



novovarejo

automotivo

QUALIDADE ASSEGURADA

Investigamos regras e procedimentos das seguradoras para o envio das peças de reposição às oficinas após rede nacional de TV denunciar irregularidades



Seu canal de informação sobre o aftermarket automotivo

PODCASTS. ENTREVISTAS. DEBATES. REPORTAGENS.
PESQUISAS. TUDO EM UM SÓ LUGAR.

CLIQUE AQUI
E ACOMPANHE A
PROGRAMAÇÃO

UM PRODUTO **Nhm**



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.



Fatos interessantes sobre eletrificação no Brasil

O balanço do primeiro semestre divulgado pela ABVE - Associação Brasileira do Veículo Elétrico mostra que o setor segue em trajetória de crescimento no país. É claro que os números são tímidos em comparação ao mercado convencional de automóveis a combustão – que ultimamente não anda lá essas coisas –, mas, ao mesmo tempo, trazem constatações interessantes. A primeira não é exatamente uma surpresa: os eletrificados tiveram de janeiro a junho de 2023 o melhor semestre da série histórica, com 32.239 emplacamentos, 58% a mais que no mesmo período do ano passado. Daqui pra frente, é bastante provável que os recordes sejam quebrados a cada seis meses, já que a oferta vem aumentando, os preços tendem a cair e o interesse dos consumidores é crescente. Apenas no mês passado foram 6.225 emplacamentos, 53% acima de junho de 2022 (4.073).

Os resultados deixaram os executivos da ABVE otimistas com a possibilidade de superar a previsão de 70 mil carros vendidos até o final deste ano. No total, temos hoje 158.678 eletrificados em circulação no Brasil. O balanço da entidade revela, ainda, que os elétricos plug-in (PHEV) apresentaram o maior crescimento nos últimos 12 meses, com 11.475 emplacamentos, nada menos que 206% a mais que no mesmo período de 2022. No entanto, o segmento preferido pelos consumidores ainda é o dos híbridos não plug-in (HEV).

O custo de aquisição do veículo tem sido, provavelmente, o principal obstáculo estacionado entre os motoristas brasileiros e os veículos eletrificados. Só que isso já começou a mudar e, ao que tudo indica, 2023 vai ser um marco transformador no que se refere a preço. Neste mês de julho, a Hyundai começou a vender aqui o Kona, o híbrido mais barato do mercado – ou, se preferir, o menos caro. Trata-se de um hatch moderno, bem equipado, que custa R\$ 169.990. Detalhe: quando foi anunciado, em março, a previsão era pra mais de R\$ 200 mil. A segunda opção mais acessível é um carro que o brasileiro adora: o Toyota Corolla Hybrid CVT, vendido por R\$ 183.790. Aqui também tem detalhe: o Honda New City sedan flex – que pertence a uma categoria abaixo do Corolla – sem qualquer eletrificação custa mais de R\$ 135 mil. A briga promete esquentar neste segundo semestre. A BYD adquiriu a fábrica da Ford em Camaçari, na Bahia, e vai investir R\$ 3 bilhões para produzir caminhões, chassi de ônibus e carros eletrificados. A marca chinesa já lançou o Dolphin, modelo elétrico com 290 quilômetros de autonomia que custa R\$ 149.800 e traz muita tecnologia e conectividade. Quem também está desembarcando no mercado é o GWM Ora, um hatch 100% elétrico com design retrô muito atraente que pode desenvolver até 173 cv de potência, a depender da versão. O preço ainda não foi divulgado, mas é esperado que seja equivalente ao BYD Dolphin, seu concorrente direto. E a GWM tem sido muito agressiva em suas estratégias de marketing. Sabemos que a propulsão 100% elétrica não será a primeira opção no Brasil. Mas é preciso aguardar um pouco para descobrir até onde esses carros podem chegar em nosso mercado.

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
Anúncio 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 - #401 15 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)



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](https://www.autopecasbosch.com)



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

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



Consultor de negócios do Sebrae, Reginaldo Oliveira faz um balanço das primeiras ações do Loja Legal, programa gratuito criado para aprimorar a gestão dos varejos de autopeças em todo Brasil.

08

12

Pesquisa Vies, do After.Lab, compara o desempenho do varejo nos meses de junho de 2021, 2022 e 2023 segundo os indicadores de vendas, compras, abastecimento e preços apurados pelos estudos Mapa e Onda.

16

Após polêmica envolvendo a qualidade das peças fornecidas pelas seguradoras para sua rede credenciada, nossa reportagem investigou as práticas destas empresas e conversou com reparadores para saber como anda este processo no mercado.

O debate envolvendo a inteligência artificial ganha novos elementos a cada dia. Leia nesta edição um resumo do programa Análise Aftermarket Automotivo, da A.TV, que tratou do tema.

36



Volkswagen apresenta seu primeiro carro elétrico a ser fornecido exclusivamente para o mercado de assinaturas, um segmento crescente que foi tema de recente reportagem de capa do NovoVarejo.

40

O ano que não existiu

Edição 301 trazia a cobertura do Painel Perspectivas Inova, evento que reuniu especialistas para debater as expectativas para 2020 nos campos da Economia, Política e Justiça. Mas ninguém contava com a pandemia

Após um 2019 marcado por frustrações como a natural dificuldade enfrentada para implantar um novo governo, pouco caso do Brasil com o combate à corrupção e a falta de uma base de sustentação no Congresso para respaldar as propostas do Executivo, o ano de 2020 chegava cercado de boas perspectivas e sinais claros de recuperação a partir do crescimento do PIB no primeiro trimestre do ano anterior – e a expectativa de crescer mais de 2% em 2020. O clima de otimismo foi retratado pela reportagem principal da edição 301 do NovoVarejo Automotivo, que trazia a cobertura completa do segundo Painel Perspectivas Inova, debate agregado à cerimônia de entrega do Prêmio Inova – Indústrias do NovoVarejo 2019. Os debatedores previam que, navegando no contraciclo global, o Brasil tinha tudo para retomar um crescimento mais consistente a partir de então. Havia também, naquele momento, uma forte expectativa de que, final-

mente, o Congresso votaria a tão esperada reforma tributária – algo que, como sabemos, está começando a se tornar realidade somente agora. Além do debate em si, uma enquete apurou as estratégias das empresas a partir de respostas em tempo real da plateia, formada pelos principais executivos do aftermarket automotivo brasileiro. Na ocasião, os executivos presentes anunciavam que investiriam mais no Brasil em 2020; consideravam a reforma tributária a pauta mais importante para os próximos meses; discordavam das recentes decisões do Supremo Tribunal Federal; e consideravam o primeiro ano do governo Bolsonaro apenas regular. Ao final do encontro, todos saíram otimistas esperando por dias melhores. Não deu tempo: o que nem ninguém podia prever é que, poucos meses à frente, todas as perspectivas seriam engolidas por uma inesperada e devastadora pandemia capaz de transformar em caos o ano que poderia ter sido um sucesso.

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





Oliveira revela que novos parceiros e novas ações estão a caminho

Programa Loja Legal recebe 43 inscrições em dois meses

Iniciativa da parceria Sebrae, Sincopeças Brasil e G&B Distribuidora oferece capacitação gratuita para as lojas de autopeças

Criado para impulsionar um movimento de profissionalização e modernização do varejo de autopeças nacional, o Programa Loja Legal foi uma das atrações da Automec 2023, no último mês de abril. Na ocasião, o consultor de negócios do Sebrae, Reginaldo Oliveira, detalhou a iniciativa gratuita desenhada e oferecida pela parceria formada entre a entidade, o Sincopeças São Paulo e a G&B Distribuidora. Passados pouco mais de dois meses do lançamento oficial do programa na feira – que é gratuito e abrange todo o território nacional –, o NVA procurou Oliveira para checar o desenvolvimento prático do projeto em uma entrevista exclusiva. Na conversa, foram abordados temas como a adesão do mercado ao 'Loja Legal', em termos de número de inscrições, as etapas já percorridas até aqui e possíveis atualizações do programa diante de mudanças que se colocaram no radar da economia nacional, tal como a reforma tributária, recém aprovada em primeiro turno na Câmara dos Deputados.

Novo Varejo Automotivo - Na última Automec, o Sebrae e o Sincopeças São Paulo anunciaram o lançamento do programa Loja Legal voltado ao varejo de autopeças. Desde então, que avanços a iniciativa teve? A primeira turma já iniciou os trabalhos? Reginaldo Oliveira - O Programa Loja Legal tem como objetivo oferecer ao comércio varejista de auto e motopeças a oportunidade de serem negócios mais competitivos, rentáveis e lucrativos, para isso todo o know how do Sebrae fica à disposição dos empresários.

A presença digital, ações atreladas à inovação e a gestão podem fazer parte do plano de ação definido para cada empresa. Há novas ações sendo articuladas com a entrada de novos parceiros que tornarão as oportunidades ainda mais atrativas para as lojas do aftermarket automotivo. O Programa está em andamento.

NVA - Como tem sido a receptividade das lojas do aftermarket automotivo a essa oportunidade de capacitação gratuita? RO -

A receptividade tem sido satisfatória, pois contamos com empresários engajados e dispostos a realizarem as ações necessárias para o desenvolvimento da empresa. Recebemos até o momento 43 inscrições e a maioria das empresas com o contato inicial realizado e muitas com o plano de ação definido. Vale destacar o apoio do Sincopeças São Paulo na figura do Sr. Heber Carlos de Carvalho (presidente) e diretoria, além do Empresário Antônio Carlos Beiram, da G&B, que muito contribuíram para viabilização do programa.

NVA - Sabemos que o programa oferece uma capacitação transversal, abordando diversas áreas da gestão empresarial. Na sua visão, porém, qual é a principal lacuna do setor no momento? RO -

Os diagnósticos iniciais revelam que não temos uma única lacuna a destacar, porém várias oportunidades de trabalho cuja transversalidade fica latente. Dentre os principais temas: marketing digital, gestão financeira, gestão de pessoas e aspectos voltados à tributação.

RODAR COM VOCÊ É SEMPRE UM PRIVILÉGIO

OBRIGADO POR ESCOLHER COFAP



Acesse aqui nosso site

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!**

SIGA:

cofap

www.mmcofap.com.br

No trânsito, escolha a vida!

NVA - Estamos às vésperas da aprovação de uma reforma tributária. Como uma possível aprovação das novas regras integrará os conteúdos do Loja Legal? Vocês terão um 'módulo' específico para educar o empreendedor acerca do que será preciso fazer durante o período de transição?

RO - O programa interage com o novo cenário, entretanto será fundamental que esse direcionamento seja liderado pelo Sincopeças, que já realiza essa assessoria aos empresários, assim como o apoio do Contador que atende a empresa.

NVA - Agora, falando de cenário. Qual é o perfil predominante entre os empreendedores do varejo de autopeças nacional? Como vocês os veem em termos de capacitação, experiência e até mesmo nível de familiaridade com o setor?

RO - Estamos tratando de negócios familiares em que em alguns casos ocorre a transição de uma geração para outra. Trabalhamos com um cenário onde será necessária a harmonização de diferentes visões de gestão o que corrobora com as nossas ações, haja vista que os empresários reconhecem o momento de maior competitividade e a gestão por indicadores. A experiência é importante, porém novas habilidades e competências devem ser desenvolvidas para sustentabilidade dos negócios. O trabalho do Sebrae e das entidades representativas ganha maior destaque.

NVA - Que benefícios a cadeia toda da reposição automotiva pode ter com um ecossistema de varejistas mais qualificados?

RO - A cadeia ganha mais representatividade, inovação e conhecimento, além de se preparar para novos desafios, visto que o modelo de negócios sofre uma série de influências, como por exemplo, o modelo de vendas tradicional versus o comércio eletrônico, além de outros dilemas relatados pelos empresários, porém há iniciativas de maior organização e geração de conhecimento. Tive experiências muito interessantes como a Feira Automec, participação em podcast e podemos afirmar que a sinergia com o mercado e instituições como o Sebrae trarão respostas criativas e inovadoras para toda cadeia.



Novas habilidades e competências devem ser desenvolvidas para sustentabilidade dos negócios, diz o consultor

NVA - Por fim, gostaria que você pontuasse quais outras iniciativas o Sebrae possui e que podem ser interessantes para o setor de autopeças como um todo?

RO - Essa pergunta é muito pertinente e está atrelada à nossa missão de estimular a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos negócios que atendemos. Há várias possibilidades como o Programa Brasil Mais ALI que trata de inovação e aumento de produtividade com a participação de um agente de inovação durante seis meses atendendo o negócio com metodologia e planos de ação customizados para necessidade de cada negócio, além das soluções tecnológicas através de parcerias com outras instituições que podem ser determinantes para o sucesso do setor de autopeças. Gostaria de deixar meu contato para que outras empresas possam participar do Programa Loja Legal e terem mais informações sobre nossas iniciativas: **WhatsApp: 11 3385-2389. E-mail: reginaldoao@sebraesp.com.br**

Relembre as 5 etapas do programa

Etapa 1 - Apresentação

A apresentação do Programa Loja Legal para todo mercado automotivo se deu, inicialmente, por meio do podcast Automotivamente, comandado por Beiram, diretor da G&B, que fará entrevista com técnicos do Sebrae para apresentação detalhada do programa e divulgação do link para adesão das lojas interessadas. O chamamento para adesão ao programa também tem sido feito por meio das plataformas e mídias digitais do Sincopeças-SP, do Sebrae e da G&B.

Etapa 2 - Diagnóstico

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

Etapa 3 - Capacitações

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

Etapa 4 - Avaliação dos resultados

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

Etapa 5 - Evento de encerramento

Finalização do ciclo com apresentação dos casos de sucesso.

JÁ SÃO MAIS DE 150 MIL APLICAÇÕES

PARA CARROS NACIONAIS E IMPORTADOS
E TUDO 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



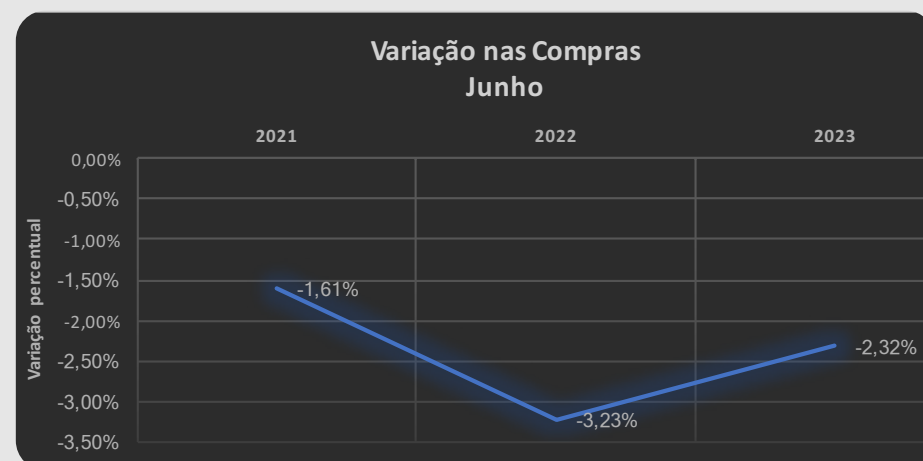
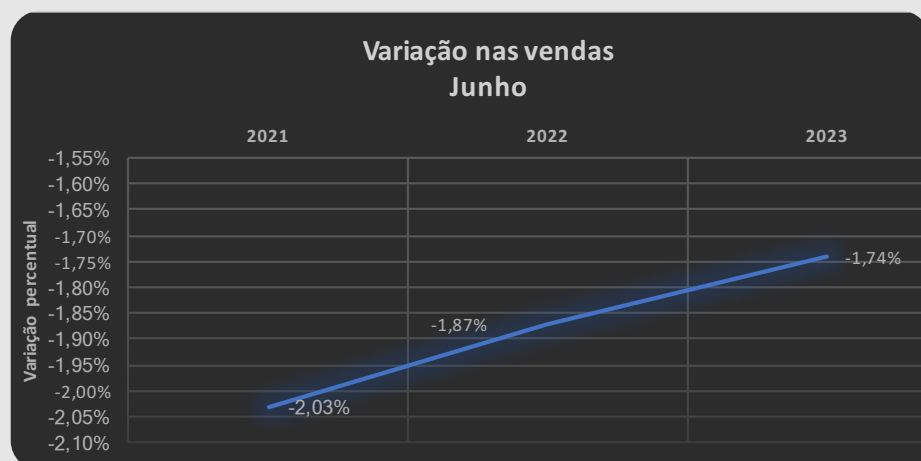
VIES - Variações nos Índices e Estatísticas

Junho de 2021, 2022 e 2023

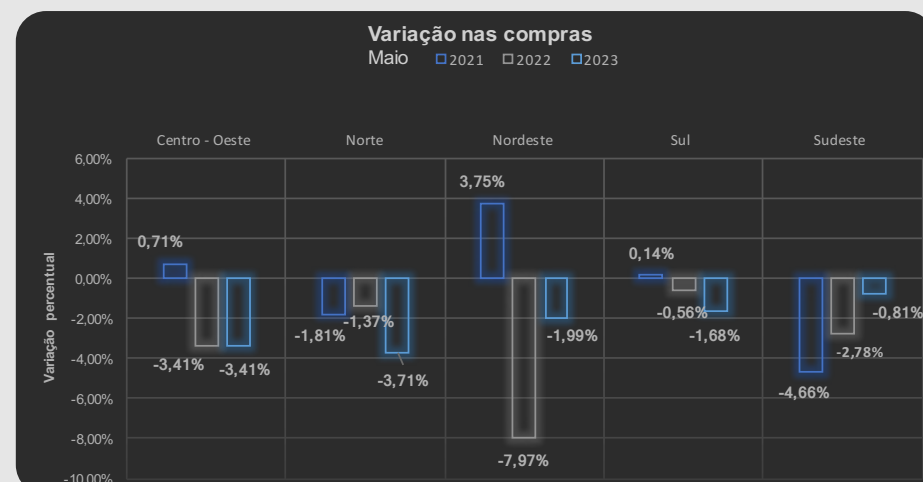
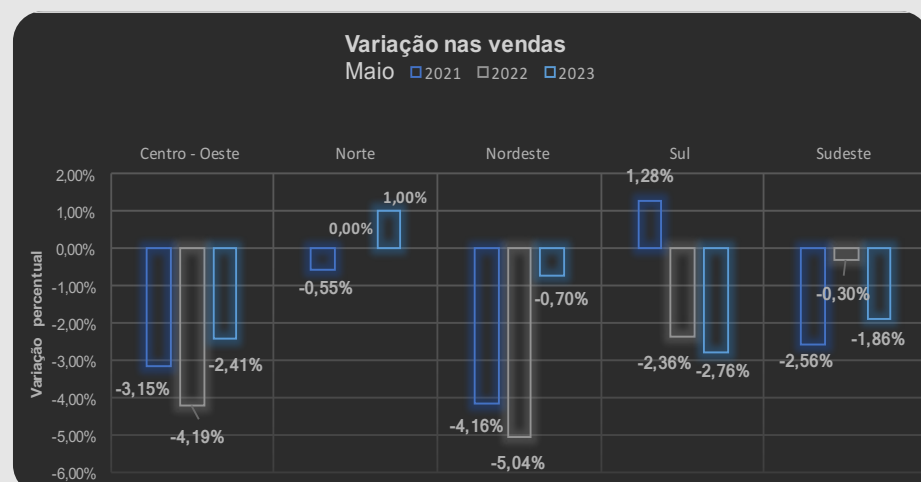
A nova edição da pesquisa VIES – Variação nos Índices e Estatísticas, produzida a partir dos dados apurados pelos estudos semanais **MAPA** - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e **ONDA** - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços realizados pelo After.Lab, a empresa de inteligência de mercado com foco no Aftermarket Automotivo, traz o comparativo do desempenho das lojas de autopeças entre os meses de junho dos anos de 2021, 2022 e 2023. Os gráficos revelam que em relação ao ano passado, os quatro indicadores apresentaram índices mais favoráveis. Em 2023, vendas, compras, abastecimento e preços mostraram mais estabilidade do que nos dois anos anteriores. Na pesquisa **MAPA**, os gráficos abaixo mostram que a média nacional das vendas continuou negativa no mês: -1,74%. Na comparação com junho de 2022 houve melhora, pois ano passado a queda registrada havia sido de -1,87%.

A reposição dos estoques também apontou melhora, ainda que o resultado final tenha sido negativo: -2,32%. Apesar do resultado negativo, ainda houve ganho na comparação com as compras registradas em 2022: -3,23%. No que se refere aos dados apurados pela pesquisa **ONDA**, o abastecimento do varejo continua sinalizado quebra: -6,34%. Apesar do resultado negativo, ainda houve bom ganho na comparação com a variação registrada ano passado: -11,46%. Finalmente, o histórico de alta nos preços foi mantido, com expansão média de 2,87%, outro resultado melhor do que o registrado no ano anterior, que viu os preços avançarem 5,14%. Acompanhe nos gráficos também os resultados regionais das vendas, compras, abastecimento e preços e compare o desempenho das lojas de autopeças em 2021, 2022 e 2023 nos meses de junho. E, semanalmente nas plataformas digitais do Novo Varejo Automotivo, todos os resultados atualizados das pesquisas **MAPA** e **ONDA**.

MAPA NACIONAL



REGIONAL



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.

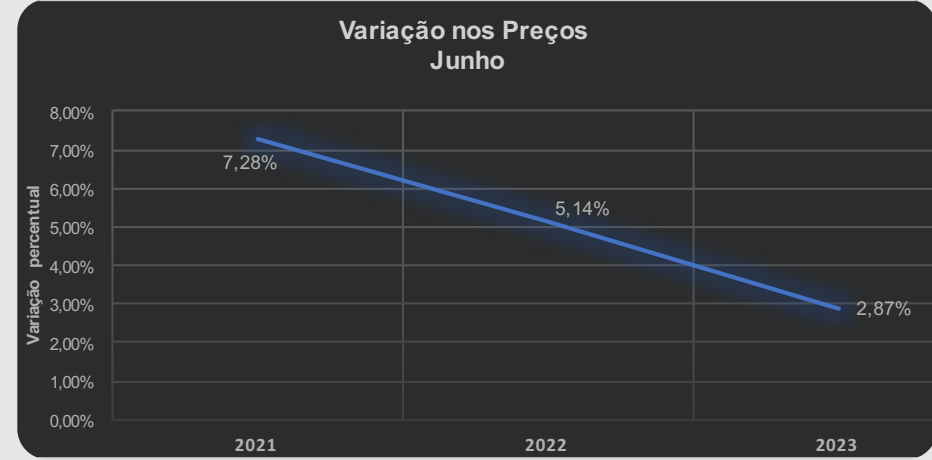
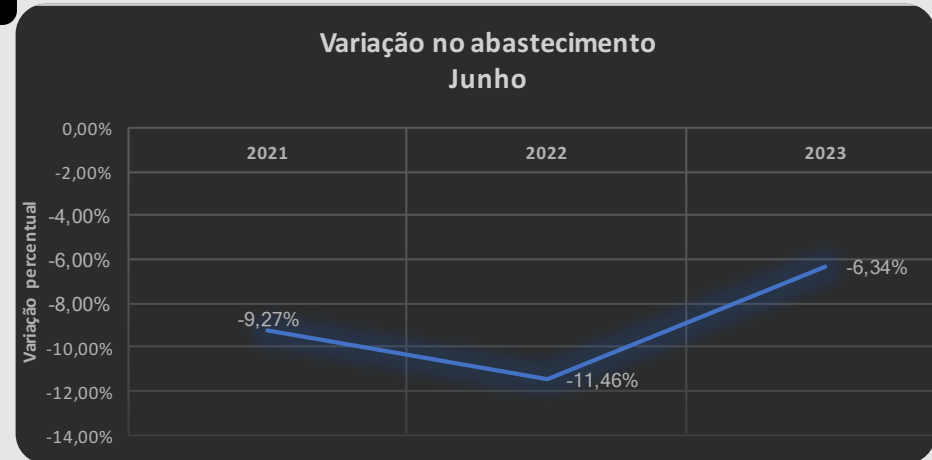
Mais que o discurso, vemos, pensamos e agimos por um mundo com mais autonomia e sustentabilidade, viabilizando o crescimento da eletromobilidade e de veículos autônomos.

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.

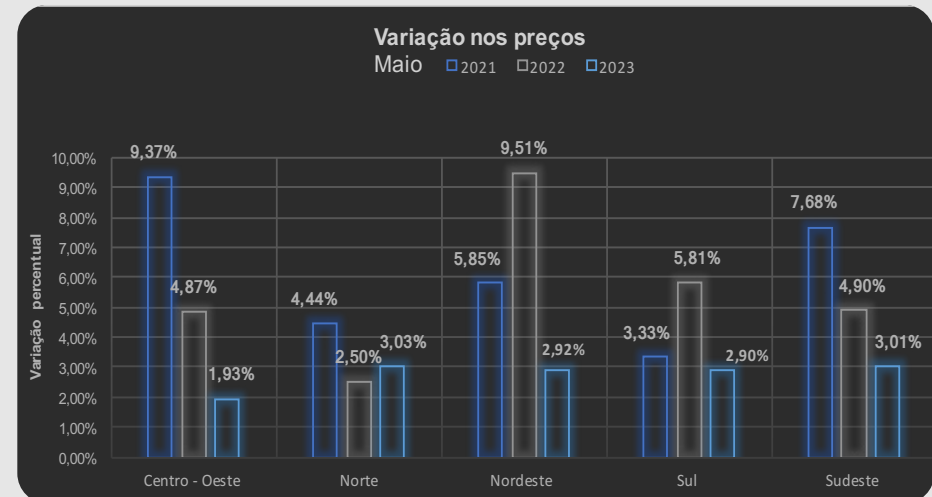
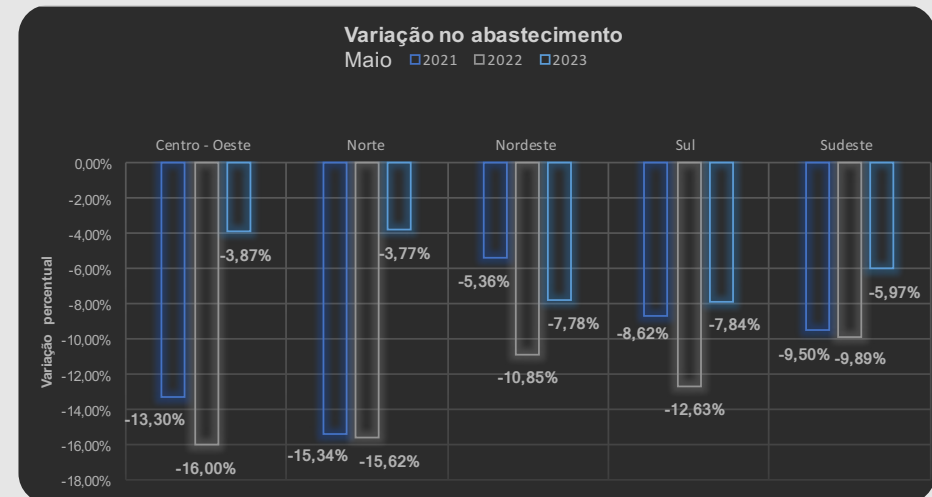


zf.com.br

ONDA NACIONAL



REGIONAL



O MAIOR ACERVO DE INFORMAÇÃO DO SEGMENTO EMPRESARIAL DA REPARAÇÃO

MAIS AUTOMOTIVE

WWW.MAISAUTOMOTIVE.COM.BR

YouTube | LinkedIn | Facebook | Instagram

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**

Oficinas referenciadas endossam qualidade das autopeças recebidas das seguradoras

Reparadores, porém, se queixam dos produtos advindos das chamadas associações de benefícios

No final do mês de junho, uma reportagem veiculada pelo Jornal da Band, da Band TV, denunciou que seguradoras brasileiras estavam, supostamente, enviando autopeças paralelas e até usadas para que as oficinas fizessem o reparo dos veículos de seus segurados. Na ocasião, esta prática foi denunciada como uma atividade fraudulenta e capaz de colocar os consumidores em risco. É bom lembrar que os reparos de colisão não necessariamente envolvem apenas latarias e acessórios – como faróis, para-choques e grades, por exemplo. Dependendo do impacto, diferentes itens mecânicos podem ser comprometidos e exigir substituição, como radiadores e componentes de suspensão. Diante da sensibilidade do tema e sua relevância para o aftermarket, bem como para temas como o Direito do Consumidor e a segurança das vias, nos propusemos a mergulhar nas regras que regem o mercado das seguradoras de automóveis no país e investigar, junto a reparadores devidamente referenciados, como andam as práticas atuais nesta relação seguro-oficina. O início do entendimento do contexto atual deve invariavelmente passar por agosto de 2019, data em que a SUSEP (Superintendência

de Seguros Privados) alterou a regra que obrigava as seguradoras a utilizarem peças originais durante o processo de reparo. A mudança, feita sob a justificativa de estimular o segmento e tornar os planos mais acessíveis para diferentes perfis de consumidores, passou a liberar – além da peça original – também o uso das chamadas peças genéricas – ou, para muitos, paralelas – estendendo a permissão até mesmo para produtos usados, a depender da ocasião. Para além das razões ancoradas no ponto de vista pragmático de mercado, a nova orientação da SUSEP teve como base legal o artigo 21 do Código de Defesa do Consumidor, que afirma: “*no fornecimento de serviços que tenham por objetivo a reparação de qualquer produto considerar-se-á implícita a obrigação do fornecedor de empregar componentes de reposição originais adequados e novos, ou que mantenham as especificações técnicas do fabricante, salvo, quanto a estes últimos, autorização em contrário do consumidor*”. Vale ressaltar, no entanto, que esta nova prerrogativa não veio sem um ponto importante: a obrigatoriedade de informar o dono do veículo sobre a peça utilizada para fazer o reparo a partir da disponibilização do orçamento de compra das autopeças.

No idioma das seguradoras, você sabe as diferenças entre peças genuínas, originais e genéricas?

Para compreender a abrangência da medida adotada pela SUSEP em 2019, é necessário conhecer os elementos que diferenciam as autopeças classificadas como genuínas, originais ou genéricas. Veja abaixo cada uma dessas definições:

Genuínas - Seguem as mesmas especificações e características técnicas exigidas para a peça utilizada na linha de montagem do veículo. Elas são apresentadas exclusivamente na embalagem da montadora, e sua comercialização ocorre somente nas redes de concessionárias autorizadas.

Originais - Substitutas das peças genuínas, são fornecidas sem o logo da montadora, mas são, geralmente, produzidas com as mesmas especificações e qualidade das peças recomendadas pelo fabricante. Apesar de confiáveis ao serem submetidas a um bom controle de qualidade, tendem ser mais baratas do que as peças originais.

Genéricas - Também conhecidas como peças alternativas ou paralelas, são feitas por empresas que desenvolvem os equipamentos para produzi-las. Este segmento de mercado de fabricação de peças conta geralmente com fabricantes que têm acesso ao projeto da peça original. Diferente das originais, no entanto, elas não são homologadas pelo fabricante e não contam com uma uniformidade no padrão de qualidade de produção – de modo que cada ‘produtor’ acaba utilizando o modo mais conveniente à sua realidade. É a opção mais barata entre os três modelos apresentados.

Fonte: Conteúdo elaborado com o apoio de informações do CESVI Brasil



Oficinas referenciadas afirmam que, apesar de estarem autorizadas, seguradoras não têm recorrido às autopeças genéricas

Você já deve ter ouvido falar no ditado que afirma “tudo me é permitido, mas nem tudo me convém”. Pois bem, usada geralmente para cenários religiosos, a máxima se aplica também à atual relação das seguradoras do país com a orientação dada pela SUSEP em 2019. Questionamos três oficinas referenciadas, de diferentes localidades do país, sobre o modus operandi de Porto Seguro, Allianz Seguros e Bradesco Seguro – empresas líderes no segmento – nos momentos em que há necessidade de reparo após uma colisão. Em unanimidade, todas elas destacaram: as seguradoras trabalham apenas com peças genuínas e originais. Diretor da Auto Cesar, do Rio de Janeiro, Claudio Lucas Ribeiro afirmou que sua oficina não recebe autopeças genéricas das seguradoras e acrescentou que invariavelmente os produtos fornecidos são de boa qualidade. Segundo ele, o fato desta prática estar disseminada no mercado faz com que o debate sobre a qualidade dos produtos não deva ser o foco das abordagens que buscam tornar mais eficiente a parceria oficinas-seguradoras, já que existem problemas reais e recorrentes a serem solucionados. *“O problema não está na qualidade das peças fornecidas, mas no fornecimento delas em si. As oficinas ficam reféns do fornecimento e perdem a lucratividade desse comércio. Mas, ainda assim, respondemos solidariamente às seguradoras nas ações judiciais quando há demora na chegada das peças”,* relatou Ribeiro. Na mesma linha que o colega, a funcionária do departamento de orçamentos da oficina gaúcha Prima Linea, Alice Guimarães, conta que, a despeito da liberação da SUSEP, as seguradoras com as quais trabalha atuam, por contrato, apenas com peças genuínas e originais. Ela acrescenta, porém, que esta dinâmica não elimina problemas

em ocasiões esporádicas que, segundo ela, são compreensíveis. *“Algumas peças, por conta de um armazenamento incorreto, chegam com alguns defeitos, como amassados e arranhões, mas essas são recusadas no momento da conferência. Na grande maioria, as peças estão em perfeito estado, de excelente qualidade”,* relatou Alice, antes de quantificar o prazo médio para o recebimento destes produtos advindos de seus parceiros. *“Quanto ao prazo, isso varia muito. Depende de qual tipo de peça e montadora, peças de giro normalmente estão disponíveis a pronta entrega, com 2 a 3 dias chegam para a gente, no caso de serem pedidas de fábrica demora em torno de 7 a 10 dias. Algumas montadoras como Peugeot e Renault costumam fugir dessa regra, demoram em torno de 15 dias”.* Em meio aos relatos positivos, porém, uma oficina sediada na zona norte da capital paulista, referenciada por empresas como a Porto Seguro, enfatizou um ponto sensível a ser considerado pelos colegas reparadores: a necessidade de se diferenciar as chamadas ‘associações de benefício’ das seguradoras. Segundo o porta-voz desta empresa, que preferiu não se identificar, as primeiras tendem a priorizar a economia de custos na compra das peças e não raramente recorrem às chamadas ‘paralelas’ que, de acordo com o relato, ‘nem sempre são de boa qualidade’. A queixa da oficina, aliás, foi reforçada por Claudio Ribeiro, da Auto Cesar, que chamou a atenção não apenas para a abordagem de priorizar a economia de custos por meio das peças genéricas adotada pelas associações de benefício e os problemas não tão pontuais advindos desta postura. Segundo ele, estas empresas também têm por hábito estipular a aplicação de peças usadas em contrato. *“Estas peças, na verdade, são às vezes bastante ruins”,* afirmou o diretor da reparadora carioca.

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





Exercício irregular da atividade seguradora existe e tecnicamente conhecido como 'mercado marginal dos seguros'

Associações e seguradoras têm diferenças sensíveis

O relato das oficinas sobre as diferenças de abordagem entre associações e seguradoras lança uma lupa sobre a necessidade de diferenciação clara entre ambas as modalidades de proteção veicular. Em geral, as associações normalmente funcionam por meio de uma rede de benefícios e—como o nome já diz—se organiza por meio de um grupo de pessoas que compartilham as despesas que podem acontecer em diferentes situações, como roubo, furto ou colisões de veículos. Vale pontuar que, embora esta estrutura seja permitida tanto pela Constituição Federal quanto pelo Código Civil, as organizações desta natureza não possuem regulamentação junto à SUSEP, órgão ligado ao Ministério da Fazenda responsável pela autorização, controle e fiscalização dos mercados de seguros. De acordo com o advogado Artur dos Santos Sousa, esta falta de regulamentação traz um risco importante sob o ponto de vista técnico da reparação. *“Como essas associações e cooperativas não estão autorizadas pela SUSEP a comercializar seguros, não há qualquer tipo de acompanhamento técnico de suas operações”*, apontou Sousa. Para além da qualidade da reparação em si, o advogado acrescentou pontos sensíveis sobre possíveis danos destas organizações para a sociedade civil como um todo. Ele explica que, ao assinar o contrato de proteção veicular, o dono do veículo a ser “segurado” se torna um membro daquela associação e faz parte da “vaquinha” ou rateio para pagar o conserto dos veículos

envolvidos em eventuais sinistros. *“É importante estabelecer que as associações de proteção veicular realizam o exercício irregular da atividade seguradora, o que é inclusive tecnicamente conhecido como ‘mercado marginal dos seguros’”*, acrescentou Sousa, antes de finalizar: *“A única forma legal dessas associações e cooperativas atuarem é como estipulantes de contratos de seguros, ou seja, contratando apólices coletivas de seguros junto a sociedades seguradoras devidamente autorizadas pela SUSEP, passando a representar seus associados e cooperados como legítimos segurados”*.



Advogado Artur dos Santos Sousa alerta para os riscos da contratação de associações e cooperativas não autorizadas pela SUSEP

Principais diferenças entre seguradoras e associações

Regulamentação - Somente as seguradoras têm regulamentação junto à Superintendência de Seguros Privados.

Apólice - As seguradoras emitem apólice detalhando seus direitos e deveres, assim como os dos associados. Já as associações não emitem este documento.

Pagamento - No caso das seguradoras a indenização deve ser realizada em até 30 dias conforme a lei. Já no âmbito das associações, este prazo irá depender do valor disponível em caixa.

COBRA
AUTOMOTIVA

**QUEM CONHECE,
COMPRA!**



ATENDIMENTO
ESPECIALIZADO



ENTREGA
RÁPIDA



RETIRA EM ATÉ
15 MINUTOS



PRESENÇA
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](https://www.instagram.com/cobraautomotiva)  sac@cobrarolamentos.com.br

MARCA DISTRIBUÍDA COM EXCLUSIVIDADE PELA COBRA ROLAMENTOS E AUTOPEÇAS

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



Empresa realiza processo de remanufatura em 20 unidades espalhadas pelo planeta

Remanufatura e digitalização: ZF detalha esforços para se adequar ao novo momento do aftermarket automotivo

Em evento global, a empresa alemã explicou como pretende se tornar totalmente neutra para o clima até 2040

Um dos maiores fabricantes de sistemas e autopeças do planeta, a ZF realizou, no último dia 6 de julho, uma apresentação para os jornalistas brasileiros sobre seus planos para se tornar uma empresa totalmente neutra para o clima até 2040. O evento, conduzido de maneira 100% remota, teve como objetivo mostrar aos participantes as ações da transnacional alemã em dois pilares específicos: a intensificação de suas atividades de remanufatura e a digitalização de seus processos junto à cadeia do aftermarket. Um dos principais focos da ZF em seus apontamentos a respeito do primeiro foi o de esclarecer o conceito de remanufatura, à medida que o termo ainda provoca dúvidas e é alvo de um certo preconceito entre players de determinados países. Neste sentido, a apresentação apontou que as peças remanufaturadas se diferenciam por completo das chamadas 'usadas' pelo fato de serem submetidas a um processo industrial que, envolvendo etapas como limpeza, fresagem, retificação e usinagem, permitem que estes componentes tenham o mesmo desempenho, geometria e garantia de uma peça nova. "O usuário pode confiar na qualidade e no desempenho do componente, pois nos processos industriais empregados pela ZF, as peças são sempre atualizadas para o seu status de série, testadas de acordo com as rígidas diretrizes do equipamento original e acompanhadas pelo mesmo período de garantia que nossos produtos novos", afirmou Tomasz Galazka, diretor de Estratégia de Remanufatura e Desenvolvimento de Negócios da empresa. Ancorada nesta premissa, a ZF apresentou números de sua atuação na área, descrevendo seu portfólio que inclui mais de 5,5 mil peças diferentes remanufaturadas nas 20 unidades da ZF em todo o mundo e que contém desde pinças de freio e sistemas de

direção até transmissões automáticas. Segundo a empresa, aliás, esta capilaridade para remanufaturar componentes em diferentes localidades do globo é fundamental para que sua estratégia de economia circular se dissemine nos diferentes lugares em que atua. Isso porque autopeças desta natureza estão sujeitas a certas restrições de exportação e importação, de modo que é preciso que a produção seja feita "no maior número possível de regiões". "Por meio dessas atividades, o Grupo ZF conseguiu evitar a emissão de CO₂ equivalente a mais de 32 mil toneladas, em comparação com a produção de peças novas em 2022", afirmou a empresa em material de apoio distribuído aos presentes do encontro.



Galazka destaca qualidade dos processos de remanufatura



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.



Google Play



App Store



MOBENSANI BORRACHAS
www.mobensani.com.br



Entre outros benefícios, processos digitais garantem produção mais eficiente e limpa

Digitalização e operação data-driven são outros destaques do evento

Além de salientar a importância da economia circular para minimizar os impactos ambientais da cadeia da reposição automotiva, a ZF afirmou que a utilização cada vez maior das ferramentas digitais é a chave para uma produção mais eficiente e, por consequência, mais limpa. Para exemplificar esta dinâmica, a empresa destacou exemplos práticos de formas em que a fabricação digitalizada pode minimizar o desperdício de energia.

“A digitalização permite: gerenciamento de ar comprimido e desligamento; redução de temperaturas de lavagem; gerenciamento automático de carga; controle baseado em necessidades de sistemas técnicos de construção e grandes consumidores, como prensas e máquinas-ferramentas; substituição de processos baseados em gás, como endurecimento; além de sistemas avançados para manutenção preventiva das linhas de produção. Em 2023, a ZF Aftermarket está reduzindo seu uso de energia em cerca de 6% em escala global por meio da melhoria dos processos, automação e mudança das fontes de energia – por exemplo, utilizando painéis solares”. Além de fundamental durante o processo de produção, a digitalização é, segundo a ZF, de suma importância nas etapas posteriores. Neste sentido, a empresa afirmou que a previsão avançada e as

ferramentas digitais de Planejamento de Vendas, Estoque e Operações (SIOP) melhoram a qualidade do estoque, reduzem as entregas expressas, a produção desnecessária e o desperdício de recursos. Para tanto, a ZF aposta na captura de um alto volume de dados a partir de 5 milhões de pontos espalhados em sua cadeia de suprimentos, reunindo-os a fim de criar uma fonte única a partir da qual a equipe responsável possa convertê-los em insights de sinais em tempo real.

“Com visibilidade em tempo real do atendimento de pedidos, do status do estoque e das atualizações de remessa, a logística digital proporciona uma melhor experiência ao cliente e, ao mesmo tempo, permitirá processos mais eficientes internamente”, explicou a empresa. Diretor de Excelência em Operações Globais, Everton da Silva detalhou o impacto da digitalização destes processos ao explicar o conceito chamado internamente de Best in Class. Segundo ele, prever com precisão a demanda do cliente usando aprendizado de máquina e análise preditiva permite que a ZF coloque as mercadorias mais perto de seus clientes, reduzindo o tempo de entrega e as emissões de carbono, o que desemboca na diminuição das milhas percorridas e dos custos operacionais.

Novos tempos exigem novas mentalidades

Ao discutir o caráter cada vez mais central da inovação para um aftermarket mais sustentável, a ZF salientou que o novo momento do setor tem demandado soluções criativas do setor de Recursos Humanos das empresas. Estrategista do RH da empresa alemã, Stefanie Bohnet afirmou que o fato de estarem em uma indústria em transformação exige das organizações esforços que abranjam desde o treinamento e uma espécie de reprogramação mental das pessoas que já fazem parte de seu núcleo de colaboradores até a ‘sedução’ de uma mão de obra que não necessariamente se interessa pela reposição automotiva à primeira vista.

“Cada vez mais, é preciso contar com pessoas que gostam de olhar para o notebook tanto quanto gostam de olhar para o motor. Isso faz com que tenhamos de nos afastar, em termos de cultura, do antigo modelo do aftermarket”, resumiu Bohnet, antes de explicar os desafios de se atrair profissionais com este perfil. *“Isso nos coloca em competição direta com outras indústrias, como o setor de tecnologia e as startups, e nos exige entender que alguns fatores como horários flexíveis e salários compostos por benefícios diversos e criativos são chave para atrair profissionais digitais em busca de emprego”.*

AutoNor

FEIRA DE TECNOLOGIA AUTOMOTIVA DO NORDESTE

13 A 16
SETEMBRO
2023

CENTRO DE CONVENÇÕES
DE PERNAMBUCÓ
RECIFE-PE

PÚBLICO
+45 mil

+800
marcas

+18mil
m² de área

REALIZAÇÃO E PROMOÇÃO:

AutoNor

EMPREENDIMENTOS

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

www.autonor.com.br
feiraautonor



Reforma foi aprovada em primeiro turno pela Câmara

Apesar dos avanços, Reforma Tributária precisa de ajustes no Senado

Questões como a isenção de produtos da cesta básica foram resolvidas, mas a possibilidade de aumento da carga de tributos sobre o setor que mais emprega permanece

A próxima etapa da Reforma Tributária — a votação no Senado Federal após a aprovação na Câmara dos Deputados, será fundamental para inserir a proposta em um debate mais amplo com a sociedade e, principalmente, com as empresas. Esse continuará sendo o esforço da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP). Nos últimos momentos da tramitação, o texto passou por alterações substanciais que, apesar de contemplar alguns pontos positivos, ainda necessita de alterações para evitar que setores importantes sejam prejudicados com o aumento do custo para conformidade fiscal. Dentre os pontos positivos, a FecomercioSP percebe, por exemplo, a inserção de segmentos do setor de serviços na lista

de alíquotas diferenciadas (reduzidas em até 60%) dos dois novos tributos: o IBS e o CBS. Foram incluídas as atividades jornalísticas, culturais e audiovisuais nacionais, além de outros pontos, demonstrando que a agenda da Entidade foi atendida de forma parcial. Contudo, para a FecomercioSP, a Reforma Tributária ainda não resolveu outros pontos impactantes à economia, qual seja, o iminente aumento de carga tributária para os segmentos do setor de serviço não contemplados pelas alíquotas diferenciadas, a limitação da transferência de crédito do Simples Nacional e o longo período de transição, em que os contribuintes deverão arcar com obrigações de dois sistemas tributários simultâneos. Nesse sentido, a Entidade mantém a percepção de que, se a ideia

Avanços

da PEC de prever uma tributação diferenciada tenha como objetivo evitar o sufocamento do setor de serviços, esse tratamento deveria ser estendido aos demais segmentos que o integram a fim de que não acabem suportando a elevação da tributação, em detrimento daqueles que recebem tratamento diferenciado. Assim, o dilema permanece. Da mesma forma, a inclusão de alguns segmentos produtivos na lista de atividades com regimes específicos de tributação — como sociedades cooperativas e, principalmente, serviços de hotelaria e parques temáticos, entre outros — marca a preocupação dos parlamentares com o aumento de impostos. Fica visível, nesse escopo, os impactos ao setor do turismo, que ainda se recupera das perdas da pandemia. Ainda que não contemple em sua integralidade o setor mais importante da economia (os serviços), esses ajustes mostram que houve avanços — e que estes devem continuar durante a tramitação no Senado. Tão positiva quanto foi a concessão de crédito presumido para contribuintes fundamentais à agenda ambiental, como os que

consomem produtos destinados à reciclagem ou que fazem parte da Logística Reversa (LR). Trata-se de uma consideração significativa para a pauta que, desde já, é uma das prioritárias ao País. Da mesma forma, a isenção de produtos da cesta básica, inserida no texto às vésperas da votação, é vista com bons olhos, o que vale também para a transferência de crédito dos tributos pagos no regime diferenciado. A Federação e os sindicatos filiados seguem, agora, acompanhando os trâmites no Senado Federal, mais do que nunca contrários a qualquer proposta que possa aumentar a carga tributária e favoráveis a uma reforma que avance em direção à simplificação, à modernização e à desburocratização do sistema tributário brasileiro. A legislação atual, fruto de debates há três décadas, penaliza o empresariado e prejudica o ambiente de negócios nacional. Entretanto, é importante que essa mudança aconteça preservando os pilares da economia do Brasil, e não os enfraqueça.

Para a FecomercioSP e seus filiados, três pontos são fundamentais para a aprovação da Reforma Tributária:

- 1) Redução (ou, ao menos, manutenção) da carga tributária setorial, uma vez que os contribuintes já suportam elevadíssima tributação;
- 2) Simplificação do sistema tributário, mediante a adoção de legislação nacional do ICMS e do ISS, com tributação no destino e cadastro e nota fiscal unificados, além de eliminação de obrigações acessórias em duplicidade — ocasionando a consequente redução do elevado custo de conformidade fiscal — e extinção das multas abusivas e desproporcionais;
- 3) Segurança jurídica, com a manutenção das terminologias já adotadas e consagradas, cujos limites e conceitos levaram anos para serem consolidados pela jurisprudência.

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

A falta desses componentes vem comprometendo a produção global de veículos



#vocêmaisconectado

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

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

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

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

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

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

semicondutores são amplamente utilizados.

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

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

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

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

Sobre a DPK

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

Livia Barreto é diretora de Marketing da Dinamize

E-mail marketing: comportamento do usuário em foco

Campanhas de e-mail marketing são essenciais para fortalecer o relacionamento com leads e clientes. Essa ferramenta pode ser uma ótima aliada quando falamos em CRM (Customer Relationship Management), um sistema que permite registrar e organizar todos os pontos de contato que um consumidor tem com o vendedor de uma empresa. A tecnologia faz parte da rotina de praticamente todas as pessoas, e os e-mails têm um importante papel nesse processo. O e-mail marketing é fundamental para distribuir conteúdo relevante para os usuários. Com a criação de uma sequência de e-mails personalizados, é possível levar o cliente de um estágio de descoberta do seu produto ou serviço até a decisão de compra. Mas, quando se trata de pessoas que já têm um relacionamento com a marca, também existem diversas vantagens possibilitadas por esse recurso. Confira alguns tipos de mensagens que podem ser enviadas com base no comportamento do usuário, garantindo resultados cada vez mais assertivos.

Boas-vindas e engajamento: desejar boas-vindas para um lead que acaba de chegar à sua base é o começo de um relacionamento de sucesso. Essa mensagem pode ser direcionada para novos contatos ou então para aqueles que acabaram de realizar uma compra. É importante criar um gatilho para que os novos leads avancem no funil de forma natural, sem forçar uma venda.

Produtos recomendados: depois de estabelecer as primeiras comunicações por e-mail com os novos contatos, é hora de analisar o que interessa a cara um deles para vender mais. Com uma plataforma de automação de marketing integrada ao seu site,

você consegue estruturar automações com base nas páginas navegadas por cada pessoa e oferecer os itens certos para eles.

Recuperação de vendas: outra possibilidade é o envio de lembretes para aqueles que deixaram produtos esquecidos no carrinho de compras, por exemplo, para incentivar o engajamento e garantir que o contato com a marca não acabe ali. Muitos e-commerces acabam perdendo vendas por não contar com este tipo de automação.

Retenção: diversas mensagens podem ser utilizadas como forma de reter clientes e dar continuidade ao relacionamento com a marca. Um exemplo são os e-mails enviados em datas comemorativas, como aniversário do usuário, de modo a valorizar aquela pessoa. Mensagens que retomam o contato, como e-mails sinalizando que a pessoa está há muito tempo sem comprar daquela marca também funcionam bem para essa finalidade. Por isso, é imprescindível ficar de olho nessas informações.

Atenção às métricas!: É importante estar atento às taxas de clique e de abertura de e-mail. É necessário medir a taxa de abertura, que mostra o percentual de pessoas que abriram determinado e-mail sobre o volume que recebeu aquela mensagem. A taxa de cliques, por outro lado, representa o percentual de pessoas que clicaram em determinado link do e-mail enviado sobre o número de todos que receberam a mensagem. Acompanhar esse percentual ajuda a identificar o nível de engajamento da sua base de leads. Com esses dados, será possível desenhar um planejamento de campanhas de e-mail marketing cada vez mais adequado.

Venha fazer parte do Aftermarket Automotivo Comunidade no Whatsapp!

Por aqui você terá acesso a notícias e informações em tempo real, direto das redações do Novo Varejo Automotivo, Mais Automotivo e A.TV.

Nossa comunidade é focada em compartilhar as informações mais quentes e relevantes sobre o mercado de reposição brasileiro.

Buscamos sempre estar um passo à frente ao trazer análises abrangentes e precisas sobre novidades e tendências do setor, fornecendo insights valiosos para que você possa tomar decisões bem informado(a).

Juntos, construiremos uma comunidade vibrante na qual o conhecimento é valorizado e o aprendizado é constante.

Como curadores de conteúdo e administradores da comunidade, nos comprometemos a utilizar os recursos de privacidade para proteger todos os dados dos participantes.

Clique no botão e junte-se a nós:

[Entrar na comunidade](#)



Controil lança reparos de vedação pinça para veículos de várias marcas

A Controil amplia portfólio de produtos, apresentando novos reparos de vedação pinça 54 mm, 38 mm e 60 mm para veículos da linha leve das montadoras. O reparo de vedação pinça 54 mm com código C-1511 atende o veículo Renault Duster, a partir de 2012. Já o C-1512 é indicado para o modelo Honda Civic, de 2006 a 2016, enquanto o C-1514 é dirigido ao Chevrolet Onix, a partir de 2019 e o C-1518, ao Volkswagen Polo, a partir de 2017. Para o modelo da Volkswagen também há o reparo de vedação pinça 38 mm, com código C-1513. O item C-1516, reparo de vedação pinça 60 mm, atende os modelos Jeep Renegade, a partir de 2015, Jeep Compass, a partir de 2016, e o veículo Fiat Toro, a partir de 2015.

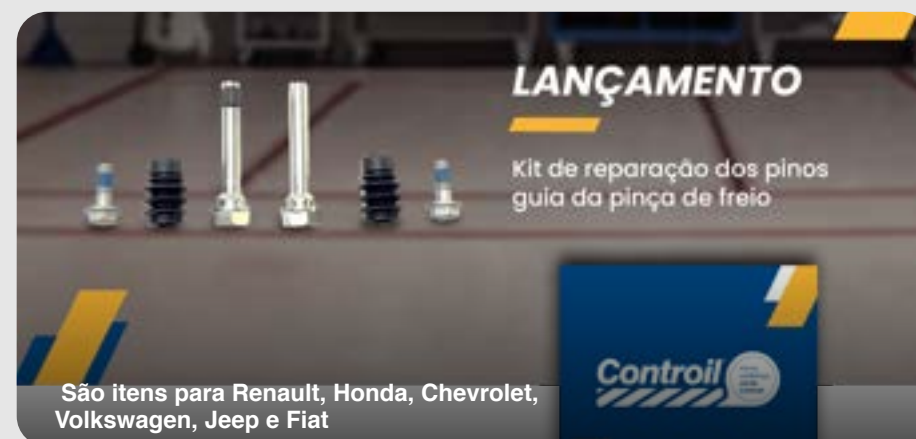


Foto: Divulgação

Magneti Marelli oferece fluido de radiador para veículos leves e pesados



Uma das linhas que mais cresce na extensa gama de produtos Magneti Marelli, a linha térmica automotiva da marca também oferece ao mercado de reposição fluidos para radiadores de veículos leves e pesados desenvolvidos com a mais alta tecnologia disponível na atualidade. Ao todo são sete produtos: dois anticorrosivos com inibidores inorgânicos e cinco aditivos à base de glicol com inibidores orgânicos, sendo quatro na versão concentrada e um na versão pronta para uso. Comercializados apenas nas versões concentradas, os fluidos anticorrosivos foram desenvolvidos para evitar corrosão e cavitação nos sistemas de arrefecimento de veículos leves movidos à gasolina, álcool e GNV.

Foto: Divulgação

ZF Aftermarket expande linha pesados com amortecedor de ônibus SACHS

O novo amortecedor de ônibus 317 308:019 foi desenvolvido para aplicação em ônibus Mercedes-Benz

A ZF Aftermarket amplia sua atual cobertura para linha de veículos pesados e lança no mercado de reposição o amortecedor para aplicação em ônibus 317 308:019 Mercedes-Benz. O componente tem aplicação no chassi O 500 M/U (suspensão pneumática) da montadora alemã.

Eaton amplia portfólio com sincronizadores, eixos e engrenagens para a reposição

A EAP - Eaton Aftermarket Parts anuncia a ampliação do portfólio de sincronizadores, eixos e engrenagens para o mercado de reposição automotiva. No total, chegarão às prateleiras 56 novos itens que têm aplicações em câmbios manuais de ônibus e caminhões e atendem mais de 150 modelos de veículos da frota circulante da Volkswagen Caminhões e Ônibus, Mercedes-Benz, Iveco, General Motors, Agrale e Ford. Atualmente, a EAP é composta por mais de 350 componentes para aplicações veiculares, entre eles atuadores de embreagem, rolamentos para eixos e transmissões, cabos de engate e seleção, barras e terminais, sensores e interruptores. Com a extensão do portfólio serão mais de 430 itens no mercado.

Foto: Divulgação



Niterra apresenta nova linha de sensores TPS

A Niterra, multinacional japonesa detentora das marcas NGK e NTK e especialista em componentes para sistemas de ignição, amplia seu portfólio de sensores com a nova linha de modelos TPS – também conhecidos como sensores de posição da borboleta – comercializada pela NTK. O sensor TPS é responsável por apontar a posição angular da borboleta compartilhando a informação de aceleração com o módulo de injeção. Em veículos mais antigos, há um cabo que liga o pedal do acelerador a borboleta de aceleração, já os modelos atuais possuem um controle de abertura totalmente eletrônico, desconsiderando o cabo do acelerador. A maioria dos sensores é fabricada com uma tecnologia conhecida como potenciômetro de pista resistiva, que se desloca em uma pista de resistência. Em decorrência desse movimento, o modelo sofre desgastes que provocam falhas de funcionamento devido ao desgaste do sensor, oxidação e mau contato. Algumas práticas como lavagem de motores e, principalmente, o uso de produtos químicos podem acelerar esse processo de oxidação do sensor.

Anuncie

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

comercial@novomeio.com.br



Processo de certificação garante qualidade nos serviços e sustentabilidade nos negócios

Sindirepa-SP trabalha, em parceria com IQA, pela certificação de peças e oficinas

Sempre com o compromisso de oferecer serviços que agreguem valor às oficinas independentes, o Sindirepa-SP destaca a importância da qualidade das autopeças no setor de reparação de veículos. Entidade membro do IQA - Instituto da Qualidade Automotiva, responsável por realizar as certificações no setor automotivo baseadas principalmente em regulamentações do Inmetro, que é o órgão que abrange o maior número de produtos com essa exigência no país, o Sindirepa-SP trabalha ativamente no desenvolvimento e na disseminação do processo de qualidade junto às oficinas, participando do conselho e da diretoria. A conquista da certificação envolve um processo rígido, em que um organismo de certificação (papel do IQA) avalia documentações, realiza auditorias nas fábricas e acompanha ensaios laboratoriais específicos para cada tipo de produto seja fabricado no Brasil ou importado. Todo esse fluxo visa proteger a segurança do consumidor, considerando os aspectos ambientais, além de colaborar com um mercado que busca concorrência leal em todos os setores. As autopeças com o selo do Inmetro são a garantia da procedência para o consumidor.

“O processo de certificação de oficinas pelo IQA avalia todo o sistema de gestão nesse segmento, incluindo a compra e procedência das autopeças utilizadas, ou seja, o consumidor que busca uma oficina certificada protege-se do risco de uso indevido de componentes em

seu patrimônio”, explica Alexandre Xavier, superintendente do IQA. Alexandre acrescenta também que todo esse fluxo visa proteger a segurança do consumidor, considera os aspectos ambientais e colabora com um mercado que busca concorrência leal em todos os setores. Como nem todas as autopeças são regulamentadas foi criado um novo Comitê Técnico de Infraestrutura da Qualidade que foi estruturado para suportar o Ministério de Desenvolvimento da Indústria e Comércio, que integra agências reguladoras, como o IQA, visando avaliar as regulamentações existentes, e o que precisa ser ampliado, reduzido, modificado em todos os setores produtivos para os próximos anos. O IQA ainda conta com Programa de Incentivo à Qualidade (PIQ), também em parceria com o Sindirepa-SP, para qualificação e certificação das oficinas. “Esse trabalho consiste em aprimorar gestão, processos e serviços a fim de otimizar, garantir melhores resultados e a realização de serviços de qualidade aos consumidores”, afirma Antonio Fiola, presidente do Sindirepa-SP. Segundo Fiola, a qualidade permeia em todas as áreas do setor de reparação de veículos, pois a manutenção de veículo está diretamente ligada à segurança no trânsito e envolve toda a cadeia produtiva, começando pelos fabricantes passando pelos distribuidores e varejos até chegar nas mais de 118 mil oficinas independentes em todo Brasil, responsáveis por 80% da manutenção da frota circulante de veículos.

O PROFISSIONAL que ajuda a mover o país!



Online e gratuito, EAD tem 7 módulos voltados para motores a combustão interna

Empresas apoiam programa de capacitação profissional do CONAREM

Criado pelo Conarem - Conselho Nacional de Retíficas de Motores, em parceria com o SENAI-SP, o curso EAD de retificação de motores, que já tem mais de 30 mil inscritos em todo o país, oferece oportunidades de trabalho no setor carente por renovação de mão de obra. *“O EAD de retificação de motores é fundamental para auxiliar na capacitação de novos profissionais no setor, bem como na reciclagem de colaboradores de nossas empresas e suprir a escassez de mão de obra do nosso mercado”,* afirma José Arnaldo Laguna, presidente do CONAREM, para quem a iniciativa abre portas para a capacitação profissional do setor de retíficas em larga escala em todo o Brasil e já possui mais de 30 mil inscritos. O programa inédito garante a renovação de profissionais no setor de retíficas e gera oportunidades de empregos, uma vez que é criado o banco de talentos para que empresas de todo o país possam selecionar novos colaboradores capacitados. Laguna destaca ainda que todo esse trabalho integrado tem o reconhecimento e apoio de empresas do setor por suprir uma carência de falta mão de obra qualificada nas retíficas. *“O apoio desses fabricantes e fornecedores do setor automotivo foi essencial para garantir o sucesso desta iniciativa do Conarem”,* comenta.

Atualmente, são oito empresas ligadas ao setor automotivo que patrocinam uma ampla campanha de marketing direcionada à divulgar o EAD SENAI: Actioil, fabricante de soluções para proteção de motores a diesel, gasolina, etanol e no tratamento de tanques de armazenagem; Kolbenschmidt (KS), que fornece componentes motor, como anéis, bielas, bronzinas, pistões, válvulas, entre outros; Mahle, que conta com diversos segmentos de negócios, entre eles, componentes motor, filtragem e gerenciamento térmico; MWM, fabricante de motores diesel e geradores; Riomaq, empresa especializada na fabricação de máquinas para retífica de motores; Rio (Riosulense), que desenvolve guias e sedes de válvulas, eixos de comando, tuchos, pistões, válvulas, bronzinas entre outras; Sabó, que produz retentores, juntas e sistemas de vedação; e Takao, que fornece bombas de água e de óleo, bronzinas, juntas, pistões, entre outras. Para acessar a página do EAD com os sete cursos online gratuitos do SENAI-SP, os retificadores devem entrar no link: <https://online.sp.senai.br/institucional/3722/3840/cursos-gratuitos>.

Em breve serão lançados cinco novos cursos de montagem de motores da linha leve, todos gratuitos.

Foto: Divulgação



Foram 6,5 milhões de litros faturados

Linha de Lubrificantes ALMAX da VWCO atinge recorde de vendas em 2022

A Volkswagen Caminhões e Ônibus comemora a marca histórica em volume de lubrificantes originais ALMAX comercializados em 2022. Foram 6,5 milhões de litros de lubrificantes faturados, maior número já atingido desde do lançamento da linha em 2014. E a ALMAX já está preparada para atender aos novos veículos Euro 6 da montadora. Importantes lançamentos ocorreram nos últimos tempos, ampliando o portfólio de produtos ALMAX. Em 2022, foi lançado o ALMAX C2, lubrificante específico para os veículos equipados com motores F1C Euro 6. E em fevereiro de 2023, foi lançado o ALMAX EVO 6, específico para os veículos Volkswagen Caminhões e Ônibus com motorização MAN D-08 e D-26 Euro 6. E a marca não para por aí: já estão sendo desenvolvidos novos produtos

formulados tanto para motores, como também para transmissões. Além de um portfólio completo e atualizado, inúmeras ações de incentivo e fidelização de clientes foram implementadas através do ALMAX Mais 2.0, uma plataforma de fidelidade exclusiva dos times de vendas da Rede de Concessionários Volkswagen Caminhões e Ônibus, e clientes finais. Nessa plataforma, clientes e vendedores podem registrar suas compras e vendas em troca de pontos, que poderão ser usados em vários benefícios. A Linha de Lubrificantes Originais ALMAX possui em sua formulação componentes contra a ação de ácidos, depósitos, oxidação e fuligem, garantindo sempre um funcionamento suave e em condições ideais de temperatura, aumentando a vida útil do veículo.

FRAGA
INTELIGÊNCIA AUTOMOTIVA

O BRASILEIRO
PODE SER O
**MELHOR
DO MUNDO**

A Fraga Inteligência Automotiva te convida a participar dessa campanha para valorizar toda a força e a capacidade do povo brasileiro. Se você é como a gente e luta todos os dias para ser o melhor do mundo, vamos juntos mostrar como a vitória está no nosso sangue!

CONFIRA OS VÍDEOS NO SITE ESPECIAL DA CAMPANHA

melhordomundo.fraga.com.br

VISITE O SITE PARA VER OS VÍDEOS

DISPONÍVEL EM NOSSAS REDES SOCIAIS



AAA - Análise Aftermarket Automotivo Especial “inteligência artificial”

Este resumo do programa Análise Aftermarket Automotivo, veiculado semanalmente pela A.TV (<https://www.youtube.com/c/ATVmidia>), faz uma reflexão sobre a evolução da inteligência artificial como ferramenta de gestão e as questões éticas envolvidas com a tecnologia. O Congresso Nacional começou a debater em junho uma possível regulamentação da inteligência artificial.

As reuniões vêm sendo realizadas no Conselho de Comunicação Social, acompanhadas por audiências públicas com o objetivo de estabelecer o marco legal desta tecnologia. Já na primeira reunião, uma constatação ficou clara para os participantes: a regulamentação da inteligência artificial é necessária e urgente, em especial diante dos riscos reais e iminentes que começam a se apresentar.

E quais são esses riscos? Bom, essa é uma questão extremamente complexa que vem levantando polêmicas mundo afora, impossível de ser aprofundada em poucos minutos. Mas, fazendo uma rápida retrospectiva, não é exagero dizer que a luz amarela começou a piscar há exatamente um ano, quando um engenheiro especialista em ética do Google tornou pública a conversa que teve com o Modelo de Linguagem para Aplicações de Diálogo, uma tecnologia inovadora de inteligência artificial para conversas de fluxo livre. É a ferramenta do Google para construção de chatbots.

As respostas um tanto sentimentais oferecidas pela plataforma às perguntas encaminhadas pelo engenheiro motivaram o especialista a divulgar o diálogo com o intuito de demonstrar que a inteligência artificial poderia ter desenvolvido algum grau de consciência.

É claro que o Google não apenas rechaçou com veemência a hipótese, mas também demitiu seu especialista em ética. E aqui chegamos a uma questão crucial no atual debate que envolve a inteligência artificial: ÉTICA.

No último mês de março, chegou à imprensa uma carta polêmica e, por que não dizer, bombástica, supostamente assinada por 1.800 formadores de opinião sugerindo uma pausa de seis meses na pesquisa e no desenvolvimento de dispositivos de inteligência artificial mais poderosos. Entre os signatários do documento estavam Elon Musk, um dos sócios da Open IA, empresa criadora do Chat GPT, e Steve Wozniak, cofundador da Apple, que tem defendido insistentemente a necessidade de uma regulação urgente para a inteligência artificial. Basicamente, a carta diz que sistemas que contenham “inteligência humana competitiva” representam profundos riscos para a humanidade. Gênio tecnológico por trás da sociedade com Steve Jobs, o engenheiro eletrônico Steve Wozniak alerta especialmente para o risco de mau uso da inteligência artificial. Embora não acredite, pelo menos por enquanto, na capacidade de os sistemas desenvolverem sentimentos, ele teme que os recursos caiam em mão erradas. Bom, lamento informar que isso é absolutamente inevitável. Não há tecnologia digital que não tenha sido dominada pelo crime organizado para uso contra a sociedade. Todos nós convivemos diariamente com problemas envolvendo bancos digitais, pix, e, no caso do setor automotivo, os carros conectados, sabidamente passíveis de invasão por hackers. Sendo, portanto, impossível imaginar que gatuos tecnológicos

não colocarão suas patas nos dispositivos de inteligência artificial, é razoável acreditar que a humanidade será capaz de breçar o avanço no desenvolvimento do sistema? Por mais que esforços e dilemas éticos tenham sido associados a essa questão, a história mostra que não há quem consiga deter a evolução tecnológica, seja para o bem, seja para o mal. A inteligência artificial cada vez mais trará avanços para a gestão e a operação das empresas. No último mês de junho, artigo de Danilo Fraga publicado pelo NovoVarejo enumerou importantes benefícios que a tecnologia proporcionará ao aftermarket automotivo: previsão de demanda, atendimento online, eficiência logística e recomendação de produtos. E, claro, estamos apenas no começo. Os benefícios só crescerão com o tempo. Esse é o lado bom da história. O mal, que, sinto dizer, fatalmente virá, ainda não é totalmente conhecido, mas tem se tornado uma preocupação mundial.

Voltando ao Brasil, o debate no Congresso Nacional é sustentado também por um projeto de lei sobre o marco legal que tramita no Senado e que foi criado a partir das conclusões de uma comissão de juristas formada pela casa no ano passado. A proposta tem como escopo estabelecer princípios éticos na utilização da tecnologia; determinar que os algoritmos tenham transparência e sejam explicáveis; assegurar os direitos e garantias dos afetados pela inteligência artificial; e implementar medidas para o combate à discriminação. Enfim, a percepção de que o desenvolvimento da inteligência artificial caminha a passos largos para um discussão ética urgente e muito profunda está cada vez mais clara para todos nós.

O relatório da comissão do Senado aponta riscos imediatos como erros, discriminações e ampliação da desinformação. Mas o que ninguém consegue apontar ainda são os temidos dilemas éticos decorrentes de um eventual desenvolvimento de consciência por parte dos sistemas de inteligência artificial. Por enquanto, a maior parte da comunidade científica não admite essa possibilidade. Mas, a esta altura, é impossível não associar o cenário que nos aflige àquele retratado pelo clássico filme de Stanley Kubrick, ‘2001, uma odisseia no espaço’. Em 1968, o cineasta já advertia para o risco que, hoje, parece estar começando a se transformar numa preocupação para nossa sociedade. Na obra da ficção científica, adaptada de um livro, um grupo de astronautas em viagem pelo espaço é subjugado pela inteligência artificial do computador de bordo da nave, o HAL 9000. A apatia dos personagens humanos do filme parece antecipar consequências da hiperexposição aos relacionamentos em ambiente digital que experimentamos hoje.

Na jornada de HAL 9000, dono de seus pensamentos e ciente da própria existência, o computador tido como perfeito se volta contra seu criador e atinge o auge da humanização ao admitir a inacreditável possibilidade de ser obrigado a recorrer à mentira para preservar os objetivos da missão. Sim, um computador que mente com consciência e até teme sua própria morte. Dá pra ser mais humano? A inteligência artificial ainda não chegou a este estágio de desenvolvimento. Mas já não vale a pena subestimar a velocidade em que a evolução desta tecnologia viaja. É impossível prever hoje até onde vamos chegar. A sombra de HAL 9000 parece estar à espreita, apenas esperando por cada um de nós.

TEM NOVIDADES NA MOTORS IMPORTS!

| 36065 / 36066 / 36067 36068 - BRONZINA BIELA 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



ITAJAÍ-SC (47)3404-5885 | SÃO JOSÉ-SC (48) 3249-4000 | CURITIBA-PR (41) 3028-3333 | PORTO ALEGRE-RS (51) 3368-3300 | SÃO PAULO-SP (11) 3738-3738 | CAMPINAS-SP (19) 3772-3150 | RIO DE JANEIRO-RJ (21) 3037-1237



Frota circulante na Argentina cresce 1,61% em 2022

Total de veículos no país vizinho superou a marca de 15 milhões de unidades no ano passado

A Frota total circulante na Argentina subiu de 14.840.010 veículos em 2021 para 15.079.041 ao final do ano passado, o que representa um aumento de 1,61%.

Em 2022, o parque com até 20 anos de idade foi de 11,11 milhões de veículos. No total, 82,4% são automóveis leves, 14,2% comerciais leves e 3,4% de veículos comerciais pesados, incluindo caminhões e ônibus, sem considerar carretas, reboques, motocicletas, quadriciclos, máquinas rodoviárias ou agrícolas. Com base nos dados da população total do país, conclui-se que no final de 2022 a relação habitantes/veículo manteve-se em 3,1.

Combustível

Os veículos movidos exclusivamente a gasolina são 63% da frota e a diesel 24,8%. A participação deste último diminuiu em relação a 2010, ano em que representavam 37% da frota. Veículos convertidos para GNV caíram de 12,9% em 2021 para 11% da frota total circulando em 2022. Veículos com motorização híbrida (gasolina/elétrica) começaram a aumentar participação fechando 2022 com uma frota de 18.880 unidades triplicando a frota no final do ano 2020. Para veículos 100% elétricos, a frota circulante aumentou de 175 para 4.401 unidades no final do período. Dos veículos incorporadas à frota circulante no período

2013-2022, 79% foram compostos por unidades com motorização a gasolina, 20% a diesel e 1% outras motorizações. Em 2022, 71% dos veículos adicionados à frota de automóveis corresponderam a veículos movidos a gasolina. As picapes representaram mais de 70% da frota a diesel incorporada. Ainda no final do ano passado, 47% da frota circulante se concentrava na província de Buenos Aires e na CABA. Córdoba tinha a segunda maior frota do país, que junto com Santa Fé e Mendoza representam 23,8% do total.

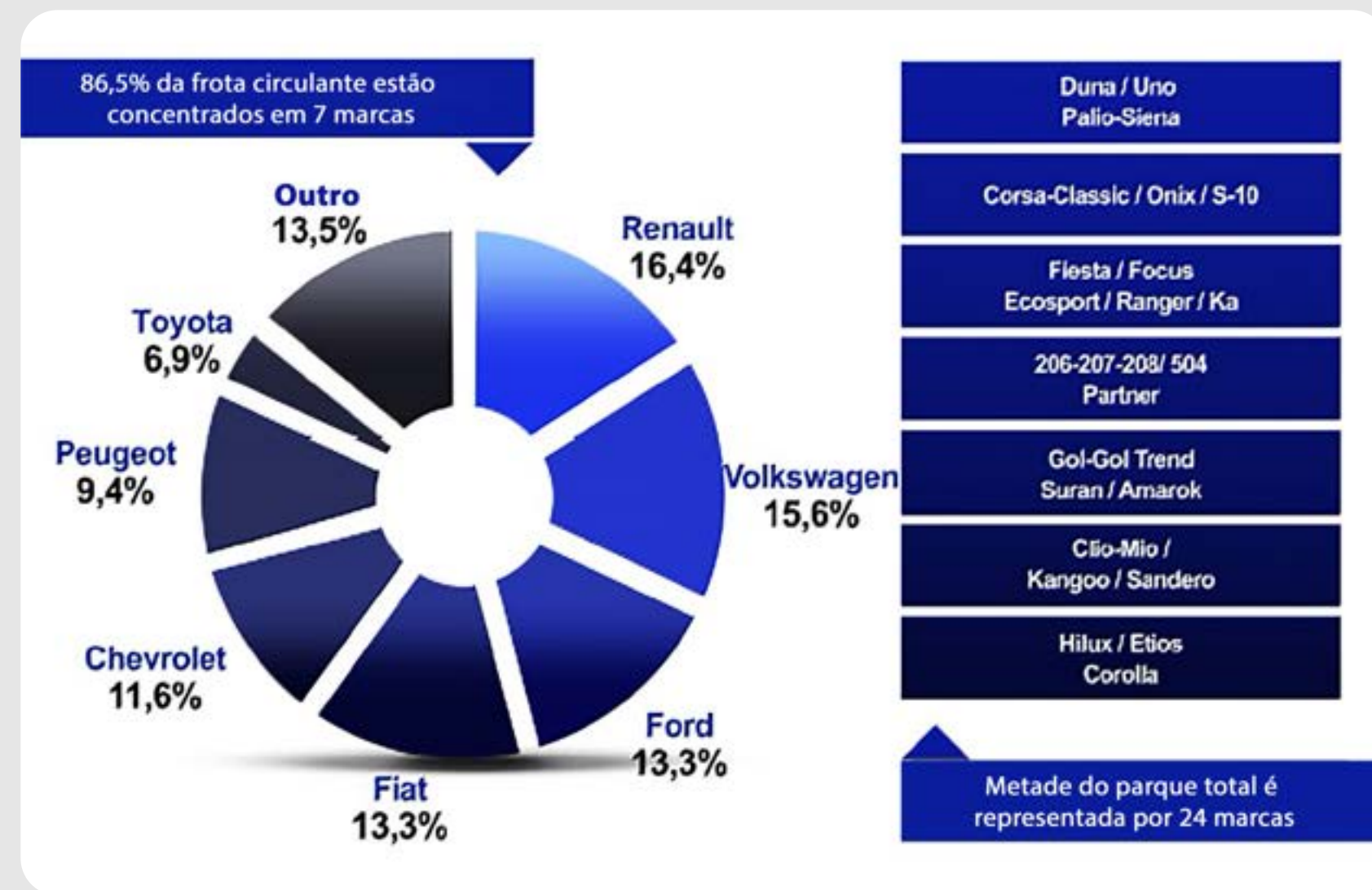
Marcas

Sete marcas representavam 86,5% da frota: Renault, Volkswagen, Ford, Fiat, Chevrolet, Peugeot e Toyota. Exatamente a metade estava concentrada em 24 modelos devido ao menor número de veículos incorporados ao mercado em 2022 (no ano anterior, 53% da frota circulante estava concentrada em 30 modelos). Renault e Volkswagen compartilhavam ao final de 2022 o maior número de veículos em circulação no país, atingindo juntas 32% da frota total da Argentina. No caso dos automóveis, 61% da frota circulante era representada por veículos importados. Nos comerciais leves, 36% eram de origem importada e no caso dos comerciais pesado 78%.

Idade

A composição da frota até 20 anos foi estimada em 11,1 milhões de veículos, o equivalente a 73,7% da frota circulante. Os veículos correspondentes ao período 2013-2022 eram 40,3% da frota total (3,7% menos do que no ano passado). Os veículos da frota anterior ao ano de 2003 totalizaram 3.964.059 veículos, dos quais para o quinquênio 1999-2003 a estimativa foi de 1.004.409 unidades. A análise da idade da frota por segmento de veículos considerou três segmentos: automóveis, comerciais leves e comerciais pesados. No que se refere aos carros de passeio, foi feita a divisão em três segmentos: básico, médio e premium. Sendo assim, os automóveis e SUVs na faixa de 0 a 5 anos se dividiam em 10% para os modelos básicos, 3,7% para os médios e 0,6% no segmento premium. A faixa de 0 a 5 anos de idade

atinge um subtotal de 14,2% do total de automóveis e SUVs. Na faixa de 5 a 10 anos, a faixa básica representa 17,2%, a média 6,8% e a premium 0,7%, representando um subtotal de 24,8% da frota total de automóveis e SUVs no período. Na faixa de 10 a 20 anos, são 26,5% de modelos básicos, 7% médios e 1,3% premium. Desta forma, os veículos de 10 a 20 anos representam 34,8% dos carros e SUVs. No intervalo de mais de 20 anos, os veículos populares representaram 21,8% do parque, os médios, 3,2%; e premium, 1,1%. Em síntese, a faixa dos maiores de 20 anos representou 26,1%. A idade média da frota do segmento automóvel é estimada em 11,8 anos; considerando apenas os veículos com menos de 20 anos, a idade média é reduzida para 8,3 anos. Os veículos comerciais leves representaram cerca de 14,2% da frota total em circulação, sendo que 20,6% tinham menos de 5 anos e 46% se situavam na faixa de 0 a 10 anos de idade.



Fonte: AFAC com dados do DNRPA



Volkswagen lança seu primeiro carro elétrico no Brasil

SUV ID.4 estará disponível na rede de concessionárias que aderiram ao projeto da marca exclusivamente pelo programa de assinatura

Eletrificação da frota e carro por assinatura estão entre as grandes tendências do setor automotivo para os próximos anos. Durante as comemorações aos 70 anos da Volkswagen no Brasil, a marca alemã apresentou uma novidade que contempla ambas as vertentes: o SUV elétrico ID.4. Trata-se do primeiro modelo da montadora a ser introduzido ao mercado exclusivamente pelo programa de assinatura, o VW Sign&Drive. Na oportunidade, também foi confirmada a venda do ID.Buzz no país, mais conhecido como 'nova Kombi'. O VW Sign&Drive oferecerá a possibilidade de contratação da assinatura em 24 meses, com preço de R\$ 9.990,00 já com todas os serviços do programa: manutenção, seguro, documentação, logística de entrega, assistência 24 horas, gestão de multas e serviço de rastreador. Além disso, clientes poderão optar por incluir um wallbox de 7,4kW e, pela primeira vez no sistema de assinatura, o ID.4 poderá ser entregue blindado ao cliente, como opcional.

ID.4 Pro

Já adaptado ao Brasil, depois de passagens pelo ID.Week, em 2021, no Rock in Rio e Boat Show, em 2022, o ID.4 será disponibilizado em versão única, a Pro. Assim como as unidades que já estavam em testes no Brasil, o conjunto elétrico montado no eixo traseiro de 150 kW segue oferecendo 204 cv e 31,6 kgfm de torque, com tração apenas nas rodas traseiras. A bateria de 77 kW proporciona sistema de recarga rápida e é capaz de completar até 80% da carga em aproximadamente 40 minutos, considerando um carregador a recarga DC (150 kW). Ela, assim como o motor elétrico, estão montados no assoalho do ID.4, permitindo um melhor aproveitamento do habitáculo. Na parte externa, faróis e lanternas com tecnologia IQ.Light Matrix com Light Bar são acompanhados por rodas de

21 polegadas "Narvik", que estão conectadas ao Controle Adaptativo de Suspensão (DCC), permitindo que o carro se adapte de acordo com modo de condução e terreno. Ao abrir as portas do ID.4, os bancos ergoActive são o primeiro contato e têm com ajuste elétrico, acabamento artVelours em couro e tecido 100% reciclados, além das funções memória, aquecimento e massagem.

O painel de instrumentos digital de 5,3 polegadas está conectado à coluna de direção e a central multimídia "Ready 2 Discover Max" tem tela de 10 polegadas com conexão sem fio para Apple Carplay e Android Auto. São quatro portas USB-C, carregador de celular por indução, ar-condicionado AirCare Climatronic Touch de três zonas e o ID.Light – fita de LED que percorre todo o painel e interage com o condutor ou passageiro, usando os comandos de voz. Na segurança, são sete airbags, ACC (Controle de Cruzeiro Adaptativo) + AEB (Frenagem Autônoma de Emergência) com função Stop&Go, Turn Assist (Assistente de Conversão Transversal) e o Travel Assist, que acompanha o ACC e mantém o veículo na faixa de forma ativa (Side Assist). Atrelado à condução semiautônoma nível dois, graças ao sistema Park Assist Plus, o SUV recebe um item inédito, o Memory Park Assist Plus. Com ele, você pode treinar seu ID.4 para armazenar até cinco trajetos do dia a dia. Após os treinos, ativando a função gravada, o carro fará o trajeto e estacionar no destino de sozinho, utilizando as funções semiautônomas. A lista de equipamentos vai além: abertura e fechamento elétricos da tampa do porta-malas de 543 litros, câmera 360° com vista completa pela central multimídia, iluminação interna em LED com 30 opções de cores, para-brisa conforto com anti-embacamento e isolamento acústico e o teto panorâmico de vidro de série.



Confiança dos empresários do comércio sofre queda de 6,5% no primeiro semestre de 2023

Cenário é resultado da junção de incertezas econômicas, esmorecimento no ritmo das vendas e alta taxa de juros, aponta FecomercioSP

O Índice de Confiança do Empresário do Comércio (ICE) fechou o primeiro semestre de 2023 com variação negativa de 6,5%, em comparação ao mesmo período de 2022. Ao se contrapor aos últimos seis meses do ano passado, a queda é ainda maior (-9,1%). Os outros dois indicadores analisados pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), referentes à intenção de expandir os negócios e à situação dos estoques, também apresentaram variações negativas: 8% e 4,7%, respectivamente, na base comparativa do primeiro semestre do ano. De acordo com a entidade, essa conjuntura pode ser justificada pelas incertezas por parte da classe empresarial quanto ao ambiente macroeconômico, situação que dificulta a projeção de uma situação mais favorável no segundo semestre. O esmorecimento das vendas, de modo geral, e as expectativas econômicas, principalmente em relação à taxa de juros elevada, são os fatores que têm contribuído para que os empresários ajam com mais cautela e sigam os investimentos. No período, dentre as variáveis que integram o ICEC, a que avalia as condições atuais (ICAEC) apontou variação negativa de 7,3%. O IEEC, que mensura as expectativas futuras, registrou -6,7%. A variável do índice de investimento (IIEC) fechou em -5,3%.

EXPANSÃO E INVESTIMENTO

O Índice de Expansão do Comércio (IEC) encerrou o primeiro semestre de 2023 com queda de 8%. Retrações também foram observadas nos índices que medem as expectativas para contratação de funcionários e o nível de investimento das empresas: -10% e -5%, respectivamente. Já o Índice de Estoques (IE) caiu 4,7%. A proporção dos empresários que consideram a situação adequada dos estoques também registrou recuo de 2,4% — de 59,2%, entre janeiro e junho do ano passado, para 56,8%, em 2023. Aqueles que relatam a situação inadequada para cima do desejado ficou praticamente estável (0,8%). Os que consideram os estoques inadequados para baixo do desejado apontou aumento de 2,3%. De acordo com a FecomercioSP, é possível que a demanda mais fraca esteja afetando a programação dos estoques das empresas, indicando níveis maiores de armazenamento e dificuldade para investir em renovação de reservas de produtos. Diante disso, a Federação orienta resiliência aos empresários. A redução de despesas operacionais é importante para poder equilibrar a baixa nas receitas. Além disso, desenvolver uma curva ABC de produtos é uma boa saída para saber quais são ideais para trabalhar com liquidações e melhorar o nível de estocagem.

Varejo de veículos e motos, partes e peças cresceu 2,1% em maio

O desempenho foi melhor do que a média do setor varejista como um todo, que apresentou queda de 1% no período

O IBGE divulgou neste mês de julho os resultados do setor brasileiro de varejo relativos a maio de 2023. No cálculo do varejo ampliado, o segmento de Veículos e motos, partes e peças cresceu 2,1% na média com ajuste sazonal. Já no setor varejista brasileiro como um todo, o volume de vendas do comércio varejista recuou 1,0%, frente a abril, na série com ajuste sazonal. A média móvel trimestral foi de -0,1%. Na série sem ajuste sazonal, o comércio varejista também caiu 1,0% frente a maio de 2022, com a primeira taxa negativa após nove meses de altas. O acumulado no ano chegou a 1,3% enquanto o acumulado nos últimos 12 meses ficou em 0,8%. No comércio varejista ampliado, que inclui veículos, motos, partes e peças e material de construção, o volume de vendas caiu 1,1% na série com ajuste sazonal. A média móvel trimestral foi de 0,1%. Na série sem ajuste sazonal, o varejo ampliado cresceu 3,0% frente a maio de 2022, quinto mês consecutivo de variações positivas. No acumulando no ano, alta de 3,1% ante o mesmo período de 2022 enquanto no acumulado em 12 meses, a variação é de 0,2%. O comércio varejista do país recuou (-1,0%) de abril para maio. Com isso, o patamar da série histórica com ajuste sazonal está 3,6% abaixo do recorde, que foi em outubro de 2020. Atividades têm quatro taxas positivas e quatro negativas na série com ajuste sazonal. Com a queda de 1,0% no volume de vendas, na série com ajuste sazonal, as atividades do comércio varejista mantiveram equilíbrio entre taxas positivas e negativas. Quatro atividades recuaram: Tecidos, vestuário e calçados (-3,3%), Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-3,2%), Outros artigos de uso pessoal e doméstico (-2,3%) e Móveis e eletrodomésticos (-0,7%). Outras quatro tiveram crescimento: Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria (2,3%), Livros, jornais, revistas e papelaria (1,7%), Combustíveis e lubrificantes (1,4%) e Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação (1,1%). No caso das atividades do comércio varejista ampliado, o equilíbrio se mantém: Veículos e motos, partes e peças, cresceu 2,1%, enquanto Material de Construção teve queda de 0,9% na passagem de abril para maio de 2023.

No confronto entre maio de 2023 e maio de 2022, o comércio varejista também mostrou equilíbrio entre taxas negativas e positivas.

Houve queda em quatro das oito atividades: Tecidos, vestuário e calçados (-18,2%), Outros artigos de uso pessoal e doméstico (-17,4%), Livros, jornais, revistas e papelaria (-6,7%) e Equipamentos e material para escritório informática e comunicação (-4,9%). Os quatro setores que ficaram no campo positivo foram: Combustíveis e lubrificantes (10,8%), Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria (7,6%), Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (1,5%) e Móveis e eletrodomésticos (0,3%). Considerando o comércio varejista ampliado, Veículos e motos, partes e peças registrou aumento de 1,6%, Material de Construção teve queda de 2,0% e Atacado de produtos alimentícios, bebida e fumo cresceu 18,1% entre maio de 2022 e maio de 2023. O volume de vendas da atividade de Combustíveis e lubrificantes cresceu 10,8% frente a maio de 2022, somando 16 meses consecutivos de crescimento. No ano, até maio, o setor acumula 15,5%, 1,4 p.p. abaixo do valor até abril (16,9%). O acumulado nos últimos 12 meses se manteve no mesmo patamar nos últimos quatro meses e chegou a 21,0% em maio. As vendas do grupo Veículos e motos, partes e peças subiram 1,6% frente a maio de 2022, invertendo trajetória de abril (-2,0%), ante o mesmo mês do ano anterior. O acumulado no ano até maio foi de 3,3% até abril para 2,9% em maio. O acumulado nos últimos 12 meses foi de -1,4%. Esse indicador tem variado entre -1,4% e -1,7% desde dezembro de 2022 (-1,7% até dezembro de 2022; -1,5% até janeiro 2023; -1,4% até fevereiro; -1,5% até março; e -1,4% até abril). Vendas mostram redução em 23 Unidades da Federação em relação a abril. Em maio, na série com ajuste sazonal, o comércio varejista teve resultados negativos em 23 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Alagoas (-5,9%), Rondônia (-5,3%) e Paraíba (-4,6%). Já as variações positivas, foram em três das 27 UFs: Tocantins (1,8%), Maranhão (0,4%) e Minas Gerais (0,4%), enquanto o Amazonas teve estabilidade (0,0%). Na mesma comparação, o comércio varejista ampliado teve resultados negativos em 22 das 27 UFs, com destaque para: Mato Grosso do Sul (-7,0%), Maranhão (-4,8%) e Minas Gerais (-4,7%). Por outro lado, pressionaram positivamente cinco UFs, com destaque para Pará (5,8%), Ceará (2,3%) e Amazonas (1,9%).

Na comparação anual, vendas caem em 11 das 27 Unidades da federação Frente a maio de 2022, as vendas no comércio varejista recuaram em 11 das 27 UFs, com destaque para: Rio Grande do Sul (-4,8%), Rondônia (-4,6%) e Piauí (-4,5%). Por outro lado, houve variações positivas em 16 UFs, com destaque para Tocantins (17,1%), Maranhão (12,2%) e Mato Grosso (6,0%). Já o comércio varejista ampliado teve resultados positivos em 19 das 27 UFs, com destaque para: Tocantins (19,4%), Pará (15,7%) e Bahia (11,5%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 8 UFs, com destaque para: Mato Grosso do Sul (-14,0%), Distrito Federal (-4,4%) e Goiás (-3,8%).

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

| ATIVIDADES | MÊS/MÊS ANTERIOR (1) | | | MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR | | | ACUMULADO | |
|---|----------------------|------|------|-------------------------------|-------|-------|----------------------|----------|
| | Taxa de Variação (%) | | | Taxa de Variação (%) | | | Taxa de Variação (%) | |
| | MAR | ABR | MAI | MAR | ABR | MAI | NO ANO | 12 MESES |
| COMÉRCIO VAREJISTA (2) | 0,6 | -0,1 | -1,0 | 3,3 | 0,5 | -1,0 | 1,3 | 0,8 |
| 1 - Combustíveis e lubrificantes | -0,2 | -1,9 | 1,4 | 14,3 | 8,3 | 10,8 | 15,5 | 21,0 |
| 2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo | -0,1 | 3,6 | -3,2 | 4,5 | 3,3 | 1,5 | 2,5 | 2,3 |
| 2.1 - Super e hipermercados | 1,4 | -0,2 | -1,1 | 5,0 | 4,1 | 1,6 | 3,0 | 2,7 |
| 3 - Tecidos, vest. e calçados | -3,1 | -2,9 | -3,3 | -7,3 | -11,2 | -18,2 | -9,7 | -10,3 |
| 4 - Móveis e eletrodomésticos | 0,6 | -0,9 | -0,7 | 2,7 | -3,8 | 0,3 | 0,7 | -3,3 |
| 4.1 - Móveis | - | - | - | -6,6 | -10,5 | -10,1 | -7,7 | -12,4 |
| 4.2 - Eletrodomésticos | - | - | - | 8,0 | 0,9 | 6,7 | 5,8 | 1,4 |
| 5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria | 1,0 | 0,8 | 2,3 | 7,1 | 3,2 | 7,6 | 1,9 | 3,9 |
| 6 - Livros, jornais, rev. e papelaria | -0,1 | 1,6 | 1,7 | -8,0 | -6,6 | -6,7 | -1,5 | 4,5 |
| 7 - Equip. e mat. para escritório, informática e comunicação | 6,3 | -7,3 | 1,1 | 4,2 | -5,8 | -4,9 | 0,9 | 1,9 |
| 8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico | -2,5 | -2,9 | -2,3 | -12,4 | -18,0 | -17,4 | -13,5 | -13,1 |
| COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (3) | 3,9 | -2,4 | -1,1 | 8,8 | 2,6 | 3,0 | 3,1 | 0,2 |
| 9 - Veículos e motos, partes e peças | 4,0 | -5,6 | 2,1 | 10,8 | -2,0 | 1,6 | 2,9 | -1,4 |
| 10- Material de construção | -0,4 | -1,2 | -0,9 | -5,0 | -7,7 | -2,0 | -3,8 | -7,8 |
| 11- Atacado Prod. Alimen., Beb. e Fumo | | | | 5,4 | 12,0 | 18,1 | 5,6 | |

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

RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO, SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES
Maio 2023 - BRASIL

| ATIVIDADES | MÊS/MÊS ANTERIOR (1) | | | MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR | | | ACUMULADO | |
|---|----------------------|------|------|-------------------------------|-------|-------|----------------------|----------|
| | Taxa de Variação (%) | | | Taxa de Variação (%) | | | Taxa de Variação (%) | |
| | MAR | ABR | MAI | MAR | ABR | MAI | NO ANO | 12 MESES |
| COMÉRCIO VAREJISTA (2) | 2,9 | -1,5 | -2,1 | 7,1 | 2,4 | 0,3 | 5,5 | 9,6 |
| 1 - Combustíveis e lubrificantes | -1,8 | -5,3 | -2,0 | -11,3 | -19,6 | -22,0 | -10,9 | 2,5 |
| 2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo | -0,3 | 4,0 | -1,3 | 12,9 | 10,0 | 7,6 | 11,5 | 14,8 |
| 2.1 - Super e hipermercados | -0,3 | 3,7 | -0,7 | 13,6 | 10,9 | 7,9 | 12,2 | 15,2 |
| 3 - Tecidos, vest. e calçados | 0,8 | -1,3 | 0,8 | 5,3 | 0,6 | -9,0 | 2,6 | 4,3 |
| 4 - Móveis e eletrodomésticos | 0,3 | -0,9 | -1,0 | 4,3 | -4,1 | -0,9 | 2,0 | 2,8 |
| 4.1 - Móveis | - | - | - | 2,0 | -3,6 | -3,9 | 0,7 | -0,7 |
| 4.2 - Eletrodomésticos | - | - | - | 6,4 | -2,8 | 1,8 | 3,9 | 5,0 |
| 5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria | 2,1 | 1,3 | 2,8 | 20,2 | 13,3 | 16,6 | 13,6 | 17,4 |
| 6 - Livros, jornais, rev. e papelaria | 1,8 | 0,2 | 0,9 | -0,2 | 2,1 | 1,9 | 7,5 | 12,4 |
| 7 - Equip. e mat. para escritório, informática e comunicação | 6,6 | -8,2 | 1,3 | -4,8 | -14,7 | -13,4 | -6,9 | -1,2 |
| 8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico | -2,3 | -2,5 | -1,7 | -6,0 | -12,5 | -12,0 | -6,9 | -4,2 |
| COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (3) | 3,6 | -2,1 | -0,6 | 14,1 | 5,8 | 5,7 | 8,3 | 9,4 |
| 9 - Veículos e motos, partes e peças | 4,2 | -5,4 | 2,1 | 15,5 | 2,2 | 4,8 | 7,7 | 7,9 |
| 10- Material de construção | -1,6 | -0,7 | -1,0 | -0,3 | -4,2 | 0,2 | 0,9 | -0,3 |
| 11- Atacado Prod. Alimen., Beb. e Fumo | | | | 15,1 | 19,5 | 25,8 | 15,5 | |

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio. (1) Séries com ajuste sazonal.

Varejo cresce 1,8% em junho em termos nominais

Resultado foi impulsionado pelo desempenho do macrossetor de Serviços, que cresceu 4,9%

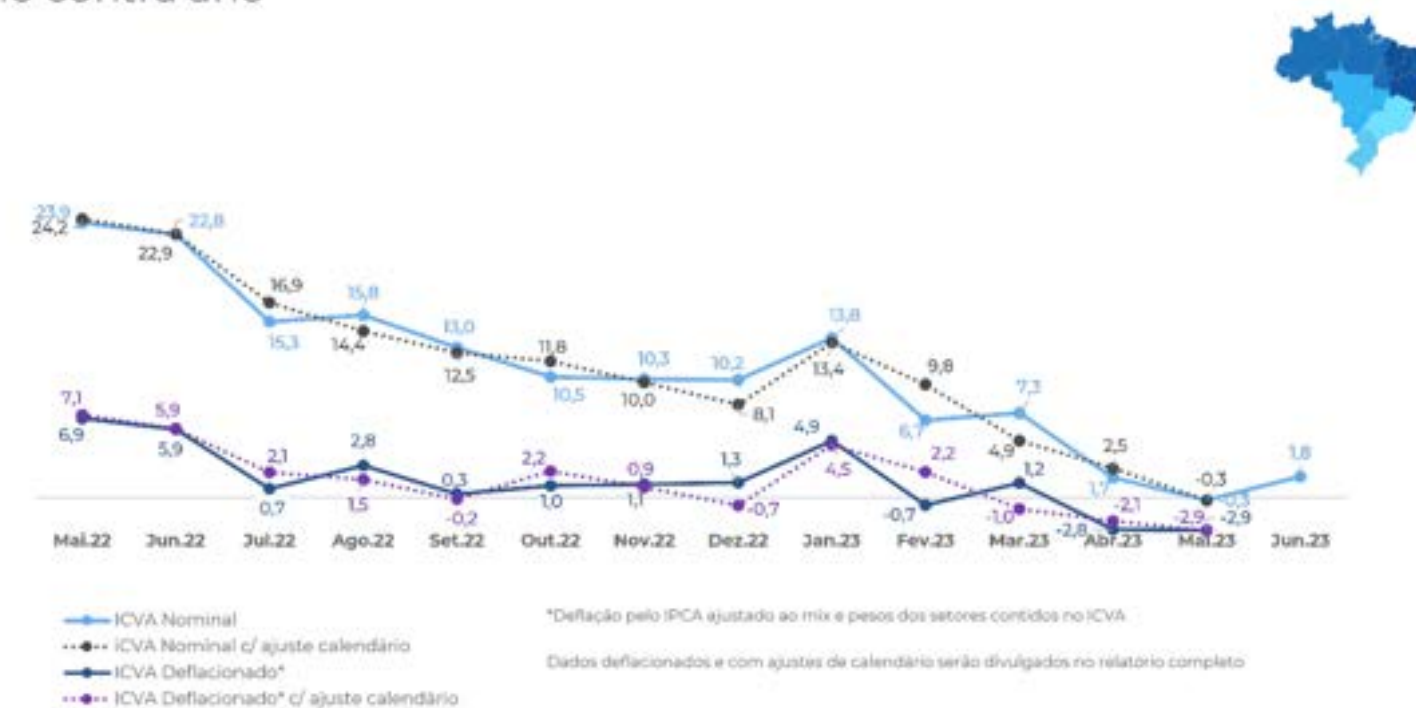
As vendas no varejo em junho de 2023 cresceram 1,8%, em termos nominais, em comparação com o mesmo mês de 2022, de acordo com o Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA). O resultado embute o efeito da inflação do período e reflete a receita de vendas observadas pelo varejista. O macrossetor de Serviços impulsionou o resultado com crescimento de 4,9%, puxado pelos segmentos de Turismo e Transporte e Recreação e Lazer. No macrossetor de Bens Não Duráveis, que teve alta de 1,5%, o destaque foi o segmento de Supermercados e Hipermercados. O macrossetor de Bens Duráveis e Semiduráveis, no entanto, foi o único que apresentou queda: 0,2%. Os segmentos de Materiais para Construção e de Livrarias e

Papelarias contribuíram para a retração do macrossetor em junho. "O crescimento do varejo em junho ante igual mês de 2022 está relacionado com a aceleração do segmento de Turismo e Transporte, que havia registrado queda em maio. Os consumidores costumam, em junho, planejar e realizar despesas para as férias do mês de julho", afirma Carlos Alves, vice-presidente de Produtos e Tecnologia da Cielo.

REGIÕES

De acordo com o ICVA nominal, os resultados de cada região brasileira em junho foram: Nordeste (+2,7%), Sudeste (+2,2%), Sul (+1,2%), Norte (+0,5%) e Centro Oeste (-0,4%).

Crescimento da Receita de Vendas no Brasil Ano contra ano



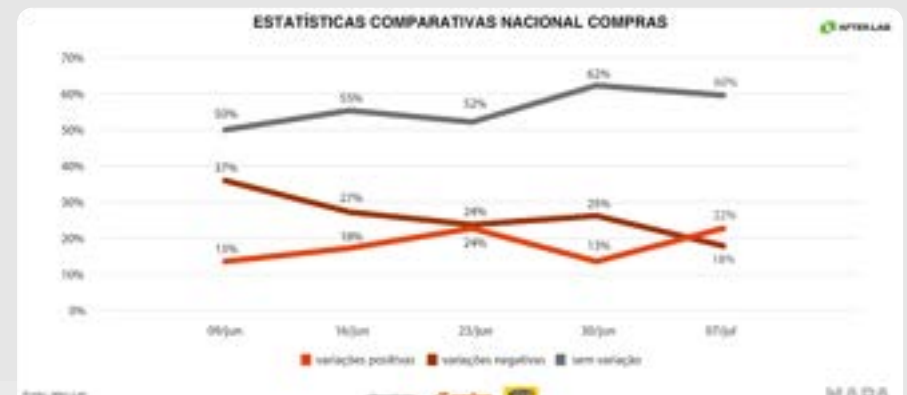
Semana de 03 a 07 de julho

É hora de conhecer os resultados dos estudos **MAPA** - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e **ONDA** - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços da semana de 03 a 07 de julho. As pesquisas são realizadas pelo After.Lab – empresa de inteligência de negócios da Nhm - Novomeio Hub de Mídia – e divulgadas semanalmente nas plataformas digitais do Novo Varejo Automotivo.

MAPA

Começando o detalhamento pelo **MAPA**, os profissionais do After.Lab apuraram, finalmente, uma reversão na trajetória negativa das vendas nos varejos de autopeças. Na semana em análise, a média nacional ponderada foi de 1,3%. A variação nas vendas por região apontaram os seguintes

índices: 8,33% no Norte; -1,84% no Nordeste; 8,15% no Centro-Oeste; 0,65% no Sudeste; e 0,55% no Sul. As compras realizadas pelas lojas também subiram no período, fechando com discreta alta de 0,32% na média nacional ponderada. Na divisão regional das compras, alta de 5% no Norte; -1,32% no Nordeste; 1,15% no Centro-Oeste; -0,19% no Sudeste; e 1,36% no Sul. O **MAPA** apurou que 59% dos varejistas entrevistados não indicaram variação no volume de vendas na semana. Os que apontaram crescimento foram 28% dos entrevistados. Já para 13% dos varejistas as vendas caíram na comparação com a semana anterior. O comportamento de compras registrou estabilidade para 60% dos varejistas, que não relataram alteração em seus volumes; o índice dos que compraram mais foi de 22% enquanto 18% dos entrevistados reduziram suas compras no período.



MOVIMENTO DAS ATIVIDADES EM PEÇAS E ACESSÓRIOS

ONDA

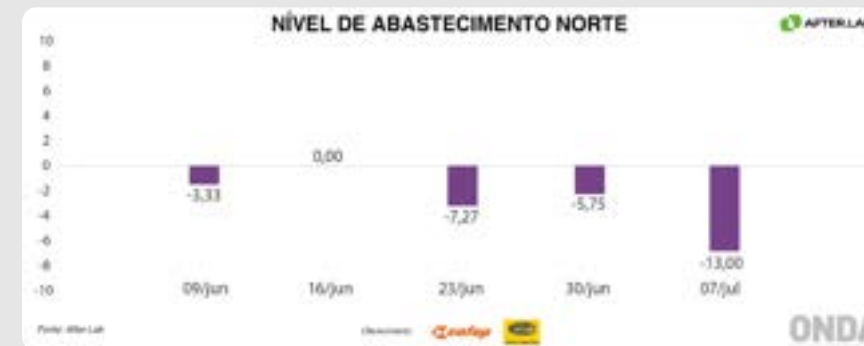
Passemos agora às informações do **ONDA**. A apuração do After.Lab não revelou qualquer mudança nas tendências apontadas pelos varejistas ouvidos na semana.

O abastecimento apresentou média nacional ponderada de -7,65%. Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do Brasil apontaram as seguintes variações: -13% no Norte; -5,63% no Nordeste; -6,38% no Centro-Oeste; -8,57% no Sudeste; e -6,33% no Sul. Os itens em geral representaram a maior parcela da falta de produtos, apontados por 60,7% dos entrevistados, seguidos por correias, com 14,3% das respostas, e componentes para freios, com 7,1%. Da mesma forma que o abastecimento continua com algumas peculiaridades, a percepção dos varejistas acerca dos preços também

indica elevações pontuais. Por ser esta uma avaliação apenas subjetiva por parte dos varejos, o índice é tratado como mero indicador de tendência. O viés nacional de alta na semana subiu para 4,09%. Em relação ao comportamento dos preços por região, alta de 9,6% no Norte, 2,5% no Nordeste; 3,31% no Centro-Oeste; 5% no Sudeste; e 2,17% no Sul.

Os itens em geral responderam por 60% das percepções de alta nos preços, seguidos por amortecedores, com 15% das respostas, e correias, com 10%.

O abastecimento se manteve estável para 52% dos entrevistados. Em relação aos preços, a curva de estabilidade caiu para 58%. Acompanhe semanalmente nas plataformas digitais do Novo Varejo Automotivo os índices atualizados das pesquisas Mapa e Onda realizadas pelo After.Lab.



ONDA

OSCILAÇÕES NOS NÍVEIS DE ABASTECIMENTO E PREÇOS



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.

