de 17,08% e 16,38% no acumulado.

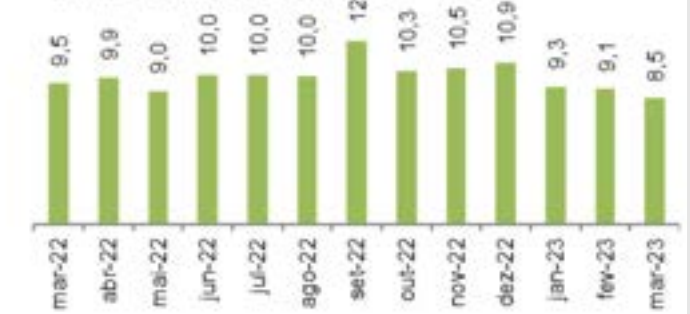


IV – Indicadores Econômicos

(Gráfico 10) IPCA – Acessórios e Peças
Em % - acumulado 12 meses



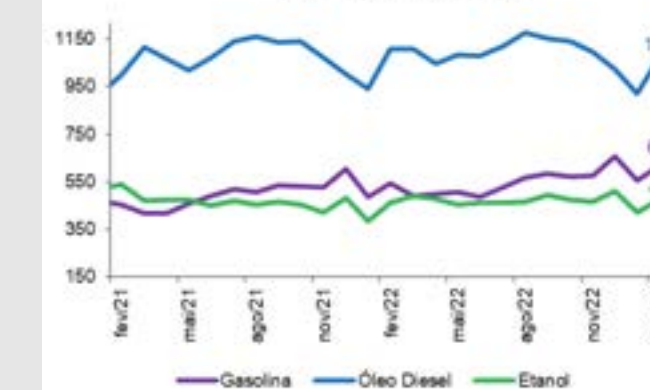
(Gráfico 11) IPCA – Conserto de Automóvel
Em % - acumulado 12 meses



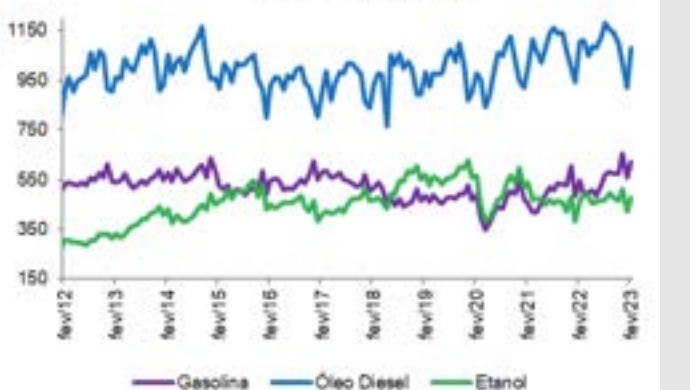
Fonte: IBGE. Elaboração do Sindipecas.

Consumo de combustíveis: diesel, etanol e gasolina

(Gráfico 12) Consumo de combustíveis
Em milhares de barris/dia



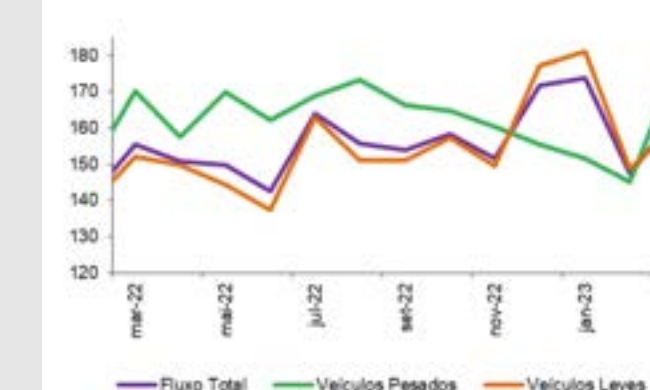
(Gráfico 13) Consumo de combustíveis
Em milhares de barris/dia



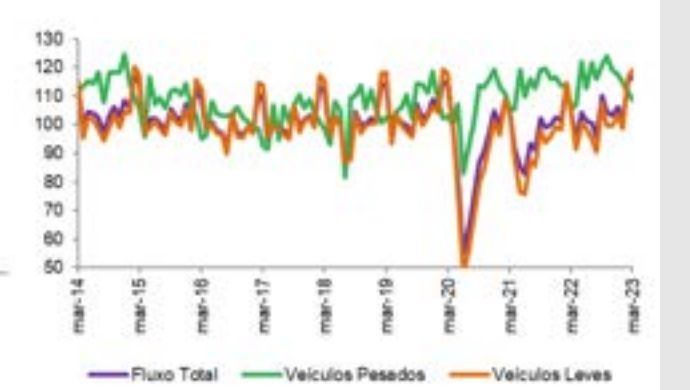
Fonte: ANP. Elaboração do Sindipecas.

Fluxo nas rodovias pedagiadas

(Gráfico 14) Fluxo de veículos pedagiados - Mensal
Série Dessazonalizada - Número Índice: 1999 = 100



(Gráfico 15) Fluxo de veículos pedagiados - Mensal
Em número-índice (2011=100)



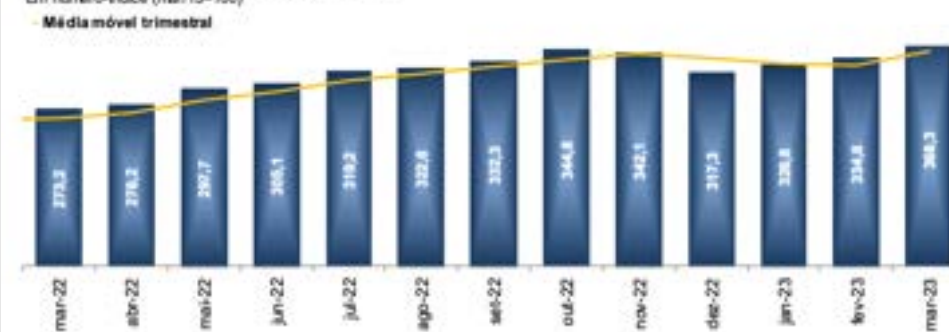
Fonte: ABCR. Elaboração do Sindipecas.

II – Linha Leve

(Tabela 2) Índice do Segmento de Linha Leve*

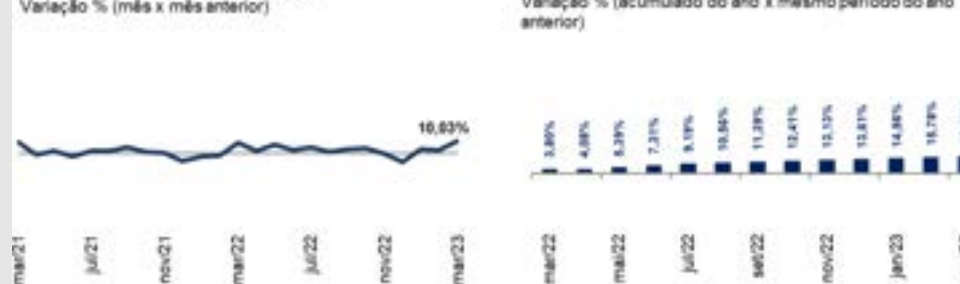
Discriminação	Variação percentual		
	Mar 23/ Fev 23	Mar 23/ Mar 22	Acumulado do ano
Faturamento nominal Linha Leve*	10,03%	34,84%	17,08%

(Gráfico 4) Faturamento do segmento de linha leve
Em número-índice (mar15=100)

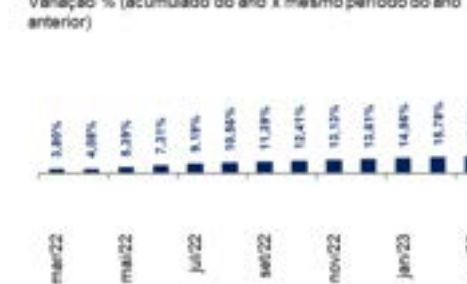


Fonte: Pesquisa Conjuntural Mensal do Sindipeças, FGV. Elaboração do Sindipeças.
* Faturamento das empresas de serviços (42 empresas) que segmentam as informações entre linha leve (LL) e linha pesada (LP). Informações com base na média móvel trimestral, com objetivo de reduzir efeitos sazonais.

(Gráfico 5) Faturamento Linha Leve
Variação % (mês x mês anterior)



(Gráfico 6) Faturamento mensal Linha Leve
Variação % (acumulado do ano x mesmo período do ano anterior)

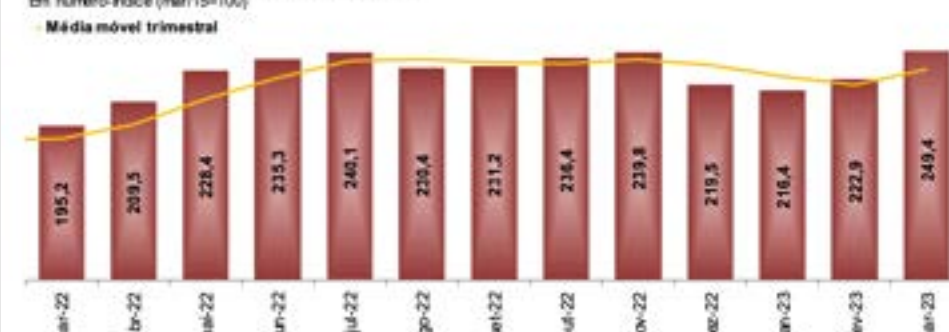


III – Linha Pesada

(Tabela 3) Índice do Segmento de Linha Pesada

Discriminação	Variação percentual		
	Mar 23/ Fev 23	Mar 23/ Mar 22	Acumulado do ano
Faturamento nominal Linha Pesada*	11,89%	27,81%	16,38%

(Gráfico 7) Faturamento do segmento de linha pesada
Em número-índice (mar15=100)



Fonte: Pesquisa Conjuntural Mensal do Sindipeças, FGV. Elaboração do Sindipeças.
* Faturamento das empresas de serviços (42 empresas) que segmentam as informações entre linha leve (LL) e linha pesada (LP). Informações com base na média móvel trimestral, com objetivo de reduzir efeitos sazonais.

(Gráfico 8) Faturamento Linha Pesada
Variação % (mês x mês anterior)



(Gráfico 9) Faturamento Linha Pesada
Variação % (acumulado do ano x mesmo período do ano anterior)



Chega a 28 o número de congressista em apoio ao projeto de lei que regulamente o direito à reparação

Proposta de legislação federal do Right To Repair recebe apoio político nos Estados Unidos

O esforço para a criação de uma lei federal que garanta a liberdade de escolha dos consumidores pelo estabelecimento que realizará os serviços de manutenção e reparação de seus veículos ganhou em maio o apoio de 16 membros do Congresso dos Estados Unidos. Em abril, o movimento já havia recebido 8 novas adesões. Com isso, a proposta de legislação em favor do Right to Repair (H.R. 906) já conta com um total de 28 parlamentares favoráveis aos direitos fundamentais dos consumidores. A expansão do movimento bipartidário no Congresso foi comemorada pelas entidades de representação do Aftermarket Automotivo no país: Auto Care Association, MEMA Aftermarket Suppliers, CAR Coalition e SEMA.

Originalmente, a proposta que regulamenta o direito de reparar – REPAIR Act – foi apresentado pelos congressistas Neal Dunn (R-FL), Brendan Boyle (D-PA), Warren Davidson (R-OH) e Marie Gluesenkamp Perez (D-WA). O REPAIR Act até o momento é o único projeto de lei que trata das restrições de manutenção e reparo de veículos impostas pelas novas tecnologias, especialmente dos veículos conectados, que cada vez mais têm as informações necessárias para a realização dos serviços por parte das oficinas presas nas nuvens das montadoras. O Aftermarket Automotivo é um setor que movimentação mais de US\$ 400 bilhões nos Estados Unidos e emprega 4,5 milhões de trabalhadores americanos.

ANÁLISE		ALUP11		AMAR3		AMER3		ASAI3		ATOM3		AURA33		AURE3		AVLL3		AZE3		AZUL4		B3SA3													
0,82%	15,98	1,24%	26,74	6,53%	1,63	6,16%	11,02	2,34%	19,60	1,27%	2,38	-1,71%	29,81	4,28%	14,36	2,61%	1,57	1,29%	1,57	0,99%	13,22	1,01%	11,99												
0,00%	84,46	0,69%	30,37	-1,20%	13,07	-3,33%	20,28	-5,09%	25,69	0,84%	105,74	0,64%	10,99	1,92%	25,37	1,82%	6,71	-1,48%	23,85	-1,84%	26,58	0,40%	12,36												
3,74%	5,82	0,54%	11,16	0,97%	10,35	-5,47%	11,04	0,97%	11,44	1,57%	5,15	7,56%	14,64	7,42%	14,62	9,35%	17,19	8,12%	11,18	-1,92%	3,56	0,91%	34,03												
-1,99%	16,71	6,39%	15,47	-1,34%	13,90	0,70%	5,68	0,75%	8,00	0,10%	99,20	2,49%	45,61	-0,10%	9,13	-5,29%	17,00	-1,50%	9,14	3,10%	13,95	2,01%	71,36												
EGAF11	0,10%	99,20	EGIE3	1,31%	40,17	ELET3	3,22%	45,45	ELET6	1,91%	48,44	EMBR3	0,98%	14,34	ENEV3	-0,07%	12,74	ENBR3	2,07%	21,19	ENJU3	1,90%	1,07	EQTL3	0,10%	27,54	ETER3	-1,91%	9,72	EZTC3	4,91%	15,81	FGAA11	0,20%	9,97
GCR11	0,28%	93,01	GFSA3	-3,10%	6,24	GGBR3	1,95%	26,58	GGPS3	3,85%	12,93	GOAU4	1,41%	12,92	GOLLA	3,11%	8,61	GPIV33	2,17%	2,82	GRND3	0,15%	6,54	GSHP3	-4,40%	21,03	GUAR3	1,09%	7,38	HAPV3	-2,18%	5,55	HBOR3	2,17%	2,35



acompanhar semanalmente em nossos canais que queremos tratar aqui, mas sobre esse conceito previdenciário de investimentos, ou seja, sobre a compra de ações que gerem renda contínua, não para que se valorizem e sejam vendidas, mas até para que, se caírem, se tornem mais baratas para se comprar novamente mais renda por distribuição de lucros com menos dinheiro. Isso é emblemático, torcer para que as ações compradas caiam para você ainda seguir comprando, com isso garantindo maiores fatias na distribuição de lucros futuros dessa empresa que escolheu investir. Vejam que por esse raciocínio quando você compra uma ação, mas sua intenção não é vender, mas esperar seus rendimentos por distribuição de dividendos, não importa que elas caiam pelas oscilações temperamentais do mercado, mas se você ainda tem caixa e pretende comprar novos lotes de ações, é até melhor que caiam para que seus dividendos potenciais sejam percentualmente ainda mais favoráveis. No entanto, é indispensável observar que isso é válido somente para quem compra ação e não pensa em vender a qualquer oscilação, para quem escolhe empresas que atuam em mercados perenes, com fundamentos de baixas volatilidades, companhias de histórico comprovado e balanços devidamente bem acom-

panhados, empresas que entram em sua carteira de investimentos para só crescer em número de unidades de ativos e não mais sair. Isso vale para poucas empresas, relevantes em seus setores, companhias que atuam em mercados como o de energia, saneamento, celulose, tecnologia, seguradoras e grandes bancos, por exemplo, ações para investidores que compram e não vendem, só esperam os rendimentos por dividendos, e nessa equação quando os preços de face das ações caem sobem os percentuais potenciais da renda por distribuição de lucros com novas compras. Para os pequenos investidores que escolhem abrir mão dos duvidosos lucros presentes para desejarem renda futura é solidificado a frieza dos maduros e a sobriedade dos estrategistas, os maiores investidores 'pessoa física' da Bolsa, investigando o histórico de vários desses benchmarks. E novamente, há ações automotivas muito interessantes para esse perfil de investimentos, empresas líderes em seus segmentos, com market share consolidado e potencial de crescimento inquestionável. Vale pesquisar e guardar posição paciente em ações de negócios que você conhece de perto e asseguram um futuro garantido para os seus investimentos, livres das cirandas especulativas dos mercados.

AAA – Análise Aftermarket Automotivo Especial mercado de ações

Este resumo do programa Análise Aftermarket Automotivo, veiculado semanalmente na A.TV (<https://www.youtube.com/c/AT-Vmidia>), traz um olhar sobre o mercado de ações, em especial as ações automotivas, uma visão alternativa sobre os investimentos em renda variável, que tantos estigmas tem colecionado nessas décadas de capitalismo moderno. Começamos observando que a massa de pessoas físicas investidoras na B3, a Bolsa de Valores brasileira, quando não se rende aos fundos de investimentos de ações que formam carteiras segundo critérios variados de seus analistas, tem o costume de se orientar pelas mídias especializadas, ouvindo a opinião de economistas e muitas vezes seguindo em um condicionamento conhecido como efeito manada, ou seja, comprando quando todo mundo compra e vendendo quando o mercado está vendedor. Essa visão de curto, e às vezes de curtíssimo prazo, é a cilada fatal para que os pequenos investidores cedam aos gigantes especuladores boa parte de seus ativos, agindo no calor da emoção, se desesperando nas quedas e se iludindo nas altas, andando quase sempre na contramão da conduta ideal, que simplistamente é comprar na baixa e vender na alta. Apesar da indicação óbvia para se agir assim, difícil é no senso comum saber quando uma ação está barata e quando está cara, e mesmo com mecanismos técnicos exatos para ajudar nessa avaliação – como balanços, nível de endividamento, relação preço sobre lucro, histórico de dividendos – há importantes aspectos emocionais que envolvem as decisões de compra e venda de ações, o que faz o mercado quase sempre estar em franca volatilidade.

Simples seria fixar como princípio operar nesse mercado com sangue frio, mas esse não é exatamente o tema dessa análise porque sobre condutas e modelos de compras e vendas falam com mais autoridade canais de grandes audiências e influências para as melhores decisões nesse inquieto mercado. O que queremos tratar aqui é sobre um conceito de investimento que passa ao largo do entendimento do pequeno investidor e pode trazer um olhar surpreendente para o comportamento de quem pensa em ações não como um ativo de prazo definido, mas exatamente o contrário, como um ativo para a vida toda, uma forma de gerar renda previdenciária por investimentos contínuos, repetitivos até que se forme uma grande massa de ações que rentabilizam os investimentos pela distribuição periódica dos lucros operacionais aos acionistas, rendimentos que devem sempre que possível ser reinvestidos na própria carteira. Para os investidores que têm esse olhar previdenciário, o histórico das últimas décadas da Bolsa tem se mostrado absolutamente favorável, com acumulação de carteiras de altíssimos ganhos por essa visão de longo e longuíssimo prazo em seus investimentos. São várias empresas que acumulam histórico de altas distribuições de lucros para os seus acionistas, inclusive ações de empresas automotivas, as que estão reunidas no IAA, Índice de Ações Automotivas, estudo semanal realizado pelo After.Lab, núcleo de pesquisas e inteligências de mercado do grupo Nhm, que apura as oscilações das empresas do setor em relação aos números do Ibovespa. Também não é sobre esses comparativos, que vocês podem



Por Ricardo Carvalho Cruz Diretor da Nhm - Novovarejo Hub de Mídia

FOTO: Shutterstock

Millennials e Geração Z não abrem mão de lojas físicas, mas decisão de compra é mais influenciada por experiências digitais

Executivos em todo o mundo já sabem que precisam adaptar seus negócios à evolução do comportamento dos Millennials e da Geração Z, mas qual o tamanho dessas mudanças nos próximos anos? Para responder a essa pergunta, Bain e Google realizaram uma pesquisa conjunta com cerca de 5.800 consumidores para examinar como experiências de compra, fontes de influência, categorias de produtos e mídias emergentes afetam os diferentes grupos etários. As descobertas do estudo apontam para uma evolução não apenas na experiência de varejo, mas também nas fontes de influência que moldam a jornada de compra. Em particular, quatro insights se destacam – dois relacionados à experiência, em termos de lojas físicas e inovações tecnológicas, e outros relacionados à influência de compra e sustentabilidade.

1. Lojas físicas ainda serão cruciais

Os bloqueios durante a pandemia deram uma ideia de como seriam as compras totalmente digitais. Quando os consumidores recuperaram a liberdade de escolher onde comprar, ficou claro que frequentar lojas físicas é algo que eles querem continuar a fazer. A pesquisa da Bain indica que as lojas físicas representaram para os Millennials e a Geração Z 38% dos gastos no varejo em 12 categorias nos últimos seis meses, 43% para a Geração X e 53% para boomers e consumidores mais velhos. Outro dado relevante do levantamento é que 36% dos compradores da Geração Z e dos millennials esperam aumentar seus gastos em lojas físicas nos próximos dois anos. Essas intenções de compras mudam a percepção de que, para conquistar compradores mais jovens, é preciso focar somente nos canais digitais. Trata-se de um público que precisa ser considerado em todas as formas de contato, não apenas em aplicativos, redes sociais ou metaverso.

2. O apetite por inovações tecnológicas deve aumentar

Mesmo que as lojas físicas tenham uma vantagem nas categorias em que tocar e provar o produto seja importante, as compras online ainda podem melhorar seu apelo nesses quesitos. Os consumidores estão começando a adotar tecnologias emergentes e, entre os respondentes da pesquisa da Bain, 41% deles afirmam já ter utilizado teste virtual (utilizam a câmera de seus dispositivos para, por exemplo, ver como roupas e acessórios ficariam neles), virtual try-out (itens como móveis são exibidos no ambiente do mundo real do consumidor), transmissão ao vivo (mostram produtos e ofertas online)

e comércio eletrônico via mídia social. Essa adoção está sendo impulsionada principalmente por um público mais jovem. Geração Z e Millennials usam mais as novas tecnologias do que outras gerações: A compra de bens virtuais também oferece um potencial para os varejistas no longo prazo. Como cresceram gastando dinheiro em produtos digitais, como avatares e skins, esses nativos virtuais são mais receptivos a uma gama mais ampla de produtos digitais. Por isso, para ampliar o mercado, os varejistas terão de investir na educação do consumidor. Entre o público que nunca fez compras em jogos nem adquiriu tokens não fungíveis, cerca de 85% afirmam que nunca fizeram isso pois não entendem a proposta de valor desses itens. Em contrapartida, 38% daqueles que compraram produtos digitais disseram que consomem esse tipo de item como meio de autoexpressão, 33% indicaram que compraram para fazer parte de uma comunidade e 65% afirmaram que pretendem gastar mais nesse segmento nos próximos dois anos. Por fim, além de enriquecer a experiência de compras online, as inovações tecnológicas terão papel fundamental para alcançar todo o valor estratégico das lojas físicas. Implementada de forma correta, a tecnologia pode transformar as lojas em palcos onde as marcas ganham vida e em laboratórios para novas ideias – essa é, aliás, uma ótima maneira de atrair novos clientes omnichannel.

3. Interações digitais terão ainda mais poder

Os consumidores mais jovens são muito menos propensos a confiar na busca em lojas físicas para comprar e, mesmo quando realizam compras de “inspiração” (aquelas que não são provocadas por uma necessidade direta), a pesquisa revela que apenas 18% dos compradores das novas gerações acham importante a busca presencial como atividade mais influente – ao passo que ela é essencial para 30% dos compradores da Geração X, baby boomers e mais velhos. Em compensação, Millennials e Geração Z têm duas vezes mais chance de dizer que assistir a um vídeo online foi o que mais influenciou suas compras. Também são 3,7 vezes mais propensos a afirmar que navegar nas redes sociais foi a maior influência. Eles também são mais propensos do que as gerações anteriores a usar a Pesquisa Google e conversar com familiares e amigos sobre possíveis compras.

4. Depende dos varejistas ampliar as compras sustentáveis

Não há dúvida de que a sustentabilidade está se tornando uma

preocupação maior para os consumidores. Cerca de metade dos Millennials e da Geração Z disse que pagaria mais por produtos ecologicamente corretos, contra 39% da Geração X e apenas 29% dos boomers e consumidores mais velhos. Essa clara preocupação das novas gerações aparece em todos os grupos de renda, mas cresce ligeiramente entre os mais ricos. No entanto, ainda há uma lacuna entre o que os compradores dizem e fazem sobre sustentabilidade, seja qual for a faixa etária. A sustentabilidade começou a subir na lista dos principais critérios de compra, porém apenas 9% dos consumidores de todas as idades a classificam entre suas três principais prioridades. Custo-benefício, qualidade do produto, recursos do produto e outros fatores ainda estão no topo da lista.

Por isso, os varejistas não podem confiar em produtos sustentáveis de qualidade inferior, menos duráveis ou mais caros. É preciso combinar sustentabilidade com qualidade e valor para ganhar uma participação de mercado significativa. As empresas já começaram a se adaptar às necessidades de Millennials e Geração Z desde que eles se tornaram grupos economicamente significativos. Agora, os varejistas precisam definir estratégias no curto e longo prazo para garantir que seus negócios acompanhem as demandas desses públicos. Sem investimento em novas tecnologias, abordagem correta e posicionamento de marca adequado, é muito fácil ficar para trás e perder o diálogo com esse grupo que, em breve, será formado pelos consumidores com maior poder no varejo.

Levantamento da Bain em parceria com o Google aponta 4 pontos do varejo que serão afetados (ou não) pelos consumidores mais jovens



Produção cresceu 27,4% em mês que antecedeu publicação da Medida Provisória do Setor Automotivo

A produção de autoveículos em maio teve o melhor resultado desde agosto, com 227,9 mil unidades, 27,4% superior a abril e 10,7% a mais que em maio de 2022. Para a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA), alguns fatores foram responsáveis por essa alta, como o retorno das fábricas que haviam parado em parte do mês anterior, o maior número de dias úteis e, sobretudo, a expectativa gerada pelo anúncio de medidas para reaquecer o mercado, com descontos para modelos de até R\$ 120 mil. Muitas empresas ampliaram seus estoques à espera de uma forte demanda a partir deste mês. Por outro lado, essa espera pela MP do Setor Automotivo, já publicada no Diário Oficial da União, ocasionou um adiamento de compra por parte de muitos consumidores desde a metade de maio. O resultado foi uma desaceleração do ritmo de vendas, mesmo após uma primeira quinzena muito positiva. As 176,5 mil unidades emplacadas no último mês representaram crescimento de 9,8% sobre abril e recuo de 5,6% sobre o

mesmo mês do ano passado. Como maio teve quatro dias úteis a mais que abril, a média diária de vendas caiu 10,1% em relação ao mês anterior, de 8.929 para 8.025 unidades/dia. Esses movimentos da produção e do mercado interno geraram pela primeira vez em três anos um nível de estoque que só se verificava antes da pandemia, com mais de 250 mil unidades nos pátios das fábricas e das concessionárias. Volume que tende a ser escoado com rapidez, agora que os descontos de R\$ 2 mil a R\$ 8 mil oferecidos pelo governo federal estão válidos, além de eventuais reduções oferecidas pelas montadoras e suas redes. Já na área de comércio exterior, que pouco se relaciona com as questões de nosso mercado externo, houve crescimento nos embarques em maio. As 44,3 mil unidades exportadas significaram o segundo melhor mês do ano, com uma elevação de 30,4% sobre abril. No acumulado do ano, as exportações estão 4,2% abaixo de 2022, na contramão do desempenho acumulado de produção e vendas, que cresceram até maio 6,2% e 9,3%, respectivamente.



Automóveis - Passenger Cars / Automóviles

▶ Licenciamento		▶ Exportação		▶ Produção	
Vehicle registration / Matriculación de vehículos		Export / Exportaciones		Production / Producción	
	Unidades Units / Unidades		Unidades Units / Unidades		Unidades Units / Unidades
MAI 23 - MAY 23/MAY 23	127,5 mil Thousand/MI	MAI 23 - MAY 23/MAY 23	35,3 mil Thousand/MI	MAI 23 - MAY 23/MAY 23	175,1 mil Thousand/MI
ABR 23 - APR 23/ABR 23	118,2 mil Thousand/MI	ABR 23 - APR 23/ABR 23	27,8 mil Thousand/MI	ABR 23 - APR 23/ABR 23	137,5 mil Thousand/MI
MAI 23/ABR 23 MAY 23/APR 23 - MAY 23/ABR 23	7,9 %	MAI 23/ABR 23 MAY 23/APR 23 - MAY 23/ABR 23	27,1 %	MAI 23/ABR 23 MAY 23/APR 23 - MAY 23/ABR 23	27,3 %
MAI 22 - MAY 22/MAY 22	130,5 mil Thousand/MI	MAI 22 - MAY 22/MAY 22	37,2 mil Thousand/MI	MAI 22 - MAY 22/MAY 22	159,6 mil Thousand/MI
MAI 23/MAI 22 MAY 23/MAY 22 - MAY 23/MAY 22	-8,6 %	MAI 23/MAI 22 MAY 23/MAY 22 - MAY 23/MAY 22	-5,2 %	MAI 23/MAI 22 MAY 23/MAY 22 - MAY 23/MAY 22	9,7 %
JAN-MAI 23 - JAN-MAY 23 - ENE-MAY 23	591,7 mil Thousand/MI	JAN-MAI 23 - JAN-MAY 23 - ENE-MAY 23	153,0 mil Thousand/MI	JAN-MAI 23 - JAN-MAY 23 - ENE-MAY 23	729,0 mil Thousand/MI
JAN-MAI 22 - JAN-MAY 22 - ENE-MAY 22	540,7 mil Thousand/MI	JAN-MAI 22 - JAN-MAY 22 - ENE-MAY 22	160,2 mil Thousand/MI	JAN-MAI 22 - JAN-MAY 22 - ENE-MAY 22	686,2 mil Thousand/MI
JAN-MAI 23 / JAN-MAI 22 JAN-MAY 23 / ENE-MAY 23 - JAN-MAY 22 / ENE-MAY 22	7,6 %	JAN-MAI 23 / JAN-MAI 22 JAN-MAY 23 / ENE-MAY 23 - JAN-MAY 22 / ENE-MAY 22	-4,5 %	JAN-MAI 23 / JAN-MAI 22 JAN-MAY 23 / ENE-MAY 23 - JAN-MAY 22 / ENE-MAY 22	6,2 %

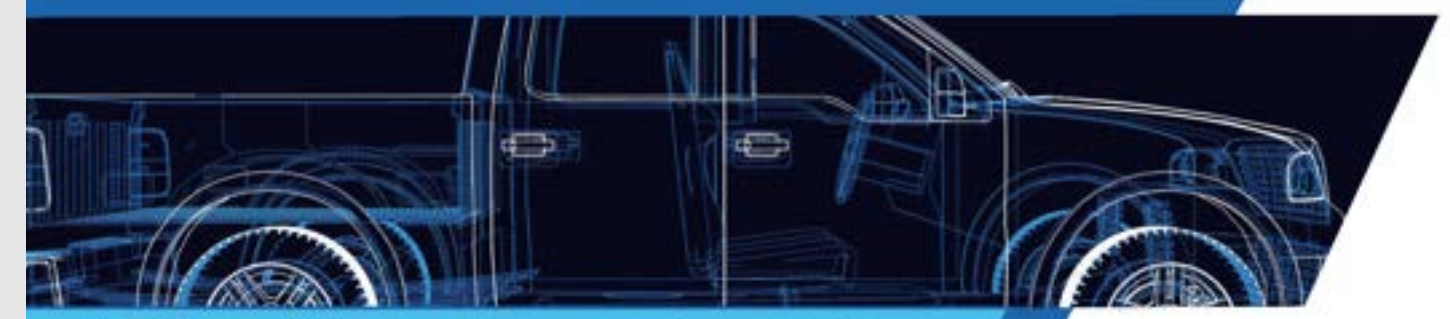
Fonte: Renavam/Denatran



Autoveículos - Vehicles / Vehículos

▶ Licenciamento		▶ Exportação		▶ Produção	
Vehicle registration / Matriculación de vehículos		Export / Exportaciones		Production / Producción	
	Unidades Units / Unidades		Unidades Units / Unidades		Unidades Units / Unidades
MAI 23 - MAY 23/MAY 23	176,5 mil Thousand/MI	MAI 23 - MAY 23/MAY 23	44,3 mil Thousand/MI	MAI 23 - MAY 23/MAY 23	227,9 mil Thousand/MI
ABR 23 - APR 23/ABR 23	160,7 mil Thousand/MI	ABR 23 - APR 23/ABR 23	34,0 mil Thousand/MI	ABR 23 - APR 23/ABR 23	178,9 mil Thousand/MI
MAI 23/ABR 23 MAY 23/APR 23 - MAY 23/ABR 23	9,8 %	MAI 23/ABR 23 MAY 23/APR 23 - MAY 23/ABR 23	30,4 %	MAI 23/ABR 23 MAY 23/APR 23 - MAY 23/ABR 23	27,4 %
MAI 22 - MAY 22/MAY 22	187,1 mil Thousand/MI	MAI 22 - MAY 22/MAY 22	46,1 mil Thousand/MI	MAI 22 - MAY 22/MAY 22	205,9 mil Thousand/MI
MAI 23/MAI 22 MAY 23/MAY 22 - MAY 23/MAY 22	-5,6 %	MAI 23/MAI 22 MAY 23/MAY 22 - MAY 23/MAY 22	-8,7 %	MAI 23/MAI 22 MAY 23/MAY 22 - MAY 23/MAY 22	10,7 %
JAN-MAI 23 - JAN-MAY 23 - ENE-MAY 23	809,0 mil Thousand/MI	JAN-MAI 23 - JAN-MAY 23 - ENE-MAY 23	190,6 mil Thousand/MI	JAN-MAI 23 - JAN-MAY 23 - ENE-MAY 23	942,8 mil Thousand/MI
JAN-MAI 22 - JAN-MAY 22 - ENE-MAY 22	740,0 mil Thousand/MI	JAN-MAI 22 - JAN-MAY 22 - ENE-MAY 22	198,9 mil Thousand/MI	JAN-MAI 22 - JAN-MAY 22 - ENE-MAY 22	888,1 mil Thousand/MI
JAN-MAI 23 / JAN-MAI 22 JAN-MAY 23 / ENE-MAY 23 - JAN-MAY 22 / ENE-MAY 22	9,3 %	JAN-MAI 23 / JAN-MAI 22 JAN-MAY 23 / ENE-MAY 23 - JAN-MAY 22 / ENE-MAY 22	-4,2 %	JAN-MAI 23 / JAN-MAI 22 JAN-MAY 23 / ENE-MAY 23 - JAN-MAY 22 / ENE-MAY 22	6,2 %

Fonte: Renavam/Denatran



Comerciais Leves - Light commercials / Comerciales livianos

▶ Licenciamento		▶ Exportação		▶ Produção	
Vehicle registration / Matriculación de vehículos		Export / Exportaciones		Production / Producción	
	Unidades Units / Unidades		Unidades Units / Unidades		Unidades Units / Unidades
MAI 23 - MAY 23/MAY 23	38,9 mil Thousand/MI	MAI 23 - MAY 23/MAY 23	7,3 mil Thousand/MI	MAI 23 - MAY 23/MAY 23	42,5 mil Thousand/MI
ABR 23 - APR 23/ABR 23	33,3 mil Thousand/MI	ABR 23 - APR 23/ABR 23	4,9 mil Thousand/MI	ABR 23 - APR 23/ABR 23	32,4 mil Thousand/MI
MAI 23/ABR 23 MAY 23/APR 23 - MAY 23/ABR 23	16,7 %	MAI 23/ABR 23 MAY 23/APR 23 - MAY 23/ABR 23	49,0 %	MAI 23/ABR 23 MAY 23/APR 23 - MAY 23/ABR 23	31,2 %
MAI 22 - MAY 22/MAY 22	35,7 mil Thousand/MI	MAI 22 - MAY 22/MAY 22	6,1 mil Thousand/MI	MAI 22 - MAY 22/MAY 22	29,4 mil Thousand/MI
MAI 23/MAI 22 MAY 23/MAY 22 - MAY 23/MAY 22	8,8 %	MAI 23/MAI 22 MAY 23/MAY 22 - MAY 23/MAY 22	19,2 %	MAI 23/MAI 22 MAY 23/MAY 22 - MAY 23/MAY 22	44,6 %
JAN-MAI 23 - JAN-MAY 23 - ENE-MAY 23	163,1 mil Thousand/MI	JAN-MAI 23 - JAN-MAY 23 - ENE-MAY 23	29,2 mil Thousand/MI	JAN-MAI 23 - JAN-MAY 23 - ENE-MAY 23	186,0 mil Thousand/MI
JAN-MAI 22 - JAN-MAY 22 - ENE-MAY 22	137,7 mil Thousand/MI	JAN-MAI 22 - JAN-MAY 22 - ENE-MAY 22	28,1 mil Thousand/MI	JAN-MAI 22 - JAN-MAY 22 - ENE-MAY 22	133,1 mil Thousand/MI
JAN-MAI 23 / JAN-MAI 22 JAN-MAY 23 / ENE-MAY 23 - JAN-MAY 22 / ENE-MAY 22	18,5 %	JAN-MAI 23 / JAN-MAI 22 JAN-MAY 23 / ENE-MAY 23 - JAN-MAY 22 / ENE-MAY 22	4,1 %	JAN-MAI 23 / JAN-MAI 22 JAN-MAY 23 / ENE-MAY 23 - JAN-MAY 22 / ENE-MAY 22	24,7 %

Fonte: Renavam/Denatran



Licenciamento de autoveículos novos nacionais

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

	▶ 2023			▶ 2022			A/B %	A/D %	C/E %
	MAI MAY/MAY A	ABR APR/ABR B	JAN-MAI JAN/MAY/ENE-MAY C	MAI MAY/MAY D	JAN-MAI JAN/MAY/ENE-MAY E				
Unidades - Total /Units/Unidades	149.064	138.072	693.417	164.228	647.168	8,0	-9,2	7,1	
Veículos leves / Light vehicles / Vehículos livianos	139.615	129.725	643.077	152.864	596.652	7,6	-8,7	7,8	
Automóveis / Passenger cars / Automóviles	110.168	104.124	521.583	125.550	496.150	5,8	-12,3	5,1	
Comerciais leves / Light commercials / Comerciales livianos	29.447	25.601	121.494	27.314	100.502	15,0	7,8	20,9	
Caminhões / Trucks / Camiones	7.529	6.941	40.798	9.908	44.611	8,5	-24,0	-8,5	
Semileves / Semi-light / Semilivianos	124	76	457	160	565	63,2	-22,5	-19,1	
Leves / Light / Livianos	675	648	3.716	926	4.242	4,2	-27,1	-12,4	
Médios / Medium / Medianos	721	633	3.589	857	4.557	13,9	-15,9	-21,2	
Semipesados / Semi-heavy / Semipesados	2.284	2.044	12.066	2.995	12.857	11,7	-23,7	-6,2	
Pesados / Heavy / Pesados	3.725	3.540	20.970	4.970	22.390	5,2	-25,1	-6,3	
Ônibus / Buses / Ómnibus y Colectivos	1.920	1.406	9.542	1.456	5.905	36,6	31,9	61,6	

mil unidades thousand units / miles de unidades	JAN JAN/ENE	FEV FEB/FEB	MAR MAR/MAR	ABR APR/ABR	MAI MAY/MAY	JUN JUN/JUN	JUL JUL/JUL	AGO AUG/AGO	SET SEP/SET	OUT OCT/OCT	NOV NOV/NOV	DEZ DEC/DEC	TOTAL
2020	171,2	179,9	146,5	47,4	52,4	115,7	155,7	165,5	188,5	196,0	205,1	222,9	1.846,8
2021	155,0	153,7	172,0	158,0	169,2	158,1	151,0	149,5	133,2	140,4	148,3	177,9	1.866,1
2022	108,4	117,1	129,1	128,4	164,2	151,2	159,3	184,5	168,8	158,9	174,0	187,2	1.831,0
2023	122,4	112,4	171,4	138,1	149,1								693,4

Fonte/Source/Fuente: Renavam/Denatran



Licenciamento de autoveículos novos importados

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

	▶ 2023			▶ 2022			A/B %	A/D %	C/E %
	MAI MAY/MAY A	ABR APR/ABR B	JAN-MAI JAN/MAY/ENE-MAY C	MAI MAY/MAY D	JAN-MAI JAN/MAY/ENE-MAY E				
Unidades - Total /Units/Unidades	27.460	22.658	115.612	22.836	92.806	21,2	20,2	24,6	
Veículos leves / Light vehicles / Vehículos livianos	26.766	21.772	111.741	22.350	90.787	22,9	19,8	23,1	
Automóveis / Passenger cars / Automóviles	17.340	14.053	70.095	13.933	53.583	23,4	24,5	30,8	
Comerciais leves / Light commercials / Comerciales livianos	9.426	7.719	41.646	8.417	37.204	22,1	12,0	11,9	
Caminhões / Trucks / Camiones	694	883	3.865	486	2.019	-21,4	42,8	91,4	
Semileves / Semi-light / Semilivianos	649	818	3.602	467	1.712	-20,7	39,0	110,4	
Leves / Light / Livianos	23	40	171	12	269	-42,5	91,7	-36,4	
Médios / Medium / Medianos	20	16	70	7	27	25,0	185,7	159,3	
Semipesados / Semi-heavy / Semipesados	0	4	8	0	6	0,0	-	33,3	
Pesados / Heavy / Pesados	2	5	14	0	5	-60,0	-	180,0	
Ônibus / Buses / Ómnibus y Colectivos	0	3	6	0	0	0,0	-	-	

mil unidades thousand units / miles de unidades	JAN JAN/ENE	FEV FEB/FEB	MAR MAR/MAR	ABR APR/ABR	MAI MAY/MAY	JUN JUN/JUN	JUL JUL/JUL	AGO AUG/AGO	SET SEP/SET	OUT OCT/OCT	NOV NOV/NOV	DEZ DEC/DEC	TOTAL
2020	22,3	21,1	17,2	8,4	9,8	17,1	18,8	17,9	19,2	19,0	19,9	21,1	211,6
2021	16,2	13,7	17,4	17,1	19,4	24,4	24,5	23,3	21,9	22,0	24,7	29,2	253,8
2022	18,1	15,2	17,8	18,9	22,8	26,9	22,7	24,1	25,2	22,0	30,0	29,7	273,5
2023	20,4	17,5	27,5	22,7	27,5								115,6

Fonte/Source/Fuente: Renavam/Denatran

Vendas no Varejo caem 2,9% em maio, indica o ICVA

Macrossetores de Bens Duráveis e Serviços foram os responsáveis pelo desempenho negativo, com retração de 10,2% e 7,0%, respectivamente

As vendas no Varejo em maio de 2023 caíram 2,9%, descontada a inflação, em comparação com o mesmo mês de 2022, aponta o Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA). Em termos nominais, que espelham a receita de vendas observadas pelo varejista, a retração foi de 0,3%.

Os efeitos de calendário praticamente não impactaram o mês de maio deste ano em comparação com o mesmo mês no ano passado. Por um lado, houve um domingo a menos e uma quarta a mais no mês este ano. No entanto, em 2022, o feriado do Dia do Trabalho caiu em um domingo, enquanto em 2023 foi em uma segunda-feira, o que anulou o efeito da troca de dias. Com retração de 10,2%, o macrossetor de Bens Duráveis e Semiduráveis foi principal responsável pelo desempenho. O segmento de Vestuário e Artigos Esportivos foi o que apresentou a maior queda do macrossetor e puxou o resultado para baixo. O setor de Materiais para Construção também sofreu retração. O macrossetor de Serviços também contribuiu para o resultado negativo do Varejo. A queda de 7,0% foi influenciada principalmente pelo segmento de Turismo e Transporte. Bens Não Duráveis foi o único macrossetor que teve aumento de suas vendas: 2,6%. O destaque foi o crescimento do segmento de Postos de Combustíveis. “É o segundo mês seguido de queda do Varejo. Nestes dois meses, o macrossetor de Bens Duráveis e Semiduráveis foi o principal responsável pelo resultado negativo. Em maio, dentro desse macrossetor, o segmento com a maior retração nas vendas foi Vestuário. Um dos motivos para isso foi o inverno fora de época em maio do ano passado, que antecipou as vendas de roupa de inverno, algo que não ocorreu neste ano”, afirma Carlos Alves, vice-presidente de Produtos e Tecnologia da Cielo.

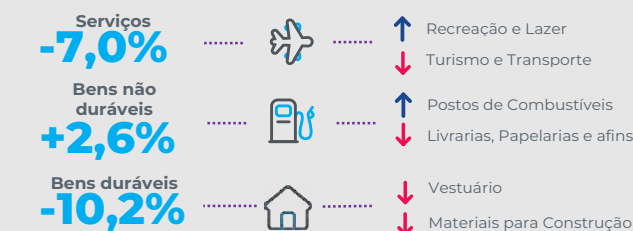
REGIÕES

De acordo com o ICVA deflacionado e com ajuste de calendário, os resultados de cada região em relação a março de 2022 foram os seguintes: Sul (-0,3%), Norte (-1,1%), Nordeste (-2,5%), Centro-Oeste (-2,6%) e Sudeste (-3,8%). Pelo ICVA nominal – que não considera o desconto da inflação – e com ajuste de calendário, os resultados de cada região foram os seguintes: Sul (+1,7%), Centro Oeste (-0,2%), Norte (-0,3%), Sudeste (-0,5%) e Nordeste (-1,6%).

Índice Cielo de Varejo Ampliado Período analisado: 01/05/23 – 31/05/23

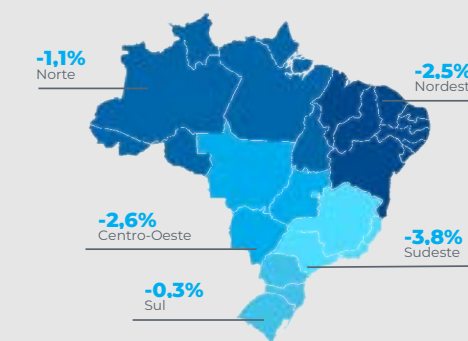


Macrossetores | Crescimento deflacionado na passagem anual:



“É o segundo mês seguido de queda do Varejo. Nestes dois meses, o macrossetor de Bens Duráveis e Semiduráveis foi o principal responsável pelo resultado negativo. Em maio, dentro desse macrossetor, o segmento com a maior retração nas vendas foi Vestuário. Um dos motivos para isso foi o inverno fora de época em maio do ano passado, que antecipou as vendas de roupa de inverno, algo que não ocorreu neste ano”

Desempenho deflacionado do varejo por região com ajuste de calendário



INFLAÇÃO

O Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), apurado pelo IBGE, apontou alta de 0,23% em maio. O índice acumulado nos últimos 12 meses ficou em 3,94%. Segundo o IBGE, a alta teve influência do aumento das mensalidades de planos de saúde. A inflação ficou abaixo das expectativas de mercado, que esperava 0,33% para este mês. Ao ponderar o IPCA pelos setores e pesos do ICVA, a inflação do varejo ampliado acumulada em 12 meses em maio foi de 2,7%, com desaceleração em relação ao índice registrado no mês anterior.

Vendas no varejo de veículos, motos, partes e peças cai 5,9% em abril segundo IBGE

No setor varejista como um todo, o volume cresceu 0,1% no mês e 0,3% na média móvel trimestral

Em abril de 2023, o volume de vendas do comércio varejista como um todo variou 0,1%, frente a março, na série com ajuste sazonal, registrando quatro meses consecutivos sem variações negativas: 3,8% em janeiro, 0,0% em fevereiro, 0,8% em março e 0,1% em abril. Com isso, o patamar da série histórica ajustada sazonalmente se encontra 4,7% acima do mínimo local, que foi dezembro de 2022. A média móvel trimestral variou 0,3%.

Na série sem ajuste sazonal, o comércio varejista subiu 0,5% frente a abril de 2022, nona taxa seguida no campo positivo. **O acumulado no ano** chegou a 1,9% enquanto **o acumulado nos últimos 12 meses** ficou em 0,9%.

No comércio varejista ampliado, que inclui veículos, motos, partes e peças e material de construção, o volume de vendas caiu 1,6% na série com ajuste sazonal. **A média móvel trimestral** ficou em 1,3%. **Na série sem ajuste sazonal**, o varejo ampliado cresceu 3,1%, **acumulando no ano** alta de 3,3% ante o mesmo período de 2022 e mantendo estabilidade (0,0) **no acumulado em 12 meses**. Em abril de 2023, na série com ajuste sazonal, o grupo **Veículos e motos, partes e peças** caiu 5,9%.

Em relação a abril de 2022, no **comércio varejista ampliado**, **Veículos e motos, partes e peças** caiu 1,9%, primeira queda após a alta de 10,8% em março. O setor tem alternado desempenhos

positivos e negativos ao longo de 2023, uma vez que os resultados de janeiro e fevereiro foram 4,7% e -1,3%, respectivamente. Em relação ao acumulado no ano até abril, ao passar de 5,1% até março para 3,3% no mês de referência, a atividade aponta perda de ritmo. No caso dos últimos doze meses, o resultado é negativo e o mesmo para os últimos dois levantamentos: -1,4% tanto até março, quanto até abril.

O volume de vendas de **Combustíveis e lubrificantes** cresceu 8,7% frente a abril de 2022, ante uma alta de 14,3% em março de 2023. A receita nominal do setor teve queda de 19,3%. O acumulado no ano foi de 20,0% até março para 17,0% em abril, com redução no ritmo de crescimento das vendas. O acumulado nos últimos doze meses manteve amplitude similar de crescimento: 21,0% até março contra 20,8% até abril.

No bimestre encerrado em abril, na comparação com o mesmo bimestre de 2022, o **comércio varejista** registrou crescimento de 1,9%, quarta taxa positiva consecutiva (3,0% no quinto bimestre de 2022, 0,9% no sexto e 2,0% no primeiro de 2023).

No **varejo ampliado**, o resultado para o segundo bimestre de 2023 foi de 6,0%, que é o segundo no campo positivo (0,3% no primeiro bimestre de 2023). Em termos setoriais, ainda para o varejo ampliado, **Veículos, motos, partes e peças** apresentou crescimento de 4,7%.

Vendas crescem em 16 Unidades da Federação em relação a março

Em abril, na série com ajuste sazonal, o **comércio varejista** variou 0,1%, com resultados positivos em 16 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Paraíba (3,6%), Pernambuco (2,3%) e Distrito Federal (2,0%). Por outro lado, houve resultados negativos em 11 UFs, destacando-se Espírito Santo (-4,3%), Amapá (-1,2%) e Paraná (-1,1%). Na mesma comparação, o **comércio varejista ampliado** teve resultados negativos em 17 das 27 UFs, com destaque para Mato Grosso do Sul (-7,3%), Rondônia (-5,1%) e Paraná (-5,1%). Por outro lado, pressionando positivamente, figuram 10 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Bahia (4,8%), Minas Gerais (4,0%) e Maranhão (3,5%). Frente a abril de 2022, o **comércio varejista nacional**

avançou 0,5% com resultados negativos em 17 das 27 UFs, com destaque para Tocantins (12,2%), Roraima (10,7%) e Alagoas (8,7%). Por outro lado, houve recuos em 10 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Rio Grande do Norte (-7,1%), Rio Grande do Sul (-2,4%) e Goiás (-2,3%). Considerando o **comércio varejista ampliado**, a variação entre abril de 2023 e abril de 2022 mostrou um aumento de 3,1%, com resultados positivos em 19 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Tocantins (24,6%), Acre (15,7%) e Bahia (11,4%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram oito das 27 Unidades da Federação, com destaque para Mato Grosso do Sul (-12,0%), Ceará (-8,5%) e Rio Grande do Norte (-7,8%).

VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO, SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES | Abril 2023 - BRASIL

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (1)			MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR			ACUMULADO	
	Taxa de Variação (%)			Taxa de Variação (%)			Taxa de Variação (%)	
	FEV	MAR	ABR	FEV	MAR	ABR	NO ANO	12 MESES
COMÉRCIO VAREJISTA (2)	0,0	0,8	0,1	1,1	3,3	0,5	1,9	0,9
1 - Combustíveis e lubrificantes	-0,4	-0,2	-1,9	19,9	14,3	8,7	17,0	20,8
2 - Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo	-0,4	0,0	3,2	0,9	4,5	3,1	2,7	2,1
2.1 - Super e hipermercados	-1,0	1,4	-0,1	1,7	5,0	3,8	3,3	2,5
3 - Tecidos, vestuário e calçados	-6,2	-4,4	-3,7	-8,9	-7,3	-11,0	-6,5	-7,8
4 - Móveis e eletrodomésticos	-1,6	0,6	-0,5	-0,7	2,7	-2,4	1,1	-4,3
4.1 - Móveis	-	-	-	-9,7	-6,6	-7,7	-6,4	-12,1
4.2 - Eletrodomésticos	-	-	-	4,9	8,0	1,8	5,8	-0,5
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria	1,5	0,9	0,3	-0,7	7,1	3,0	0,4	4,0
6 - Livros, jornais, revistas e papelaria	5,2	0,9	1,0	-9,4	-8,0	-5,7	-0,3	6,7
7 - Equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação	-9,7	6,3	-7,2	-2,6	4,2	-5,8	2,5	2,5
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico	-2,3	-2,2	-1,4	-12,9	-12,4	-18,0	-12,4	-12,2
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (3)	1,9	3,7	-1,6	0,0	8,8	3,1	3,3	0,0
9 - Veículos e motos, partes e peças	0,9	4,4	-5,9	-1,3	10,8	-1,9	3,3	-1,4
10 - Material de construção	-2,2	-0,5	-0,8	-5,7	-5,0	-7,6	-4,3	-8,3
11 - Atacado de produtos alimentícios, bebidas e fumo				-9,2	5,4	14,5	3,1	

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio. (1) Séries com ajuste sazonal. (2) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8. (3) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10.

Semana de 05 a 09 de junho

Apresentamos agora os resultados das pesquisas **MAPA** - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e **ONDA** - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços relativos ao período de 05 a 09 de junho, semana mais curta em razão do feriado do dia 8. Os estudos medem o desempenho em tempo real dos negócios no varejo para veículos leves em todo o país, trabalho do After.Lab, núcleo de pesquisas e inteligência de negócios da Novomeio Hub de Mídia.

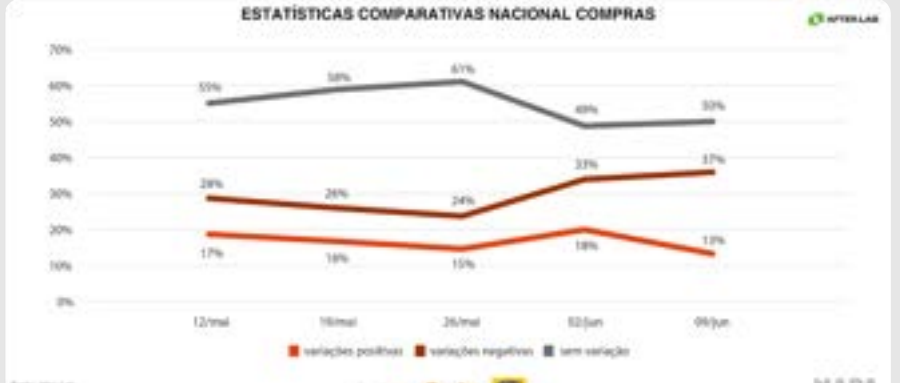
MAPA

Começando pelo **MAPA**, que apurou a manutenção da trajetória persistente de queda nas vendas do varejo, com média nacional ponderada na semana em análise de -0,23%. Os gráficos regionais das vendas apresentaram os seguintes re-

sultados na semana: 8% no Norte; -5,56% no Nordeste; -4,58% no Centro-Oeste; 1,89% no Sudeste; e -0,93% no Sul.

O **MAPA** apurou que 64% dos varejistas entrevistados não indicaram variação no volume de vendas. Os que compram mais foram 16% da amostra e os que compraram menos representaram 21% dos entrevistados.

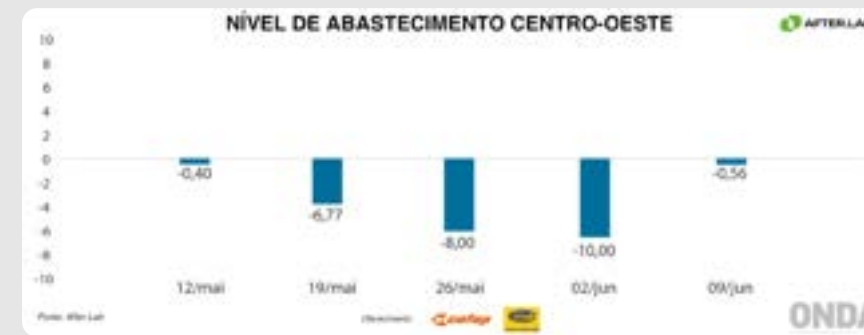
O índice de compras apurado pelos profissionais do After.Lab também vem mantendo sequência de quedas. Agora, a média nacional ponderada em relação à semana anterior foi de -4,94%. Quanto aos resultados regionais de compras, -4% no Norte; -6,94% no Nordeste; -7,67% no Centro-Oeste; -2,3% no Sudeste; e -8,64% no Sul. Os gráficos de estatísticas comparativas mostraram que 50% dos varejos entrevistados mantiveram o volume de compras da semana anterior. Nos demais índices, prevaleceu o crescimento para apenas 13% dos varejistas e a redução no volume para 37%.



ONDA

Passemos agora às informações do **ONDA**. A média nacional de abastecimento fechou a semana com índice de -5,85%. Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do país também continuaram apontando para baixo: -3,33% no Norte; -1,29% no Nordeste; -0,56% no Centro-Oeste; -8% no Sudeste; e -7,69% no Sul. Itens em geral aparecem na liderança do ranking da falta de produtos com 53,3% das respostas, seguidos por componentes de motor, com 23,3%; e amortecedores, com 13,3%. Em sentido contrário aos índices de abastecimento, os varejistas entrevistados continuaram apontando percepção de alta nos preços, com viés de 2,53% na média nacional. Por ser esta uma avaliação apenas subjetiva por parte dos varejos, o índice é tratado

na metodologia do After.Lab como mero indicador de tendência. A percepção regional da variação nos preços foi a seguinte na semana em análise: zero no Norte; 0,13% no Nordeste; 1% no Centro-Oeste; 3,8% no Sudeste; e 2,92% no Sul. Os itens em geral responderam por 60% das citações dos varejos quanto à alta nos preços, seguidos por componentes de motor, com 20%; e componentes eletrônicos, com 13,3%. A estabilidade no abastecimento se manteve para 61% dos entrevistados. Em relação aos preços, a curva de estabilidade foi de 71% para 75% dos varejos ouvidos. Acompanhe semanalmente os índices atualizados das pesquisas **MAPA** e **ONDA** nas plataformas digitais do Novo Varejo Automotivo.



Ações automotivas têm desempenho expressivo e IAA sobe quase 25% no mês passado

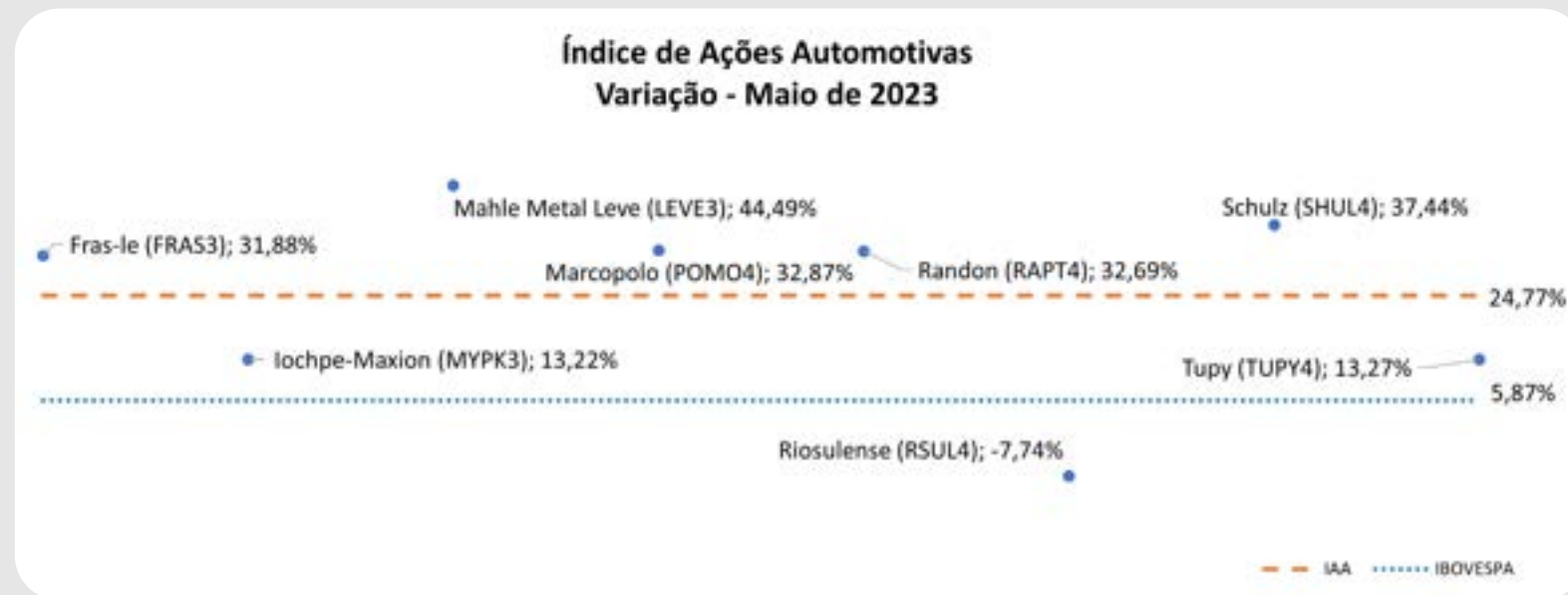
O Índice de Ações Automotivas medido pelo After.Lab cresceu 24,77% no mês de maio, um resultado expressivo. No mesmo período, o IBOVESPA – o indicador mais importante do desempenho médio das cotações das ações negociadas na B3, a Bolsa de Valores brasileira – subiu 5,87%.

Todas as ações das empresas automotivas listadas na bolsa

apresentaram crescimento no mês passado, com exceção da Riosulense, que caiu 7,74%.

O melhor desempenho ocorreu nos papéis da Mahle Metal Leve, com alta de 44,49%, seguida pela Schulz, com 37,44%.

Semanalmente, a cada segunda-feira, as plataformas digitais do Novo Varejo Automotivo publicam os resultados atualizados do IAA.



Sobre o índice

O IAA - Índice de Ações Automotivas é mais um serviço inédito do After.Lab para o mercado brasileiro de reposição automotiva.

Desde agosto de 2022, pela primeira vez uma mídia do setor constitui uma carteira de ações de empresas automotivas na B3. Mesmo que ainda sejam poucas as empresas a operar nessa modalidade, já são suficientes para proporcionar uma leitura sobre o desempenho das operações relacionadas ao universo automotivo que abriram capital e usam o pregão do Ibovespa para conquistar investidores e alavancarem seus negócios. A metodologia do estudo reúne as movimentações diárias dos índices de fechamento de cada ação para criar uma média, o IAA - Índice de Ações Automotivas, medido entre a variação das sete empresas selecionadas e comparado com o índice do Ibovespa gerando gráficos para a checagem do

comportamento das ações automotivas em relação à movimentação do mercado em geral, regulando os índices de forma a perceber variações em tempo real.

São essas as ações que comporão o IAA, negócios relacionados diretamente ao setor automotivo e com ações listadas hoje na Bolsa de Valores:

Fras-le	FRAS3
Mahle Metal Leve	LEVE3
lochpe-Maxion	MYPK3
Marcopolo	POMO4
Randon	RAPT4
Riosulense	RSUL4
Tupy - MWM	TUPY4

O After.Lab é um núcleo de pesquisas e estudo de dados e mercado com foco no Aftermarket Automotivo. Produz as principais análises de desempenho e tendências do setor através de marcas e serviços criados há décadas: Maiores e Melhores, Inova, Autop of Mind; e também recentemente: MAPA, ONDA, VIES, META e LUPA.

É a mais fundamental base de geração de estatística do Aftermarket Automotivo e conta com apoio das principais associações do setor, tornando-se referência para as decisões estratégicas dos principais competidores do mercado em seus vários segmentos. Os milhares de números de avaliação e investigação são divulgados através de disparos de e-mails, publicações digitais e físicas e diversos formatos de mídias digitais.

AFTER.LAB

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.

