



novovarejo

automotivo



CARRO POR ASSINATURA NÃO AMEAÇA MERCADO DE REPOSIÇÃO

Com participação crescente na compra de veículos zero quilômetro, locadoras recorrem às oficinas e lojas de autopeças para a manutenção de suas frotas.

#NovoVarejo400

A história do NovoVarejo Automotivo desde 1994.

UM PRODUTO **Nhm**

página 13





Nº 1 EM ROLAMENTOS

LOJA ONLINE COBRA

CONEXÃO QUE
MOVIMENTA
SEU NEGÓCIO

**Do nosso estoque
para o seu.**

@cobrarolamentos cobraolamentos.com.br

loja.cobrarolamentos.com.br



A **praticidade** que você sempre buscou na hora de abastecer o seu estoque.



Rápido



Fácil



Seguro

Conheça a loja online



Todas as vantagens da Cobra na palma da sua mão.



400 edições! É o Novo Varejo fazendo história. Outra vez

Você começa a ler agora uma edição que estabelece novo marco para a indústria de comunicação do Aftermarket Automotivo. O Novo Varejo chega ao número 400, um feito e tanto para uma publicação segmentada em um país que não é propriamente conhecido pela tradição da leitura. Felizmente, com missão clara e obsessão pela qualidade conseguimos, ao longo do tempo, romper este e outros obstáculos que já fizeram muita gente boa ficar pelo caminho. O conteúdo consistente e relevante é o principal – mas não o único – alicerce de nossa jornada, que já se aproxima dos 30 anos. Esta publicação nasceu para informar o varejista de autopeças, mas, sem perder o foco, há muito tempo faz um jornalismo que interessa a todos os elos de negócios do mercado de reposição. Pautado pela prestação de serviços e independência editorial, o Novo Varejo vem contando a história do Aftermarket Automotivo brasileiro desde 1994, ano em que o país dava os primeiros passos rumo a uma nova era em seu processo de desenvolvimento econômico e industrial para se viabilizar como um dos mercados automotivos mais importantes do mundo. No início daquela década, a abertura das fronteiras nacionais à importação de veículos iniciava uma etapa irreversível de modernização da frota de veículos, que traria impactos extraordinários no mercado de reposição. Desde então, essa transformação jamais parou. Hoje vivemos a era da mobilidade compartilhada, do carro conectado, da propulsão híbrida e da inteligência artificial.

A trajetória de evolução continuada do mercado brasileiro de manutenção veicular vem sendo acompanhada dia após dia há 400 edições pelo Novo Varejo impresso e digital, que seguem com a missão inalterada de contribuir para o aprimoramento da gestão das lojas de autopeças a partir de reportagens criativas, inovadoras e capazes de antecipar tendências, preparando os empresários do setor para superar os desafios que conjunturas cada vez mais complexas apresentam. Do Novo Varejo nasceu o After.Lab, empresa de inteligência de negócios do aftermarket automotivo, que hoje reúne um banco de dados único no setor e está pronta para antever as novas demandas de informação do mercado e suas empresas e realiza pesquisas sempre coroadas com os maiores e melhores eventos do mercado. Ao criar uma nova cultura de comunicação, o Novo Varejo não parou mais de crescer e expandir horizontes para outros ambientes, como a A.TV, canal de vídeo que vem conquistando crescentes audiências. Nossas primeiras 400 edições, mais do que um testemunho da própria história do mercado, representam a certeza de que o Aftermarket Automotivo brasileiro é gigante, sólido e, na condição de quarto mercado de reposição do planeta, mais do que merecedor de uma mídia que se dedica 24 horas por dia a gerar conteúdo capaz de contribuir com seu crescimento e evolução.

E essa conquista é, principalmente, sua. De vez em quando é preciso parar e comemorar. Comemore com a gente. **#NovoVarejo400** Muito obrigado!

Nhm
www.novomelo.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 30 - #400 1 de Julho de 2023

Distribuição para mailing eletrônico 35.000

Audiência estimada em views no site 45.000

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

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

Direção
Ricardo Carvalho Cruz

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

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

Arte
Alice Tuchapesch
Lucas Cruz

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

Audiovisual
Phillip Spengler
Bruno Costa

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)

RODAR COM VOCÊ É SEMPRE UM PRIVILÉGIO

OBRIGADO POR ESCOLHER COFAP

A verdade é que você escolhe o caminho e nossos amortecedores garantem o conforto e segurança na ida e na volta. Na estrada ou na cidade, qualquer dia ou qualquer hora, conte com a Cofap.

Feliz **dia do motorista!**

www.mmcofap.com.br

SIGA: [Facebook] [Instagram] [YouTube] [LinkedIn] [Pinterest]

novovarejo automotivo

No trânsito, escolha a vida!



Juan Ferrés, CEO da Teros, analisa a conjuntura econômica do Brasil e mostra visão positiva sobre as perspectivas de crescimento sustentável do país.

08

18

O mercado de carros por assinatura vem crescendo embalado pelas novas tendências da mobilidade. E de que forma a substituição da posse pelo uso do carro pode impactar o mercado de reposição?

Apesar das exigências legais, unidades federativas ignoram obrigatoriamente as inspeções técnicas e ambientais. Nos estados, Detrans se limitam aos quesitos de transferência dos veículos.

26



Pela primeira vez, uma picape RAM será produzida fora dos Estados Unidos. A Rampage chega ao Brasil rompendo paradigmas e trazendo atributos muito atraentes para os consumidores.

30

12

Evento global de mobilidade elétrica chega no Brasil para debater tendências e mostrar os carros mais modernos que estão ou estarão em breve à disposição de nossos consumidores.

Concentração dos veículos em frotas abre novas oportunidades

A edição especial número 300 do Novo Varejo Automotivo já investigava a tendência de “pejotização” dos automóveis no mercado de reposição independente

Os novos conceitos de mobilidade estão entre os fatores de ruptura que irão pesar sobre o mercado de reposição nos próximos anos. A relação entre uso x propriedade do veículo trará mudanças significativas, até em razão da velocidade com que as tendências vêm se consolidando. *“Não é à toa que já temos 45% das vendas de veículos novos no Brasil nas mãos de frotistas e locadoras”*, pontuou há 100 edições Dan Ioschpe, executivo que então presidia o Sindipeças. Você vai ver na reportagem de capa desta edição 400 que o índice está hoje ainda maior. Naquele momento histórico, o sindicato que congrega os fabricantes de autopeças anunciava que a frota circulante do país estava a caminho da casa dos 60 milhões de unidades, o que representava uma indiscutível oportunidade de novos negócios para todo o setor automotivo, apesar das transformações em curso. Vislumbrava-se como tendência – que de fato vem se confirmando – uma multimodalidade em relação ao que

estávamos acostumados. Cada vez mais isso trará mudanças para a indústria tanto na forma de produzir quanto na forma de se comunicar com o restante da cadeia, o que vinha sendo chamado de manufatura 4.0 ou digitalização ou inteligência artificial. *“Ao invés de falarmos muito em conteúdo e manufatura locais, que formam uma proteção, vamos falar mais na integração do Brasil ao mundo”*, previa Ioschpe. Em meio a essa movimentação, o mercado de reposição refletia sobre as oportunidades a serem extraídas do processo de concentração em curso. Uma delas dizia respeito ao transporte compartilhado por aplicativos, então bem representado pela Uber, que era uma startup então com atuação recente no país. Tanto ela como outras que surgiriam a reboque, como a 99, eram vistas como impulsionadoras da venda de peças e serviços de manutenção, uma vez que os veículos de transporte compartilhado tinham rodagem significativamente maior que os carros particulares.

Para toda dúvida, o **ChatBot RMP** te dá a melhor resposta.

Uma ferramenta de suporte em tempo integral, para trazer a melhor experiência de atendimento.



Acesse o nosso site: rmp.com.br



Posicione a câmera do seu smartphone para acessar

Conheça nossas redes sociais

@rmpdistribuidora
 RMP





Economista entende que crescimento do setor de serviços é bom sinal de recuperação

Economia inicia segundo semestre com boas expectativas

Para o CEO da Teros, Juan Ferrés, país entrou em um caminho de crescimento econômico consistente

Na esteira do aumento do PIB acima do esperado, de quedas consecutivas do dólar e do crescimento recorde no Índice de Confiança do Consumidor, o mercado de consumo se prepara para um segundo semestre possivelmente positivo para os setores de varejo e serviços.

Em entrevista exclusiva à nossa reportagem, o mestre em economia e CEO da Teros – empresa que oferece soluções em inteligência de dados, pricing e open finance –, Juan Ferrés, afastou a noção de que o atual bom momento dos indicadores do país se deve exclusivamente a um fenômeno sazonal causado pelos ótimos resultados do agronegócio. Para sustentar a visão, o especialista destacou que o primeiro semestre também teve como destaque o desempenho positivo do setor de serviços, segundo ele, o representativo da economia brasileira. *“(Por isso) podemos dizer que não é um efeito sazonal e que estamos entrando num caminho de crescimento consistente, apesar de lento”*, afirmou Ferrés. Saindo de uma visão mais ampla e apontando uma lente para o varejo nacional, que – a bem da verdade – ainda patina, o CEO da Teros atribuiu o delay em relação a outros setores ao impacto causado pela persistência da Taxa Selic na casa dos

13,75% e à crise das Americanas, fatores que dificultaram o acesso ao crédito tanto às empresas quanto ao consumidor final. *“Por isso o varejo ainda não sentiu melhora, o que deve ficar para o segundo semestre”*, previu o economista.

Novo Varejo Automotivo - De acordo com o Índice de Confiança do Consumidor do Instituto Ipsos, os brasileiros atingiram o maior índice de confiança em uma década neste mês de junho. A que você atribui este resultado? Você acha que temos razões para estarmos otimistas?
Juan Ferrés - A confiança do consumidor vinha se recuperando desde o final da pandemia onde encontrou seu vale. Após as eleições, esse crescimento se acelerou e chegou a seu pico em junho embalado pela sensação de maior poder de compra, reflexo da valorização do real e a da política de isenção fiscal em automóveis. Nós vimos as empresas passarem por um processo de ajuste em custos e gestão no primeiro semestre, justamente para se tornarem mais eficientes para o restante do ano. Estamos vendo um mercado mais otimista, saindo da ressaca que passou pós-Americanas, com empresas voltando a investir, mais confiantes, o que deve transbordar para os consumidores.

Tecnologia para a vida



Linha Elétrica Bosch

Cada vez mais forte e mais completa

A Linha Elétrica Bosch está cada vez mais completa, com produtos de alta qualidade, força e tecnologia que garantem máxima excelência em peças de reposição automotiva. São alternadores, motores de partida, reguladores, chaves magnéticas e muito mais.

Procure um Distribuidor Bosch e tenha na sua oficina a melhor opção do mercado. Saiba mais em autopecasbosch.com



Velas • Freios • Filtros • Elétrica • Pastilhas • Palhetas • Baterias. E muito mais.

Instagram Facebook YouTube [autopecasbosch](https://autopecasbosch.com)

NVA - O dólar apresentou quedas consecutivas em junho, permanecendo abaixo dos R\$ 5,00 desde o segundo dia do mês. Quais fatores você vê como determinantes para este cenário? Você vê essas quedas como sinais positivos para o país e as empresas?

JF - Sim, muito em razão do bom desempenho da agricultura. O câmbio valorizado é favorável para as indústrias que sofreram muito com o aumento de custos dos insumos importados. Para o varejo, caso haja um repasse da redução do preço de produtos importados para o consumidor, devemos ver aumento das vendas no segundo semestre.

NVA - Você vê o crescimento robusto do PIB (1,9% em relação ao trimestre anterior e 4% em relação ao mesmo período de 2022) como um indicativo de solidez e um endosso de uma trajetória positiva da economia brasileira ou é algo sazonal e que demanda uma amostra maior de análise?

JF - O destaque do último resultado acabou sendo a agricultura puxada por fatores exógenos como qualidade de safra e produtividade. Mas como o setor de serviços, o mais representativo da economia brasileira, também cresceu, podemos dizer que não é um efeito sazonal e que estamos entrando num caminho de crescimento consistente, apesar de lento.

NVA - Apesar dos índices positivos mencionados, o cenário de desemprego segue sem alterações significativas, atingindo 9,5 milhões de pessoas no primeiro trimestre do ano. Alguns especialistas, no entanto, comemoraram a estabilidade do número na comparação com o último trimestre de 2022, ao passo que, segundo eles, os primeiros três meses do ano costumam apresentar um aumento da desocupação no comparativo com outubro, novembro e dezembro. Como você avalia este cenário? Quão importante é a redução do desemprego não apenas do ponto de vista social, mas também em um contexto de consumo?

JF - De fato, a estabilidade do desemprego é um indicador positivo e, aliada ao crescimento do setor de serviços (maior gerador de vagas de trabalho), mostra uma perspectiva favorável, uma vez que mais pessoas têm renda para consumir. Isso gera um ciclo positivo e multiplicativo na economia. Mais consumo acaba gerando mais vagas de trabalho para acomodar essa maior demanda por produtos e serviços.

NVA - Por falar em consumo, o varejo é um setor que segue patinando no país – crescendo, em abril, apenas 0,1% no comparativo mensal e 0,5% no comparativo anual. Isso é um indicativo de que a recuperação econômica ainda não se reflete no aumento de renda da população e que as altas taxas de juros pressionam significativamente o consumo?

JF - A economia vem se recuperando lentamente, sem uma redistribuição significativa de renda. Nos últimos anos o brasileiro se endividou significativamente e mantém-se assim até o momento. A inflação começou a arrefecer apenas recentemente o que fez com que o Banco Central mantivesse a Selic em 13,75% ao ano. Por último, o sistema financeiro ainda vive a ressaca pós-Americanas e há pouco crédito na economia. Tudo isso resulta num cenário em que a renda está se



Ferrés joga no time dos que defendem a redução da taxa Selic

recuperando aos poucos também. Por isso o varejo ainda não sentiu melhora, o que deve ficar para o segundo semestre.

NVA – Quanto aos juros, muito se tem discutido sobre a persistência da Selic na casa dos 13,75%. Como você vê este debate? O país já tem condições suficientes para arrefecer a taxa ou o Banco Central acerta ao adotar a cautela, a despeito das pressões que têm sofrido?

JF - O Governo está seguindo com o compromisso de ajuste fiscal, o real está valorizando e o consumo está fraco, assim não há pressões inflacionárias que justifiquem manter a taxa Selic na casa dos 13,75%. Já há um cenário menos arriscado propiciando sua redução.

NVA - Como uma eventual queda dos juros impactaria os diversos setores da economia brasileira? De que maneira o varejo, especificamente, pode ser impactado pelo movimento?

JF - Uma queda nos juros tornará a dívida do consumidor mais barata aumentando a renda disponível para novas compras. Além disso, as compras parceladas se tornaram mais baratas favorecendo vendas com tickets mais altos.

NVA - Por último, gostaria que o senhor falasse, de maneira geral, sobre suas expectativas para a economia e o ambiente de negócios do Brasil neste segundo semestre. O que podemos esperar?

JF - O segundo semestre deve ser marcado por um mercado mais otimista. A melhora na taxa de desemprego, a inflação controlada e a retomada de crédito devem estimular vendas. Assim as empresas devem voltar a investir e fazer negócios.

JÁ SÃO MAIS DE 150 MIL APLICAÇÕES

PARA CARROS NACIONAIS E IMPORTADOS
ETUDO AO SEU DISPOR TAMBÉM PELO *VENDA+

LUCIO'S
A PARCERIA CERTA.

A DISTRIBUIDORA DE PEÇAS PARCEIRA DA SUA LOJA

MAIS DE 35 ANOS DE HISTÓRIA NO SETOR

***VENDA+** - Clientes Lucio's contam com acesso total ao nosso estoque. Desta forma é possível não apenas consultar em tempo real os itens desejados, como comprar os produtos e peças que o cliente precisa e o lojista não têm no momento.

CLIQUE AQUI E SAIBA COMO TER ACESSO COMPLETO AO VENDA+

WWW.LUCIOS.COM.BR (11) 2902-1900

SEJA UM REPRESENTANTE COMERCIAL
ENTRE EM CONTATO COM NOSSA EQUIPE





Electric Days aprofunda discussão sobre elétricos no Brasil

Evento debate perspectivas para eletrificação da frota e mostra em primeira mão futuras novidades do mercado brasileiro, como o Mustang Mach-E

O debate sobre os veículos eletrificados ganhou mais uma tribuna no Brasil no último mês de junho. Nos dias 26 e 27, foi realizada em São Paulo a primeira edição do Electric Days, evento já conhecido na Europa e nos Estados Unidos e que chegou aqui por iniciativa da Motor1 Brasil. ESG e logística verde também foram temas na pauta do encontro. Divido entre exposição de belos carros e painéis de conteúdo, o Electric Days teve mais peso no primeiro dia, quando executivos de montadoras marcaram presença, incluindo o presidente da Anfavea, Marcio Lima Leite, que deixou aberta a porta da entidade para todos os tipos de matrizes energéticas veiculares. “Considero este momento o mais desafiador desde que a primeira montadora se estabeleceu no Brasil. Essa transição tecnológica coloca limites, perspectivas de investimentos, oportunidades, riscos, com impacto em toda a cadeia de valor. Nós podemos ir para o céu ou para o inferno, dependendo de como vamos conduzir esse processo”, disse o executivo, que continuou: “A figura mais importante desse processo é o consumidor. Se ele quiser o carro elétrico puro, ele vai ter, independente da vontade do governo, das montadoras ou dos importadores. Temos que entender como vai se dar essa transição. Quando falamos sobre qual será o futuro

da mobilidade e a tecnologia que vai prevalecer, primeiro temos que saber que o país é eclético na essência e a tecnologia será eclética na essência, sem preconceito. O Brasil tem e terá uma tecnologia formidável, que são os biocombustíveis. Mesmo sendo nossa frota envelhecida, nós temos o equivalente a oito milhões de veículos elétricos rodando no Brasil em termos de descarbonização graças ao papel do biocombustível”, destacou Lima Leite



Presidente da Anfavea, Marcio de Lima Leite diz que entidade defende todas as tecnologias de propulsão veicular



A ZF acelera o mundo para o futuro da mobilidade.

Hoje, somos líderes globais em desenvolvimento e fornecimento de tecnologia para veículos comerciais e de passageiros. Contamos com um time de mais de 150 mil colaboradores, trabalhando nos 5 continentes e comprometidos com o objetivo de promover o melhor para a humanidade.

Mais que o discurso, vemos, pensamos e agimos por um mundo com mais autonomia e sustentabilidade, viabilizando o crescimento da eletromobilidade e de veículos autônomos.

Com gestos que vão dos mais simples aos grandiosos, nosso maior orgulho é saber que, quando o assunto é mobilidade, estamos trazendo para o hoje o amanhã que queremos para todos.



zf.com.br

Crescimento

A participação dos veículos eletrificados no total de vendas correspondeu, em 2022, a 2,5% do total. O índice pode parecer pequeno, mas vem sendo impulsionado por uma trajetória de crescimento. *“A previsão é fechar 2023 com pouco mais de 70 mil unidades vendidas, se tudo der certo. Um crescimento de 50% sobre o número já muito bom do ano passado. Vamos superar a barreira dos 100 mil veículos vendidos ao ano talvez em 2024. E uma coisa importante: não são todos importados, já temos uma grande parcela produzida no Brasil. Quando descontamos a produção nacional, temos apenas 1,34% de veículos importados”*, disse Ricardo Bastos, presidente da ABVE - Associação Brasileira do Veículos Elétrico. O dirigente da entidade vem conduzindo entendimentos com o governo sobre a conveniência de manter o imposto de importação reduzido para automóveis leves eletrificados. *“Já superamos a discussão sobre os pesados, mas nos carros*

ainda temos oportunidades, não produzimos no país automóveis de passageiro plug-ins. E queremos produzir todas as tecnologias aqui. A ABVE defende a produção nacional, mas que ela ocorra com o acesso à tecnologia, que ela seja feita de uma forma progressiva, com regras claras e estáveis”. Neste momento, o setor integra uma agenda considerada importante no Congresso Nacional. *“Esperamos nas próximas semanas o lançamento da Frente Parlamentar para a Eletromobilidade”*. Ainda em Brasília, também está em andamento um melhor endereçamento da mobilidade elétrica no escopo da política brasileira para o setor automotivo. *“Nosso foco está sendo trabalhar no Rota 2030 junto ao Governo Federal com medidas para incentivar a produção local. Em 2018 não foi possível incorporar algumas ideias, mas agora na rediscussão do programa a gente vai conseguir colocar propostas”*, finalizou o presidente da ABVE.

Em busca da segurança jurídica

Durante sua apresentação no Electric Days, Ricardo Barros, da ABVE, ratificou a visão do presidente da Anfavea sobre o poder de decisão que o consumidor final terá neste processo de transição tecnológica da combustão à eletrificação. *“São muitas opções em termos de tecnologia. Mas a escolha será do consumidor, ele precisa conhecer essa variedade para encontrar a melhor alternativa. O preço de aquisição do veículo, mas também o custo de utilização. Nosso trabalho é fazer com que as tecnologias sejam acessíveis no preço inicial e também na modelagem do negócio”*. De fato, o preço é um fator que ainda distancia o consumidor médio brasileiro carro elétrico ou híbrido. Na visão de Bastos, o gap que separa esse veículos daqueles a combustão vem se

reduzindo. *“O que vemos hoje é o carro elétrico ficando mais barato e o carro a combustão subindo de preço. As resoluções do Conama, por exemplo, quando acontecem resultam em aumento de custo de produção. E o eletrificado já nasce num patamar muito elevado em termos de entrega para o meio ambiente”*. Outra questão fundamental trazida pelo presidente da ABVE – e esta de extrema complexidade no Brasil – é a segurança jurídica. *“Nisso e na infraestrutura ainda temos algumas barreiras a vencer. Tem que ficar clara a modelagem do abastecimento da energia elétrica, o que vai ser cobrado, qual a tributação que estará por trás. Porque quem vai pagar é o consumidor, portanto se não cuidarmos para que a tributação seja razoável, podemos penalizar todo o sistema”*, advertiu o executivo.

Referências mundiais em exposição

Os visitantes do Electric Days tiveram a oportunidade de ver de perto alguns dos carros híbridos e elétricos mais avançados à venda hoje no mundo. E conhecer em primeira mão duas novidades que estão desembarcando no mercado brasileiro: a nova geração do Honda Accord Híbrido e o Mustang Mach-E, SUV elétrico esportivo da Ford. Veja a seguir as principais atrações da exposição.

TOYOTA MIRAI

Sedã de luxo abastecido com gás hidrogênio e que emite água pura pelo escapamento em vez de poluentes. Também mostrou o Corolla Cross, na versão Híbrido Flex.

GM BOLT EUV

SUV compacto 100% elétrico, segundo veículo totalmente sem emissões vendido pela marca no mercado brasileiro – o primeiro foi o Bolt EV. Com autonomia média de 456 quilômetros, é equipado com motor de 203 cv de potência e torque instantâneo de 36,7 kgm. A bateria é de 66 kWh.

HONDA ACCORD HÍBRIDO

A linha Accord já é conhecida há anos pelos brasileiros. A nova geração do sedã, maior que o Civic Híbrido comercializado no país, chega ainda este ano e foi mostrada aqui em primeira mão no Electric Days.



FORD MUSTANG MACH-E

É o segundo SUV elétrico mais vendido nos Estados Unidos, é um veículo zero emissões. Na versão topo de linha, GT, oferece autonomia de até 490 quilômetros. A Ford ainda mostrou a primeira picape híbrida do Brasil, a Maverick Hybrid.



GWM HAVAL H6

O H6 GT PHEV AWD é um SUV híbrido plug-in com motor 1.5 turbo a combustão e dois motores elétricos. Nenhum outro Haval H6 no mundo tem esse conjunto, que foi criado pela GWM especificamente para o mercado brasileiro.

JAGUAR I-PACE

Primeiro elétrico da Jaguar Land Rover. É um SUV britânico, que oferece desempenho de esportivo e autonomia de até 446 quilômetros. Equipado com tecnologias intuitivas e responsivas, incluindo o sistema de infoentretenimento Pivi Pro e a Amazon Alexa, com uma série de recursos de controle por voz.



VOLVO C40 RECHARGE

Conta com dois motores elétricos P8 AWD (All Wheel Drive), que geram 408 cv de potência e 660 Nm de torque. Com powertrain de tração integral totalmente elétrico e bateria de 78 kWh, o carro oferece uma autonomia de cerca de 247 quilômetros.

MERCEDES-BENZ AMG EQS 53 4MATIC+

Com nome que mais parece uma numeração de chassi, tinha mesmo que ser o carro mais caro do evento: R\$ 1,9 milhão na configuração exibida. É um sedã elétrico criado para a máxima performance, com dois motores elétricos, gerando 658 cv de potência e autonomia de até 580 quilômetros. No interior, três displays de alta definição que elevam o conceito de interação e conectividade para níveis superiores.



BMW i

O iX3 M Sport é um esportivo totalmente elétrico. Já o iX3 tem autonomia de até 381 quilômetros e consumo de eletricidade de 18,5 kWh/100 km, com bateria de alta tensão e suspensão adaptativa. E o i4 M50 é o primeiro Gran Coupe totalmente elétrico da marca.



NISSAN LEAF

Oferece autonomia de até 389 quilômetros no ciclo urbano e tem velocidade máxima de 144 km/h. É equipado com a tecnologia e-Pedal, sistema que permite a condução utilizando somente o pedal do acelerador, minimizando o uso do pedal do freio.



RENAULT KWID E-TECH

O mais barato do evento, que custa R\$ 149.990 e tem bateria que pode ser carregada até em uma tomada doméstica, com autonomia no uso urbano de até 298 quilômetros. Ao lado dele, uma novidade: o Megane E-Tech, maior e mais sofisticado, e com autonomia de 450 quilômetros.



Electric Days na A.TV

A A.TV acompanhou a primeira edição do Electric Days Brasil e entrevistou lideranças e especialistas em veículos elétricos. Veja o que eles disseram no canal de conteúdo em vídeo do Aftermarket Automotivo: <https://www.youtube.com/c/ATVmidia>



**QUEM CONHECE,
COMPRA!**



ATENDIMENTO ESPECIALIZADO



ENTREGA RÁPIDA



RETIRA EM ATÉ 15 MINUTOS



PRESEÇA NACIONAL



CATÁLOGO VIRTUAL

VOCÊ ENCONTRA TUDO QUE PRECISA PARA O SEU NEGÓCIO.



PROGRAMA DE FIDELIDADE

GANHE DE VOLTA, EM PEÇAS, PARTE DO VALOR DE SUAS COMPRAS.



ENCONTRE A FILIAL COBRA MAIS PRÓXIMA
cobrarolamentos.com.br/a-cobra-automotiva

COMPRE ONLINE loja.cobrarolamentos.com.br

cobraautomotiva sac@cobrarolamentos.com.br

MARCA DISTRIBUÍDA COM EXCLUSIVIDADE PELA COBRA ROLAMENTOS E AUTOPEÇAS

Faça revisões em seu veículo regularmente. | Imagens meramente ilustrativas.

Carros nas mãos de frotistas não enfraquecem aftermarket independente

Protagonistas na mudança da configuração do mercado automotivo, locadoras seguem contando com a capilaridade de oficinas e lojas de autopeças independentes pelo país para a manutenção dos veículos

Você costuma vender autopeças para reparadores que atendem frotistas de automóveis? Essa pergunta, que pode parecer despretensiosa à primeira vista, está se tornando cada vez mais relevante para varejistas e distribuidores de autopeças do aftermarket independente.

Vista como tendência mundial já há alguns anos, a transição da propriedade dos veículos – saindo das mãos das pessoas físicas para pertencer às empresas – tem se mostrado agora uma realidade

no mercado brasileiro. No Aftermarket Automotivo, este movimento crescente vem sendo tratado como “pejotização” da frota. Um dos maiores exemplos deste cenário está no crescimento exponencial das chamadas ‘vendas diretas’ no país. Em 2013, essa modalidade era responsável por uma fatia de cerca de 23% de todos os carros e comerciais leves zero quilômetro comercializados por aqui. Hoje, a representatividade é de aproximadamente 49%, uma expansão de mais de 100% em uma década.

O que são vendas diretas?

Se encaixam na modalidade conhecida como ‘vendas diretas’ as comercializações de automóveis entre montadoras e empresas; pessoas com deficiência (PcD); taxistas; autoescolas; frotistas; locadoras; e motoristas de transporte escolar, por exemplo.



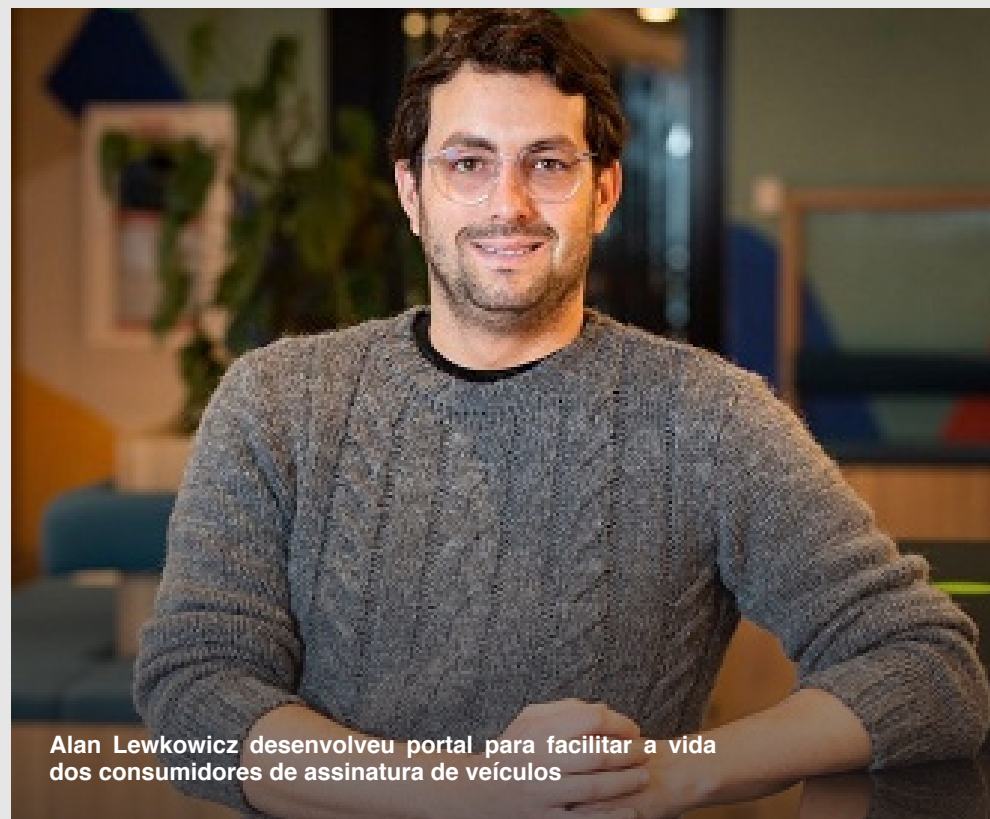
Frotas das locadoras estão em crescimento e empresas hoje são clientes fundamentais para as montadoras

As locadoras representam um papel de protagonismo neste cenário de transformação. No ano passado, por exemplo, elas foram responsáveis pela compra de um terço do total de automóveis 0km vendidos no país – e, para isso, gastaram o impressionante volume de R\$55,2 bilhões na compra de 590.520 carros novos no período. O investimento em peso das locadoras na ampliação de suas frotas passa diretamente pelo aumento do interesse do consumidor brasileiro pelo modelo de compartilhamento de veículos trocando a posse pelo uso do automóvel.

Seja por meio de transporte por aplicativo – cuja locação para motoristas é destino de 52% da frota das locadoras – ou da modalidade conhecida como ‘Carro por Assinatura’ – para onde se destinam 106 mil veículos da frota destas companhias – a visão do carro como serviço e não como propriedade, sobretudo entre as novas gerações, tem sido documentada consistentemente por pesquisas de mercado como a do Serasa, divulgada no início deste ano. A consolidação do primeiro modelo não é novidade e está expressa em dados como os do IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada), que apontam para um crescimento de 979,8% no número de brasileiros que trabalham como motoristas por aplicativo entre 2016 e 2021, o que representa – em números brutos – que cerca de 1,5 milhão de nossos cidadãos que atuam na função. Movimento mais recente no portfólio de compartilhamento de automóveis, o ‘Carro por Assinatura’ chegou ao país em meados de 2019 e, até o final de 2022, mostrou trajetória ascendente, crescendo 37,5% no período.

Essa curva de evolução animou não apenas players como locadoras, seguradoras e montadoras de veículos, mas também um mercado de startups voltadas a oferecer serviços de suporte ao consumidor que deseja trocar seu carro próprio por outro locado. Fundada em fevereiro do ano passado, a ComparaCar é um exemplo entre as empresas que surgiram nesta esteira. Tem como core business um portal que reúne um grande estoque de ofertas de carros por assinatura consolidadas dos maiores portais de busca, além de locadoras e fabricantes que oferecem o

serviço. A ideia da empresa é ser um ‘Google dos carros por assinatura’, facilitando a busca por parte de clientes interessados. Questionado sobre o que o atraiu nesta modalidade ainda em desenvolvimento no país, o fundador da plataforma, Alan Lewkowicz, mencionou o potencial de crescimento nos próximos anos como o principal fator. *“Bom, se considerarmos Estados Unidos e Europa, o carro por assinatura é muito semelhante ao leasing operacional oferecido pelos fabricantes. Era uma modalidade que não existia aqui, principalmente para as pessoas físicas, e lá fora é muito comum, com penetração acima de 50% do mercado. Então, tem um espaço gigantesco para crescimento aqui no Brasil”*, analisou o empresário.



Alan Lewkowicz desenvolveu portal para facilitar a vida dos consumidores de assinatura de veículos

MOBENSANI BORRACHAS
www.mobensani.com.br

UM CRESCIMENTO EXTRAORDINÁRIO SÓ PODIA ACONTECER EM UMA TERRA QUE INSPIRA SUCESSO.

Mobensani, a maior fábrica brasileira de metal-borracha para o mercado de reposição automotivo.

Atuando desde 1985 no mercado automotivo de reposição, a **Mobensani** está sempre inovando, quando você opta pelos nossos produtos, escolhe pela segurança de uma marca reconhecida pelo alto padrão de qualidade e de comprometimento com o cliente.

BAIXE NOSSO APP
Consulte os nossos produtos a qualquer momento de forma rápida e simples. Utilize o leitor de QR Code do seu celular e baixe agora.



Oficinas independentes representam principal escolha das locadoras na hora da manutenção dos veículos

E como fica o aftermarket nesta transformação?

A mudança progressiva do perfil dos proprietários dos veículos da frota nacional e a perspectiva de uma acentuação nos próximos anos acende o alerta no aftermarket automotivo. Afinal, a quem locadoras e outros frotistas irão recorrer na hora de fazer a manutenção e o reparo destes veículos? Segundo Paulo Miguel Jr, diretor da ABLA - Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis, ao menos no que diz respeito a estas empresas de locação, a resposta para essas demandas seguirá sendo o mercado de reposição. *“Nós usamos as oficinas independentes. A manutenção é feita em diversos locais pelo país, já que a frota é muito espalhada. Temos usado bastante o consumo de peças e de mão de obra de estabelecimentos independentes. O número de locadoras que têm mão de obra própria é muito pequeno”*, relatou Miguel Jr. Questionado sobre o mesmo cenário, desta vez olhando por um prisma mais amplo do mercado de carros por assinatura, Alan Lewkowicz, da ComparaCar, apontou que o modelo de manutenção varia, a depender se a empresa ofertante é, por exemplo, uma locadora ou uma montadora. *“Se forem grandes locadoras, elas têm parcerias tanto com concessionárias quanto com rede credenciada. Tem locadoras com mais de dez mil pontos de atendimento pelo Brasil, por exemplo. Se for um contrato de assinatura de uma montadora, aí sim os serviços serão sempre realizados exclusivamente numa concessionária autorizada”*, corroborou o empresário.



Executivo da ABLA, Miguel Jr destaca importância do mercado independente

Chama no
ChatBot da
 Distribuidora de Autopeças
» Disape



Disponível 24 horas, para responder todas as dúvidas com um atendimento personalizado e de uma forma ainda mais rápida e eficiente.

Acesse o nosso site:
loja.disape.com.br

Posicione a câmera do seu smartphone para acessar



Conheça nossas redes sociais

-  @disapedistribuidora
-  Disape Autopeças

Distribuidora de Autopeças
» Disape

Na Europa, avanço dos frotistas já faz parte do planejamento do aftermarket

A expansão do compartilhamento de carros em suas diferentes modalidades e o avanço dos frotistas como detentores da propriedade dos veículos têm impulsionado uma espécie de pivotação estratégica dos players do aftermarket na União Europeia. Segundo levantamento do Boston Consulting Group (BCG), o mercado de reposição automotiva de países como Alemanha, França, Reino Unido, Holanda e Polônia deve ter 37% de sua demanda advinda de frotistas até o ano de 2030. “O crescimento das frotas vai trazer uma mudança no aftermarket, à medida que elas terão de se relacionar com cada mais consumidores B2B. Isso irá demandar um reposicionamento estratégico das empresas que devem modificar para sempre o setor”, afirmou o BCG, em relatório que repercutiu o estudo. Diante deste cenário, o BCG preparou uma espécie de cartilha voltada a orientar os players do aftermarket a aumentarem suas chances de seguirem relevantes em meio a esta maior participação dos frotistas no aftermarket.

A consultoria destacou quatro itens fundamentais:

- 1) Oferecer um portfólio de produtos específico para carros eletrificados** já que, ao menos na Europa, estes modelos possuem uma penetração mais robusta entre frotistas na comparação com as pessoas físicas.
- 2) Introduzir produtos e serviços com maior foco no controle de custos** à medida que os frotistas costumam trabalhar com margens mais apertadas e tendem a fazer uma busca mais cuidadosa no âmbito do custo-benefício.
- 3) Desenvolver soluções digitais e se preparar para a conectividade** ao passo que os frotistas buscam integrar seus automóveis com sistemas baseados na tecnologia da informação a fim de reduzir custos e aumentar a eficiência.
- 4) Unir forças com outros players do aftermarket.** Segundo o BCG, essa maior colaboração entre as empresas do setor é fundamental para criar uma cadeia que entregue um maior valor integrado, fortalecendo duas posições no âmbito dos três itens previamente citados e aumentando seus portfólios de produtos para os frotistas.

Localiza e Unidas se posicionam sobre atual cenário dos carros por assinatura e suas relações com o aftermarket independente

Como você viu até aqui, tanto a participação dos frotistas no controle da frota nacional quanto o crescimento do modelo de carros por assinatura têm recebido impulso majoritariamente pelas grandes locadoras de automóveis.

Por isso, para compreender melhor a estratégia destas empresas, convidamos porta-vozes de duas das protagonistas do setor para entrevistas exclusivas a respeito de suas operações e visões de mercado. Venha conosco e saiba o que pensam **Localiza** e **Unidas** sobre o cenário atual.

Novo Varejo Automotivo - Como vocês observam o crescimento do modelo de carros por assinatura no Brasil?

Localiza - O segmento de carros por assinatura vem crescendo de maneira sólida, constante e sustentável, e apresenta potencial de expansão tanto em pessoa física quanto para pequenas e médias empresas no Brasil. Recentes estudos mostram

que o total de assinaturas deve mais que triplicar nos próximos anos. Esse crescimento se dá em razão da mudança gradual de hábito do consumidor, que tornou a posse menos relevante diante do valor da conveniência, comodidade e economia.

Unidas - Acompanhamos de perto o expressivo crescimento do modelo de carros por assinatura no Brasil e reconhecemos a crescente demanda dos consumidores por soluções de mobilidade flexíveis e acessíveis. Para atender a essa demanda, atualmente disponibilizamos três modalidades de assinatura de veículos: **Unidas Livre**, que é um modelo de longo prazo voltado para pessoas físicas e uso no dia a dia; **Unidas Mensal Mais**, com planos de no mínimo 30 dias, também para uso cotidiano, e **Unidas Driver**, que é um serviço de assinatura específico para motoristas de aplicativo. Essas opções diversificadas permitem que nossos clientes encontrem a solução mais adequada às suas necessidades e preferências.

Novo Varejo Automotivo - Quais classes econômicas são os clientes predominantes de vocês neste modelo?

Localiza - Temos clientes espalhados por todo o país e com mix equilibrado entre PF e PJ. Nota-se maior concentração entre a faixa etária de 36 a 55 anos e nas regiões Sul e Sudeste. Quase 80% dos nossos assinantes são do gênero masculino, com renda acima de 10 salários, sendo 88% com graduação completa e pós-graduação. Fala-se muito que o comportamento de consumo, que prefere o uso em detrimento da posse, é da geração Z, mas os nossos clientes são em maioria da geração X. Talvez porque possuem renda, já tiveram a dor de ter um carro próprio e agora querem o equilíbrio entre comodidade e mobilidade. **Unidas** - Nossa oferta diversificada de modalidades de assinatura de veículos nos permite atender às necessidades e preferências de diferentes perfis de clientes, independentemente da sua classe econômica. Buscamos oferecer soluções personalizadas e adaptadas às demandas de cada consumidor, garantindo uma experiência de alta qualidade em todas as faixas econômicas.

Novo Varejo Automotivo - Vocês consideram que o preço atual dos planos ainda é um fator impeditivo para a massificação do modelo no país? Quais fatores poderiam baratear esse custo para o consumidor final?

Localiza - Carro por assinatura é um segmento ainda em construção no país e muitos consumidores ainda têm dúvida sobre esse modelo. Assinar pode custar até 40% mais barato do que financiar um veículo zero quilômetro e 20% menos que adquiri-lo a vista considerando custos com seguro, manutenção, impostos e depreciação.

Unidas - Em nossa análise, não consideramos que o preço dos planos seja um fator impeditivo para a massificação do modelo de carros por assinatura no Brasil. Ao contrário, percebemos que a adesão a este modelo tem aumentado consistentemente, justamente pela proposta de valor que oferece: uma solução de mobilidade completa, que inclui todos os custos relacionados ao uso de um veículo, sem a necessidade de se preocupar com questões como depreciação, manutenção e seguro. É preciso considerar que o valor do serviço incorpora uma série de custos, tais como manutenção preventiva, seguro, licenciamento e IPVA. Também acreditamos que a disseminação do conhecimento sobre as vantagens deste modelo pode contribuir para sua maior adoção. Muitas pessoas ainda não têm plena consciência de todos os custos envolvidos na propriedade de um veículo e, quando passam a entender o valor agregado em nosso serviço, reconhecem o carro por assinatura como uma opção viável e atraente. Contudo, estamos sempre em busca de eficiência operacional e de parcerias estratégicas para oferecer o melhor custo-benefício aos nossos clientes.

Novo Varejo Automotivo - Como vocês realizam a manutenção e a reparação dos automóveis? Por se tratar de carros novos e seminovos, essa manutenção se restringe às concessionárias autorizadas pelas montadoras ou vocês possuem algum acordo com o mercado independente – tanto autopeças quanto oficinas?

Localiza - Os carros dos planos de assinatura Localiza Meoo são zero quilômetro e para manutenção preventiva contamos

com a expertise e confiança dos 50 anos da Localiza em gestão de veículos. Tanto que nossos clientes podem contar com uma robusta estrutura de apoio com mais de 670 agências e parceria com mais de 10 mil oficinas espalhadas por todo o país. **Unidas** - Sabemos a importância de manter os veículos em perfeitas condições de uso, tanto para carros novos quanto seminovos, e estabelecemos parcerias com uma rede de concessionárias e de oficinas credenciadas em todo o país. Dessa forma, proporcionamos flexibilidade aos clientes na escolha do local onde desejam realizar a manutenção ou reparação de seus automóveis. É importante destacar que a nossa rede de oficinas credenciadas é cuidadosamente selecionada e mantida com critérios rigorosos de qualidade.



Glauco Zebal é diretor da Meoo, unidade da Localiza para Carros por Assinatura



Inspeção veicular nos estados se limita ao mínimo exigido pelo CTB

Em consulta aos 27 Detrans do país, nossa reportagem não encontrou sequer um estado que aplique a inspeção nos moldes estabelecidos pelo CONAMA em 2009

Vista por especialistas como chave para diminuir os impactos ambientais de uma frota nacional progressivamente mais envelhecida – além de garantir mais segurança nas vias –, a inspeção veicular é uma pauta recorrente entre as lideranças do aftermarket automotivo. Não por acaso, ao discutirem os recentes incentivos do Governo Federal para aquecer o mercado de veículos 0km, os respectivos presidentes do Sindirepa São Paulo e do Sincopeças Brasil, Antonio Fiola e Ranieri Leitão, pontuaram em reportagem do Novo Varejo Automotivo 398 sobre a implementação da inspeção periódica como a medida mais efetiva para garantir que os carros que circulam no país estejam em condições reais de o fazerem sem apresentar riscos tanto para o meio ambiente quanto para a segurança das vias. A inspeção veicular se tornou obrigatória no Brasil a partir de 1997, quando foi instituído o novo Código de Trânsito Brasileiro, que em seu artigo 104 determina que *“os veículos em circulação terão suas condições de segurança, de controle de emissão de gases poluentes e de ruído avaliadas mediante inspeção, que será obrigatória, na forma e periodicidade estabelecidas pelo CONTRAN para os itens de segurança e pelo CONAMA para emissão de gases poluentes e ruído”*.

Foi exatamente o CONAMA que, em 2009, tornou obrigatória a elaboração, por parte dos estados, dos chamados PCPVs, Planos Estaduais de Controle de Poluição Veicular, até 30 de junho de 2011. Caberia a cada unidade da Federação determinar a necessidade ou não de implantação da Inspeção Ambiental como uma das ferramentas de seu PCPV. Os prazos foram, então, sucessivamente adiados até que, finalmente, a medida caiu no esquecimento. Sim, no país em que as leis “pegam” ou “não pegam”, a determinação foi ignorada até mesmo pelos estados que haviam anunciado ao órgão a necessidade da inspeção para controlar as emissões e atender as normas ambientais. E como os governos estaduais tratam a questão hoje? Para responder a pergunta, recorreremos à capilaridade dos Detrans, que têm visão global sobre eventuais ações, por exemplo, das secretarias de transportes e meio ambiente nos estados, posto que é preciso haver meios para bloquear os licenciamentos dos carros reprovados. E, de acordo com estes órgãos, nenhum dos balizadores têm sido aplicados no cronograma anual de seus estados – que se limitam a atender a legislação do CTB de apresentação do Certificado de Segurança Veicular. Veja agora o que responderam os órgãos de trânsito.

#NovoVarejo400

A história do NovoVarejo Automotivo **desde 1994.**

Mais um recorde na história da indústria da comunicação desse **Aftermarket Automotivo** é conquistado pela **Nhm Novomeio Hub de Mídia**, que veicula o Novo Varejo, mais editada publicação do setor. **Isso é resultado da perseverança do seu apoio nesses 30 anos da nossa jornada juntos.** Nossos agradecimentos mais sinceros e ainda um pedido especial: continuem nos movendo a seguir adiante nessa missão de informar e inspirar novos comportamentos e conhecimentos na cadeia de negócios do mercado de manutenção automotiva. **Muito obrigado!**



No Brasil, só o mínimo necessário

Inspeções dos estados se atêm apenas a situações específicas e não contemplam modelo indicado pelo Conama

Quando publicada pelo Conama, a Resolução n.º 418/2009 trazia com ela orientações claras sobre a periodicidade e os itens a serem avaliados pelos estabelecimentos autorizados a realizar a Inspeção Veicular Ambiental.

Dentre outras exigências, o documento determinava a realização anual do procedimento e uma avaliação completa de elementos que indicavam um limite de emissões de gases para cada automóvel, a depender do modelo e de seu ano de fabricação. Alguns dos quesitos de avaliação para medir a conformidade dos automóveis avaliados seriam: sistema de escapamento; vapor d'água; sistema de redução de ruídos e etc. De acordo com os Detrans estaduais ouvidos pela reportagem do NV, porém, nenhum destes balizadores têm sido aplicados no cronograma anual de inspeção destes órgãos, que se limitam a atender a legislação do Código Brasileiro de Trânsito apenas no que diz respeito à apresentação do Certificado de Segurança Veicular. Tal cenário, pulverizado em todas as regiões do país, pode ser observado nos posicionamentos dos Departamentos de Trânsito de Mato Grosso do Sul, Rio de Janeiro, Espírito Santo e Goiás.

Mato Grosso do Sul - "A empresa atua como Instituição Técnica para os casos previstos no Código de Trânsito Brasileiro de apresentação do Certificado de Segurança Veicular para obtenção de registro e licenciamento, junto ao Detran, de veículos automotores modificados, recuperados de sinistros, fabricados artesanalmente ou aqueles em que foram realizadas substituições de equipamentos

de segurança especificados pelo fabricante. Contemplando todos os veículos apontados", afirmou o Detran-MS, acrescentando que uma inspeção mais específica, visando a verificar a emissão de poluentes e os riscos de acidentes, é aplicada em veículos que utilizam o combustível GNV e que atuam como transporte escolar.

Rio de Janeiro - "O Detran-RJ realiza vistoria veicular em veículos que precisam emitir Certificado de Registro do Veículo (CRV), como transferência de propriedade, por exemplo. São verificados chassi e outros itens obrigatórios".

Espírito Santo - "Departamento Estadual de Trânsito do Espírito Santo (Detran-ES) informa que realiza a vistoria veicular na forma da Resolução Nº 941/2022 do Conselho Nacional de Trânsito (Contran), conforme Instrução de Serviço Nº 196/2019", informou, complementando na sequência: "O Detran-ES também faz o credenciamento de Instituições Técnicas Licenciadas (ITLs) para a realização da inspeção de segurança veicular nas atividades específicas do Detran-ES, como transporte escolar; transporte de blocos e chapas serradas de rochas ornamentais; transporte de passageiros para fretamento contínuo, eventual ou turístico sob autorização da CETURB-ES".

Goiás - "Não temos programa de inspeção. Em Goiás são feitas apenas vistorias veiculares exigidas pela legislação (Transferência de propriedade e transferência de UF)".



Na Alemanha, mais de 100 anos de inspeções garantem qualidade e segurança da frota

Travada no Brasil, Inspeção Veicular detalhada já é realizada há décadas em alguns países

Com mais de 20 anos desde o prazo final estabelecido pelo Conama para a implantação dos PCPVs estaduais, a Inspeção Veicular Ambiental segue travada no Brasil, seja por descaço, questões políticas ou dificuldade de implementação. Bem que o Brasil poderia se inspirar em países que realizam o programa com sucesso ao redor do mundo, aproveitando o benchmark para encurtar caminho e avançar com o programa em nosso território.

Dentre todos os exemplos, incluindo o de países latino-americanos como México e Chile, os de Alemanha e Suécia são os mais emblemáticos, tanto pela eficiência quanto pela longevidade com que operam.

A Alemanha realiza vistorias obrigatórias há mais de 100 anos e, atualmente, aplica um cronograma de inspeção que se inicia três anos após o automóvel sair de fábrica com periodicidade bienal após a primeira visita.

Quanto aos itens verificados, os alemães analisam sobretudo sistema de freios, pneus, cambagem, suspensão, lataria e, principalmente, o nível de emissões de gases poluentes. A Suécia, por sua vez, possui inspeção veicular obrigatória desde 1965, iniciando-se três anos após a saída do veículo da fábrica e anualmente após o quinto ano de uso.

Os itens verificados pelos suecos são bastante semelhantes àqueles observados na Alemanha. A punição, por sua vez, é mais radical. Enquanto os alemães aplicam multa para os automóveis reprovados, na Suécia – a depender do problema identificado – a punição pode ser a interdição total e o envio para desmonte. Outro fator importante dos casos de Suécia e Alemanha são o fato de os governos recorrerem a órgãos independentes para a realização das inspeções, o que confere imparcialidade ao processo. Ainda na Europa, países como a Inglaterra, Áustria, Itália, Noruega, Polônia e a Estônia recorrem às oficinas mecânicas independentes, desde que estas sejam chanceladas pelos órgãos competentes. Em todo o continente europeu, estima-se que a inspeção veicular gere benefícios como:

- Evitar entre 63.000 a 127.000 acidentes sem vítimas por ano.
- Evitar entre 19.000 a 36.000 acidentes com vítimas por ano.
- Economizar 1.200.000 toneladas de combustível por ano.
- Reduzir a emissão total de CO em 20%.
- Reduzir a emissão HC em 10%.
- Aumentar a conscientização sobre o meio ambiente e segurança viária.
- Trazer mais informações e segurança para compradores de carros usados.

O que verifica a vistoria para emissão do Certificado de Registro do Veículo (CRV), inspeção adotada pelos estados por força legal

- Documentações relativas ao veículo
- CNH do condutor
- Números de identificação do motor e chassi
- Hodômetro (que marca a quilometragem)
- Lacre das placas
- Identificação dos vidros
- Em alguns estados: sistema de iluminação



Primeira Ram concebida e desenvolvida no Brasil é lançamento mundial

Com recursos de auxílio à condução e novo sistema de conectividade, picape Rampage é também a mais potente do país

A Ram nasceu em 1981 nos Estados Unidos para ser a primeira picape de porte grande da Dodge. Desde então, a marca se fortaleceu, tornando-se referência em todos os mercados em que a divisão passou a atuar. No Brasil, desembarcou oficialmente em 2005, importada para competir com a também imensa Ford F-250. Em 2009, já sob o controle da FCA - Fiat Chrysler, a Ram se tornou uma divisão separada da marca de origem: RAM Trucks. Hoje compõe o igualmente gigante grupo Stellantis. E assim chegamos a 2023. O Brasil é palco da estreia mundial da Rampage, primeira picape da marca concebida e desenvolvida no país considerando as condições e exigências de uso dos consumidores do mercado interno e América do Sul. As concessionárias começam a receber o modelo em agosto, mas a pré-venda está a todo vapor.

Ao contrário de todas as antecessoras, nossa Ram tem porte médio. Suas dimensões são apenas um pouco maior que a Fiat Toro, do mesmo grupo. Serão três versões à disposição dos clientes: Laramie, Rebel e R/T – em todo o mundo, o coração dos admiradores dos esportivos Dodge

sempre acelera quando surgem essas duas letras icônicas. O visual da Rampage é obra do Stellantis Design Center da América do Sul e dedicou atenção especial às proporções de todos os volumes, para a carroceria ficar “musculosa”, de qualquer ângulo que se veja.

Na Rebel prevalece o visual off-road, com o uso extensivo de peças externas com acabamentos preto e grafite. Na Laramie, predominam os acabamentos cromados e prateados em peças como grade dianteira, molduras dos vidros, capas dos retrovisores, maçanetas, logotipos, rodas e para-choque traseiro, trazendo um estilo mais tradicional. Já na versão mais esportiva, a R/T, toda a tradição da sigla famosa (“Road/Track”, Estrada/Pista) é exibida com uma mescla de componentes na cor da carroceria e preto brilhante. Destaque ainda para as grandes faixas no capô e para o emblema da versão nos para-lamas traseiros e nas faces das rodas também exclusivas desta versão. Completa o pacote esportivo o teto pintado em preto. Interessou? Então comece a fazer as contas. A gama de preços começa em R\$ 239.990 e vai até os R\$ 275.990 pela versão R/T com os opcionais.

VEJA TUDO SOBRE O PRÊMIO NO SITE
WWW.PREMIOSINDIREPASP.COM.BR

PARCEIRA DA REPARAÇÃO

PATROCÍNIO OURO

PATROCÍNIO PRATA

PATROCÍNIO BRONZE

PREMIADOS 2023

BOMBA DE COMBUSTÍVEL 1 BOSCH 2 BROSOL 3 MAGNETI MARELLI	AMORTECEDORES 1 COFAP 2 MONROE 3 KYB	CABO DE VELA 1 NGK 2 BOSCH 3 DELPHI
VELA DE IGNIÇÃO 1 NGK 2 BOSCH 3 MOTRIO RENAULT	EMBREAGEM 1 LUK 2 SACHS 3 VALEO	PASTILHA DE FREIO 1 COBREQ 2 FRAS-LE 3 JURID
DISCOS DE FREIO 1 FREMAX 2 HIPPER FREIOS 3 TRW VARGA	JUNTAS HOMOCINÉTICAS 1 COFAP 2 SPICER 3 ALBARUS	ROLAMENTO 1 SKF 2 INA 3 FAG
CORREIAS 1 CONTINENTAL 2 DAYCO 3 GATES	FILTROS 1 FRAM 2 WEGA 3 MANN FILTER	ÓLEO LUBRIFICANTE 1 MOBIL 2 PETRONAS SELENIA 3 CASTROL
COMPONENTES DE MOTOR (Anel de Motor, Bronzina e Pistão de Motor) 1 MAHLE 2 KOLBENSCHMIDT / PIERBURG 3 TAKAO	SISTEMA DE CLIMATIZAÇÃO (Condensador, Evaporador e Compressor) 1 DENSO 2 DELPHI 3 VALEO	EQUIPAMENTO DE DIAGNÓSTICO DE MOTOR 1 TECNOMOTOR 2 SUM 3 BOSCH 4 NAPRO
BOMBA D'ÁGUA 1 URBA 2 INDISA 3 NAKATA		

REALIZAÇÃO
SINDIREPA

ORGANIZAÇÃO
GTECH photon

APOIO DE MÍDIA
NOVOVAREJO

Redação Novo Meio Jornalismo@novomeio.com.br

FOTOS: Divulgação

A mais potente do mercado

A Rampage chega como a picape mais potente fabricada na América do Sul. Isso se deve ao moderno motor Hurricane 4, aplicado pela primeira vez a um veículo produzido na região. Ele pode equipar as três versões, sendo que na R/T é a única motorização. São 272 cv de potência e 400 Nm (40,8 kgfm) de torque gerados pelo propulsor 2 litros de quatro cilindros em linha a gasolina, o mesmo que equipa o Jeep Wrangler. De última geração, é todo feito de alumínio e conta com injeção direta e duplo comando variável de válvulas. Parte da família GME (sigla inglesa para motor médio global) da Stellantis, o Hurricane 4 tem ainda turbocompressor twin-scroll de baixa inércia, válvula de alívio eletrônica e recirculação refrigerada dos gases de escapamento. Na versão R/T, a Rampage acelera de 0 a 100 km/h em 6,9 segundos e tem velocidade máxima (limitada) de 220 km/h.

Todas as versões da Rampage têm câmbio automático de nove marchas, com seletor giratório – como nas Ram 1500 – e opção de trocas manuais através de aletas no volante. A tração é sempre 4x4 automática, que distribui a força entre os dois eixos, com opção de reduzida por meio de um botão no console central.



Modelo oferece motorização a diesel e a gasolina

Cesta de manutenção varia de 4,6 a 6,1 mil reais nas revisões até 60 mil km

Garantia de três anos

A soma das revisões até 60 mil km é de R\$ 4.464 nas versões com o motor turbo diesel e de R\$ 6.120 quando equipada com o Hurricane 4. As revisões serão feitas a cada 20 mil km (diesel) e a cada 12 mil km (gasolina) ou 1 ano, o que ocorrer primeiro. A Rampage terá garantia total de 3 anos com a possibilidade de adquirir uma extensão (ampla ou de motor e câmbio) de 12 ou 24 meses, para atingir até 5 anos de cobertura. Uma novidade que estreia com a Rampage nas concessionárias da marca Ram é a oportunidade para fazer serviços de estética veicular como lavagem técnica, higienização e cristalização. Tudo parte do programa Ram Care, feito para entregar o máximo de cuidado para o cliente. Customizar a Rampage será muito fácil. Para o lançamento

estará à disposição um portfólio de mais de 35 acessórios originais Mopar, dos quais se destacam itens como os estribos elétricos, inéditos em picapes nacionais e produzidos no Brasil. Além disso, a Rampage está chegando com a inovação do Mopar 3D Lab, algo inédito na América Latina. São desenhos gratuitos de acessórios que os clientes poderão produzir em uma impressora 3D, para aumentar ainda mais as possibilidades de personalizar a picape. Nesse primeiro momento haverá seis itens, todos para serem encaixados no andar de baixo do console central: dois suportes para carregadores de celular, porta-objetos com ganchos para lixeirinha, divisória interna, emblema Ram e a cabeça do carneiro vintage, no estilo dos ornamentos de capô usados pela Dodge nos EUA entre os anos 1930 e 1980.

Tecnologia de ponta, claro

Quem entra na Rampage é imediatamente impactado por 22,6 polegadas de telas. São 10,3" do quadro de instrumentos full digital e 12,3" do monitor da central multimídia Uconnect. O sistema se destaca pelo uso intuitivo e pela quantidade de recursos, como conexão sem fio para Android Auto e Apple CarPlay e possibilidade de parer dois smartphones ao mesmo tempo. No amplo console central, outro ponto alto é o RamCharger, carregador de celular por indução com saída de ar para resfriar o telefone. A lista de equipamentos de segurança é farta e inclui: sete airbags (frontal, lateral dianteiro, de cortina (dianteiro e traseiro) e de joelhos para motorista), controle de estabilidade, mitigação de rolagem da carroceria, comutação automática do farol alto, monitoramento da pressão dos pneus e vários auxílios à condução. Entre eles estão o controle de velocidade adaptativo com Stop&Go, alerta de colisão frontal com frenagem autônoma de emergência e detecção de pedestres e ciclistas, monitoramento de pontos cegos, detecção de tráfego traseiro cruzado e alerta de saída de faixa com correção. Todas as versões trazem o Ram Connect, onde se pode consultar remotamente o Relatório de Saúde da picape que mostra o tempo para a próxima revisão, pressão dos pneus e nível de combustível, além dos comandos remotos (como dar partida e climatizar o carro) entre outras informações. O sistema traz recursos como agendamento online de serviço e conexão a conta pessoal.



Muita conectividade, como se espera hoje

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

A falta desses componentes vem comprometendo a produção global de veículos

#vocêmaisconectado



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

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

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

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

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

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

semicondutores são amplamente utilizados.

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

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

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

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

Sobre a DPK

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



Vencedores na categoria Ouro

14ª edição do Prêmio Sindirepa-SP destaca as melhores marcas eleitas pelos mecânicos

Pesquisa avaliou 16 categorias de produtos e evento de premiação reuniu representantes de várias empresas e entidades do setor automotivo e pela primeira vez contou com a presença da Anfavea e da Stellantis P&S

A 14ª edição do Prêmio Sindirepa-SP Os Melhores do Ano apresenta as melhores marcas de fabricantes de autopeças, equipamentos e serviços na avaliação dos reparadores do estado de São Paulo, conforme pesquisa realizada pela CINAU – Central de Inteligência Automotiva. Foram pesquisadas 16 categorias de produtos e a premiação foi entregue as três empresas que mais se destacaram em cada uma, recebendo os selos Ouro, Prata e Bronze, que podem ser utilizados em todos os materiais de comunicação das vencedoras ao longo de um período de 12 meses. Segundo o presidente do Sindirepa-SP, Antonio Fiola, a pesquisa faz avaliação de vários quesitos, entre eles, qualidade, atendimento e disponibilidade de produtos. *“A premiação é um momento de celebração do mercado e permite homenagear as marcas que estão junto com reparadores no dia a dia da oficina”*, revela. Organizada pelo Grupo Photon, a premiação aconteceu no dia 20 de junho, na Fiesp, em São Paulo, e contou com a presença

pela primeira vez de representantes da Anfavea, Aurélio Santana, diretor executivo e da Stellantis P&S, Alessandro Vettorazzi, Diretor de marketing e Pricing. As entidades do mercado de reposição também foram prestigiar a premiação, demonstrando união do setor que, reunidas na Aliança do Aftermarket Brasileiro, trabalham para que questões como o Right to Repair, direito de escolha do consumidor reparar o veículo onde quiser, se torne realidade no Brasil, assim como a implantação da inspeção técnica veicular. Participaram da premiação os presidentes da ANDAP, Rodrigo Carneiro; Sincopeças-SP, Heber Carvalho; SICAP, Alcides Acerbe Neto; Conarem, José Arnaldo Laguna; Anfape, Renato Fonseca e Afeevas, Stephan Blumrich. Além de membros da diretoria do Sindirepa-SP, a jovem empreendedora Rieli Freire, proprietária da Garagem R Motors, que estudou mecânica e montou a sua própria oficina fizeram a entrega dos prêmios aos ganhadores das 16 categorias.

Continental
The Future in Motion

MAIS UM ANO CONQUISTANDO OURO EM EXCELÊNCIA

Nossa alta qualidade segue nos levando a conquistas cada vez maiores.

Pela 7ª vez consecutiva, a Continental ganhou ouro na Categoria de Correias Automotivas do Prêmio Sindirepa!

Esse é o resultado de um trabalho absolutamente focado na segurança, na tecnologia e na excelência que depositamos em cada produto Continental, disponível nos balcões de autopeças por todo o país.

Assim, garantimos a confiança e a tranquilidade que todo consumidor busca ao fazer a manutenção do seu automóvel.

E, juntos, conduzimos o futuro da mobilidade!

www.continental-industry.com
facebook.com/ContinentalBR





Premiados Prata



Premiados Bronze

Conheça os ganhadores da 14ª edição do Prêmio Sindirepa-SP

AMORTECEDOR

1	COFAP
2	MONROE
3	KYB

BOMBA D'ÁGUA

1	URBA
2	INDISA
3	NAKATA

BOMBA COMBUSTÍVEL

1	BOSCH
2	BROSOL
3	MAGNETI MARELLI

CABO DE VELA

1	NGK
2	BOSCH
3	DELPHI

COMPONENTES DE MOTOR

1	MAHLE
2	KS
3	TAKAO

CORREIAS

1	CONTINENTAL
2	DAYCO
3	GATES

DISCO DE FREIO

1	FREMAX
2	HIPPER FREIOS
3	TWR VARGA

EMBREAGEM

1	LUK
2	SACHS
3	VALEO

EQUIPAMENTO DE DIAGNÓSTICO DE MOTOR

1	TECNOMOTOR
2	SUN
3	BOSH/NAPRO

FILTROS

1	FILTROS FRAM
2	WEGA
3	MANN FILTER

JUNTA HOMOCINÉTICA

1	COFAP
2	SPICER
3	ALBARUS

ÓLEO LUBRIFICANTE

1	MOBIL
2	PETRONAS SELENA
3	CASTROL

PASTILHAS DE FREIO

1	COBREQ
2	FRAS-LE
3	JURID

ROLAMENTO

1	SKF
2	INA
3	FAG

SISTEMA DE CLIMATIZAÇÃO

1	DENSO
2	DELPHI
3	VALEO

VELA DE IGNIÇÃO

1	NGK
2	BOSH
3	MOTRIO/RENAULT



Escola conta com laboratórios de automação, de projetos mecatrônicos e de tecnologia automotiva

Volkswagen celebra 50 anos do SENAI VW com mais de 7 mil formados

A Volkswagen do Brasil celebra os 50 anos do Centro de Formação Profissional SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial) Volkswagen. Localizada na fábrica Anchieta da Volkswagen do Brasil, em São Bernardo do Campo (SP), a escola já ofereceu formação profissional de excelência a mais de 7 mil alunos. O Centro de Formação Profissional SENAI Volkswagen tem uma estrutura completa e de padrão global. Além de instalações modernas, a escola conta com Laboratórios de Automação, de Projetos Mecatrônicos e de Tecnologia Automotiva, incluindo equipamentos avançados de IoT (internet das coisas voltada para comunicação e troca de dados de manufatura), impressora 3D e simuladores de produção. Conta também com Oficinas de Aprendizagem Automotiva, Metal-mecânica e de Eletroeletrônica & Automação. Cursar o SENAI Volkswagen abre oportunidades de desenvolvimento e crescimento na empresa. Essa é a história de Douglas Pereira, ex-aluno e hoje vice-presidente de Recursos Humanos da Volkswagen do Brasil e Região América do Sul: *“Há 28 anos tive a oportunidade de realizar o sonho de entrar na VW por meio desse programa de aprendizagem. Essa escola representa muito mais do que a formação profissional e técnica para o trabalho. Representa a transformação de vidas”*. Atualmente, o SENAI Volkswagen oferece duas formações com propostas inovadoras. O programa de dois anos inclui os cursos de Aprendizagem Industrial (diploma de

Operador de Processos de Manufatura Automotiva, no primeiro ano) e Técnico em Mecatrônica (no segundo ano). Além das aulas com foco em inovação e tecnologia, os alunos desenvolvem projetos para aprimoramento de processos industriais. Hoje são cerca de 120 alunos, sendo metade formandos que estão prontos para o mercado de trabalho, após viverem o dia a dia da indústria. Os alunos aprovados no curso têm a chance de serem contratados pela Volkswagen do Brasil. Para se matricular, é necessário ter 16 ou 17 anos e ser filho, irmão ou enteado de colaborador Volkswagen. O SENAI Volkswagen também oferece o curso pós-técnico FIC (Formação Inicial Continuada), uma parceria entre a Volkswagen, a Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha e a empresa Grob. Esse curso, com um ano de duração, é oferecido a colaboradores da Volkswagen e da Grob e segue o conceito de Ensino Dual, com aulas teóricas em sala e práticas diretamente no processo produtivo, incluindo o desenvolvimento de projetos para aprimoramento de processos. Os alunos aprovados recebem a certificação de Desenvolvedor Integrador de Sistemas Automatizados de Manufatura, válida internacionalmente. A diversidade é outro ponto de destaque no SENAI Volkswagen, que recebeu as primeiras alunas do gênero feminino em 1992. Hoje, 50% das vagas são destinadas às mulheres.

AutoNor

FEIRA DE TECNOLOGIA AUTOMOTIVA DO NORDESTE

13 A 16
SETEMBRO
2023

CENTRO DE CONVENÇÕES DE PERNAMBUCÓ
RECIFE-PE

PÚBLICO
+45 mil

+800
marcas

+18 mil
m² de área

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

REALIZAÇÃO E PROMOÇÃO:
AutoNor
EMPREENDIMENTOS

www.autonor.com.br
feiraautonor



Capital do Ceará é palco da iniciativa

Mahle fecha parceria com SENAI de Fortaleza para oferecer cursos de capacitação e atualização no segmento automotivo

A Mahle passa a oferecer cursos de capacitação e atualização tecnológica aos profissionais do ramo, em parceria com o SENAI de Fortaleza (CE). No ano passado a unidade de Aftermarket do grupo anunciou um novo plano de comunicação, intitulado “**Juntos pra valer!**” que é pautado em um ecossistema de iniciativas que ajudarão na construção de uma jornada de crescimento para os clientes ao mesmo tempo em que aumentará o reconhecimento da marca. Um dos pilares desse ecossistema é o “**Aprender pra valer**”, que tem como foco disponibilizar acesso à informação, aprendizado, democratizar o conhecimento e atualizar os profissionais do ramo em novas tecnologias relacionados a mobilidade. A parceria com o SENAI agregou forças para implementação dessa iniciativa, visto que a instituição é um dos cinco maiores complexos de educação profissional do mundo e o maior da América Latina, com importante papel no desenvolvimento tecnológico das indústrias.

O centro de formação foi todo estruturado pela Mahle para oferecer cursos de montagem e desmontagem de motores Diesel, Otto 3 cilindros e Motocicletas. Ferramentas, bancada didática do sistema de refrigeração automotivo e equipamentos para diagnóstico e manutenção de última geração da linha MAHLE Service Solutions, foram disponibilizados para uso dos alunos durante os cursos. Os cursos serão ministrados pelos instrutores técnicos da Mahle e pelos docentes do próprio SENAI que foram treinados e capacitados pelo time Mahle e, inclusive, tiveram a oportunidade de visitar as fábricas da empresa e conhecer de perto todo o processo produtivo e desenvolvimento de seus produtos. O primeiro curso teve início no dia 13 de junho e a agenda para próximo bimestre está destinada aos convidados dos distribuidores Mahle da região. Futuramente novas opções de cursos e de agenda serão disponibilizadas ao público interessado.

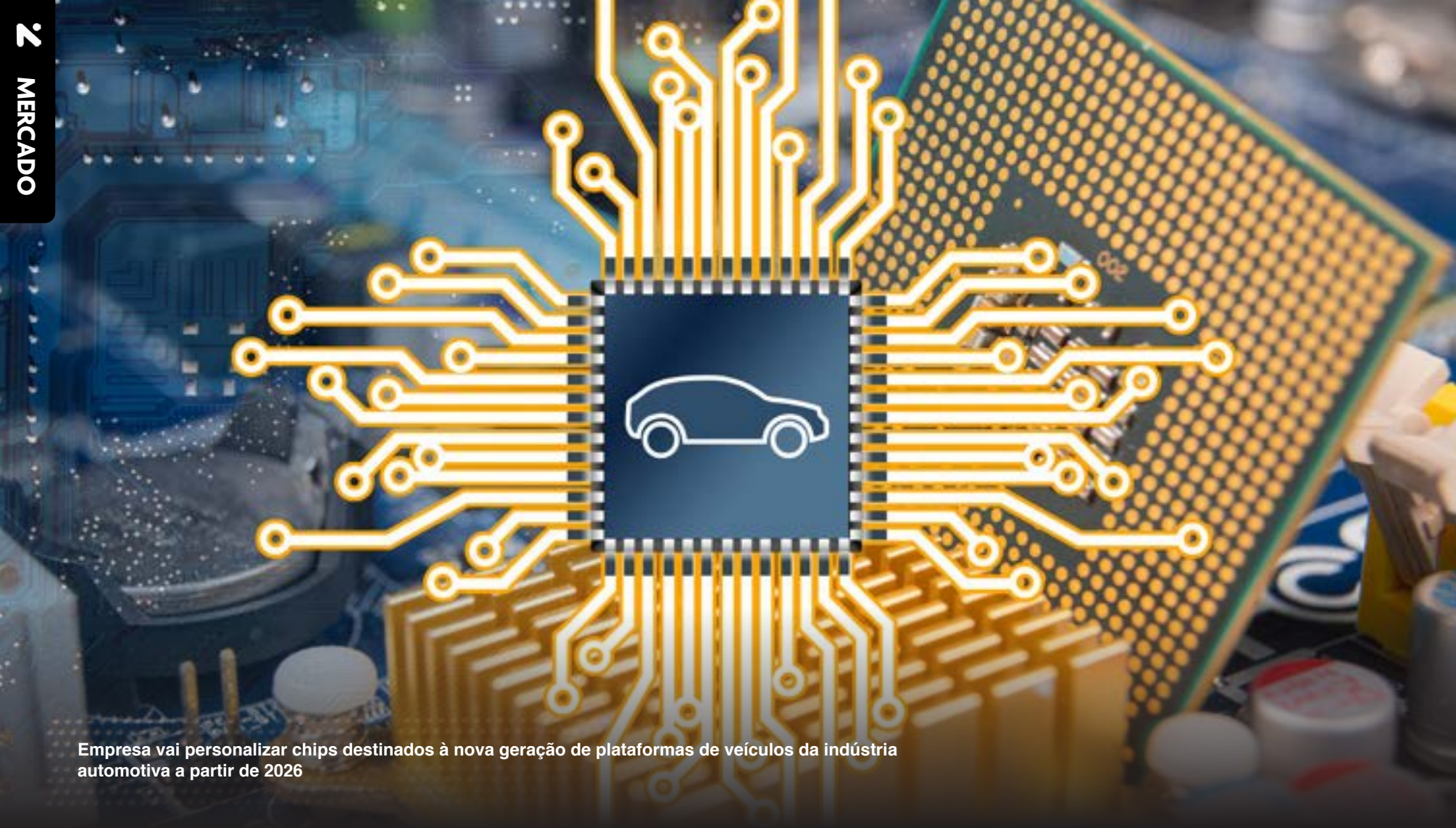


Etios Aibo incorpora princípios de economia circular

Economia circular é caminho para Toyota avançar na agenda de ESG

A Toyota do Brasil está intensificando seus esforços para promover a economia circular. Alinhada à agenda ESG (Environmental, Social and Governance), a fabricante está implementando ações estratégicas que abordam os desafios ambientais, sociais e de governança de forma integrada e reforçam o compromisso com a sustentabilidade e a responsabilidade ambiental. *“Estamos comprometidos em adotar práticas responsáveis em todas as etapas de nossa produção, minimizando o desperdício e buscando maneiras de reutilizar diferentes tipos de materiais. Além de diminuir o impacto ambiental, essas iniciativas fortalecem novas competências dos times envolvidos, intensificam o uso de criatividade e melhoria contínua de processos. No fim, todos ganham”*, diz Viviane Mansi, diretora de ESG e Comunicação da Toyota para a América Latina e Caribe. Entre as realizações da Toyota do Brasil está o Etios Aibo – modelo hatch como veículo de carga – que incorpora princípios de economia circular em seu processo de produção, desde a seleção de materiais sustentáveis até a utilização de componentes que ganharão nova vida, como as redes de proteção lateral do veículo, produzidas a partir de resíduos de cintos de segurança. A parte interna do isolamento acústico do Corolla sedã também é uma das iniciativas de economia circular da companhia. Por meio desta ação, uniformes e EPIs (Equipamentos de Proteção Individual) que antes seriam descartados, foram transformados em novas peças para os carros. Aproximadamente 10 toneladas de materiais já foram reutilizadas. Esses são exemplos concretos do compromisso da montadora em

adotar práticas sustentáveis em toda a cadeia de produção. Uma iniciativa mais recente acontece em parceria com o fornecedor, a Borkar - Acessórios Automotivos Originais, resultando em um processo inovador que permite o reaproveitamento do sealer, utilizado na vedação das juntas de carroceria, na fabricação de tapetes para veículos. Com isso, aproximadamente 1,7 tonelada por mês de material, que antes seria destinado ao coprocessamento, ganha nova vida, retornando aos veículos como tapetes. Desde o início do projeto, mais de 24,4 mil jogos de tapetes já foram produzidos com o conceito de economia circular. Outro destaque é a colaboração com a Revo e a Techtools, que resultou no aproveitamento dos excedentes de alumínio do processo de produção dos motores na planta de Porto Feliz para a fabricação de próteses ortopédicas. Antes destinado à reciclagem, esse material agora recebe um novo propósito e contribui para melhorar a qualidade de vida de pessoas que as necessitam. Esses projetos recentes se unem a outros, já longevos, como o projeto ReTornar, patrocinado pela Fundação Toyota do Brasil. A montadora e sua cadeia de fornecedores são ativas em doações de itens de produção que seriam descartados, por exemplo, antigos uniformes, tecidos automotivos, airbags e cintos de segurança. As doações são transformadas em belas mochilas, bolsas, roupas para pets e outros acessórios, por meio do trabalho de costureiras. Entre 2011 e 2022 o projeto reutilizou mais de 17,5 toneladas de resíduos, produzindo cerca de 105 mil produtos e impactando positivamente a vida de 1.640 pessoas.



Empresa vai personalizar chips destinados à nova geração de plataformas de veículos da indústria automotiva a partir de 2026

SiliconAuto vai desenvolver e comercializar semicondutores de última geração para a indústria automotiva

A Stellantis N.V. e o Hon Hai Technology Group anunciaram a criação da SiliconAuto, uma joint venture 50/50% dedicada à concepção e venda de uma família de semicondutores de última geração destinada à indústria automotiva, incluindo a Stellantis, a partir de 2026. A joint venture combina a capacidade de desenvolvimento e a experiência acumulada da Foxconn no setor da ICT com o conhecimento da Stellantis das diversas necessidades de mobilidade em todo o mundo.

A SiliconAuto fornecerá aos clientes uma fonte de semicondutores centrada na indústria automotiva para o número crescente de itens e módulos controlados por computador, em especial os necessários para os veículos elétricos. Os produtos da SiliconAuto apoiarão as futuras necessidades de semicondutores da Stellantis, da Foxconn e de outros clientes. Isto inclui o STLA Brain, a nova arquitetura eletroeletrônica e de software da Stellantis, com capacidade completa de atualização remota (over-the-air). **“A Stellantis se beneficiará de um fornecimento robusto de componentes essenciais, o que é fundamental para alimentar a transformação rápida e definida por software dos nossos produtos”**, afirmou o Chief Technology Officer da Stellantis, Ned Curic. **“O nosso objetivo**

é construir veículos que se liguem perfeitamente à vida quotidiana dos nossos clientes e que ofereçam as melhores capacidades anos depois de saírem da linha de montagem. Com esta joint venture, podemos criar inovações específicas com uma parceria eficiente.” **“Esperamos um futuro de extraordinária mobilidade de veículos elétricos, sustentado pela capacidade de integração vertical e pelos recursos que a SiliconAuto assegura aos nossos parceiros”**, afirmou Jerry Hsiao, Diretor de Produtos da Foxconn. **“A energia colaborativa irá impulsionar os nossos clientes a tornarem-se mais competitivos.”** A SiliconAuto terá a sua sede nos Países Baixos. A equipe de gestão inclui executivos de ambos os parceiros fundadores. A Stellantis fornecerá informações à SiliconAuto para permitir e fornecer as capacidades necessárias aos futuros veículos elétricos a bateria e às plataformas de veículos multienergia. A joint venture é o produto de um acordo estabelecido em dezembro de 2021 entre a Stellantis e a Foxconn para desenvolver uma família de semicondutores para aplicações automotivas. Além da SiliconAuto, a Stellantis e a Foxconn têm comum a empresa Mobile Drive, centrada no desenvolvimento de cockpits inteligentes, possibilitados por eletrônica de consumo, interfaces homem-máquina e serviços.



Representantes da DPaschoal na solenidade do Prêmio Melhores do Ano

DPaschoal recebe o Prêmio Consumidor Moderno por mais um ano

Pela 13ª vez, a DPaschoal foi reconhecida no Prêmio Consumidor Moderno, uma das maiores e mais prestigiadas premiações do Brasil no segmento de atendimento ao cliente. O reconhecimento, realizado anualmente, tem como objetivo incentivar as empresas a aprimorar seus serviços e fortalecer o relacionamento com seus clientes. Ao longo do processo de seleção, as empresas são avaliadas com base em critérios rigorosos, incluindo qualidade do atendimento, satisfação do cliente, inovação, tecnologia, responsabilidade social e boas práticas de negócio. Através de seu sistema de atendimento multicanal, com investindo em atendimento global capacitado, com novas metodologias e técnicas são adotadas com frequência para garantir sustentabilidade e inovação, a DPaschoal foi a grande vencedora na categoria Autopeças e Serviços Automotivos. Todos os negócios e soluções da rede estão conectados por meio das avenidas de um Ecosystema, que é cíclico e com visão e atendimento 360 graus, equilibrando negócios economicamente viáveis, mas sem nunca deixar de priorizar a responsabilidade socioambiental e de tocar as frentes de capacitação, atendimento, tecnologia e informações preditivas. A iniciativa da premiação é realizada através de uma avaliação detalhada, minuciosa e intensa de toda a base de informações sobre a estratégia usada por cada empresa em seus diversos

canais de contato com o cliente. São analisados indicadores, fornecedores, tecnologias e reportes. As empresas que obtiverem os melhores desempenhos dentro de seus segmentos de atuação avançam à fase seguinte, na qual cada marca é submetida ao algoritmo de avaliação desenvolvido pela CX Brain, unidade de inteligência ligada à publicação Consumidor Moderno. As respostas são ponderadas e ranqueadas de forma a construir índice geral. É este índice que define a nota de corte que permite à uma empresa ser elegível para a segunda fase. É realizado então, o “Cliente Oculto”, organizado e conduzido pela OnYou, empresa especializada na metodologia. Assim, os indicadores informados na primeira fase são verificados na prática e por fim, a CX Brain compara os dados informados na primeira fase com os coletados na segunda. Ao fim de todas as etapas, é declarada vencedora de seu segmento a empresa que obtiver a maior nota entre as competidoras. Para a diretora de Marketing e Desenvolvimento Humano Organizacional da DPaschoal, Márcia Bonfim, receber o Prêmio Consumidor Moderno é um reconhecimento significativo para a rede, uma vez que evidencia o seu compromisso em atender e superar as expectativas dos consumidores. **“Vencer o Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente ratifica que as estratégias estão no caminho correto”**, confirma.



Executivo se integra ao conselho após ter atuado em destacadas empresas do mercado

Tecfil anuncia Jorge Schertel no Conselho de Administração

A fabricante de filtros Tecfil anuncia a chegada de Jorge Schertel para integrar o Conselho de Administração da empresa. O executivo acumula mais de 50 anos de experiência no setor, tendo atuado em algumas das principais empresas de autopeças do mercado brasileiro. *“Estamos seguros de que a chegada de Jorge Schertel trará benefícios significativos para a Tecfil e seus stakeholders, de forma alinhada ao nosso compromisso em oferecer produtos e serviços de alta qualidade e manter nossa posição de liderança no mercado”*, escreve em nota o Conselho de Administração da Tecfil.

Reconhecido por sua capacidade de liderança e visão estratégica, Schertel é graduado em Administração de Empresas pela PUC/RS, com formação em programas de gestão executiva pela Business School da University of Michigan e Pennstate University. Em sua carreira, foi presidente e CEO da Nakata Automotiva entre 2015 e 2021 e trabalhou por mais de 11 anos na Affinia Group, na posição de presidente da Affinia Group South America. Schertel também trabalhou na Dana Corporation e na Pellegrino Distribuidora de Autopeças.



Processo de transformação industrial é feito pela empresa em produtos das famílias de compressores, freio a disco, secadores de ar, midi servo e cilindros combinados

Knorr-Bremse investe no mercado de remanufaturados com portfólio EconX

A Knorr-Bremse está investindo no mercado de peças remanufuradas originais, com o lançamento do portfólio EconX. Atualmente, a empresa remanufatura produtos das famílias de compressores, freio a disco, secadores de ar, midi servo e cilindros combinados. Futuramente, serão incluídos no rol os produtos eletrônicos. O produto remanufaturado original reduz em até 95% no consumo de energia no processo fabril e também no consumo de matéria-prima. Além disso, minimiza a geração de resíduos sólidos, o processo de manufatura, a emissão de gases e, para o cliente final, reduz o custo, proporcionando preços mais baixos o que é benéfico para o consumidor, além de ter a segurança de ser produzido no ambiente de manufatura original, com a mesma qualidade de uma peça nova, o que não ocorre no caso da peça recondicionada, que não tem sua origem atestada. “O produto remanufaturado está totalmente interligado ao Programa Global de Sustentabilidade e alinhado ao ESG (governança ambiental, social e corporativa). Além do melhor custo/benefício ao consumidor final, em um cenário de escassez de recursos e necessidade de desenvolvimento sustentável, o processo de remanufatura no setor automotivo torna-se cada vez mais fundamental”, destaca Jefferson Germano, gerente

de Aftermarket para Brasil e América Latina da Knorr-Bremse. A Knorr-Bremse produz peças remanufuradas desde 2006, e no ano passado foi certificada pelo IQA (Instituto de Qualidade Automotiva). No processo de remanufatura, que só pode ser feito pelo fabricante original que possui a certificação IATF 16949 - padrão de qualidade para o setor automotivo exigido por muitas montadoras em todo o mundo -, a peça com desgaste (casco) é coletada, limpa, inspecionada, e todas as partes defeituosas são substituídas por novas originais. A peça remanufaturada é testada nos mesmos processos de uma peça nova e, após passar por um processo de pintura, acabamento e embalagem, volta ao mercado com performance, qualidade e garantia de procedência original. A economia ao consumidor chega a ser de 40%. Os produtos remanufaturados Knorr-Bremse estão disponíveis em toda a rede distribuição com cobertura nacional, porém, como o casco é matéria-prima para a remanufatura, é imprescindível que o cliente entregue a peça antiga como base de troca no ponto de coleta. *“Temos um parceiro que realiza a logística reversa. Nossos clientes entram em contato com esse parceiro, que faz a coleta do casco a ser remanufaturado e o leva até a fábrica seguindo as normas de transporte de produto contaminado”*, explica Germano.

FOTO: Divulgação

Foto: Arquivo Novovarejo

NTN apresenta novidade para o Renault Kwid

A NTN do Brasil, que faz parte do Grupo NTN com mais de um século de atuação no fornecimento de produtos para montadoras, oferece ao mercado de reposição mais um lançamento, ampliando o seu portfólio. Com a marca SNR, o novo rolamento para o Renault Kwid, com motorização 1.0 12V, fabricado de 2017 a 2021, incluindo todos os modelos da primeira geração, tem referência NTN-SNR XGB46565T0 e aplicação posição dianteira e medidas dE:63,8 / dI:35 / L:35.



Fabricante de rolamentos para montadora amplia portfólio na reposição

Litens entra na reposição com polia do alternador e polia do virabrequim

LANÇAMENTO
POLIA DO VIRABREQUIM
DESACOPLADORA
TorqFiltr



Polia do virabrequim desacopladora é uma das novidades

A Litens, empresa canadense que fornece sistema de transmissão de potência há mais de 40 anos, anuncia o lançamento da polia do alternador desacopladora OAD para o mercado de reposição, projetada para solucionar problemas comuns relacionados à sobrecarga e ao desgaste do sistema de transmissão, além de reduzir o consumo de combustível, ruídos, emissões de poluentes e prolongar a vida útil do alternador, correia e tensionador. Também anuncia o lançamento da polia do virabrequim desacopladora para o mercado de reposição, uma tecnologia aplicada em substituição à polia padrão do virabrequim que reduz as vibrações geradas no motor evitando sua propagação ao sistema e que transmite a potência do motor para o sistema de sincronismo de forma suavizada, através de uma embreagem interna.

Brasilux lança Aditivo Flexibilizante para tintas automotivas



Produto aumenta flexibilidade das tintas poliuretano

A Brasilux anuncia o lançamento de um aditivo flexibilizante inovador para tintas poliuretano, pertencente à sua linha automotiva. O produto é uma solução que aumenta a flexibilidade das tintas, otimizando sua aplicação em peças automotivas sujeitas a intensa movimentação ou torção. As peças beneficiadas variam desde o aparabarro e as laterais e traseiras de caminhões fabricadas em lona, até outros componentes que requerem flexibilidade, como para-lamas e para-choques plásticos.

Magneti Marelli amplia catálogo de módulos de combustível



São mais de 100 códigos do produto na reposição

A Litens, empresa canadense que fornece sistema de transmissão de potência há mais de 40 anos, anuncia o lançamento da polia do alternador desacopladora OAD para o mercado de reposição, projetada para solucionar problemas comuns relacionados à sobrecarga e ao desgaste do sistema de transmissão, além de reduzir o consumo de combustível, ruídos, emissões de poluentes e prolongar a vida útil do alternador, correia e tensionador. Também anuncia o lançamento da polia do virabrequim desacopladora para o mercado de reposição, uma tecnologia aplicada em substituição à polia padrão do virabrequim que reduz as vibrações geradas no motor evitando sua propagação ao sistema e que transmite a potência do motor para o sistema de sincronismo de forma suavizada, através de uma embreagem interna.

Niterra oferece linha de sensores ABS com a marca NTK



A Niterra, multinacional japonesa detentora das marcas NGK e NTK e especialista em componentes para sistemas de ignição, anuncia a ampliação do seu portfólio de sensores com o lançamento da nova linha de sensores ABS (Anti-lock Brake System) da NTK. O sensor ABS impede o travamento das rodas do veículo, permitindo o controle direcional do carro. *“Ao efetuar uma curva, há diferença entre as velocidades das rodas. Quando aplicamos o freio em um veículo no momento da curva ocorre a transferência de carga para o eixo dianteiro e a frente do carro tende a baixar”,* diz Hiromori Mori, consultor de Assistência Técnica da Niterra do Brasil. Se houver o travamento de uma das rodas, existe uma tendência de o veículo seguir em frente e não fazer a curva. *“O ABS irá atuar na roda que está travando e liberar a pressão de freio. Dessa forma, o automóvel poderá manter o controle direcional e realizar a curva ou desviar de um obstáculo tranquilamente”.*

Novos componentes expandem portfólio da companhia, que destaca a importância e o funcionamento do item

ZF Aftermarket lança atuadores e kits de embreagem Sachs

A ZF Aftermarket aumenta sua gama de produtos para veículos pesados e lança no mercado de reposição atuadores e kits de embreagem Sachs. O atuador eletropneumático 6482 000 216 foi lançado para aplicações em caminhões Volkswagen, Ford e DAF, enquanto o 6482 000 219 e o 6482 000 218 estão disponíveis para aplicações Mercedes-Benz. Já os conjuntos de embreagem 3400 001 536 e 3400 001 535 e o atuador eletropneumático 6482 000 216 são para a aplicação DAF. O kit de embreagem 3000 001 500 é para a aplicação Renault Kwid.

Anuncie

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

comercial@novomeio.com.br



Eletrificação da frota só vai crescer na Europa em razão da legislação ambiental

Vendas de carros elétricos a bateria crescem 70,9% na União Europeia

Foram quase 130 mil unidades em maio, alcançado participação de 13,8% no mercado

Em maio de 2023, o mercado de automóveis da União Europeia registrou um aumento significativo nos licenciamentos de automóveis de passageiros, com quase 1 milhão de unidades, registrando crescimento de 18,5% face ao ano anterior. Este é o décimo mês consecutivo de crescimento. Todos os quatro maiores mercados da UE cresceram, com os ganhos mais fortes na Itália (+23,1%), Alemanha (+19,2%) e França (+14,8%). De janeiro a maio de 2023, o mercado de carros da UE cresceu 18%, para 4,4 milhões de carros registrados. Embora o mercado tenha melhorado em maio, as vendas acumuladas no ano ainda são 23% menores em relação ao mesmo mês de 2019, quando foram registradas 5,7 milhões de unidades. Neste período de cinco meses registraram-se ganhos de dois dígitos na generalidade dos mercados, incluindo os quatro maiores: Espanha (+26,9%), Itália (+26,1%), França (+16,3%) e Alemanha (+10,2%). Em maio, a participação de mercado dos carros elétricos a bateria registrou um aumento substancial de 9,6% para 13,8%. Os carros elétricos híbridos são agora a segunda escolha mais popular para compradores de carros novos, respondendo por quase um quarto do mercado. No entanto, os carros a gasolina ainda têm a maior participação em 36,5%. Em maio, os novos registros de carros elétricos a bateria na UE tiveram um aumento significativo, subindo 70,9%, atingindo 129.847 unidades. Isso equivale a uma participação de mercado de 13,8% e um aumento de quatro pontos percentuais em relação a maio de 2022. A maioria dos mercados da UE registrou ganhos percentuais impressionantes de dois e três dígitos, incluindo os quatro maiores: Holanda (+118,4%), Suécia (+82,6%), França (+48,7%) e Alemanha (+46,6%). No geral, isso resultou em um aumento acumulado de 50,5%, com mais de meio milhão de unidades vendidas de janeiro a maio.

Os carros elétricos híbridos mantiveram seu ímpeto de crescimento, já que as vendas aumentaram 27,6%, atingindo 234.380 unidades em maio. Este resultado foi em grande parte impulsionado pelo crescimento de dois dígitos nos quatro maiores mercados da UE: Alemanha (+54,5%), Itália (+27,2%), França (+22,1%) e Espanha (+10,3%). Como resultado, os carros elétricos híbridos são a segunda escolha mais popular para compradores de carros novos, respondendo por quase um quarto do mercado (acima dos 23,2% em maio de 2022). O mercado da UE para novos carros híbridos plug-in caiu ligeiramente, com as matrículas diminuindo 0,6% em maio. Esse declínio foi impulsionado principalmente por uma queda significativa nas vendas na Alemanha (40,5%), o maior mercado desse tipo de combustível, já que os incentivos para híbridos plug-in foram descontinuados no final de 2022. Como resultado, a participação de mercado geral de os carros híbridos plug-in caíram para 7,4%, de 8,8% em maio do ano passado. Ainda em maio, o mercado europeu de carros a gasolina cresceu 12,6%, atingindo 342.806 unidades. Apesar disso, a participação de mercado foi de 36,5%, quase dois pontos percentuais a menos que em maio de 2022. O crescimento foi impulsionado principalmente por aumentos nos quatro maiores mercados da UE, principalmente Itália (+23,9%), França (+18,3%) e Alemanha (+17,6%). De janeiro a maio, mais de 1,6 milhão de carros a gasolina foram vendidos na UE, um aumento notável de 17% em relação ao mesmo período de 2022. Em contraste, o mercado de carros a diesel da UE caiu 2,9% no mês, apesar do bom desempenho em dois dos maiores mercados do bloco: Itália (+24,3%) e Alemanha (+3,6%). Os carros a diesel agora representam 14,3% da participação de mercado da UE, abaixo dos 17,4% em maio de 2022.

AAA – Análise Aftermarket Automotivo Especial “pejotização da frota”

Este resumo do programa Análise Aftermarket Automotivo, veiculado semanalmente pela A.TV (<https://www.youtube.com/c/ATVmidia>) faz uma reflexão sobre a migração da posse para o uso do carro, fenômeno que vem sendo conhecido como “Pejotização” da frota. A migração do setor automotivo para setor da mobilidade é um fenômeno que já vem ocorrendo entre as montadoras. Em abril, durante a Automec, assistimos à chegada deste conceito com mais força agora também entre os sistematistas e fabricantes de autopeças. Algumas empresas inclusive já adotaram o termo “mobility” como sobrenome. Estamos vivendo um tempo em que o carro começa a deixar de ser um produto para se tornar um serviço. Como consequência, cada vez mais o uso do automóvel tende a prevalecer em relação à posse do veículo.

Em nosso dia a dia, é fácil comprovar esse movimento a partir da chegada dos aplicativos de transporte compartilhado, como Uber e 99 – e grande parte dos carros que prestam estes serviços é locada pelos motoristas. Entre os fatores de estímulo ao crescimento de tais plataformas no Brasil estão questões como a economia de combustível, redução nos custos de manutenção, seguro, IPVA, estacionamento, licenciamento e demais despesas relacionadas à propriedade de um automóvel. A praticidade de ter um motorista sempre à disposição também é bem-vinda, especialmente quando o lazer envolve bebida, por exemplo, algo muito comum nas grandes cidades. É claro que transporte compartilhado não é novidade. Os táxis, por exemplo, existem desde sempre. Só que antes dos aplicativos, era preciso contar com a sorte para que algum passasse sem passageiro no momento em que você precisasse dele. Além disso, o custo da viagem era bem mais alto em comparação aos informais carros de aplicativos, que não estão sujeitos a muitas das regras impostas pelo poder público para prestar o serviço. Hoje, com a concorrência, ficou muito mais em conta pedir um transporte compartilhado.

Mas há um fator ainda mais impactante no contexto da mobilidade urbana: é fato que as novas gerações têm demonstrado pouco interesse pelo automóvel. Pesquisa divulgada pelo Detran de São Paulo mostrou que no período de 2015 a 2021, o número de habilitações para pessoas na faixa etária entre 18 e 30 anos caiu 10,5%. É claro que o fator econômico tem peso nesta estatística, mas não só ele. A questão é, acima de tudo, cultural. Os jovens simplesmente querem ir do ponto A ao ponto B com praticidade, e entendem que cumprir esse objetivo não depende unicamente do carro próprio. Para esse público, um celular de última geração é muito mais importante e desejado que um carro na garagem. E, no transporte compartilhado, o jovem pode usar o celular à vontade durante o percurso sem o risco de ser multado. Não demorou muito tempo para que as montadoras percebessem o prejuízo potencializado por esta transformação nos costumes. Logo passaram a oferecer a modalidade dos carros por assinatura, concorrendo com locadoras e empresas como a Porto Seguro, uma das pioneiras na proposta. Os fabricantes de veículos entraram definitivamente na era da mobilidade. A chamada “Pejotização” da frota é um dos temas mais relevantes da pauta do aftermarket automotivo atualmente. E isso vem, de fato, acontecendo. Os números comprovam. Em maio deste ano, as vendas diretas de veículos representaram 48% do total dos licenciamentos no Brasil – o que representa um crescimento total superior a 20% em dez anos. Ou seja, hoje, a cada dois carros vendidos no país, um vai para pessoa jurídica. É claro que é preciso descontar desse total os MEIs, taxistas e outras modalidades. Mas ainda sobram muitos carros indo parar nas mãos de frotistas diversos e, principalmente, locadoras. Estas empresas compram em média 30% de todos os carros vendidos no país mensalmente. E o fenômeno é global. Pesquisa do Boston Consulting Group em parceria com a CLEPA revelou que em apenas cinco países europeus – Alemanha, França, Reino Unido, Holanda e Polônia – a frota pejotizada movimentará um

volume de 45 bilhões de euros em 2030, o equivalente a 37% do mercado total de reposição. Lá, no velho mundo, haverá também uma forte adesão das frotas aos carros elétricos. Toda essa transformação é potencialmente disruptiva para o mercado de reposição. No caso específico dos programas de assinaturas oferecidos pelas próprias montadoras, é desnecessário dizer que obrigatoriamente a manutenção deste veículos ficará integralmente sob responsabilidade da rede de concessionárias, tanto nos serviços quanto no fornecimento das peças de reposição. A pesquisa da CLEPA aponta que os requisitos do cliente, as características do carro e as pressões de custo mudarão. A idade média dessa frota, por exemplo, será muito mais baixa do que a que circula hoje.

Com isso, a fim de atender às necessidades das empresas frotistas e um segmento de clientes emergente, além de manter e fortalecer sua posição no mercado, os participantes da reposição independente serão convidados a ajustar seu foco estratégico. O crescimento da frota “pejotizada” oferece ao aftermarket automotivo a oportunidade de aumentar significativamente sua carteira de clientes com altos volumes de negócios e expandir o portfólio de serviços para atender a essas empresas de forma a contemplar todas as suas necessidades. Por outro lado, terão de aprender a lidar com um cliente muito maior e mais exigente que o proprietário individual do veículo, dotado de um poder de negociação extramente mais significativo. A pesquisa destaca, ainda, que as frotas enfrentam margens apertadas, portanto, como a manutenção é um dos cinco

principais custos totais da propriedade, as oficinas e seus fornecedores serão pressionadas a cada vez mais disponibilizar soluções econômicas ao longo de toda a cadeia de valor. De qualquer forma, estabelecer parcerias com os frotistas se torna uma alternativa promissora para o aftermarket independente. Mas cabe uma ressalva: sempre existirá o risco de que determinadas frotas possam vir a desenvolver soluções próprias de manutenção – como faz a Porto Seguro com sua rede de centros automotivos. Importante também será investir na conectividade do aftermarket independente. Através do diagnóstico remoto, um estimativa de reparo pode ser gerada para veículos conectados assim que apresentarem a falha. Nesse ecossistema, as solicitações de peças podem ocorrer via diagnóstico remoto, bem como as indicações de oficinas para a realização dos reparos. E aí entra a urgência de uma evolução favorável do Right to Repair, o Direito à Reparação. As empresas com acesso direto e em tempo real aos dados gerados pelo carro certamente terão uma enorme vantagem no atendimento aos clientes de veículos conectados. São, de fato, muitos desafios de adequação a uma nova indústria que vem sendo criada diante de nossos olhos. Mas a nova mobilidade, de largada, já traz boas oportunidades, como o fato de os veículos compartilhados rodarem em um ano a quilometragem que os carros particulares levariam dez anos para alcançar. Apenas acompanhar muito de perto as macro tendências do universo automotivo. E, mais do que isso, ter visão e agilidade para orientar suas estratégias a fim de atender às exigências em permanente e rápida transformação.

TEM NOVIDADES NA MOTORS IMPORTS!

Lançamento	Lançamento	Lançamento	Lançamento	Lançamento
36065 / 36066 / 36067 36068 - BRONZINA BIELLA E MANCAL TOYOTA HILUX 2.8 15...	36111/36112/36113/36114 - DISCO FREIO DIANT/TRAS. BMW M3 (F30/F80) 15/18	36127/36128 - DISCO FREIO DIANT/TRAS MERCEDES (W176) A45 AMG 13/17	36077 - TAMPA VÁLVULA FORD RANGER 3.2 13...	36088 - FILTRO CÂMBIO AUTOMAT. AUDI Q5 2.0 TFSI 12...

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

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

Ganhadores do Prêmio Maiores e Melhores 2021

www.motorsimports.com.br



Imagens meramente ilustrativas

MAIOR
DISTRIBUIDOR
DE AUTOPEÇAS
PARA VEÍCULOS
IMPORTADOS



Semana de 19 a 23 de junho

Acompanhe o desempenho do varejo brasileiro de autopeças a partir dos resultados das pesquisas **MAPA** - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e **ONDA** - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços relativos ao período de 19 a 23 de junho. As pesquisas semanais medem o desempenho em tempo real dos negócios no setor e são realizadas pelo do After.Lab, núcleo de pesquisas e inteligência de negócios para o mercado de reposição da Nhm – Novo Meio Hub de Mídia.

MAPA

A apuração revela que a trajetória das vendas vem mantendo indesejável sequência de quedas. No período em análise, a média nacional ponderada ficou em -2,07%, o pior índice das últimas cinco semanas. A movimentação das vendas em cada região do Brasil apontou os seguintes resultados: -0,42% no Norte; -0,63% no Nordeste; -1,92% no Centro-Oeste; -2,96% no Sudeste; e -1,65% no Sul.

As estatísticas comparativas nacionais do **MAPA** mostram que as lojas que não apresentaram variação no volume de vendas em relação à semana anterior passaram de 52% para 64% dos entrevistados. Os varejos ouvidos pelo After.Lab que venderam mais recuaram de 22% para 13% e os que venderam menos foram de 26% para 23%. Apesar da persistência da queda nas vendas, o índice de compras finalmente reverteu a longa sequência negativa e encerrou a semana em análise com média nacional ponderada de 0,67%, aumento discreto, mas bem-vindo.

Regionalmente, as compras variaram da seguinte maneira: zero no Norte; -0,63% no Nordeste; zero no Centro-Oeste; 0,58% no Sudeste; e 2,53% no Sul.

A estabilidade das compras em comparação à semana anterior desceu de 55% para 52% dos varejistas entrevistados, enquanto as lojas que compraram mais variaram de 18% para 24%. Já os varejos que compraram menos recuaram de 27% para 24% na semana.



MOVIMENTO DAS ATIVIDADES EM PEÇAS E ACESSÓRIOS

ONDA

Agora, os resultados do **ONDA**, estudo do After.Lab que mede as variações semanais em abastecimento e preços no varejo de autopeças para veículos leves em todo o Brasil.

Na média nacional ponderada, o abastecimento fechou a semana mais uma vez com variação negativa, agora em -6,19%.

Os índices regionais de abastecimento apresentaram as seguintes variações: -7,27% no Norte; -6,73 no Nordeste; -0,5% no Centro-Oeste; -5,57% no Sudeste; e -9,67% no Sul.

Os chamados itens em geral lideraram o ranking do desabastecimento com 58,1% das citações, seguidos por correias, com 12,9%; e componentes de motor, com 9,7%.

Os varejistas entrevistados pelos profissionais do After.Lab

continuam apontando tendência de elevação nos preços, nesta semana com viés nacional ponderado de 3,99%, índice tratado pelo estudo como indicador de tendência apenas.

Em relação ao comportamento dos preços nas cinco regiões do Brasil, 4,18% no Norte; 0,94% no Nordeste; 2,55% no Centro-Oeste; 4,82% no Sudeste e 5,25% no Sul.

Os itens em geral responderam por 59,4% das citações dos varejos quanto à alta nos preços, seguidos por componentes de motor, com 12,5%; e componentes de suspensão, com 9,4%.

A estabilidade no abastecimento caiu de 58% para 50% dos varejistas entrevistados, enquanto a estabilidade nos preços desceu de 74% para 53%.

Acompanhe semanalmente nas plataformas digitais do Novo Varejo Automotivo os resultados atualizados das pesquisas **MAPA** e **ONDA**.



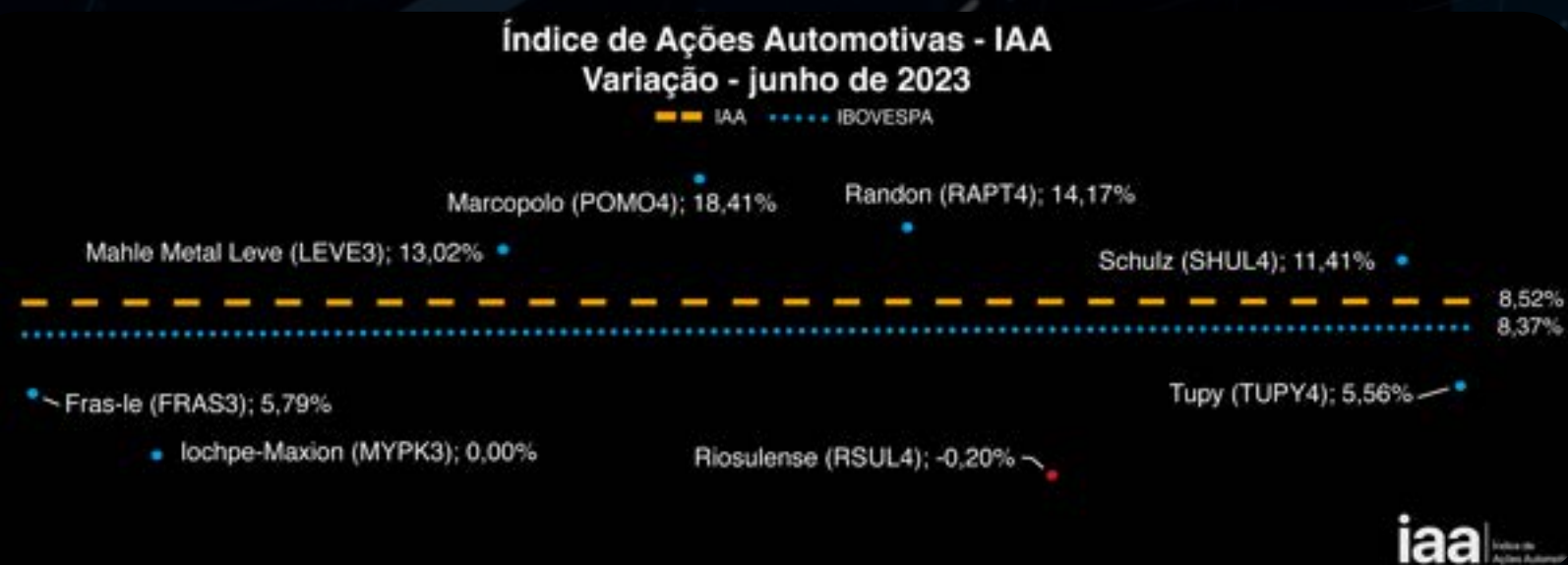
ONDA

OSCILAÇÕES NOS NÍVEIS DE ABASTECIMENTO E PREÇOS

Ações automotivas superam por pouco o Ibovespa em junho

O Índice de Ações Automotivas medido pelo After.Lab apresentou alta de 8,52% no mês de junho. A variação foi pouco maior que o Ibovespa – o indicador mais importante do desempenho médio das cotações das ações negociadas na B3, a Bolsa de Valores brasileira, que no mês passado fechou com valorização de 8,37%. Repetindo o desempenho do mês de maio, todas as ações das empresas

automotivas listadas na bolsa apresentaram crescimento no mês passado, com exceção, mais uma vez, da Riosulense, que caiu 0,2%. O melhor desempenho ocorreu nos papéis da Marcopolo, com alta de 18,41%, seguida pela Randon, com 14,17%. Semanalmente, a cada segunda-feira, as plataformas digitais do Novo Varejo Automotivo publicam os resultados atualizados o IAA.



Sobre o índice

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

lação à movimentação do mercado em geral, regulando os índices de forma a perceber variações em tempo real. São essas as ações que compoem o IAA, negócios relacionados diretamente ao setor automotivo e com ações listadas hoje na Bolsa de Valores:

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



DISPONÍVEL EM NOSSAS REDES SOCIAIS



VISITE O SITE PARA VER OS VÍDEOS



O BRASILEIRO PODE SER O MELHOR DO MUNDO

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

CONFIRA OS VÍDEOS NO SITE ESPECIAL DA CAMPANHA

melhordomundo.fraga.com.br



Vendas do comércio paulista de peças e acessórios crescem 13,1% em 2023

O comércio de autopeças e acessórios cresceu 13,1% no período de janeiro a março de 2023. A constatação é da Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista no Estado de São Paulo (PCCV), realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP). Todos os indicadores apurados pelo estudo mostram bons índices: na comparação com março de 2022, a expansão foi de 15,6% e, no acumulado de 12 meses, 13,5%. No mês de março último, o setor faturou quase R\$ 3 bilhões. O crescimento do varejo de peças e acessórios foi o dobro do apurado no comércio varejista como um todo que, no primeiro trimestre de 2023, viu as vendas no estado de São Paulo acumularem alta de 6,2%, representando um faturamento de R\$ 16,5 bilhões a mais do que o obtido entre janeiro e março do ano passado. Nos três primeiros meses deste ano, o setor como um todo registrou R\$ 281 bilhões em receita. Em março de 2023, as vendas reais calculadas pelo levantamento apontaram crescimento de 6,8% em comparação ao mesmo período de 2022. É o maior resultado do varejo paulista para o mês desde o início da série histórica, há 15 anos. As farmácias e perfumarias apresentaram a maior alta do período, com variação positiva de 23,1% e faturamento de R\$ 9,6 bilhões no mês, o maior da série histórica. No trimestre, o segmento acumula aumento de 16,2%.

De acordo com a FecomercioSP, a tendência é que essa alta continue, graças à ampliação do consumo das famílias e ao aumento nos preços, ocasionado pelo tradicional reajuste anual, em abril. Outra variação importante foi observada nas concessionárias de veículos, com alta de 22,1% em março e elevação de 13,6% nos três meses. No terceiro mês do ano, as vendas atingiram R\$ 11 bilhões — melhor desempenho para o mês desde 2012. Já o segmento supermercadista registrou faturamento de R\$ 34,2 bilhões, representando crescimento de 12,7% na comparação anual. Nos três primeiros meses do ano, acumula elevação de 13,2%, desempenho esse também apontado como o mais elevado da série histórica para o mês. Segundo a FecomercioSP, a melhora no poder de compra causou efeito imediato no segmento, uma vez que as pessoas voltaram a comprar marcas de melhor qualidade, cujo consumo foi limitado pela pandemia. Pelo campo negativo, o grupo de outras atividades foi o que mais influenciou o resultado, com queda de 12,3% no mês, acumulando retração de 9,7% no trimestre, apesar de ser o responsável pelo segundo maior faturamento do comércio paulista (quase R\$ 20 bilhões no mês de março). Como o preço da gasolina está mais baixo do que há um ano (início da guerra na Ucrânia), é natural pensar na redução de faturamento em termos de valores, mas não pelo esfriamento da demanda.

Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista - Estado de São Paulo
Relatório mensal de faturamento real - Março/2023 - total do Estado de São Paulo

Atividade	Faturamento real (em R\$ mil)	mar-23/mar-22 (%)	acumulado no ano (%)	acumulado 12 meses (%)
Farmácias e perfumarias	9.566.042	23,1	16,2	14,5
Concessionárias de veículos	11.038.659	22,1	13,6	10,9
Autopeças e acessórios	2.986.780	15,6	13,1	13,5
Supermercados	34.219.650	12,7	13,2	11,0
Lojas de vestuário, têxtil e calçados	6.717.765	9,8	8,1	12,7
Lojas de eletrodomésticos e eletrônicos	6.712.557	8,3	8,9	1,9
Lojas de móveis e decoração	1.508.456	7,2	3,8	-2,2
Materiais de construção	8.716.204	-0,9	0,7	2,0
Outras atividades	19.798.204	-12,3	-9,7	-0,6
Total do Comércio Varejista	101.264.318	6,8	6,2	7,1

(*) a preços de março/2023

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

Metodologia e cálculos: FecomercioSP



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



mais de **1 milhão** de visualizações

(entre 3 de julho de 2022 e 02 de julho de 2023)

DADOS DOS ÚLTIMOS 90 DIAS

288 mil
visualizações

257,9 mil
espectadores únicos

15,4 mil
horas de exibição

122,9 mil
impressões





2mc

você prefere,
você exige.

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

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

