



novovarejo

automotivo

Aftermarket se mobiliza em favor da liberdade de escolha do consumidor

Novas tecnologias impõem crescentes dificuldades para o acesso do mercado independente ao carro conectado, trazendo aflições e prejuízos a toda a cadeia de negócios do setor.

**PENSOU EM PORTFÓLIO COMPLETO.
PENSOU PELLEGRINO.**

Pellegrino 



**VELOCIDADE
FAZ PARTE**

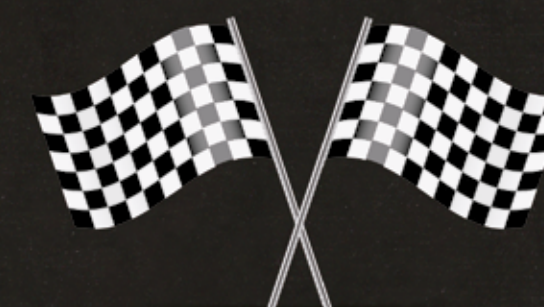


DO NOSSO

DNA

Bia Figueiredo: a primeira mulher a vencer na Indy Lights, na Fórmula Renault e atualmente é piloto da TCR Cobra Racing Team. Foi a primeira mulher brasileira a correr na Fórmula Indy e nas 500 Milhas de Indianápolis.

COM A COBRA
VOCÊ TEM AINDA
MAIS **VELOCIDADE**
E **EFICIÊNCIA** PARA
O SEU NEGÓCIO.



Nós sabemos que sair na frente muda tudo, e **no mercado automotivo isso faz toda a diferença.**
Junte-se com quem tem o DNA da velocidade e desempenho.



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

www.cobrarolamentos.com.br
sac@cobrarolamentos.com.br
0800 016 3333 | @cobrarolamentos



Grito de independência dos independentes

Já passou da hora do aftermarket automotivo independente dar seu grito de independência. Este setor indispensável para a economia brasileira – responsável por manter rodando nada menos que 80% da frota circulante no país – ainda é visto por muitos, por incrível que pareça, como um mercado “paralelo”.

E quando digo aqui muitos, são muitos mesmo: proprietários de veículos, autoridades públicas e montadoras estão entre aqueles que – por falta de informação ou interesses outros – não raro menosprezam o mercado independente, sua estrutura, seu know how, sua qualidade, suas empresas e seus profissionais.

Em 1998, este Novo Varejo Automotivo criou a campanha “Movimento de Valorização do Mercado Independente”. Numasérie de reportagens, apresentávamos com dados e fatos pra lá de consistentes a relevância do setor como gerador de receitas, pagador de impostos, empregador de mão de obra e, claro, responsável direto pela preservação da segurança e da própria vida do cidadão brasileiro.

Há 24 anos, portanto, já nos incomodava o tratamento muitas vezes de segunda classe dedicado a este setor tão competente e fundamental. De lá pra cá, é claro, muitas transformações ocorreram – em especial no campo da tecnologia – mas pouca coisa mudou em relação à valorização do aftermarket automotivo.

Mas, agora, há questões de grande relevância que impõem a necessidade da busca por providências urgentes no sentido de reverter a percepção embaçada acerca de nosso setor. A gradativa e irreversível presença nas oficinas dos carros conectados e seus Security Gateways já está travando o acesso dos reparadores independentes à reparação destes automóveis. As consequências em série desta nova realidade podem ser devastadoras para o mercado independente de reposição em seu todo.

Não dá mais para assistir passivamente às restrições impostas pelo avanço tecnológico ao trabalho daquele setor que foi o eleito pelos proprietários de veículos para cuidar de seus automóveis. Trata-se, afinal, de uma questão de respeito ao consumidor, com seus óbvios possíveis desdobramentos legais. Neste contexto, surge como muito importante o movimento Right to Repair, ou direito à reparação, uma das bandeiras que vêm sendo erguidas pelas lideranças do aftermarket automotivo em sua nova proposta de mobilização que será detalhada no próximo mês de agosto em Fortaleza (CE).

Esta edição digital do Novo Varejo Automotivo trata de tudo isto e um pouco mais em duas reportagens. Que você não pode deixar de ler. Porque estamos falando da principal demanda do setor neste momento, que abraça e encaminha temas sensíveis para garantir a independência de fato e de direito do mercado que sustenta a sobrevivência da sua empresa.

NOVOMEIO

www.novomeio.com.br

Publisher

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

Diretor Geral

Claudio Milan
(claudio@novomeio.com.br)

Diretor Comercial e de Relações com o Mercado

Paulo Roberto de Oliveira
(paulo@novomeio.com.br)

Diretor de Criação

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

Fale com a gente

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

Redação

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

Notícias

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

Publicidade

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

Marketing

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

Recursos Humanos

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

Ano 29 - #366 15 de Julho de 2022

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

José Ricardo

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)

PENSOU EM PORTFÓLIO COMPLETO. PENSOU PELLEGRINO.

Um portfólio diversificado, com as melhores marcas para as linhas leve, pesada, motos e acessórios.

Esse é o segredo que faz da Pellegrino uma das principais distribuidoras do Brasil.

São 29 filiais instaladas nos principais polos comerciais do país, para garantir mais eficiência no atendimento e qualidade na entrega.



Use sua câmera para acessar o portfólio online



**Não pense duas vezes!
Pensou em bons negócios,
PENSOU PELLEGRINO.**



**Faça já o seu pedido!
Compre Online.**



Entre em contato com a filial mais próxima de você.

f i in
pellegrino.com.br

Pellegrino 30 anos



Dificuldade de acesso dos reparadores independentes aos cada vez mais complexos carros conectados preocupa lideranças do aftermarket e especialistas em Direito do Consumidor.

18

08

Ana Debiazi, especialista em logística e inovação, fala sobre novas oportunidades de negócios para os pequenos e médios varejos sob o ponto de vista da logística.

12

Esta edição inicia uma nova fase da pesquisa Vies, com a análise do desempenho do varejo de autopeças no comparativo entre os resultados dos meses de junho de 2022, 2021 e 2020.

Aftermarket automotivo se mobiliza para criar uma política setorial capaz de defender as legítimas demandas do mercado e proporcionar maior representatividade nas esferas do poder.

30

Colunista exclusivo do Novo Varejo Automotivo, Danilo Fraga analisa a força e as perspectivas do comércio eletrônico no mercado de autopeças.



26

Planejamento estratégico blindava empresas contra crises

Ferramenta possibilita controle do próprio destino por meio da medição dos recursos existentes e projeção precisa de resultados, conforme destacou a edição 266 do Novo Varejo

Se você sempre consulta o cérebro à procura de uma resposta quando é perguntado sobre os próximos passos na gestão de sua empresa, está mais do que na hora de se debruçar sobre uma ferramenta indispensável para qualquer negócio: o planejamento estratégico.

É por meio dele que empresários de sucesso em todo o planeta conseguem desenhar um panorama completo do lugar onde a empresa se situa em seu nicho de mercado e projetam – a partir disso – seus novos passos.

Este foi um dos temas de destaque da edição 266 do Novo Varejo. Ouvido na oportunidade por nossa reportagem, o consultor do Share Marketing Group, Evandro Tenca, lembrou que o planejamento estratégico possibilita que as empresas assumam um controle maior sobre seu próprio destino e minimizem a influência das incertezas do cenário externo,

algo fundamental, sobretudo, em momentos de crise, cada vez mais frequentes no cenário global.

Tenca afirmou a nossa reportagem que uma estratégia detalhada possibilita ao empresário a manutenção da sustentabilidade e a projeção de um crescimento tangível do negócio independente do mau momento brasileiro.

“Tudo isso se dará, através do ajuste de três grandes categorias decisórias: a gestão de portfólio de produtos, negociação e acordos com a cadeia de fornecedores e adequar a comunicação para situação do mercado. A empresa varejista que fizer os ajustes adequados nestas atividades chave terá crescimento”, garantiu.

A matéria publicada há 100 edições também trouxe dicas para empresas familiares que desejavam adotar uma administração mais profissional.

AMORTECEDOR COFAP, MAIS UM ANO O PREFERIDO ENTRE OS MECÂNICOS!

Trabalhamos todos os dias para entregar tecnologia, conforto e segurança para quem dirige e também quem aplica. Prova disso é que, mais uma vez, somos a marca número 1 em amortecedores, segundo a opinião de quem mais entende do assunto.

PESQUISA
Marca mais lembrada
AMORTECEDOR
O MECÂNICO

PESQUISA
Marca mais comprada
AMORTECEDOR
O MECÂNICO

Fonte: Ipec | O Mecânico

Todo esse reconhecimento é combustível para continuarmos nossa busca em oferecer um produto cada vez melhor.

Obrigado amigos mecânicos e até o ano que vem.

SIGA:

Accesse aqui nosso site

www.mmcofap.com.br

cofap
Juntas salvamos vidas.

Estoques infinitos: oportunidade para novo posicionamento de pequenos e médios varejistas

Especialista em logística e inovação, Ana Debiazi destaca busca de grandes marcas por mais capilaridade e proximidade com os clientes

O fortalecimento do e-commerce, que hoje representa mais de 12% das vendas do varejo brasileiro, trouxe desafios importantes a serem transpostos pelo setor tanto sob o ponto de vista da experiência do consumidor como da organização do ecossistema das empresas dos diferentes elos que o compõe.

No campo da experiência, grita a necessidade de atender no digital o sentimento de urgência do consumidor na hora de uma compra por impulso ou necessidade. É possível, por exemplo, entregar um produto no mesmo dia da compra? Ou melhor, no mesmo período do dia?

Já no campo sistemático, o boom dos marketplaces ofereceu às indústrias e marcas a oportunidade de romperem a ordem tradicional da cadeia varejista ao atuarem na ponta, não apenas estreitando a relação com os consumidores finais, mas também concluindo as vendas.

Em ambas as questões, a logística se coloca como ponto fundamental. Afinal, são seus mecanismos que permitem aos vendedores – sejam eles marcas ou varejos – entregar a melhor e mais veloz experiência de compra ao cliente, bem como possibilitam que os varejistas encontrem um novo lugar sustentável na cadeia de consumo e não apenas sobrevivam, mas se mantenham relevantes.

Para discutir estas transformações do comércio, convidamos a CEO da Leonora Ventures, Ana Debiazi, para compartilhar suas impressões da prática da logística no setor com base nos cases das chamadas LogTechs (startups especializadas em logística) e RetailTechs (startups especializadas em varejos) que apoia.

Durante a conversa, a especialista mostrou otimismo quanto a uma reconfiguração sustentável do varejo e citou justamente a logística como um dos pontos mais marcantes de um momento que considera promissor e cheio de oportunidades para pequenos e médios empresários.

Novo Varejo - Nos últimos dois anos, o varejo passou a conviver com uma intensificação do tema da experiência do consumidor no seu dia a dia. Qual foi o papel da logística neste desafio?

Ana Debiazi - De fato, tivemos uma virada de mesa dos varejistas quando eles passaram a colocar os consumidores no centro de tudo e a pandemia intensificou muito este



Ana Debiazi conta que grandes varejistas estão em busca dos menores para ter estoque na ponta

processo. Foi preciso que as empresas mostrassem quem elas eram, que estavam presentes e que estavam fazendo bem para que não 'morressem' naquele momento. E, neste sentido, um dos principais pontos desta experiência é a entrega. Ok: o cliente entrou no site, gostou do produto, do preço, do frete... Mas será que é possível entregar para que ele use aquele produto no mesmo dia? Os grandes varejistas mostraram que era possível. Afinal, eles têm, acima de tudo, dinheiro para fazer com que isso aconteça.

NV - Você enfatizou bem. Os grandes conseguiram responder a este desafio. Mas e os médios e pequenos? O quanto o fato de o consumidor estar 'mal acostumado' com essa capacidade de entrega quase imediata pressiona essas empresas com menos poder de investimento?

AD - Isso, para mim, é muito positivo para o pequeno varejista. O pequeno precisa surfar nessa onda que, neste momento, ele não está enxergando nem qual é. E que onda é essa? A resposta está no que a gente chama de estoque infinito. **Vamos pensar: o que faz um grande varejista entregar um produto em duas horas sem ter de investir para contar com um centro de distribuição em cada uma das principais cidades do país? Este estoque infinito pode ser o varejista! Ele pode ser este player que tem estes produtos à disposição** e está perto o suficiente para entregá-los com a agilidade que o cliente quer.

NV - Interessante, é como se a roda se invertesse, não? Uma grande marca ou um grande varejo passa a estabelecer o relacionamento com o varejista não mais como fornecedor, mas como um parceiro que impulsiona a venda do produto a partir de uma relação direta com o cliente e conta com o varejista para fornecer o produto em si e a entrega. É isso mesmo?

AD - É exatamente isso. Inclusive se inverte a ordem da procura. No começo do processo de digitalização e da popularização dos marketplaces, os varejos buscavam as plataformas. Hoje os grandes varejistas estão em busca destes menores para ter este estoque na ponta. Aqui dentro do grupo, por exemplo, a gente já começou este movimento várias vezes – chamar o pequeno varejista e dizer “nós conseguimos fazer isso com você, nos dê essa abertura. Nos ajude a entregar, tenha o estoque, que a gente te garante a venda”. Além de oferecer este last mile para os grandes varejos, as parcerias também são formas de diminuir o impacto de uma quebra de cadeia que está ocorrendo com o avanço do e-commerce com, como eu disse, grandes

marcas e indústrias passando a estabelecer uma relação direta de venda junto ao consumidor final.

NV - A oportunidade parece ser clara. Mas como o varejista pode se articular junto a esses grandes players para entrar neste circuito do 'estoque infinito'?

AD - A primeira coisa é gestão. O varejo tem que ser capaz de dizer, “eu tenho o meu controle de estoque aqui, eu consigo integrar o meu estoque com o seu sistema para que quando entre uma venda pelo seu e-commerce, você consiga acessar o meu estoque e me considerar como um varejista apto a entregar com agilidade”. O pequeno e o médio varejista precisam começar a se movimentar. Eu sei que, muitas vezes, o pequeno empresário possui uma estrutura familiar em que o proprietário é o mesmo que abre a loja, é o caixa, é o almoxarife, faz compras, às vezes que atende... Mas ele precisa pensar que, para não morrer, ele necessita passar por uma transformação digital. Quando ele passa a ter controle de gestão, mostra isso para os seus fornecedores; “cara, eu tenho como fazer isso por você”. Um segundo requisito, depois da gestão, é o Last Mile – ou seja, a capacidade de entregar. Se o varejista quer, realmente, começar a atender vários fornecedores, precisa oferecer essa perna final. Neste âmbito, ele deve entender quais são estas empresas e os profissionais que estão na perna final com quem pode firmar parceria, seja um Rappi ou um grupo de motoboys.

NV - Além da dinâmica de estruturação da cadeia do varejo trazida pelas evoluções tecnológicas e o avanço do e-commerce, a logística neste setor também nos parece estar prestes a sofrer uma revolução em termos de modal de transporte de entrega. Tanto com a automação veicular, quanto com os drones. Você vê alguma destas novidades como uma realidade no médio prazo aqui no Brasil?

AD - O drone já é bem realidade quando a gente fala de last mile, que é, realmente, a última perna. A gente já tem visto vários testes! Esta pauta está avançando bastante no mercado israelense, assim como no mercado americano – dois polos que costumam estar sempre à frente, conduzindo as próximas tecnologias que vão aparecer e se disseminar no mundo todo. **Gestores preocupados com cidades inteligentes já vêm investindo nos drones. Assim como aqueles que se preocupam com as pautas verdes, de sustentabilidade** – serem limpos, serem verdes. Vamos começar a ver muito mais drones voando nos próximos anos. Ainda temos uma regulamentação brasileira a ser sanada. Mas eu acredito que o drone vem com tudo.



**UMA EXPERIÊNCIA INCRÍVEL PARA DUBAI
COM UM DIA ESPECIAL NO CATAR!**

Sama, 100 anos de tradição, evolução e crescimento.

A SAMA é **uma das mais completas e tradicionais distribuidoras de autopeças do país.**

Em 2022 chegamos aos **100 anos de história** com 29 filiais por todo o Brasil, oferecendo um portfólio com 64 mil itens de reposição para o segmento automotivo.

Para comemorar essa data tão importante, a SAMA lançou uma campanha muito especial, para celebrarmos juntos com os nossos clientes esses 100 anos. São 100 viagens sorteadas para Dubai com **um dia brasileiro no Catar em novembro de 2022.**

A cada **R\$ 5 mil em compras, ganhe 1 cupom** para participar dos sorteios.

São três sorteios trimestrais e um grande sorteio no final da campanha.

Acompanhe nossas redes sociais e fique por dentro de tudo que acontece na campanha!

VIES – VARIAÇÕES NOS ÍNDICES E ESTATÍSTICAS PRÉ E PÓS-CRISE Junho 2020 x junho 2021 x junho 2022

Como sempre comentamos, o mercado de reposição se mostrou extremamente resiliente durante as diferentes ondas da pandemia de coronavírus que se abateu no mundo a partir da segunda semana de março de 2020, e ainda nos assombra com os possíveis desdobramentos.

Já nos primeiros meses da pandemia, em abril de 2020, o after.lab – empresa de pesquisa e inteligência de mercado do Grupo Novo Meio, saiu à frente e estabeleceu como prioridade entender o que estava acontecendo no mercado de reposição, lançando mão de seu conhecimento de mercado, e implementando as pesquisas MAPA e ONDA, que passaram então a coletar semanalmente junto a 100 empresários do varejo de autopeças em todo o Brasil suas informações em quatro dimensões: quebra (ou ruptura) no abastecimento, variação de preço, variação nas vendas e variação nas compras.

De lá para cá são 27 meses de coleta ininterrupta de dados, transformando as pesquisas MAPA e ONDA no maior acervo de dados sobre o comércio varejista de autopeças já registrado no Brasil. E é justamente da análise em conjunto dos dados coletados que nasce mensalmente o boletim VIES (Variações nos Índices e Estatísticas) que você acompanha nas páginas do Novo Varejo Automotivo.

Nesta edição inauguramos a análise do VIES contemplando os dados relativos ao mês de junho coletados em três anos distintos: 2020, 2021

ABASTECIMENTO

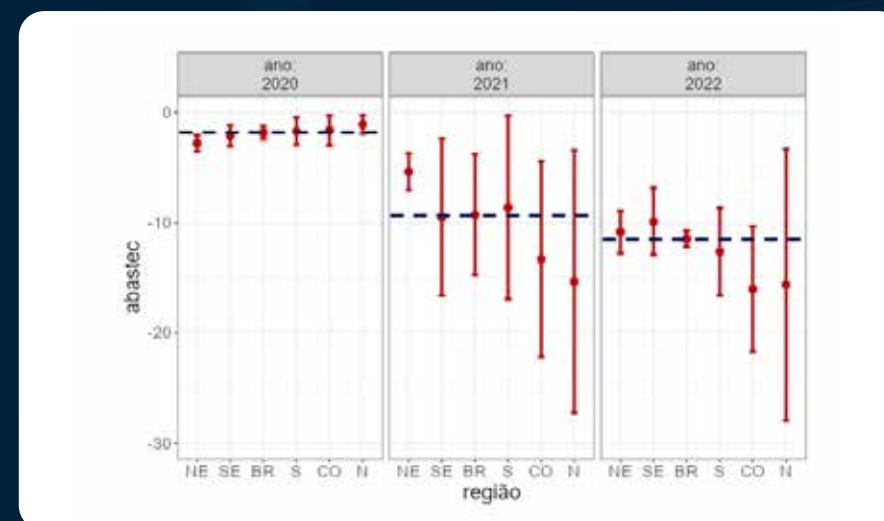
Ao analisar o gráfico fica evidente que a quebra/ruptura do abastecimento foi se deteriorando ao longo dos anos. Se em junho de 2020 a média percebida no agregado país no abastecimento era de -1,83%, esta quebra passou para -9,28% em junho de 2021 e alcançou -11,47% em junho de 2022. Para aqueles que se interessam pela estatística, neste caso utilizamos uma ANOVA, com $F(2, 9) = 9,875$, $p = 0,005$.

Região	Média 2020	Média 2021	Média 2022	Estatística
Centro-Oeste	-1,63%	-13,30%	-16,00%	$F(2, 9) = 6,213$, $p = 0,020$
Nordeste	-2,79%	-5,36%	-10,85%	$F(2, 9) = 28,905$, $p < 0,000$
Sul	-1,71%	-8,65%	-12,63%	$F(2, 9) = 4,221$, $p = 0,051$

Muito embora seja possível visualizar também as flutuações nas regiões Norte e Sudeste, não encontramos variações estatisticamente significantes.

e 2022, sempre com a mesma metodologia: os empresários do varejo de autopeças são selecionados aleatoriamente dentro da base de relacionamento do Grupo Novo Meio em função da representatividade da frota demandante em cada região. Com esta amostragem nossa equipe de pesquisas entra em contato para perguntar a variação de cada uma das dimensões, sempre em relação à semana anterior. Assim, conseguimos identificar as flutuações que são percebidas no dia a dia das lojas de peças de uma forma bastante prática e direta. E os resultados das variações semanais são divulgados na página do Novo Varejo Automotivo.

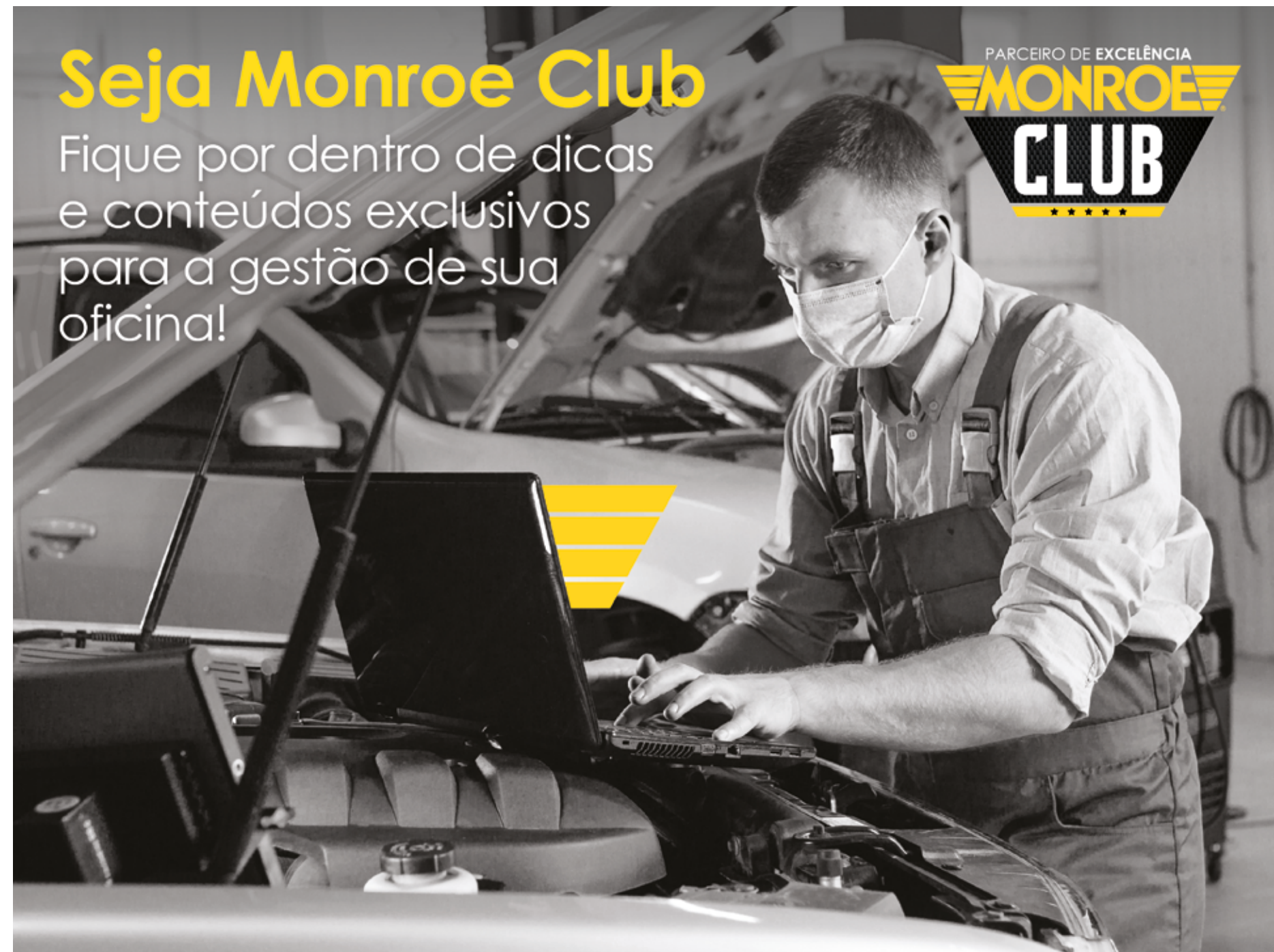
Antes de iniciarmos a análise de cada uma das dimensões, e como fazemos todos os meses, uma breve explicação sobre a leitura dos gráficos que serão apresentados. No eixo horizontal estão representadas as cinco regiões brasileiras (CO, SE, S, NE e N) e o agregado país (com a sigla BR). No eixo vertical os valores em percentual, sempre considerando a variação média de um mês em relação ao mês anterior. As linhas verticais vermelha representam a tendência central (cujo círculo no meio da linha é o valor da média) e a dispersão (os limites superiores e inferiores da linha vertical representam um desvio-padrão) de cada uma das dimensões em cada região. A linha tracejada horizontal em azul representa a média do agregado Brasil e serve como referência para avaliar as regiões em comparação à média brasileira e entre as regiões.



Fonte: Pesquisas MAPA e ONDA (After.Lab)

Seja Monroe Club

Fique por dentro de dicas e conteúdos exclusivos para a gestão de sua oficina!



Há mais de um século no mercado automotivo, a Monroe proporciona segurança aos veículos de todo o Brasil e garante uma sólida parceria com você.

Com o Monroe Club, tenha acesso a treinamentos especializados, prêmios exclusivos, acúmulo de pontos e prioridade em indicação.

Confira um pouco do que oferecemos por aqui:

- **CETEDEM** (Centro de Treinamento e Desenvolvimento Monroe e Monroe Axios): preparo e capacitação de profissionais, oferecendo conhecimento amplo sobre o mercado.
- **E-Learning**: aperfeiçoamento técnico e profissional por meio do nosso sistema de aprendizado on-line, onde você pode acessar o material a qualquer momento em seu dispositivo eletrônico.
- **Acúmulo de pontos**: na compra de produtos Monroe e Monroe Axios, você poderá trocar seus pontos por prêmios exclusivos da Monroe e, também, por milhares de produtos de marcas parceiras.

Entre em contato conosco e saiba mais sobre os benefícios do Monroe Club:

☎ 08000166004

✉ atmogid@driv.com

MONROE
AMORTECEDORES

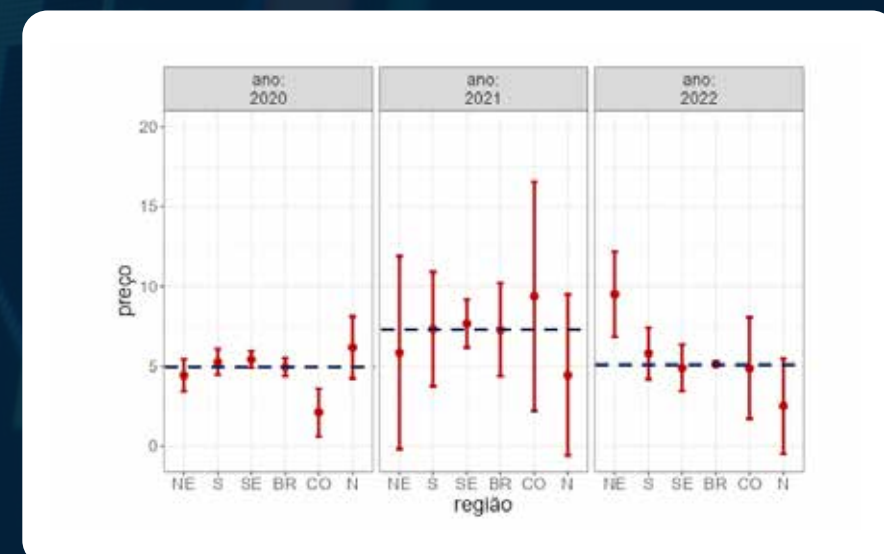
MONROE
AXIOS

PREÇO

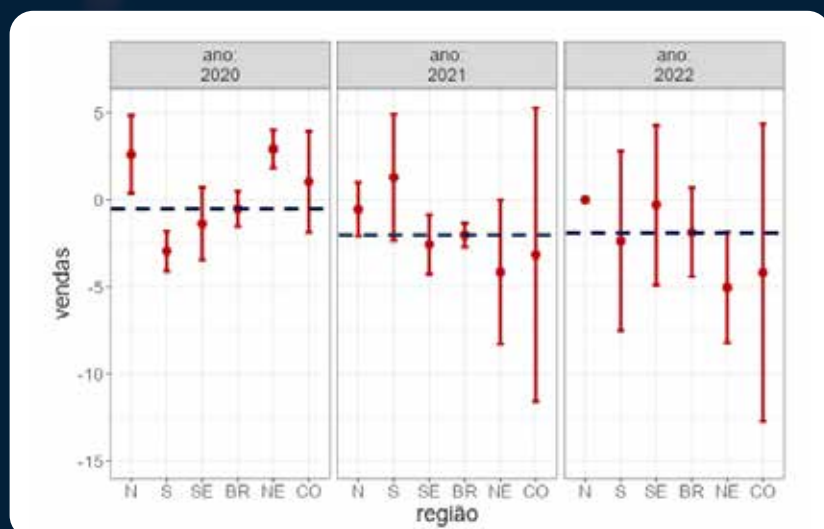
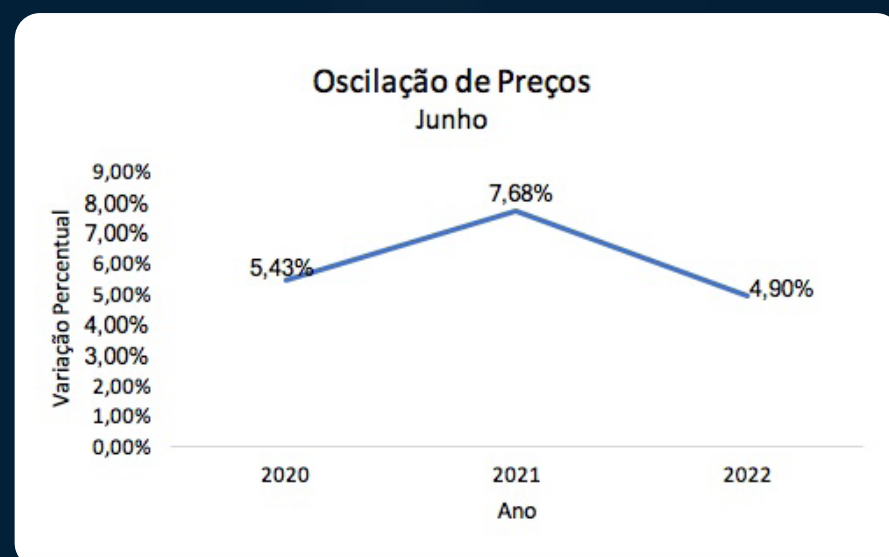
Pela análise do gráfico, já fica evidente que os reflexos das variações positivas de preço já se faziam sentir em junho de 2020, quando a média do agregado Brasil foi de 4,96%. Já em junho de 2021 a tendência de crescimento também se vislumbra no gráfico, com uma média nacional de 7,28% de aumento nos preços, e chegamos a junho de 2022 com uma percepção de oscilação média no Brasil de

5,14%, com o Nordeste puxando a tendência para cima, com uma média de 5,85% e o Norte como limite inferior, apresentando variação média de 2,50% em junho de 2022.

A partir de nossa análise estatística, identificamos que a região Sudeste foi a que apresentou uma variação estatisticamente significativa [F(2, 9) = 5,617, p = 0,026], e que pode ser verificada no gráfico que destaca a região.



Fonte: Pesquisas MAPA e ONDA (After.Lab)



Fonte: Pesquisas MAPA e ONDA (After.Lab)

VENDAS

Observando o gráfico sobre a variação em vendas, fica evidente que no primeiro momento, junho de 2020, as vendas oscilaram positivamente nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, com uma variação sutil (-0,52%) no agregado Brasil.

Mas foi na região Nordeste que os efeitos da variação nas Vendas foi estatisticamente significativa, passando de 2,91% em junho de 2020, para -4,16% em junho de 2021, e para -5,04% em junho de 2022 [F(2, 9) = 8,018, p = 0,010].

Embora as linhas verticais vermelhas apontem para variações negativas ao longo dos três períodos coletados, é possível verificar que o impacto no mercado de reposição foi menor do que em outros segmentos, o que novamente reforça a tese de que somos um segmento resistente a crises, e que para manter mais de 80% da frota circulante em atividade, é o aftermarket automotivo que responde quando convocado.

Mais tecnologia, segurança e praticidade com nosso novo e-commerce.



Acesse a loja online da RMP.

Com alguns cliques é possível garantir os seus produtos e ficar por dentro das **nossas campanhas e promoções.**

Sistema **dinâmico, moderno e seguro**, feito especialmente para você.

Confira nosso portfólio. São centenas de itens em peças automotivas à sua disposição.

Acesse e confira: loja.rmp.com.br

Acesse nosso site:



- www.rmp.com.br
- [@rmpdistribuidora](https://www.instagram.com/rmpdistribuidora)
- [@rmpdistribuidora](https://www.facebook.com/rmpdistribuidora)

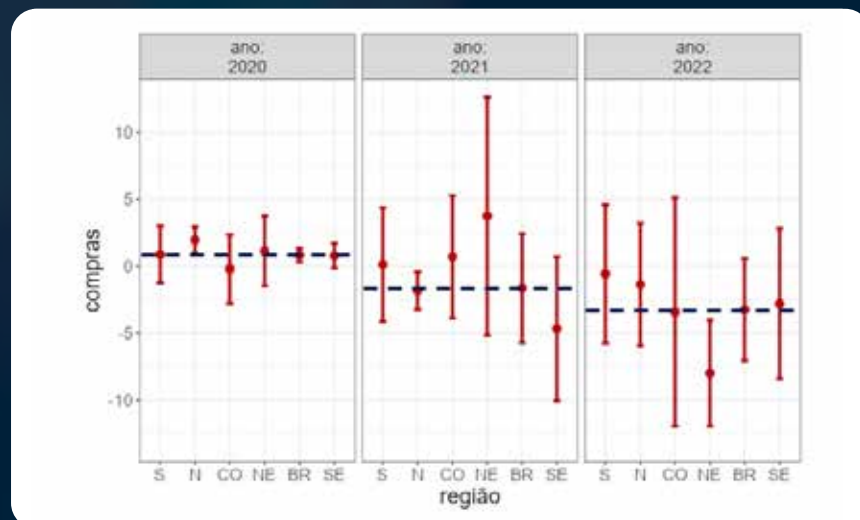


COMPRA

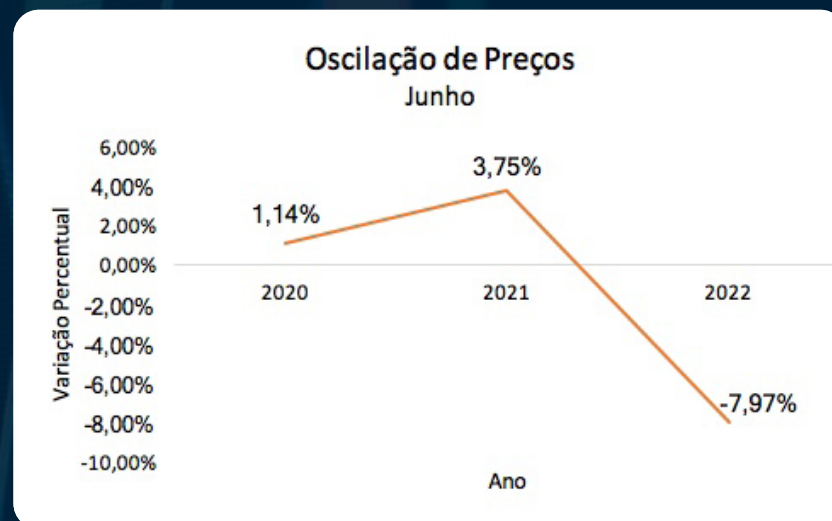
Este gráfico, relativo às variações em Compras, é de certa forma similar ao gráfico relativo às variações em Abastecimento, e estão altamente relacionados uma vez que a compra está associada à disponibilidade e, em momentos de escassez, nos deparamos com uma outra variável que surge: variação em Preços. Esta variação, dentro da teoria econômica clássica pode se traduzir em "guerra de preços" quando a

oferta é maior do que a demanda, ou em "ágio", quando a demanda é maior do que a oferta. Vivemos estes ciclos na prática ao longo destes pandêmicos anos.

Mas foi na região Nordeste em que as variações na Compras mostrou-se de forma estatisticamente significativa [F(2, 9) = 4,460, p = 0,045], com as oscilações se comportando conforme apresentado no gráfico a seguir.



Fonte: Pesquisas MAPA e ONDA (After.Lab)



Fonte: Pesquisas MAPA e ONDA (After.Lab)

Não sabemos os fatores que levaram à essa variação brusca, mas de qualquer forma temos um ponto de atenção a verificar nos próximos meses, se esse descolamento das demais regiões se explica por alguma variável desconhecida, e que mereça ser incluída na análise.

CONCLUSÕES

A dinâmica do mercado de reposição deveria ser objeto de maior atenção dos empresários e executivos envolvidos no ambiente de negócios, visto que se manifesta de forma real e concreta na saúde das empresas. Analisando de forma simultânea os dados relativos aos três meses de junho coletados (2020, 2021 e 2022), observamos que em cada momento e em cada região, além do agregado Brasil, a combinação das variáveis foi mais um menos representativa. Como exemplo, no agregado país em junho de 2020, as quatro dimensões estudadas (Abastecimento, Preço, Vendas e Compras) ainda estavam passando por momentos específicos de acomodação junto aos agentes do comércio, com variações diferentes em cada uma. Já em junho de 2021, encontramos correlação positiva entre as variações de Preço e Vendas no agregado país que, em junho de 2022, se converteu em correlação positiva entre variação no

Abastecimento e nas Compras. E é em relação a esse tipo de postura analítica que nos referimos quando enfatizamos a necessidade dessa atenção dos tomadores de decisão.

Na região Centro-Oeste, já em junho de 2020, a correlação positiva se deu entre as variações de Preço e as variações de Compra, que em junho de 2021 se converteu numa correlação positiva entre variação nos Preços e nas Vendas, e em junho de 2022 apontou para correlação positiva entre variação no Abastecimento e nas Compras.

E é justamente para suprir a lacuna na informação com base em dados que o after.lab se posiciona no mercado. Nosso propósito é planejar, coletar, analisar e gerar insights a partir das informações obtidas junto a quem vive as realidades do aftermarket no dia a dia. Vem com a gente!

Uma solução moderna e tecnológica em suas mãos.



Agora, ficou mais fácil realizar suas compras através da **nossa loja online**. Garanta os seus produtos com **segurança e praticidade** e fique por dentro das **Campanhas e Promoções**.

Oferecemos um **estoque completo** com diversos itens em peças automotivas e os **melhores prazos de entrega** para os seus pedidos.



Acesse agora mesmo: loja.disape.com.br

Acesse o site:



- www.disape.com.br
- @disapedistribuidora
- @disapedistribuidora



Mais que bandeira setorial, direito à reparação é uma questão de respeito ao consumidor

Lideranças do aftermarket automotivo brasileiro se juntam a especialista do Direito para discutir os prejuízos de entregar o monopólio da informação aos fabricantes dos veículos

Tecnologia, automação e conectividade são termos cada vez mais indispensáveis em qualquer reflexão sobre o atual momento do mercado automotivo mundial. À primeira vista, todos eles indicam avanço rumo à construção de um ecossistema de mobilidade urbana mais sustentável e seguro nas ruas daquelas que virão a ser as cidades inteligentes.

Quando se observa de perto determinadas práticas que acompanham todas estas mudanças na configuração dos carros, porém, é inevitável se deparar com impactos preocupantes que – de maneira paradoxal – apontam para possíveis retrocessos a que podemos chegar caso a inovação não venha acompanhada de uma regulamentação criteriosa.

Um dos principais exemplos destes desafios iminentes reside no direito universal ao reparo dos veículos. Isso porque, se há algumas décadas bastava, muitas vezes, ter um 'bom ouvido' para

que reparadores experientes pudessem identificar alguns defeitos nos automóveis, hoje cada vez mais os diagnósticos exigem ferramentas digitais e dados que vão se tornando mais difíceis de serem acessados pela manutenção independente, tal como indica o presidente do Sindirepa Nacional, Antonio Fiola.

“Com a evolução da tecnologia e o crescimento de semicondutores nos veículos automotores somados agora à introdução de sistemas de segurança “firewall”, as dificuldades de acesso por parte das oficinas independentes aos diagnósticos com os equipamentos hoje disponíveis só aumentam”, aponta o dirigente.

Corroborando a visão do colega, o diretor da Alvarenga Projetos Automotivos, Luiz Sergio Alvarenga, afirma que tais bloqueios de acesso às informações necessárias para o reparo já são uma realidade e se revelam na presença cada vez maior do Security Gateway (SGW) nos automóveis conectados.

Isso acontece porque o SGW, que é uma realidade em carros que já estão nas ruas, consiste em uma espécie de 'porteiro' que cuida da segurança dos carros conectados contra a invasão de hackers, mas que também tem a habilidade de impedir o acesso dos reparadores independentes ao 'cérebro'

eletrônico dos veículos, leitura indispensável para o diagnóstico de defeitos e a realização dos reparos. “Isso já é uma realidade, esses carros estão nas ruas. As oficinas não conseguem mais acessar as informações e ficam reféns das concessionárias”, relata Alvarenga.



Especialista cita exemplo do setor agrícola para ilustrar a importância deste debate

Especialista em Direito do Consumidor mostra preocupação com setor automotivo

Doutora em Direito do Consumidor pela UFRGS - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Laís Bergstein afirma que o tema do acesso à reparação é uma preocupação multisetorial e, além do setor automotivo, está presente nos debates das indústrias de celulares, diversos equipamentos eletroeletrônicos e outros produtos.

No entanto, o setor automotivo se destaca entre aqueles que demandam maior atenção em face da direção com que a evolução tecnológica tem avançado. “**No setor automotivo, eu pessoalmente acredito que as restrições impostas aos consumidores serão ainda maiores em futuro próximo, o que acentua a importância do movimento que busca o reconhecimento de um direito ao reparo. O incremento da tecnologia dos automóveis híbridos dificulta sobremaneira o exercício do direito ao conserto**”, apontou Laís, antes de ilustrar com um case factual: “A John Deere, maior fabricante de máquinas agrícolas do mundo, há alguns anos causou comoção com a previsão nos seus contratos de que os clientes adquirem apenas uma “licença implícita para operar o veículo durante a vida útil do veículo”, ao invés da propriedade do maquinário, isso devido à sua preocupação com o uso do software instalado nos equipamentos”.

COMPRE COM QUEM VENDE QUALIDADE: **ROLES.**

Por que comprar na Roles?

A resposta é fácil:
pelo atendimento,
pelo amplo portfólio
de produtos, pelas
melhores condições e
pelo melhor preço,
entre muitas outras
vantagens.

E por que utilizar o COMPRE ONLINE?

Pelos mesmos motivos,
além da agilidade de
comprar em qualquer
hora e em qualquer lugar,
consultar e acompanhar
o estoque em tempo real,
solicitar processos de
garantia, e ainda, emitir
a 2ª via do boleto.



**Roles. Porque juntos fazemos melhor,
principalmente para você.**



Direito ao livre reparo é pauta complexa a ser aprimorada no âmbito legal

Mais do que a queixa de um único elo do aftermarket automotivo, estas dificuldades impostas pelo represamento dos dados por parte dos fabricantes representa uma ameaça a toda a cadeia da reposição e – em um sentido mais amplo – aos direitos dos consumidores.

No âmbito setorial, Fiola explica que o prejuízo transcende as oficinas mecânicas à medida que é delas a responsabilidade de gerar demandas para toda a cadeia. **“Fica difícil mensurar (os impactos), mas carro parado na oficina por falta de informação acaba gerando ônus para todos os elos. A dificuldade em reparar tem efeito cascata para o mercado e provoca transtornos e prejuízos financeiros para todos os envolvidos”**, colocou o presidente do Sindirepa Nacional.

Já no que diz respeito ao direito do consumidor, a advogada e doutora no tema pela UFRGS, Laís Bergstein, aponta que o direito ao ‘livre reparo’ se trata de uma pauta complexa sob o ponto de vista legal no atual momento. Segundo ela, o Código de Defesa do Consumidor brasileiro possui disposições que podem respaldar a pretensão dos consumidores ao reparo, como a proteção aos seus interesses econômicos, o direito de acesso à informação adequada e clara etc. Mas, isso ainda deve ser analisado caso a caso, pois a legislação não tipifica expressamente o estabelecimento do direito ao reparo em toda e qualquer situação.

Neste sentido, Bergstein coloca que, embora o trabalho do poder legislativo seja fundamental para tornar clara a garantia deste direito, é preciso encontrar alternativas para acelerar a defesa do acesso universal ao reparo – ao passo que, segundo a especialista, a via legislativa pode ser demorada. “É preciso que os juristas encontrem no direito posto, ou seja, nas leis já existentes, as soluções para os problemas contemporâneos. E isso acontece em todas as áreas”, indicou Laís, complementando com uma reflexão que, em certo grau, empodera os consumidores a conseguirem, eles mesmos, exercer esta pressão sobre os fabricantes a fim de defender o livre reparo. “A boa-fé nas relações negociais, especialmente nas contratações eletrônicas, e a proteção da confiança legítima em tempos digitais, impõem um novo paradigma de transparência e lealdade aos fornecedores, acentuando o seu dever de informar. Isso não significa que haverá um atendimento automático de grandes corporações aos pleitos dos consumidores, infelizmente. Mas o atendimento das legítimas demandas de direito ao reparo podem ser um diferencial valorizado no mercado de consumo”.



Fiola destaca que restrições impostas aos reparadores independentes trazem prejuízos em série ao aftermarket

Mobilização de consumidores, empresários e especialistas do direito dá origem ao Movimento Right to Repair



A opinião da especialista em direito do consumidor Laís Bergstein de que a capacidade dos consumidores de exercer pressão nos fabricantes é uma alternativa fundamental para diminuir as travas do direito universal à manutenção ecoa entre os dirigentes do aftermarket automotivo.

Em palestra ministrada no Sincopes-SP no último dia 6 de julho (veja reportagem completa nesta edição), o diretor da Alvarenga Projetos Automotivo, Luiz Sergio Alvarenga, depositou na capacidade de mobilização dos consumidores aquela que talvez seja a maior esperança para se frear a ocultação de informações por parte das montadoras.

“Este assunto tem que ser jogado no colo do consumidor. Se você for defender uma categoria, já perdeu. Alguns querem fazer um Projeto de Lei que vai obrigar a montadora a passar a informação para oficina – isso nunca vai acontecer, no máximo elas vão vender. Sendo assim, o que tem que ser feito é batalhar para que o dono do carro tenha a informação – aí conseguimos extrapolar o nosso setor. Não é só a gente que está discutindo. Vai ter a discussão do celular e um monte de outros setores. Com isso, você movimenta a massa e fica difícil um político ir contra”.

Para aqueles que lutam pela retomada de maior liberdade da manutenção e reparação veicular independente, a boa notícia é que o ponto levantado por Alvarenga não consiste em um chamado para o início da mobilização, mas de fortalecimento a algo que já existe globalmente.

Surgido nos Estados Unidos no ano de 2017, o Movimento Right to Repair vem ganhando capilaridade ao redor do mundo ao mobilizar associações e grupos de defesa de consumidores e de proteção do meio ambiente contra práticas de obsolescência programada (redução artificial da vida útil do produto ou serviço, antecipando o descarte) e técnicas industriais que impossibilitam ou encarecem excessivamente o reparo de diversos tipos de bens de consumo, como smartphones, computadores, eletroeletrônicos, veículos automotores etc.

Segundo a advogada Laís Bergstein, a força do movimento na União Europeia é um exemplo de sua disseminação global – sobretudo pelo fato de que por lá, na comissão do continente, ele tem sido tratado como um componente importante daquilo que chamamos de economia circular.

“O direito ao reparo pode se referir a diferentes questões e situações: reparo durante a garantia legal, o direito de conserto após a expiração da garantia legal e o direito dos consumidores de reparar os produtos eles mesmos”, coloca a especialista, antes de dar sua opinião pessoal sobre

a relevância da mobilização: “O movimento em prol do resgate do direito ao conserto é relevante nesse sentido e se alia a outras demandas, como a de implementação de medidas efetivas de logística reversa. A proteção ao consumidor é crucial para a economia digital se desenvolver e precisamos também refletir acerca dos impactos ambientais provocados pelo consumo”.

O fato de o movimento transcender os limites do território brasileiro traz um alento para o preocupado aftermarket brasileiro. Ao comentar a questão, Antonio Fiola afirmou ver o Right to Repair como um instrumento importante em favor da luta da reparação independente, sobretudo por ter como pano de fundo uma era em que, segundo ele, muitas questões são levantadas em prol do consumidor.

Conheça algumas ações do Sindirepa para fortalecer a luta pelo direito à reparação

Na esteira do movimento Right to Repair, o dirigente da principal entidade representativa das empresas de reparação no Brasil, Antonio Fiola, listou algumas das principais articulações do Sindirepa nacional para dar força ao movimento e introduzi-lo na pauta automotiva nacional.

- **Produção de um ofício para todas as montadoras associadas à Anfavea, bem como para a entidade, apresentando o movimento e a preocupação no Brasil com a imagem das marcas e a busca de equilíbrio.**
- **Estudo do ‘emaranhado de legislações’ no país para poder avançar com um Projeto de Lei que possa amparar os consumidores.**
- **Comunicação constante para esclarecimento junto ao mercado e à sociedade.**

Vergonha de mudar de opinião

Conheço pessoas que sofrem muito por não terem coragem de mudar de opinião.

Como em algum momento do passado elas defenderam uma causa em que acreditavam com muita força e fervor, agora se sentem interiormente impedidas de mudar, de reconhecer que estavam enganadas, de aceitar que as outras pessoas estavam certas e não elas. Com isso, sofrem muito.

E o que é pior. Mesmo sabendo estarem erradas, continuam defendendo causas nas quais não acreditam mais, só por se sentirem incapazes de mudar de opinião, de pedir desculpas e dizer que pensaram melhor, estudaram novos argumentos e mudaram de ideia. Para algumas pessoas isso é impensável!

Vejo isso acontecer a respeito de qualquer tema: costumes, saúde, religião, meio-ambiente, opções dietéticas, política etc.

Pessoas que ficam prisioneiras de posições adotadas no passado são muito infelizes e pobres de espírito, pois não aceitam a realidade de que todos temos o direito de mudar de opinião, mudar de ideia, entender melhor os fatos, enfim, evoluir.

Embora não acreditem mais no que acreditavam, essas pessoas infelizes muitas vezes vivem buscando fatos e dados para novamente se convencerem do que hoje desacreditam e, por vergonha de mudar, ficam fixas no erro, assumem compromisso com aquilo que elas próprias não aceitam mais.

Um dos mais inalienáveis direitos do ser humano é mudar de ideia, mudar de opinião, ninguém deve se vitimar assumindo o compromisso eterno com o erro, com aquilo que não acredita mais. Se você foi alguém que defendeu ideias nas quais não acredita mais, tenha a coragem de mudar e enfrente o medo e a "lacrração" de pessoas que irão acusar você de "vira-casaca" ou mesmo de possível traição.

Essa verdadeira tirania de não ser capaz de mudar de opinião chega a ser doentia, faz adoecer e acaba por consumir suas pobres vítimas.

Lembre-se: você tem o direito de mudar de ideia, de opinião sem ter que dar satisfação a ninguém.

Pense nisso. Sucesso



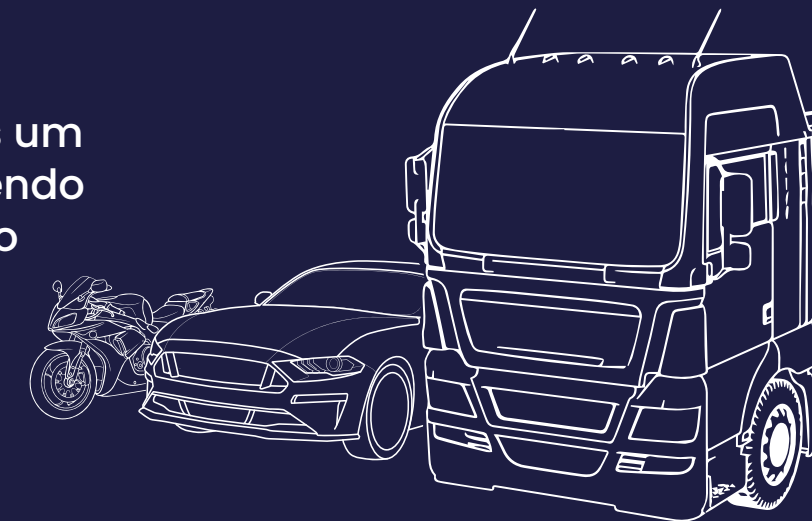
Luiz Marins é
Antropólogo, consultor, escritor,
autor de 33 livros. Saiba mais em
www.marins.com.br

AUTHOMIX

Qualidade Original

UM MIX DE SOLUÇÕES
PARA SEU NEGÓCIO

A AuthoMix oferece aos seus clientes um portfólio com mais de **4.000 itens**, sendo uma excelente alternativa de negócio para o segmento de Autopeças (Leve e Pesada) e Motopeças.



AUTOPEÇAS

ADITIVOS PARA RADIADORES	BIELAS	BOMBAS D'ÁGUA	BRAÇOS OSCILANTES	CILINDROS DE RODA	COMPONENTES PARA FREIO	CRUZETAS	CUBOS DE RODA
DISCOS DE TACÓGRAFO	FILTROS	KITS DE AMORTECEDOR	KITS DE DISTRIBUIÇÃO	KITS DE REPARO DA JUNTA HOMOCINÉTICA	LÂMPADAS	METAL BORRACHA BUCHAS E COXINS	PALHETAS
PINOS E PONTAS DE EIXO	POLIAS, GUIAS E TENSIONADORES	REPAROS DE BOMBA D'ÁGUA	ROLAMENTOS	SAPATAS DE FREIO	SEMIEIXOS	TERMINAIS AXIAIS	TRIZETAS

MOTOPEÇAS

CAIXAS DE DIREÇÃO	CÂMARA DE AR PARA MOTOCICLETAS	COXINS DE RELAÇÃO	KITS MOTOR DE MOTOCICLETA	LÂMPADAS	PASTILHAS DE FREIO	ROLAMENTOS



Acesse o site e confira
authomix.com.br



E-commerce de autopeças no Brasil, uma realidade que ainda promete

O comércio eletrônico de peças e acessórios automotivos no Brasil, sem sombra de dúvidas pode ser considerado um sucesso. Atualmente os canais digitais de vendas já somam entre 5 e 8 % do total de receitas geradas no aftermarket e devem movimentar até 8 bilhões de reais no ano de 2022. Isso sem levar em consideração o que é transacionado nas plataformas B2B dos grandes distribuidores e varejos do país.



Segundo dados publicados pelo Mercado Livre em 2021, 63% de suas receitas na categoria, referem-se a produtos da linha leve, 18% é o montante movimentado pela linha de motocicletas e 13% é referente a venda de produtos da linha pesada, onde na plataforma enquadram-se os produtos de Caminhões, Ônibus e embarcações. A linha de pneus completa o faturamento da categoria "autoparts", respondendo por 5% do faturamento desta.

Este cenário ainda pode ser considerado tímido, levando em consideração as participações da linha pesada no faturamento do mercado "offline" e a falta de soluções especializadas no segmento. Iniciativas estas, que estão sendo objeto de uma verdadeira corrida tecnológica, que buscam sobretudo reduzir as jornadas pelo frete e às devoluções, calcanhares de Aquiles do e-commerce no Brasil.

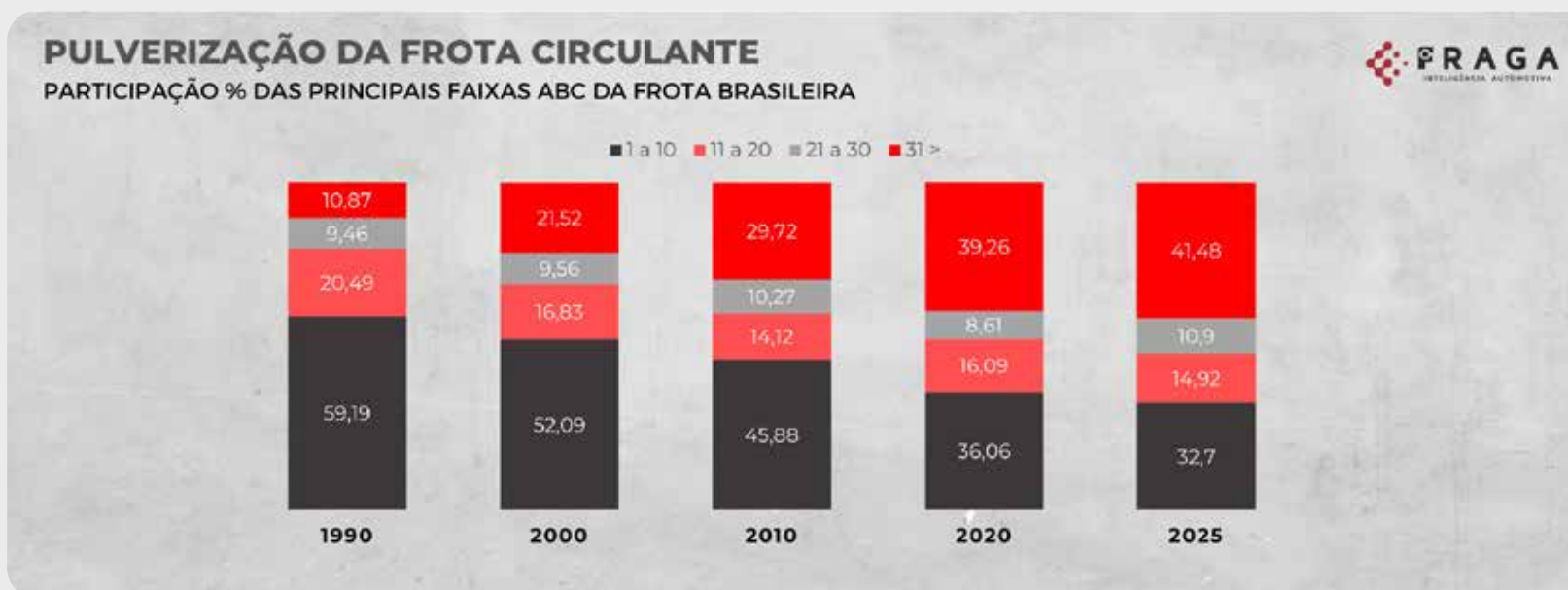


Estima-se que no ano de 2021, 13% dos produtos comercializados pelo canal digital, geraram algum tipo de disputa, entre clientes e anunciantes. Sendo que o maior causador delas são as compras equivocadas, ocasionadas pela má qualidade de publicações ou baixo conhecimento técnico do comprador.

Neste sentido é fundamental que as indústrias e agentes comerciais invistam cada vez mais em assessoramento especializado, informações de qualidade, imagens de boa resolução e catálogos eletrônicos padronizados, visto que esse será um grande diferencial competitivo nos próximos anos. Quanto a disponibilidade de produtos, o Brasil segue na vanguarda tecnológica no aftermarket global. Como dito anteriormente, está em marcha uma verdadeira corrida pela

identificação do modelo ideal para o setor. São incontáveis as iniciativas digitais que visam acelerar as entregas e melhorar a experiência do aplicador nas compras. Fazendo do e-commerce uma alternativa real a pulverização da Frota Brasileira e sua consequente explosão de produtos a serem estocados, que permanecerá em franco crescimento.

Como podemos observar no próximo gráfico, no ano de 1990, os 10 veículos mais representativos da Frota Brasileira, eram responsáveis por 59,19% do mercado de reposição, até 2025 os veículos mais representativos serão responsáveis por 32,70% do mercado. Em contrapartida os veículos menos populares (acima da 31ª posição no ranking ABC) representavam somente 10,87% do mercado, hoje (2020) já representam 39,26% do mercado e até 2025 representarão 41,48%.



O setor de serviços, também tem se tornado alvo das iniciativas digitais, tanto por parte de fabricantes quanto de grandes players da tecnologia, que investem em soluções de agendamento, orçamentação e vendas de pacotes de serviços, aumentando a transparência e a confiança da reparação independente do país. Neste emaranhado de novas soluções, é natural que cresçam as dúvidas de qual será o modelo de vendas digitais, que melhor se adaptará as particularidades do aftermarket brasileiro, e farão o segmento digital escalar números ainda mais expressivos. Para essas dúvidas, ah certa unanimidade entre os especialistas do segmento, esta solução necessariamente deve trazer

respostas a 5 pontos onde o mercado "tradicional" offline é mais eficaz que o digital: (1) foco no aplicador; (2) catálogo padronizado e preciso (substituído no canal tradicional offline pela expertise do vendedor de autopeças) (3) alta disponibilidade de produtos (4) solução de crédito (5) solução de entrega.

Não restam dúvidas que estas soluções estão cada vez mais próximas de serem uma realidade no Brasil e que as empresas do segmento, que ainda não abriram os olhos para as oportunidades no mundo digital, irão ter cada vez mais dificuldades de fecharem as contas no futuro.

MAIORES & MELHORES
em distribuição de autopeças

REGIONAL

O **After.lab**, núcleo de pesquisas e inteligência de negócios do **Aftermarket Automotivo**

apresenta a **primeira edição** do estudo para avaliar os **Maiores e Melhores**

Distribuidores de Autopeças Regionais foram **entrevistados** mais de **1600** empresários

do varejo de autopeças, nas **5 regiões do país**, com ponderação amostral pela

representatividade da frota que puderam **avaliar** cada um de seus **fornecedores** em **21**

questitos relativos aos **serviços prestados** além da **venda de peças**.

AGUARDE! EM JULHO VOCÊ VAI CONHECER
OS GRANDES VENCEDORES.

patrocínio:

MAHLE

NAKATA

COBREG

Continental

MONROE

Tecfil

WEGA
ORIGINAL QUALITY

COFOP

**WAGNER
MARELLI**
PARTS & SERVICE

TIMKEN

SAMPEL
PEÇAS AUTOMOTIVAS

FINALISTAS

REGIÃO NORTE	REGIÃO NORDESTE	REGIÃO CENTRO-OESTE
CONAPE	AUTO NORTE	ATAG
MELO	AUTOFORT	CASTRILLON
MILLANO	BEZERRA OLIVEIRA	COMANDO
PEMAZA	DAMPEÇAS	DK BORRACHAS
-	LIG PEÇA	PECISTA
-	MGR DISTRIBUIDORA	POLIFEÇAS
-	PADRE CÍCERO	RENAVI

REGIÃO SUL	SUDESTE
AUTO PRATENSE	AC ARAÚJO
DPS	BARROS
EMBREPAR	COMDIP
ROLEMAR	COMPEL
SCHERER	DISAPE
TOLI	G&B
VESPOR	JAHU

realização:

aftermarket
automotivo

novovarejo
automotivo

after.lab



Encontro reuniu lideranças como Heber Carvalho, presidente do Sincopeças-SP; Rodrigo Carneiro, presidente da Andap; e Francisco De La Torre, ex-presidente do Sincopeças-SP

Aftermarket automotivo se mobiliza em favor de política setorial

Histórica falta de representatividade da reposição independente já custou muitas derrotas. Mas, agora, com a chegada de inovações como o carro conectado, situação pode ficar crítica caso o setor não se organize para a legítima defesa de seus direitos

Retomando os eventos presenciais, o Sincopeças de São Paulo realizou em 6 de julho, no auditório da entidade, um encontro que teve como destaque palestra do consultor Luiz Sergio Alvarenga, da Alvarenga Projetos Automotivos.

Com 30 anos de experiência no mercado, Alvarenga fez um apanhado em detalhes dos principais desafios que se apresentam para a reposição independente considerando, em especial, o momento disruptivo decorrente de tendências já concretizadas como digitalização e conectividade veicular.

Entre estes desafios surge a necessidade de fortalecer as ações do movimento Right to Repair (direito à reparação), uma urgência que vai se intensificar com a presença cada vez maior nas ruas de carros equipados com o SGW – Security Gateway, uma espécie de “porteiro” que cuida da segurança dos carros conectados contra a invasão de hackers, mas que também tem a habilidade de impedir o acesso dos reparadores independentes ao “cérebro” eletrônico dos veículos, leitura indispensável para o diagnóstico

de defeitos e a realização dos reparos. “Isso já é uma realidade, esses carros estão nas ruas. As oficinas não conseguem mais acessar as informações e ficam reféns das concessionárias”, expôs o palestrante.

O Right to Repair faz parte de um conjunto de demandas legítimas e importantes do mercado que, afinal, estarão contidas dentro de uma política setorial que está sendo desenhada para o aftermarket automotivo num trabalho conjunto das entidades de representação de distribuição, varejo, reparação e retíficas. A proposta será respaldada por avanços já conquistados, como a recente Norma ABNT para os vendedores de autopeças e o novo anuário do varejo, que será lançado em agosto na feira Autop, em Fortaleza (CE).

O evento contou com as presenças de Rodrigo Carneiro, presidente da Andap; Heber Carvalho, presidente do Sincopeças-SP; Francisco De La Torre, ex-presidente do Sincopeças-SP, Sérgio Fabiano, gerente de Serviços Automotivos do IQA; além de empresários e gestores de todos os elos do mercado de reposição independente.

Requisitos para a elaboração da política setorial

Embora ainda haja fases a superar, o aftermarket automotivo já avançou bastante nos últimos anos no que se refere à organização, algo fundamental para elaborar uma política setorial eficiente que possa balizar o mercado nos próximos anos.

“Seria impossível chegar ao Governo sem um mínimo de organização e acreditação pública. Setor sem norma não é nada. Setor sem certificação não é nada. Setor sem capacitação não é nada. Setor sem evidências de organização não é nada”, diz Luiz Sergio Alvarenga.

Felizmente, muitos destes requisitos que nortearão a política setorial do aftermarket automotivo já foram preenchidos. E outros estão encaminhados.

CONSTRUÇÃO DE INDICADORES BÁSICOS

Realizado: Anuário de Reparação da Indústria de Veículos do Brasil (Sindirepa), Anuário do Sindipeças/Abipeças, Anuário da Indústria Automobilística Brasileira (ANFAVEA), Anuário da Distribuição Automotiva no Brasil (Fenabrave) e Anuário do Comércio de Autopeças do Brasil (Sincopeças-BR), a ser lançado na feira Autop, no Ceará.

NORMALIZAÇÃO TÉCNICA ABNT

Realizado: Norma ABNT NBR 16999 – Qualificação do Vendedor de Peças e Acessórios para Veículos, a primeira norma para o comércio. A reparação já tem mais de 25 normas ABNT publicadas.

A realizar: Mais normas para o comércio.

QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL E INFORMAÇÃO TÉCNICA

Realizado: Informação técnica oficial centralizada sob o manto das marcas Carro 100%, Moto 100% e Caminhão 100%.

A realizar: Qualificação profissional diferenciada por meio de uma Universidade do Aftermarket. Adequação dos cursos e treinamentos das indústrias aos requisitos da norma.

CERTIFICAÇÕES

Realizado: Certificação IQA para o profissional da reparação, Certificação IQA para o estabelecimento da reparação.

A realizar: Certificação IQA para o vendedor de autopeças, prevista para 2023.

COMUNICAÇÃO

Realizado: Fontes oficiais de informações seguras e bandeiras levantadas pelo setor: www.sindirepabrasil.org.br, www.sincopercasbrasil.org.br, www.sindipecas.org.br, www.andap.org.br, www.conarem.org.br

LEGISLAÇÃO

Realizado: Acompanhamento de legislações vigentes.

A realizar: Desenvolvimento de novas legislações como, por exemplo, Right to Repair.

UNIÃO ESTRATÉGICA

A finalizar: União entre as entidades Andap, Sincopeças-BR, Sindirepa Brasil e Conarem em alinhamento com o Sindipeças.



Aftermarket tem feito a lição de casa visando à organização do setor



Alvarenga lamenta a forma com que o aftermarket independente sempre foi tratado nos círculos do poder

Mercado terá de definir uma bandeira

O que não falta ao mercado independente de manutenção veicular é um cardápio de causas legítimas a serem defendidas. Direto à reparação, revisão da substituição tributária, combate ao comércio ilegal nas plataformas eletrônicas e implantação da inspeção técnica veicular são apenas algumas destas causas que surgem quase que por inércia nos debates. Mas há muitas outras.

Hoje, com uma nova configuração de oferta e demanda no setor, o mercado mudou, saiu da zona de conforto e foi convidado a atualizar o mindset. As reclamações, recorrentes em todos os elos do trade, não trarão as respostas que o momento cobra e mercado precisa. Cientes de que é impossível ocupar todas as frentes de batalha que configuram as demandas do aftermarket automotivo, as entidades que elaboram a política setorial da reposição terão de eleger uma causa – uma “bandeira” – para defender no primeiro momento. Esta definição provavelmente ocorrerá em agosto, em reunião que precederá a abertura da Autop 2022, em Fortaleza (CE), quando as lideranças das entidades que representam todos os elos da reposição independente pretendem bater o martelo e anunciar o novo momento de união do setor.

Em sua apresentação no Sineo Peças-SP, Sergio Alvarenga citou como exemplo a bandeira adotada pela entidade europeia CLEPA - European Association of Automotive Suppliers (Associação Europeia de Fornecedores Automotivos). “Lá eles estão questionando a deliberação do Parlamento Europeu sobre a proibição da venda de veículos com motores de combustão a partir de 2035. A entidade produz documentos com informações concretas para respaldar suas argumentações – como os empregos envolvidos – e têm representatividade nos círculos do poder. Coisa que não existe no Brasil”.

A nova fase que as lideranças do mercado pretendem anunciar em agosto buscará garantir que as demandas do mercado sejam ouvidas em Brasília. “Temos que ter um caminho com parlamentares no Congresso, como ocorre lá fora. É revoltante o que o Estado brasileiro faz com um setor como esse. Pode ser, em parte, falha nossa? Pode. Mas há uma coisa estranha lá de desacreditação e menosprezo com um setor de tanta importância e tanto investimento no cenário nacional. Isso ocorreu com as políticas automotivas, como o InovarAuto e o Rota 2030, que tratam basicamente de produção e não de pós-venda. O mercado de reposição não está no Rota 2030. O poder público não conhece a reposição, não sabe como funciona”.

Mostrar às autoridades o valor e a importância do mercado independente será um dos desafios que a união que está sendo formatada terá de enfrentar. “A gente tem que se organizar, documentar, criar um bom anteparo oratório por escrito, eleger os parlamentares adequados e entrar no jogo. Uma das diferenças entre nós e o canal original é que ele é técnico e cerca por ali, não tem a questão comercial. Nós somos 90% comerciais na reposição. Nós temos que mudar o drive do pensamento, estamos reclamando muito das dores do passado, mas precisamos plantar garantias para minimizar os riscos do futuro, porque o que vem pela frente tira a gente do jogo. O jogo da conectividade é alucinante. Você não tem mais uma tomada de OBD no carro, vamos morrer na mão de alguém que vai dar a diretriz do negócio. Essas questões têm de sensibilizar um parlamentar, mas para chegar nisso é preciso ter essência, fundamentos, se não ele vai achar que o setor é uma bagunça”.

Dono do carro dará sustentação às demandas do setor

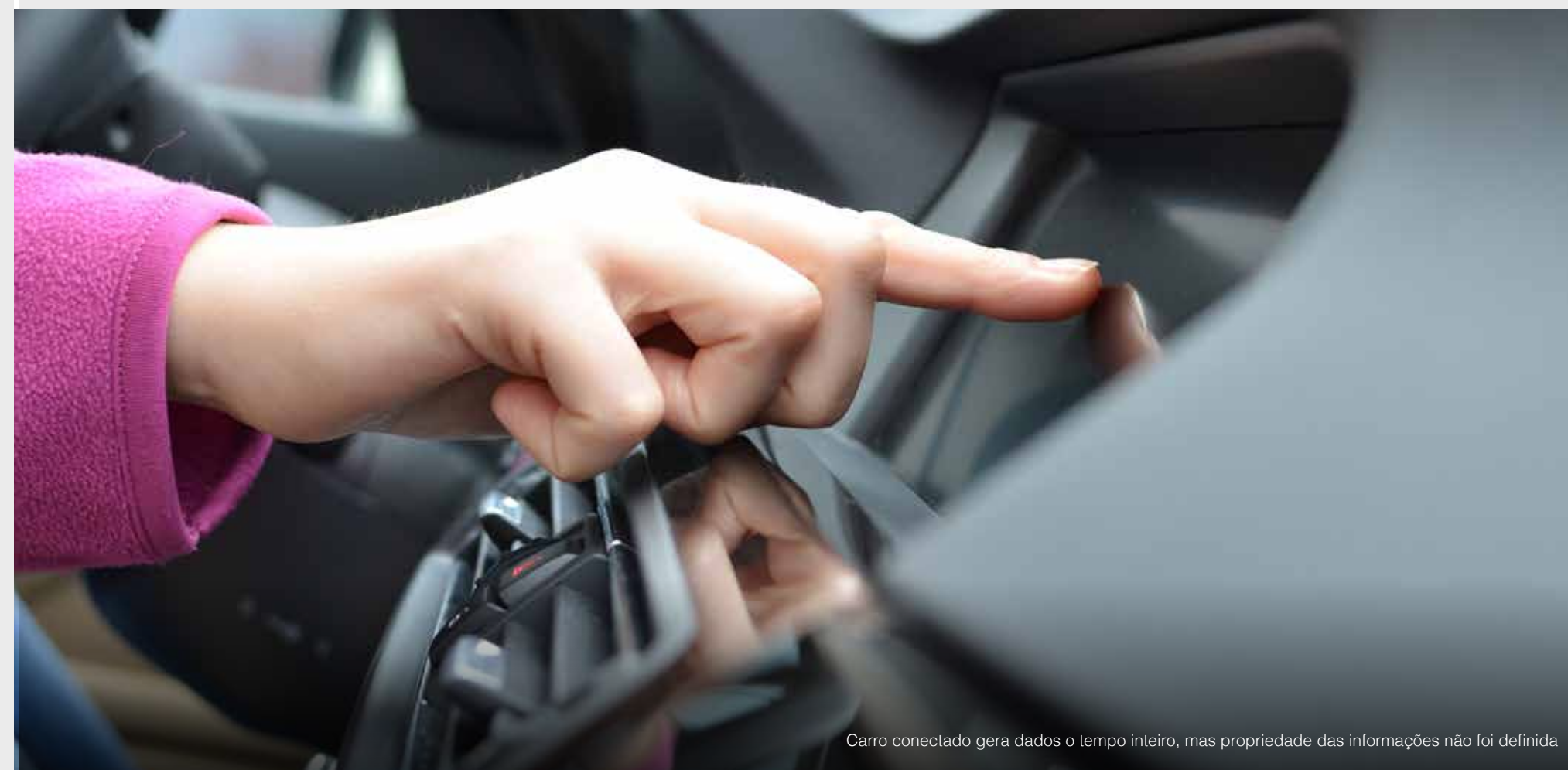
Em comparação ao poder econômico e de lobby do chamado mercado original – as montadoras – a reposição independente sempre sairá em desvantagem. Por isso, é fundamental adotar uma estratégia inteligente para sensibilizar os legisladores. Um dos caminhos já está traçado e tem como referência conquistas obtidas no exterior.

“Na Europa, desde a Lei Montti tudo se respalda no consumidor”, diz Sérgio Alvarenga. A Lei Montti foi assinada em 1º de outubro de 2002 em Genebra, na Suíça, para garantir aos reparadores independentes igualdade de condições com as concessionárias. Uma das frentes em que o consumidor será determinante é o movimento Right to Repair, que envolve uma questão extremamente sensível nos dias de hoje: a propriedade dos dados gerados em tempo real pelo carro conectado.

“O que temos de fazer é batalhar para o dono do carro ter a informação. Não é só a gente que está discutindo isso, vai ter

o pessoal do celular, um monte de gente brigando para que os consumidores tenham o poder. E aí você movimenta a massa, então fica difícil para um político ir contra, cria-se uma situação que envolve a liberdade de escolha do consumidor. Por que a gente vai ter medo da escolha do consumidor se nós sempre fomos o canal prioritário para ele? Dá liberdade pra ele”.

Cada vez mais os dados gerados pelo cidadão conectado valem ouro. No caso do automóvel, a questão é complexa e exigirá muito debate. É razoável supor que uma pessoa possa ter a propriedade das informações resultantes do uso de seu veículo. Só que hoje os caminhos da mobilidade são amplos e estão em transformação. Muita gente já optou pelo carro por assinatura, que não é próprio. Em casos como esse, a quem pertence a informação? Para o aftermarket automotivo, é fundamental que seja de propriedade do usuário do automóvel. “Os dados não podem ser do carro”, dispara Luiz Sergio Alvarenga.



Carro conectado gera dados o tempo inteiro, mas propriedade das informações não foi definida

Mobilidade elétrica: projeto avança no desenvolvimento seguro

Impulsionado pela demanda por alternativas de mobilidade sustentável, o mercado de veículos elétricos vive um crescimento expressivo, mesmo após o impacto econômico da pandemia provocada pela Covid-19. De acordo com dados da consultoria LMC Automotive, as vendas mundiais de veículos elétricos aumentaram para 4,5 milhões em 2021 em comparação a 2,1 milhões em 2020. No Brasil, as vendas tiveram um crescimento de 78% no primeiro quadrimestre de 2022, segundo a Associação Brasileira do Veículo Elétrico (ABVE). O aumento também é impulsionado pelas metas de redução de emissão de carbono firmadas pela comunidade internacional, tendo destaque no Brasil em razão da matriz elétrica do País, cuja origem é 80% de fontes renováveis.

Apesar da expansão, o setor ainda enfrenta desafios como a importação de matérias-primas, o desenvolvimento tecnológico e o fortalecimento de toda a indústria no Brasil. Entre os aspectos fundamentais para potencializar esses avanços, está a garantia de segurança e desempenho dos veículos para a sociedade.

Buscando contribuir para sustentar o avanço do mercado no Brasil, o primeiro laboratório de terceira parte para ensaios em componentes ligados a veículos elétricos do Brasil deve ser inaugurado no Campus da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) até o final de 2022. O espaço, nomeado E-mobility, contará com equipamentos rastreados e calibrados, que garantam mais segurança e melhor desempenho às baterias e estações de carga dos veículos. O

laboratório atende à crescente demanda mundial por carros elétricos mais econômicos e menos poluentes e deve ter investimento inicial estimado de R\$ 20 milhões.

A iniciativa, pioneira no Brasil, é fruto de uma cooperação entre o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro), a PUCRS – por meio de seu complexo de Laboratórios Especializados em Eletroeletrônica, Calibração e Ensaios (Labelo) – e o grupo global de certificação de produtos PCN, da Coreia do Sul, e está fundamentada no Marco Legal de Ciência, Tecnologia e Inovação.

Como parte do desenvolvimento do projeto, membros das três instituições integraram uma missão técnica no país leste-asiático com o objetivo de aprimorar, fortalecer e desenvolver conhecimento na área de sistemas de controle e armazenamento de energia.

Parte da agenda que vem sendo cumprida pelo grupo ocorreu no KTL, um dos maiores e mais tecnológicos laboratórios de ensaios e avaliações da conformidade do mundo, ligado ao Ministério do Comércio, Indústria e Tecnologia da Coreia do Sul.

Os sistemas de controle e armazenamento de energia são parte essencial no desenvolvimento de tecnologias de energia renovável e sustentável, integrando os componentes de veículos elétricos (baterias), da infraestrutura necessária para a mobilidade elétrica com estações de carga de veículos (eletropostos) e também da produção de energias renováveis, com a utilização de Battery Energy Storage Systems (BESS) em usinas de energia solar, eólica ou hidrelétricas.



Inflação do carro tem alta de 0,28% em junho

Apesar do impacto positivo da redução dos preços dos combustíveis nos gastos do motorista, a Inflação do Carro da Agência AutoInforme registrou um aumento de 0,28% em junho. É o terceiro mês seguido de alta.

Embora não tenha sido muito significativa, a redução dos preços dos combustíveis na bomba veio logo nos dias seguintes ao anúncio, pelos governos estaduais, da redução do ICMS. O preço do litro da gasolina caiu de R\$ 7,07 para R\$ 6,87 e do etanol de R\$ 5,18 para R\$ 4,89.

O impacto da redução dos preços dos combustíveis foi decisivo para que a Inflação do Carro registrasse uma evolução baixa no mês, uma vez que esse item representa a maior parte dos gastos para andar de carro e fazer a manutenção preventiva: os combustíveis são 38% do total de despesas do motorista.

O que manteve a inflação em alta foi o expressivo aumento do preço do seguro. Na média, o seguro e a franquia tiveram alta de 6,30%

no mês. O roubo de veículos cresceu 10% em maio em relação a abril, daí a razão da majoração do seguro. As seguradoras aumentam imediatamente o valor do prêmio quando cresce o risco, como ocorrências de roubo, furto, acidentes e até falta de peças de reposição.

A cesta de serviços automobilísticos – que representa 16,6% dos gastos totais –, também teve alta em junho: + 4,86%. Nesse item estão serviços como alinhamento, balanceamento, revisão etc.

A cesta de peças de reposição ficou 0,85% mais barata. Aqui estão todas as peças de desgaste usadas no automóvel, desde itens como óleo, filtros, limpador de para-brisas até pneus e jogo, sistema de freio e jogo de amortecedores.

O levantamento mostrou que a despesa do motorista em junho foi de R\$ 2.070,75 (em maio a despesa foi de R\$ 2.065,05) para rodar com o carro e fazer a manutenção preventiva. O parâmetro é um modelo compacto seminovo.



Cesta	Varição %	Participação %
Combustível	-3,67	38,0%
Peças de reposição	-0,85	14,8%
Serviços	4,86	16,6%
Impostos	0	12,5%
Seguros	6,3	18,1%
Total	0,28	100,0%

Agência AutoInforme

Valeo assina contrato com BMW para fornecimento de sistema ADAS

A Valeo firmou acordo de cooperação com o Grupo BMW para o fornecimento de controlador de domínio ADAS, sensores e software de estacionamento e manobra para a próxima geração da plataforma Neue Klasse (plataforma modular de última geração para veículos elétricos da BMW), com lançamento previsto para 2025.

A empresa vai desenvolver e produzir o controlador de domínio capaz de gerenciar todos os fluxos de dados de todos os sensores ADAS nos veículos do Grupo BMW, com base na plataforma Neue Klasse. Todas as funções de assistência à condução serão hospedadas e processadas pelo controlador de domínio Valeo ADAS, que será alimentado por SoCs (sistema em um chip) Qualcomm Snapdragon. O controlador de domínio ADAS hospedará a plataforma de software da Valeo para manobras de baixa velocidade, bem como recursos de software da BMW e da Qualcomm para automação de direção.

Equipado com alguns dos mais poderosos processadores automotivos do mercado, o sistema desenvolvido pela Valeo, BMW

Group e Qualcomm é capaz de obter mapeamento e compreensão em tempo real do entorno do carro, bem como do interior do veículo. Novos recursos e atualizações serão adicionados ao longo do ciclo de vida do carro.

O BMW Neue Klasse também apresentará a próxima geração de sensores ultrassônicos da Valeo, o conjunto completo de câmeras de visão surround, bem como uma nova câmera interna multifuncional que contribuirá para melhorar a segurança e criar um novo nível de experiência do usuário.

O contrato entre a BMW e a Valeo mostra a profunda transformação que está ocorrendo na indústria automotiva. Os Sistemas Avançados de Assistência ao Condutor (ADAS) estão aumentando em volume e permitem que o automóvel perceba o seu entorno com uma precisão cada vez maior. O software é cada vez mais essencial para gerenciar o próprio carro, bem como sua gama de sensores. Como resultado, processadores poderosos, como o controlador de domínio ADAS, são fundamentais para processar a grande quantidade de dados coletados e executar instruções.

Bem-vindo ao laboratório de inteligência do Aftermarket Automotivo.

O After.Lab é o núcleo de pesquisa e inteligência de mercado do grupo Novo Meio. Após 25 anos liderando estudos de grande relevância no setor, o After.Lab finalmente incorpora uma estrutura focada em pesquisas sob medida e consultoria de dados para indústrias, distribuidores, varejos e oficinas.

Vamos fazer negócios mais inteligentes juntos?



after.lab

Empresa vai desenvolver e produzir o controlador de domínio que gerencia os fluxos de dados dos sensores ADAS nos veículos do Grupo BMW

Faturamento nominal do setor de autopeças na reposição cresce 4,7% no primeiro quadrimestre

Expansão se deu sobre igual período de 2021 conforme revela o mais recente Relatório do Mercado de Reposição divulgado pelo Sindipeças

Por causa do efeito da aplicação da média móvel trimestral, uma vez que nos dois meses anteriores houve crescimento das vendas, o mercado de reposição apresentou crescimento de 3,2% em relação a março, quando as informações das empresas são segmentadas entre linha leve e pesada. Apesar do menor número de dias úteis em abril, que influenciou no resultado geral, o impacto da metodologia aplicada garantiu performance positiva.

Comparado ao mesmo mês do ano passado, a receita nominal subiu 7,7% e foi 4,7% superior no acumulado dos quatro primeiros meses do ano. Convém lembrar que os meses de março e abril do

ano passado foram mais afetados pela proliferação da segunda onda da Covid no país, embora os efeitos para os negócios tenham sido menos intensos do que na primeira onda.

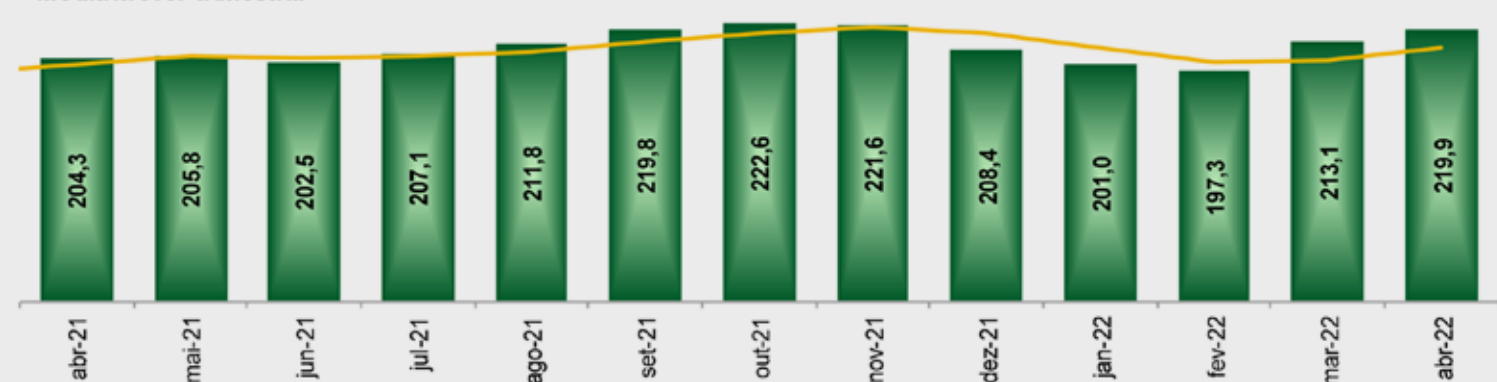
Para veículos leves, a variação mensal foi positiva em 1,8%. O resultado se manteve favorável na análise contra abril/21, observando-se variação de 6,1%, e de 5,4% para o acumulado no primeiro quadrimestre.

Os resultados foram positivos também para a reposição de peças de veículos pesados. A receita nominal cresceu 7,2% em relação a março. Por sua vez, houve alta de 11,9% frente ao mesmo mês do ano anterior e de 3,0% no acumulado até abril.

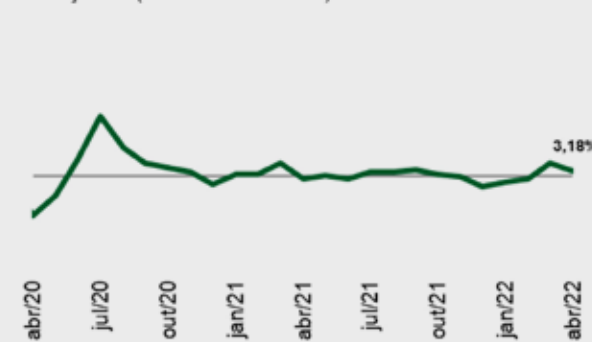
(Tabela 1) Índice do Mercado de Reposição¹

Discriminação	Variação percentual		
	Abr 22/ Mar 22	Abr 22/ Abr 21	Acumulado do ano
Faturamento nominal (LL e LP) ²	3,18%	7,65%	4,74%
IGP-M (abr/22)	1,41%	14,66%	22,84%

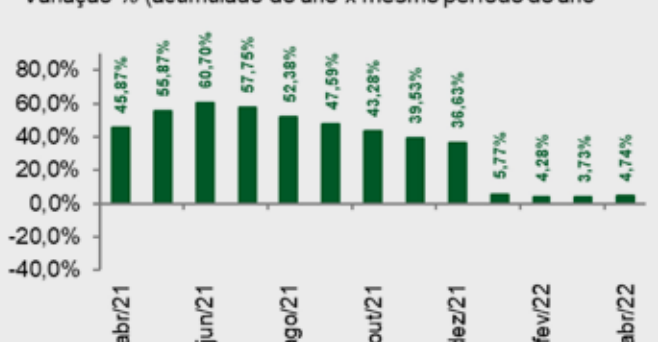
(Gráfico 1) Faturamento do mercado de reposição
Em número-índice (jan/15=100)
Média móvel trimestral



(Gráfico 2) Faturamento Reposição
Variação % (mês x mês anterior)



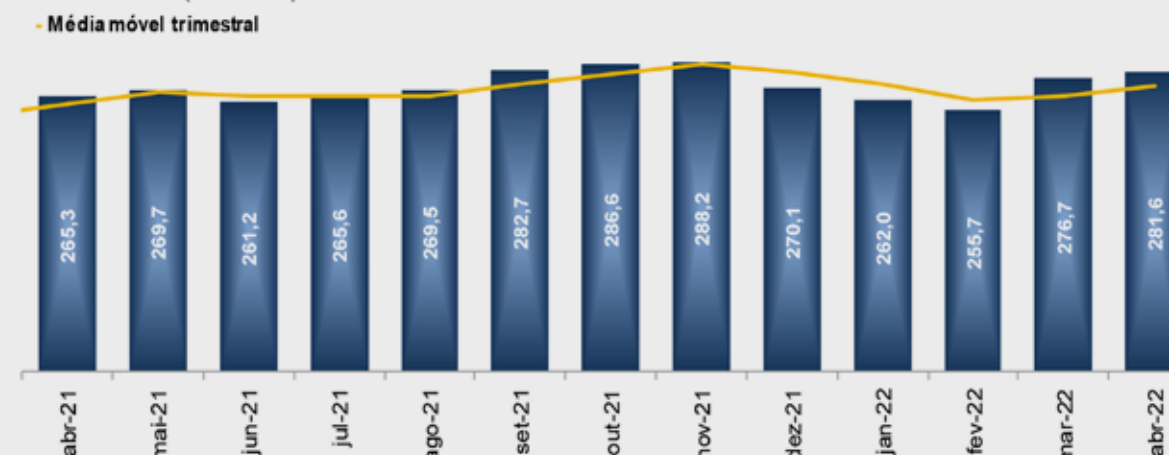
(Gráfico 3) Faturamento Reposição
Variação % (acumulado do ano x mesmo período do ano)



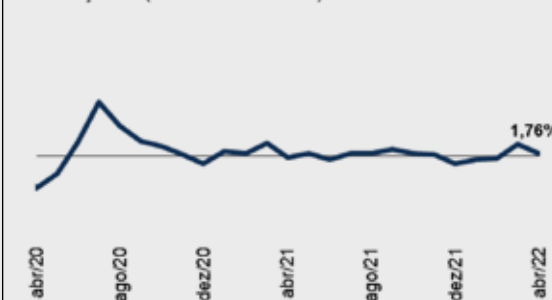
(Tabela 2) Índice do Segmento de Linha Leve¹

Discriminação	Variação percentual		
	Abr 22/ Mar 22	Abr 22/ Abr 21	Acumulado do ano
Faturamento nominal Linha Leve ¹	1,76%	6,13%	5,38%

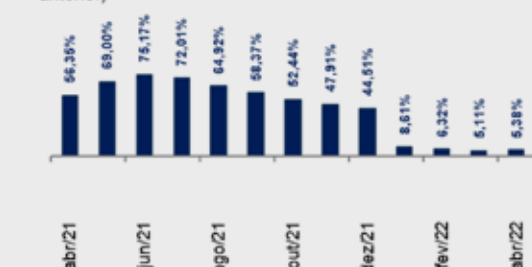
(Gráfico 4) Faturamento do segmento de linha leve
Em número-índice (mar/15=100)
Média móvel trimestral



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



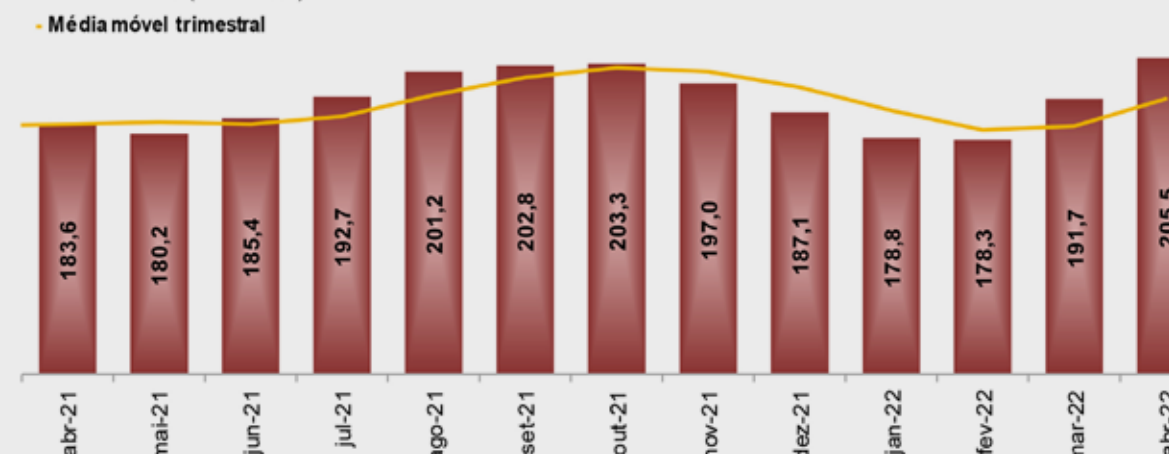
(Gráfico 6) Faturamento mensal Linha Leve
Variação % (acumulado do ano x mesmo período do ano anterior)



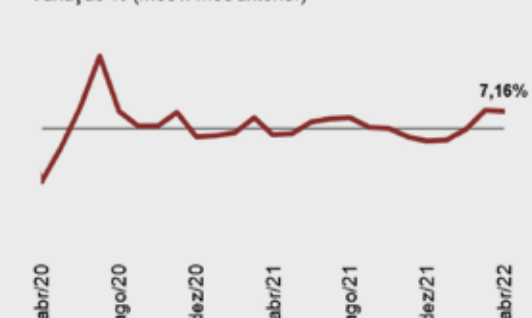
(Tabela 3) Índice do Segmento de Linha Pesada

Discriminação	Variação percentual		
	Abr 22/ Mar 22	Abr 22/ Abr 21	Acumulado do ano
Faturamento nominal Linha Pesada ¹	7,16%	11,90%	3,01%

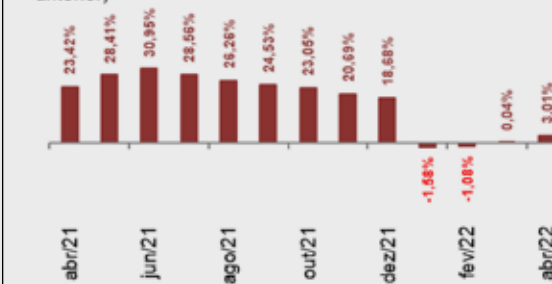
(Gráfico 7) Faturamento do segmento de linha pesada
Em número-índice (mar/15=100)
Média móvel trimestral



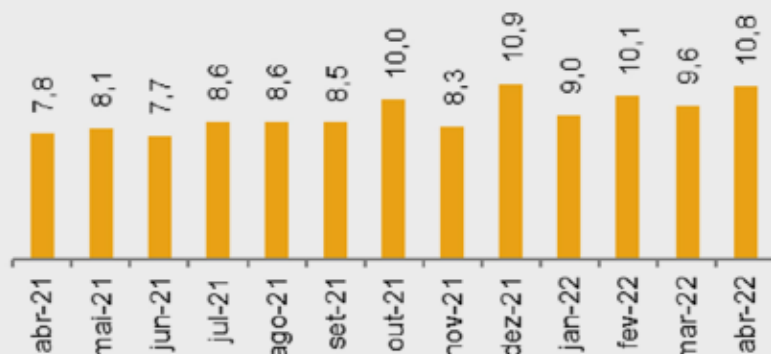
(Gráfico 8) Faturamento Linha Pesada
Variação % (mês x mês anterior)



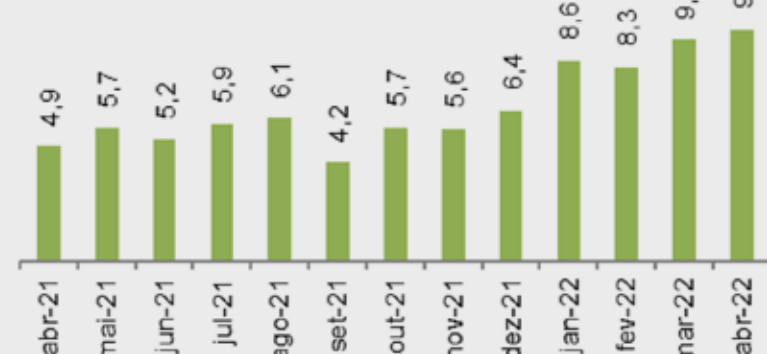
(Gráfico 9) Faturamento Linha Pesada
Variação % (acumulado do ano x mesmo período do ano anterior)



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

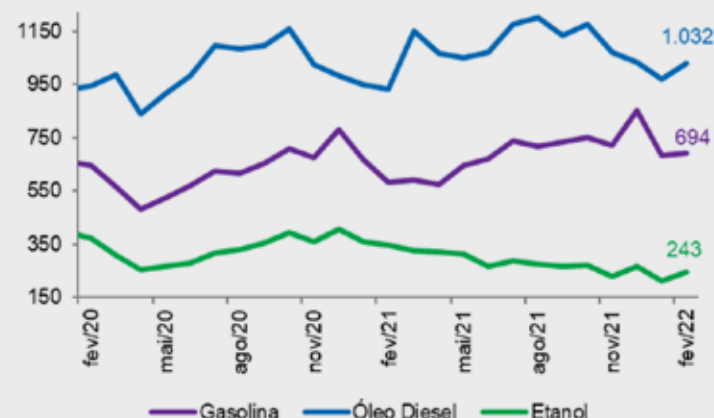


(Gráfico 11) IPCA – Conserto de Automóvel
Em % - acumulado 12 meses

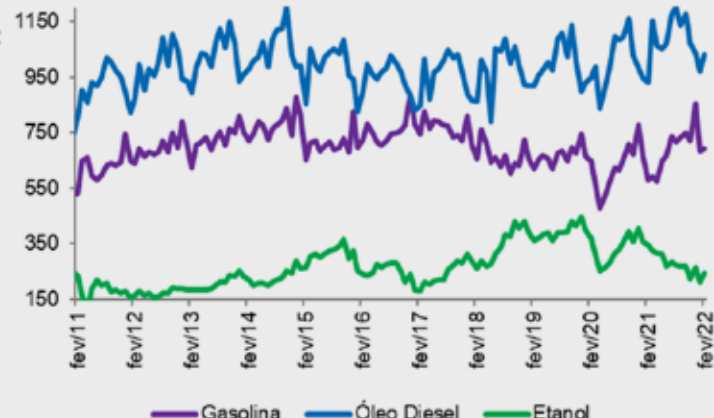


Consumo de combustíveis: diesel, etanol e gasolina

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

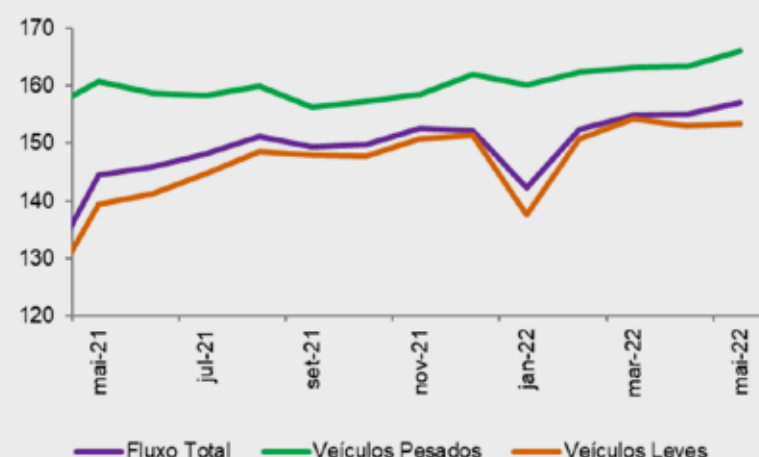


(Gráfico 13) Consumo de combustíveis
Em milhares de barris/dia

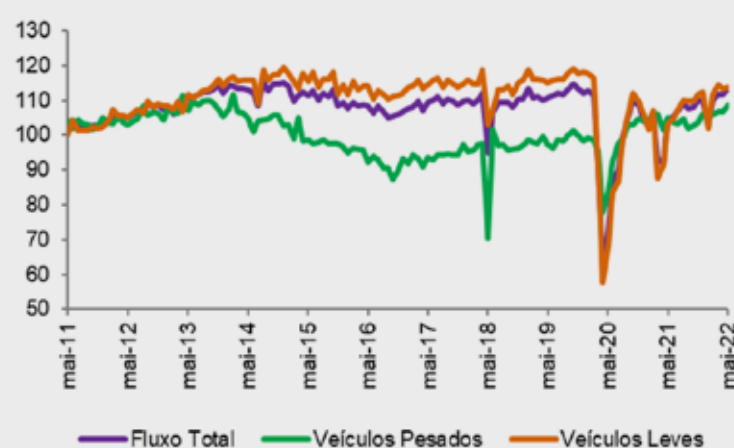


Fluxo nas rodovias pedagiadas

(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)



Novos componentes Monroe para Mitsubishi, Volkswagen, Jeep e Ford

A Monroe Axios, uma das principais marcas da DRiV, amplia seu portfólio e apresenta para o mercado de reposição novos componentes voltados para os veículos da Mitsubishi, Volkswagen, Jeep e Ford, das categorias SUV, Sedan e Subcompacto.

Para a marca Mitsubishi está disponível o coxim do amortecedor dianteiro LD/LE, para o ASX (2010), o Lancer (2010/2019) e o Outlander (2010/2018). Para os veículos Volkswagen, a novidade é a bucha maior da bandeja de suspensão dianteira LD/LE, para o T-Cross (2019), o Nivus (2020), o Polo (2018) e o Virtus (2018).

Para a manutenção do modelo Renegade (2015), da Jeep, a bucha menor do braço oscilante da suspensão traseira LD/LE. E para o Fusion (2013/2019), da marca Ford, tem o coxim do amortecedor dianteiro LD/LE.



Lançamentos passam a integrar portfólio da Monroe Axios que tem mais de 1.700 produtos

Sampel lança coxim hidráulico do motor para linhas Ford

A Sampel anuncia o lançamento de coxins hidráulicos para motor de nove linhas da Ford. Todos são patenteados, exclusivos e produzidos na fábrica de ponta a ponta. Acima de tudo, os lançamentos mantêm a particularidade de cada aplicação. Portanto, o consumidor pode esperar uma qualidade superior na absorção de vibrações, ruídos e impactos.

Uma novidade é a padronização das carcaças que se fixam na carroceria. Além disso, alguns componentes de nylon também estão padronizados.

Dos nove itens, dois têm padrão convencional e não apresentam fluido hidráulico.



Empresa preparou vídeo para mostrar as novidades. Assista https://www.youtube.com/watch?v=uk_HKmA-RKM

Magneti Marelli amplia catálogo de faróis

A marca Magneti Marelli amplia o seu portfólio de iluminação automotiva com novos códigos de faróis para o aftermarket. As aplicações atendem os veículos das montadoras Fiat e Volkswagen para modelos de importante participação na frota circulante nacional. Para os veículos Fiat Uno Way, Sporting e Fiorino, os códigos são IMM0321273 (lado direito) e IMM0322274 (lado esquerdo). E para os veículos Volkswagen Gol G7, os códigos IMM0511050 (lado direito) e IMM0512051 (lado esquerdo).

A Magneti Marelli segue na sua estratégia de expandir a sua gama de faróis e lanternas, com os novos códigos integrando um portfólio de mais de 250 itens de iluminação destinados ao mercado reparador com a mesma qualidade, tecnologia e desempenho dos componentes comercializados no mercado de equipamento original.



Novas aplicações atendem os veículos das montadoras Fiat e Volkswagen



a.TV

A.TV NEWS

Um jornal com duas edições semanais para abastecer o mercado com as informações mais importantes do momento

HOST: DREISSE OLIVEIRA

DIÁLOGO AUTOMOTIVO

Um bate-papo com personalidades ligadas direta e indiretamente ao universo automotivo

HOST: CLAUDIO MILAN

ANÁLISE

Programa analítico com dados colhidos pelo After.Lab

HOST: MARCELO GABRIEL

FATOS AUTOMOTIVOS

Programa mais descontraído, com diversas curiosidades e histórias relacionadas ao carro.

HOST: EDUARDO MELLO

SEJA BEM-VINDO

À TV DO AFTERMARKET AUTOMOTIVO



[YOUTUBE.COM/ATVMIDIA](https://www.youtube.com/atvmidia)

Vídeos todos os dias para informar, reportar e entreter o mercado de reposição em todos os seus elos.

POWERED BY
NMP

Varejo de veículos e motos, partes e peças cai 0,2% em maio

Desempenho do segmento foi contrário ao setor de varejo como um todo, que cresceu 0,1% no mês, a quinta alta consecutiva

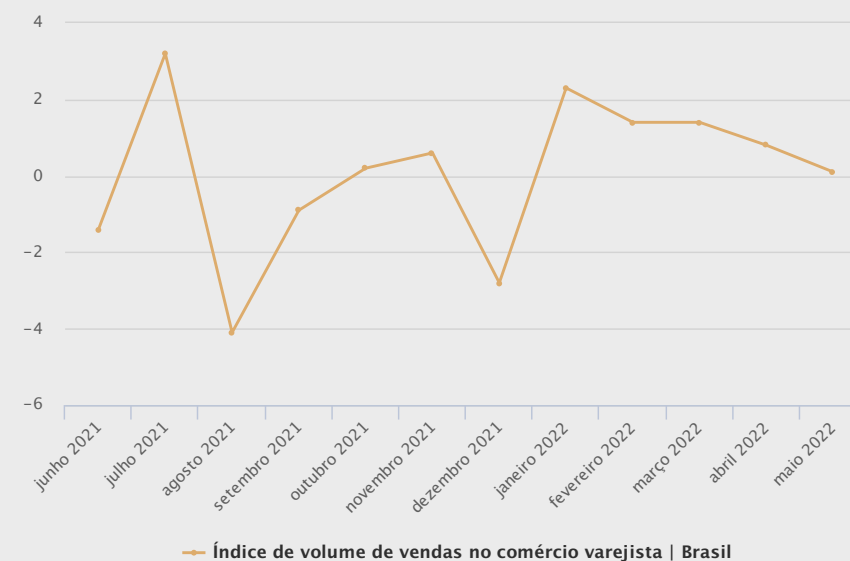
O volume de vendas do comércio varejista no país variou 0,1% em maio, na comparação com o mês anterior, registrando a quinta taxa consecutiva no campo positivo: 2,3% em janeiro, 1,4% em fevereiro, 1,4% em março e 0,8% em abril. Com isso, o patamar do setor está 6,0% acima do menor patamar dos últimos meses, que foi em dezembro de 2021. No ano, o varejo acumula crescimento de 1,8% e nos últimos 12 meses, queda de 0,4%.

Os dados são da Pesquisa Mensal de Comércio (PMC), divulgada pelo IBGE.

“Este resultado mostra um cenário de estabilidade na passagem de abril para maio. Mas, apesar de vir de quatro resultados positivos, as taxas foram decrescentes. Observamos uma retomada no comércio varejista, mas que vem de uma base baixa, dezembro, e sempre fazendo um acúmulo menos intenso ao longo desses meses”, ressalva o gerente da PMC, Cristiano Santos.

Entre as oito atividades pesquisadas, seis tiveram taxas positivas em maio. A alta mais intensa foi a de Livros, jornais, revistas e papelaria (5,5%). Em termos de influência, destaque para os setores de Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria (3,6%) e Tecidos, vestiário e calçados (3,5%) no lado positivo. Já Móveis e eletrodomésticos (-3,0%) e Outros artigos de uso pessoal e doméstico (-2,2%) foram os destaques negativos.

“Móveis e eletrodomésticos é uma atividade que não superou seu patamar pré-pandemia, pois ao longo de 2021 teve perdas consideráveis. Durante a pandemia, esses itens tiveram um ganho importante devido às substituições que as pessoas fizeram pelo fato



Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

de estarem mais em casa. Após essa demanda extraordinária, esses produtos passaram a ter menos importância no orçamento das famílias, sobretudo eletrodomésticos”, analisa o gerente da PMC.

Ele destaca que, no setor de artigos farmacêuticos, o crescimento do volume foi ancorado na indústria farmacêutica, e menos no segmento de perfumaria. “Esse já é o segundo mês consecutivo de alta, e coincide com os reajustes do setor, nos meses de abril e maio”, explica. “No caso de vestuário e calçados, tivemos alguns meses de crescimento especialmente vinculado ao setor de calçados e tênis esportivos, com todos os meses com variações no campo positivo”, complementa Santos.



Impacto da inflação no comércio

Outros destaques são os setores que sofreram o impacto da inflação. Houve um aumento de 0,4% na receita versus uma variação de 0,1% no volume, uma diferença que já sinaliza a inflação no varejo em geral. Só que em alguns setores o impacto inflacionário foi verificado com maior intensidade.

“O setor de combustíveis e lubrificantes vem, há alguns meses, com indicadores de receita muito maiores do que os de volumes. De abril para maio, a receita do setor subiu 3,5% enquanto o volume cresceu 2,1%. Outras atividades como a de Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria a receita cresceu 5,0% e o volume 3,6%, devido aos reajustes de preços. Mas o maior exemplo é o setor de supermercados, que de abril para maio cresceu 1% no volume e 4,1% em receita, ou seja, quatro vezes mais, sinalizando sobretudo a inflação dos alimentos”, completa o gerente da PMC.

No comércio varejista ampliado, que inclui, além do varejo, veículos e materiais de construção, as duas atividades também sofrem impacto da inflação. Veículos e motos, partes e peças, apresentou variação de -0,2%, enquanto Material de Construção teve queda de 1,1% na passagem de abril para maio de 2022.

“O cenário de todos os indicadores do varejo é de perda de ritmo. O indicador da margem sai de 2,4% em janeiro para 0,1% na passagem de abril para maio. O acumulado do comércio varejista cresce de 1,6% em março para 2,3% em abril e depois cai para 1,8% em maio, reduzindo a velocidade de crescimento no ano. Já o acumulado em 12 meses, -0,4%, é o primeiro resultado negativo desde setembro de 2017. Nesse indicador, passamos por toda a pandemia com resultados positivos ou nulo como em maio, junho e julho de 2020. Mas não havia ocorrido taxa negativa”, conclui Santos.

Resultados regionais

Na passagem de abril para maio, o comércio varejista apresentou resultados positivos em 18 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Minas Gerais (3,6%), Rio Grande do Sul (3,1%) e Roraima (3,1%). No campo negativo figuram 9 das 27 unidades da federação, com destaque para Rondônia (-2,8%), Rio Grande do Norte (-2,3%) e Tocantins (-2,1%).

Para a mesma comparação, no comércio varejista ampliado, a variação entre abril e maio de 2022 foi de 0,2% com resultados positivos em 15 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Tocantins (3,6%), Rio Grande do Sul (3,5%) e Sergipe (2,5%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 12 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Ceará (-5,3%), Amazonas (-3,1%) e Rio Grande do Norte (-3,0%).



O MAIOR ACERVO DE INFORMAÇÃO DO SEGMENTO
EMPRESARIAL DA REPARAÇÃO **ESTÁ DE VOLTA**

MAIS
AUTOMOTIVE

ANFAVEA projeta crescimento de 4,1% na produção em 2022

Em junho, produção chegou a 203,6 mil unidades, superando a marca de 200 mil pela segunda vez no ano. Mas os licenciamentos caíram

Apesar da recuperação no segundo trimestre, os fracos resultados do início do ano impactaram os números do primeiro semestre, na comparação com o mesmo período de 2021. No entanto, as exportações cresceram no período, de acordo com o balanço divulgado pela Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA).

Com isso, a entidade decidiu rever as perspectivas para o fechamento do ano, com leve crescimento em relação ao ano passado nos indicadores de produção e licenciamento, e com melhora significativa nas exportações.

Em junho, a produção chegou a 203,6 mil unidades, superando a marca de 200 mil pela segunda vez no ano. No acumulado, foram produzidos 1.092 mil autoveículos, queda de 5% em relação aos primeiros seis meses do ano passado. No segundo trimestre, houve crescimento de 20% em relação ao primeiro. "A crise global dos semicondutores vem se prolongando mais do que esperávamos em janeiro, em função de novos fatores como a guerra na Ucrânia e os lockdowns na China causados pela nova onda de covid, que afetam o fornecimento de insumos e a logística global", explicou o presidente da ANFAVEA, Márcio de Lima Leite. A falta de oferta teve reflexo direto no recuo dos licenciamentos. Em junho eles totalizaram 178,1 mil unidades, queda de 4,8% em relação a maio e de 2,4% sobre junho de 2021. Descontado o feriado prolongado de Corpus Christi, a média mensal de vendas se manteve em 8,5 mil unidades, mesmo valor de maio. No acumulado do semestre, a redução foi de 14,5%. "Infelizmente esse é um fenômeno global, com números de queda muito semelhantes aos dos principais mercados do planeta", comentou Leite.

A boa notícia do semestre foi a recuperação das exportações, a despeito da crise na Argentina. Graças ao aumento dos envios a países como Colômbia, Chile, Peru, México e Uruguai, as associadas da ANFAVEA registraram 246 mil unidades exportadas, sendo 47,3 mil em junho, melhor resultado mensal desde agosto de 2018. O crescimento sobre o primeiro semestre de 2021 chegou a 23%.

Levando em conta as restrições de produção e a elevação da inflação e dos juros no Brasil, assim como as restrições ao acesso de crédito (que impactam principalmente as vendas dos veículos de entrada), a ANFAVEA divulgou novas projeções para o fechamento de 2022, com crescimento em todos os indicadores sobre 2021, mas com menos otimismo que no início do ano. Para a produção, a nova expectativa é de fechar o ano com 2.340 mil unidades, alta de 4,1% sobre 2021. Para vendas internas, espera-se chegar a 2.140 mil autoveículos licenciados, crescimento de 1%. Já a expectativa para exportação é de 460 mil unidades embarcadas até o fim do ano, alta de 22,2% na comparação com 2021.



anfaveja.com.br



CONDUZINDO O FUTURO DA MOBILIDADE NO BRASIL

CARTA DA ANFAVEA

Resultados de janeiro a junho de 2022
Results for January to June 2022 / Resultados de enero a junio de 2022



Autoveículos - Vehicles / Vehículos

▶ Licenciamento		▶ Exportação		▶ Produção	
Vehicle registration / Matriculación de vehículos		Export / Exportaciones		Production / Producción	
Unidades Units / Unidades		Unidades Units / Unidades		Unidades Units / Unidades	
JUN 22 - JUN22/JUN 22	178,1 mil Thousand/Mil	JUN 22 - JUN22/JUN 22	47,3 mil Thousand/Mil	JUN 22 - JUN22/JUN 22	203,6 mil Thousand/Mil
MAI 22 - MAY 22/MAY 22	187,5 mil Thousand/Mil	MAI 22 - MAY 22/MAY 22	46,1 mil Thousand/Mil	MAI 22 - MAY 22/MAY 22	205,9 mil Thousand/Mil
JUN 22/MAI 22 JUN 22/MAY 22 - JUN 22/MAY 22	-4,8%	JUN 22/MAI 22 JUN 22/MAY 22 - JUN 22/MAY 22	2,7%	JUN 22/MAI 22 JUN 22/MAY 22 - JUN 22/MAY 22	-1,3%
JUN 21 - JUN 21/JUN 21	182,5 mil Thousand/Mil	JUN 21 - JUN 21/JUN 21	33,5 mil Thousand/Mil	JUN 21 - JUN 21/JUN 21	187,5 mil Thousand/Mil
JUN 22/JUN 21 JUN 22/JUN 21 - JUN 22/JUN 21	-2,4%	JUN 22/JUN 21 JUN 22/JUN 21 - JUN 22/JUN 21	41,2%	JUN 22/JUN 21 JUN 22/JUN 21 - JUN 22/JUN 21	21,3%
JAN-JUN 22 - JAN-JUN 22 - ENE-JUN 22	958,0 mil Thousand/Mil	JAN-JUN 22 - JAN-JUN 22 - ENE-JUN 22	246,3 mil Thousand/Mil	JAN-JUN 22 - JAN-JUN 22 - ENE-JUN 22	1.091,7 mil Thousand/Mil
JAN-JUN 21 - JAN-JUN 21 - ENE-JUN 21	1.074,2 mil Thousand/Mil	JAN-JUN 21 - JAN-JUN 21 - ENE-JUN 21	200,1 mil Thousand/Mil	JAN-JUN 21 - JAN-JUN 21 - ENE-JUN 21	1.148,1 mil Thousand/Mil
JAN-JUN 22 / JAN-JUN 21 JAN-JUN 22 / JAN-JUN 21 - ENE-JUN 22 / ENE-JUN 21	-14,5%	JAN-JUN 22 / JAN-JUN 21 JAN-JUN 22 / JAN-JUN 21 - ENE-JUN 22 / ENE-JUN 21	23,0%	JAN-JUN 22 / JAN-JUN 21 JAN-JUN 22 / JAN-JUN 21 - ENE-JUN 22 / ENE-JUN 21	-5,0%

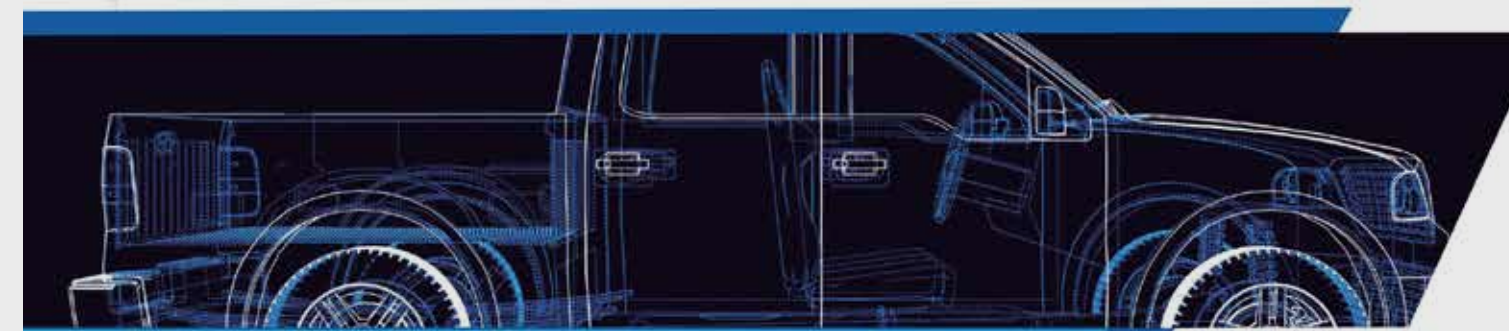
Fonte: Renavam/Denatran



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	
JUN 22 - JUN22/JUN 22	133,8 mil Thousand/Mil	JUN 22 - JUN22/JUN 22	36,9 mil Thousand/Mil	JUN 22 - JUN22/JUN 22	158,4 mil Thousand/Mil
MAI 22 - MAY 22/MAY 22	139,5 mil Thousand/Mil	MAI 22 - MAY 22/MAY 22	37,2 mil Thousand/Mil	MAI 22 - MAY 22/MAY 22	159,6 mil Thousand/Mil
JUN 22/MAI 22 JUN 22/MAY 22 - JUN 22/MAY 22	-4,1%	JUN 22/MAI 22 JUN 22/MAY 22 - JUN 22/MAY 22	-1,0%	JUN 22/MAI 22 JUN 22/MAY 22 - JUN 22/MAY 22	-0,7%
JUN 21 - JUN 21/JUN 21	133,3 mil Thousand/Mil	JUN 21 - JUN 21/JUN 21	27,5 mil Thousand/Mil	JUN 21 - JUN 21/JUN 21	119,5 mil Thousand/Mil
JUN 22/JUN 21 JUN 22/JUN 21 - JUN 22/JUN 21	0,3%	JUN 22/JUN 21 JUN 22/JUN 21 - JUN 22/JUN 21	34,0%	JUN 22/JUN 21 JUN 22/JUN 21 - JUN 22/JUN 21	32,6%
JAN-JUN 22 - JAN-JUN 22 - ENE-JUN 22	683,5 mil Thousand/Mil	JAN-JUN 22 - JAN-JUN 22 - ENE-JUN 22	197,1 mil Thousand/Mil	JAN-JUN 22 - JAN-JUN 22 - ENE-JUN 22	844,6 mil Thousand/Mil
JAN-JUN 21 - JAN-JUN 21 - ENE-JUN 21	804,4 mil Thousand/Mil	JAN-JUN 21 - JAN-JUN 21 - ENE-JUN 21	161,6 mil Thousand/Mil	JAN-JUN 21 - JAN-JUN 21 - ENE-JUN 21	876,0 mil Thousand/Mil
JAN-JUN 22 / JAN-JUN 21 JAN-JUN 22 / JAN-JUN 21 - ENE-JUN 22 / ENE-JUN 21	-15,0%	JAN-JUN 22 / JAN-JUN 21 JAN-JUN 22 / JAN-JUN 21 - ENE-JUN 22 / ENE-JUN 21	22,0%	JAN-JUN 22 / JAN-JUN 21 JAN-JUN 22 / JAN-JUN 21 - ENE-JUN 22 / ENE-JUN 21	-3,6%

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	
JUN 22 - JUN22/JUN 22	31,9 mil Thousand/Mil	JUN 22 - JUN22/JUN 22	7,8 mil Thousand/Mil	JUN 22 - JUN22/JUN 22	28,9 mil Thousand/Mil
MAI 22 - MAY 22/MAY 22	35,7 mil Thousand/Mil	MAI 22 - MAY 22/MAY 22	6,1 mil Thousand/Mil	MAI 22 - MAY 22/MAY 22	29,4 mil Thousand/Mil
JUN 22/MAI 22 JUN 22/MAY 22 - JUN 22/MAY 22	-10,7%	JUN 22/MAI 22 JUN 22/MAY 22 - JUN 22/MAY 22	26,8%	JUN 22/MAI 22 JUN 22/MAY 22 - JUN 22/MAY 22	-1,9%
JUN 21 - JUN 21/JUN 21	36,3 mil Thousand/Mil	JUN 21 - JUN 21/JUN 21	3,9 mil Thousand/Mil	JUN 21 - JUN 21/JUN 21	31,8 mil Thousand/Mil
JUN 22/JUN 21 JUN 22/JUN 21 - JUN 22/JUN 21	-12,2%	JUN 22/JUN 21 JUN 22/JUN 21 - JUN 22/JUN 21	100,5%	JUN 22/JUN 21 JUN 22/JUN 21 - JUN 22/JUN 21	-9,3%
JAN-JUN 22 - JAN-JUN 22 - ENE-JUN 22	169,6 mil Thousand/Mil	JAN-JUN 22 - JAN-JUN 22 - ENE-JUN 22	35,9 mil Thousand/Mil	JAN-JUN 22 - JAN-JUN 22 - ENE-JUN 22	162,0 mil Thousand/Mil
JAN-JUN 21 - JAN-JUN 21 - ENE-JUN 21	203,5 mil Thousand/Mil	JAN-JUN 21 - JAN-JUN 21 - ENE-JUN 21	26,0 mil Thousand/Mil	JAN-JUN 21 - JAN-JUN 21 - ENE-JUN 21	188,0 mil Thousand/Mil
JAN-JUN 22 / JAN-JUN 21 JAN-JUN 22 / JAN-JUN 21 - ENE-JUN 22 / ENE-JUN 21	-16,7%	JAN-JUN 22 / JAN-JUN 21 JAN-JUN 22 / JAN-JUN 21 - ENE-JUN 22 / ENE-JUN 21	38,2%	JAN-JUN 22 / JAN-JUN 21 JAN-JUN 22 / JAN-JUN 21 - ENE-JUN 22 / ENE-JUN 21	-13,9%

Fonte: Renavam/Denatran

Semana de 20 a 24 de junho

Você conhece agora os resultados das pesquisas **MAPA** - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e **ONDA** - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços do período de 20 a 24 de junho, estudos realizados pelo after.lab, empresa de inteligência de mercado do Aftermarket Automotivo.

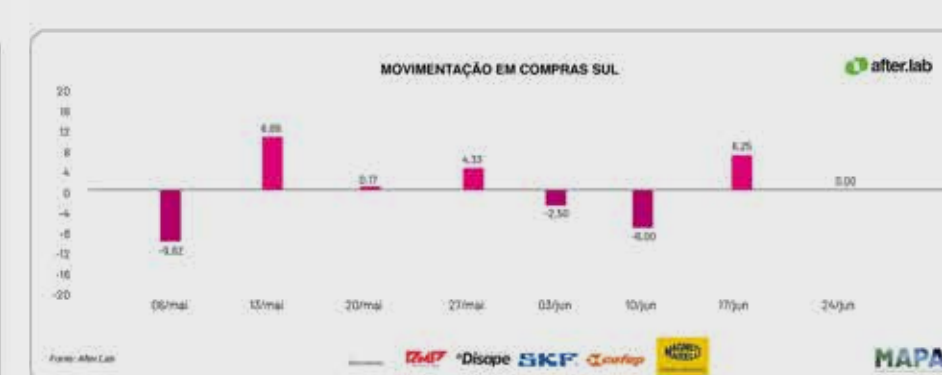
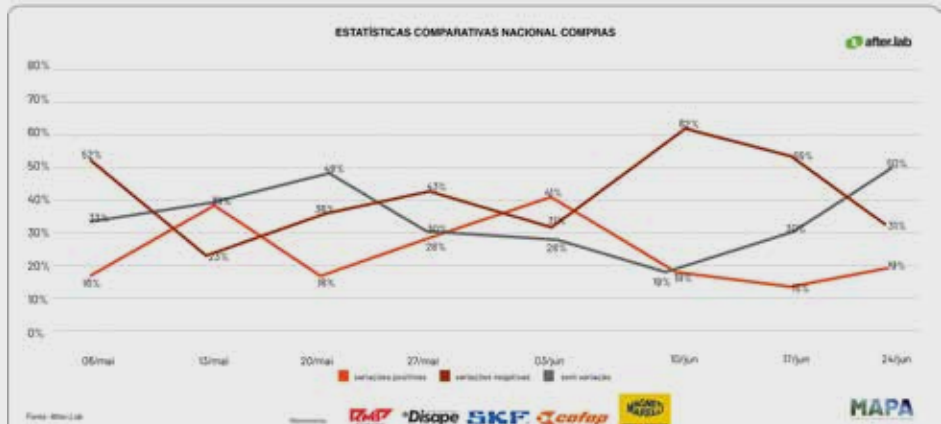
MAPA

O gráfico nacional de vendas no varejo de autopeças agora tem três barras apontando para baixo em sequência. Os dados apurados pelo MAPA mostram que na semana em análise o recuo foi de -2,96% na média ponderada.

Os índices regionais de vendas trazidos pelos profissionais do after.lab mostram novamente índice zero no Norte – nas últimas oito semanas, as vendas não variaram na região em seis; -8% no Nordeste; 0,4% no Centro Oeste; -3,33% no Sudeste; e variação zero no Sul.

Os gráficos de estatísticas comparativas mostram que a estabilidade nas vendas subiu de 48% para 56% dos entrevistados. O índice de varejistas que venderam mais no período vem caindo desde a semana de 03 de junho, passando de 14% para apenas 8% da amostra, um dos piores índices da série histórica. Finalmente, os varejistas que venderam menos na semana recuaram de 38% para 36% dos entrevistados. As compras por parte dos varejos também oscilaram negativamente no período, e acumulam sequência de seis semanas em queda. A média nacional ponderada foi de -0,15%. Na movimentação semanal regional das compras, variação zero no Norte; -4% no Nordeste; 7% no Centro Oeste; -0,23% no Sudeste; e variação zero no Sul.

No comportamento de compras, a estabilidade subiu de 30% para 50% dos varejistas pesquisados, porém num contexto com viés negativo. As lojas que compraram mais subiram de 15% para 19% da amostra e a variação negativa caiu de 55% para 31%.



ONDA

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

O resultado apurado pelos profissionais do after.lab revelou média nacional ponderada negativa para o abastecimento de autopeças no varejo, com índice de -10,73%.

Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do Brasil apuraram os seguintes resultados: -15% no Norte; -8% no Nordeste; -23,33% no Centro-Oeste; -6,08% no Sudeste; e -17,5% no Sul.

Os itens em geral lideram o ranking da falta de produtos com 48% das respostas, seguidos por correias, com 16%, e componentes elétricos, com 12%.

Os preços ao varejo continuam mantendo há muito tempo trajetória inversa à do abastecimento, com percepção contínua de alta.

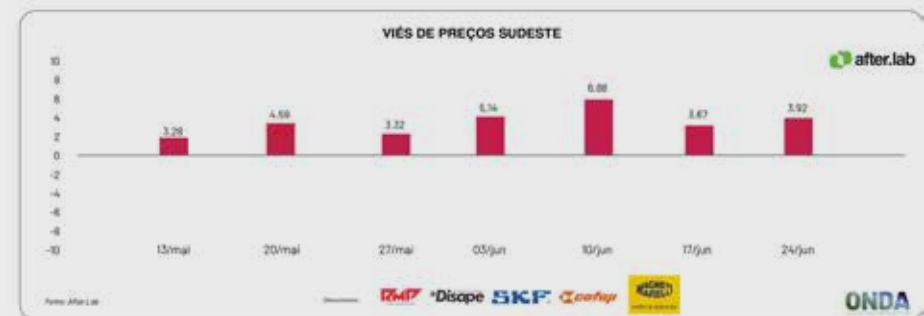
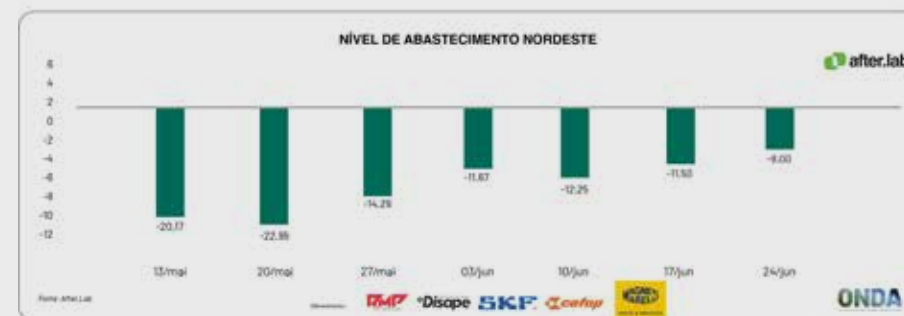
nacional no período teve a média ponderada de 4,99%, o mesmo índice da semana anterior.

O viés de preços por região trouxe os seguintes índices: variação zero no Norte; 13,33% no Nordeste; 5,6% no Centro-Oeste; 3,92% no Sudeste; e 7,5% no Sul.

Os itens em geral responderam por 29,2% das percepções de alta nos preços, seguidos por óleos lubrificantes, com 16,7%; e baterias, com 12,5%.

A estabilidade do abastecimento subiu de 18% para 22%. Já a estabilidade de preços ao varejo caiu de 41% para 33% dos entrevistados.

Acompanhe semanalmente nas plataformas digitais do Novo Varejo os resultados atualizados das pesquisas MAPA e ONDA, uma realização do after.lab.



Semana de 27 de junho a 01 de julho

Vamos agora aos resultados das pesquisas MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e ONDA - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços relativos ao período de 27 de junho a 01 de julho. Os estudos são realizados pelo after.lab, empresa de pesquisas e inteligência de mercado do grupo Novo Meio, e divulgados semanalmente nas plataformas digitais do Novo Varejo.

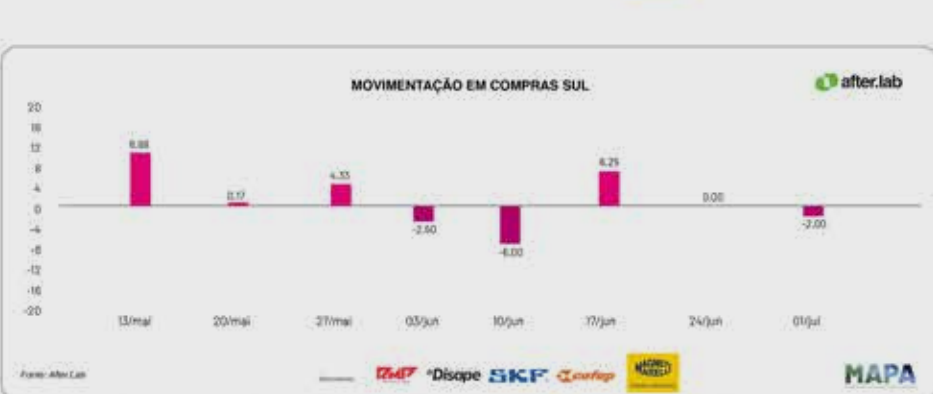
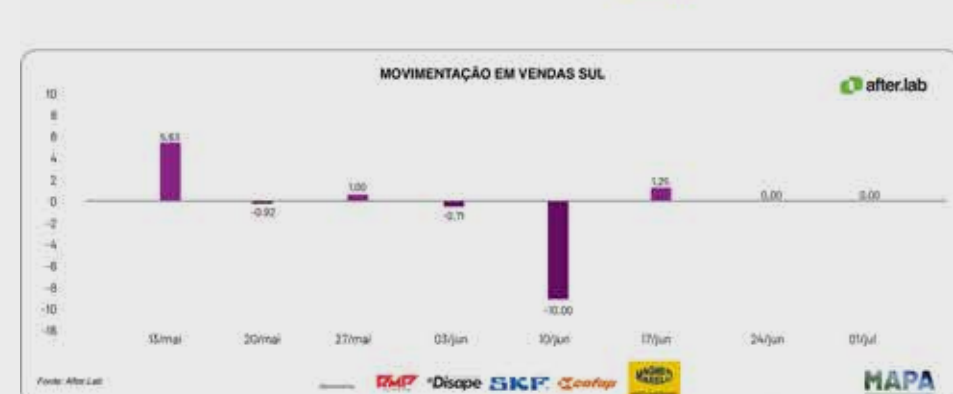
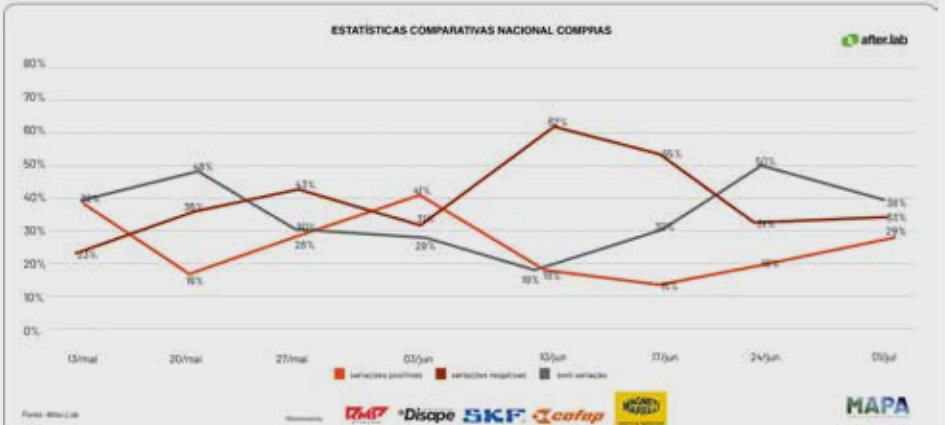
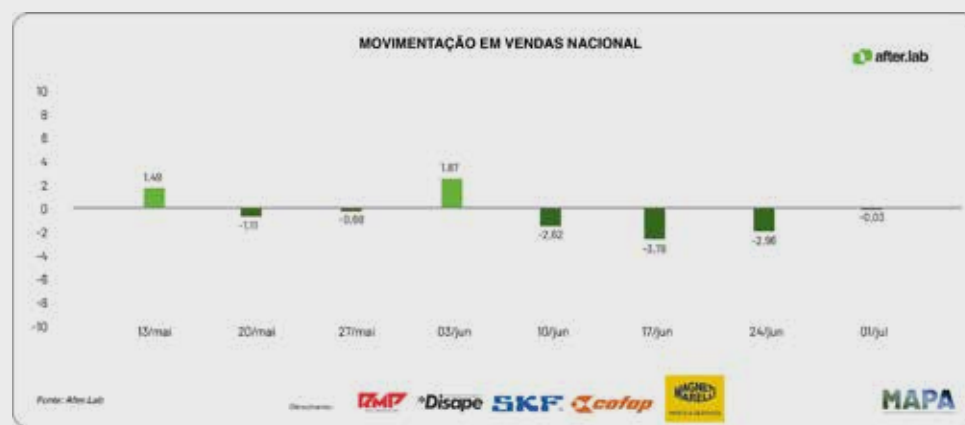
MAPA

As vendas do varejo brasileiro de autopeças completaram quatro semanas consecutivas com desempenho negativo, ainda que a média nacional ponderada no período encerrado em 01 de julho tenha sido de apenas -0,03%, ou seja, muito próxima da estabilidade. Na apuração regional das vendas, recuperação no Norte, com índice

de 2,5%; zero no Nordeste; -5% no Centro Oeste; 0,63% no Sudeste; e variação zero no Sul.

Já as compras do varejo voltaram a cair, agora pela sétima semana consecutiva. A média nacional ponderada no período foi de -0,78%. Na divisão regional, os índices de compras no período foram: 5% no Norte; variação zero no Nordeste; -5% no Centro Oeste; -0,38% no Sudeste; e -2% no Sul.

Os gráficos de estatísticas comparativas mostram que a estabilidade nas vendas subiu de 56% para 62% dos varejos entrevistados. Os varejistas que venderam mais mostraram recuperação, passando de 8% para 19% e os que venderam menos caíram de 36% para 19%. No comportamento de compras, a estabilidade passou de 50% para 38%. As variações positivas variaram de 19% para 29% e as negativas avançaram de 31% para 33% dos entrevistados.



ONDA

Em relação à pesquisa semanal ONDA, que apura o abastecimento e os preços nos varejos, nenhuma alteração nas tendências que vêm se prolongando indefinidamente. A média nacional ponderada de abastecimento na semana encerrada em 01 de julho ficou em -10,65%, conforme apurado pelos profissionais do after.lab.

Os itens em geral responderam por 66,7% das respostas dos varejistas entrevistados. Na sequência vieram componentes para suspensão, 14,3%, e correias, 9,5%.

Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do Brasil mostram índice de -10% no Norte; variação zero no Nordeste; -16,5% no Centro-Oeste; -14,33% no Sudeste; e -8,29% no Sul.

A trajetória de preços continua a sustentar o longo histórico de inflação, sem qualquer indicativo de reversão da

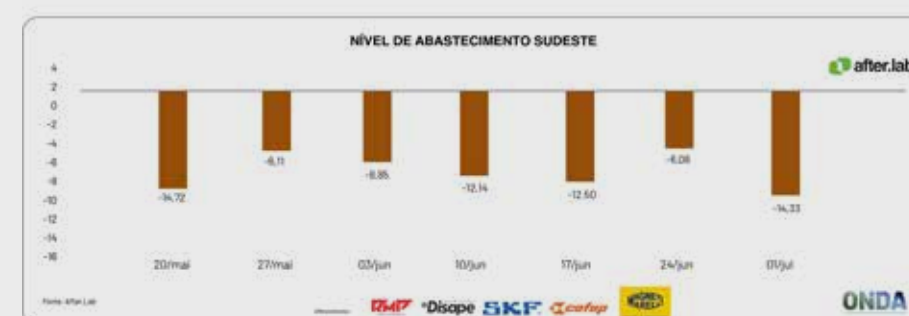
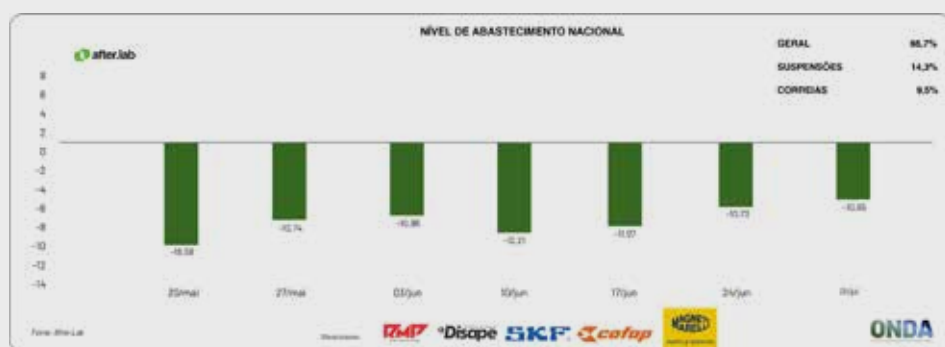
tendência. O viés apurado no período mostra média nacional ponderada de 4,54%.

Os itens em geral foram apontados como os produtos que mais sofreram reajustes por 75% dos varejos, seguidos por amortecedores, com 16,7%, e embreagens, com 8,3%.

A percepção de alta nos preços por parte dos varejistas se deu em quatro das cinco regiões do Brasil: 15% no Norte; zero no Nordeste; 10% no Centro-Oeste; 3,5% no Sudeste; e 5,71% no Sul.

A estabilidade no abastecimento teve discreta queda, passando de 22% para 21%. Em relação aos preços, a curva de estabilidade teve expressiva alta, passando de 33% para 55% no período.

Acompanhe semanalmente os índices atualizados das pesquisas MAPA e ONDA pelos canais digitais do Novo Varejo.



+ QUALIDADE



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 DO MERCADO MAS, SOBRETUDO, SE DIFERENCIAR PELA MAIOR QUALIDADE EM COMPONENTES DE FIXAÇÃO DO SISTEMA DE FREIOS AUTOMOTIVOS. CERTIFICAÇÕES, PROCESSOS, MATERIAIS, TECNOLOGIAS GARANTINDO QUE AS PEÇAS 2MC ESTEJAM DE ACORDO COM AS ESPECIFICAÇÕES ORIGINAIS DOS VEÍCULOS DA FROTA NACIONAL. **2MC 31 ANOS DE COMPROMISSO DE QUALIDADE QUE GERA ABSOLUTA FIDELIDADE DE DISTRIBUIDORES, VAREJISTAS E REPARADORES.**

