



# novovarejo

automotivo



## INOVAÇÃO NO VAREJO

Com perfil diversificado de participantes, programa Loja Legal já aprimora a gestão das empresas e contribui para a inserção digital dos negócios

### Molas Helicoidais

Confira o lançamento que preparamos para você! - Página 15

   
authomix



Acesse o site e confira os nossos revendedores [authomix.com.br](http://authomix.com.br)

**AUTHOMIX**  
Qualidade Original



Nº 1 EM ROLAMENTOS

# LOJA ONLINE COBRA

CONEXÃO QUE  
MOVIMENTA  
SEU NEGÓCIO

Do nosso estoque  
para o seu.

@cobrarolamentos cobrarolamentos.com.br

loja.cobrarolamentos.com.br



Entrega em até **24 horas**  
Retira em até **15 minutos**



rápido



fácil



seguro

Conheça a loja online



O melhor  
jeito de  
movimentar  
o seu  
negócio



## Peças se encaixando no quebra-cabeças da inovação

A inovação tem sido um dos temas de maior destaque no aftermarket automotivo ao longo dos últimos anos. E não me refiro apenas à orientação editorial deste NovoVarejo, que sistematicamente vem abrindo espaço para conteúdos que contemplam tecnologia e tendências. Na verdade, a inovação dita a pauta dos principais eventos promovidos pelas entidades de representação do mercado de reposição, tamanha é a necessidade de imersão naquilo que será determinante para a sobrevivência dos negócios daqui pra frente. Ou seja, todos os elos de nosso setor estão atentos às novidades. Pois bem. A inovação parece constituir hoje um grande quebra-cabeças em que as peças vêm se encaixando quase que naturalmente, com harmonia, dia após dia. Esta edição do NovoVarejo de certa forma ilustra este conceito. Explico: reportagem publicada pelo Jornal do Carro no exato momento em que fechávamos esta publicação digital chamava a atenção dos leitores para um dispositivo já utilizado pelas locadoras de veículos que simplesmente tem a capacidade de travar a ignição de carros cujos clientes estejam inadimplentes em suas parcelas de aluguel ou financiamento. Olhando um pouco mais à frente, é possível prever que, no futuro, os carros dotados de recursos mais avançados de condução autônoma serão capazes de não apenas impedir o uso por parte de seus motoristas, mas também até voltar para as respectivas empresas quando objetos de falta de pagamentos. De onde vem tudo isso? Aí entramos nós, com mais um conteúdo exclusivo. Nesta edição, trazemos reportagem com executivo de empresa que fornece tecnologia de conectividade para as montadoras que trata exatamente de possíveis avanços nesta relação cada vez mais complexa entre telefonia celular e automóveis. É a primeira vez que um personagem com este perfil fala ao aftermarket automotivo. Leitura imperdível e que nos leva diretamente à reportagem de capa. No principal destaque que inaugura o mês de agosto em nossas pautas, voltamos a tratar do programa Loja Legal, uma iniciativa que parte do Sincoperc São Paulo e do Sebrae – com forte engajamento de nosso querido amigo Antonio Carlos Beiram – e que se dedica exatamente a preparar os varejos de componentes automotivos para as transformações que vêm sendo impostas ao setor automotivo – a ponto até de mudar sua nomenclatura para ‘setor da mobilidade’. Percebem como as etapas deste processo evolutivo vão se encaixando? É o tal quebra-cabeças que sugeri no título deste editorial e que talvez traga uma mensagem subliminar em seu bojo. Mais ou menos a seguinte: o mercado está mudando de forma disruptiva. As transformações não são apenas inevitáveis mas, de fato, estão em curso. Lá na ponta da cadeia, cabe aos empresários não ficar assistindo de camarote. É preciso buscar caminhos de aprimoramento e adequação às crescentes exigências que estão a caminho. Um mundo completamente novo espera pelos varejistas de autopeças. É fundamental que estejamos todos preparados para ele.

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@wpm.com.br)

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

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

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

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

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

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

Ano 30 - #403 1 de Agosto 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)

## PARA A MONROE, INOVAÇÃO E TECNOLOGIA NUNCA PARAM!

Por isso, contamos com laboratórios espalhados pelo mundo garantindo segurança, conforto e tecnologia para que você rode sempre tranquilo.

Quando o assunto é amortecedor e suspensão, mais do que conforto no dirigir estamos falando de segurança. A Monroe é um dos maiores fornecedores de amortecedores do mundo, investindo, todos os anos, mais de 67.000 horas em pesquisa e desenvolvimento.

**MONROE, A PRIMEIRA EM INOVAÇÃO.**

A PRIMEIRA PARA O MUNDO PARA VOCÊ



Waldir Soares, novo presidente do Detran-GO, revela estratégias para combater a venda de peças falsificadas vindas de outros estados pelos estabelecimentos que descumprem as regras da Lei do Desmonte de veículos.

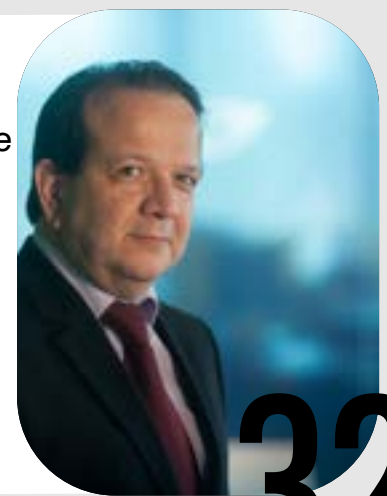
08

**22** Varejistas participantes do programa Loja Legal revelam os benefícios práticos já obtidos para a gestão de seus negócios a partir da adesão à iniciativa liderada pelo Sincopeças-SP em parceria com o Sebrae.

Especialistas do Ibevar analisam os pontos de maior impacto para o varejo no texto da reforma tributária aprovado pela Câmara, que agora será debatido no Senado, e advertem: vem aí aumento de carga para o setor.

26

Diretor sênior da Qualcomm, provedora de tecnologia de conectividade para as montadoras, José Palazzi traça perspectivas de acesso por parte dos reparadores às tecnologias necessárias para a manutenção dos automóveis pelo mercado independente.



32

**10** Em mais um artigo exclusivo, Danilo Fraga traz números que confirmam a importância do Aftermarket Automotivo para a indústria brasileira e cobra mais união e inovação para que o setor continue crescendo.

## Mobilidade é eixo fundamental no conceito das cidades inteligentes

*Regulações e parcerias entre os setores público e privado impulsionam iniciativas de compartilhamento, eletrificação e autonomização de carros ao redor do mundo. Tema foi destaque em nossa edição 303*

Ao computar e projetar dados do planeta como um todo, o Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais das Nações Unidas constatou que, em 2010, cerca de 52% da população mundial vivia nas cidades, índice que saltará para 60% em 2030 antes de crescer para 66% em 2050. No mesmo relatório, as Nações Unidas projetaram a demanda por mobilidade urbana provocada por essa escalada, prevendo que a demanda por mobilidade crescerá 36% em 2030 e outros 38% até a década de 2050. Essa perspectiva de crescimento ainda maior da concentração populacional nas cidades se torna absolutamente assustadora no âmbito da mobilidade quando confrontada com a extrema precariedade com que as pessoas se locomovem nas grandes metrópoles já nos dias de hoje. Em seu último Censo, em 2010, o IBGE apontou que naquele ano cerca de 11% dos brasileiros gastavam mais de 60 minutos no deslocamento entre a casa e o trabalho, tempo perdido que cresce signi-

ficativamente quando restrito às regiões metropolitanas: 17% na média geral; 29% no Rio de Janeiro; e 26% em São Paulo. O esgotamento do atual sistema de mobilidade ante o inchaço das metrópoles foi tema de destaque da edição 303 do NovoVarejo, que analisou cases e propostas globais para o desenvolvimento das chamadas "cidades inteligentes", que abrirão espaço para as macrotendências da indústria da mobilidade. Uma delas é o compartilhamento de veículos. O estudo 'Car Sharing market size, industry trends report 2024', da Global Market Insights projeta um crescimento anual de 34% do mercado de carros compartilhados até 2024. A transição do automóvel de produto para serviço deverá, segundo o sócio da PWC no Brasil, Marcelo Cioffi, diminuir significativamente a frota circulante nas grandes cidades e – a partir do momento em que essa economia compartilhada na mobilidade passar a ser acompanhada pela tecnologia dos carros autônomos – contribuir para a alteração da configuração atual do espaço urbano.

PORTFÓLIO COMPLETO DAS MELHORES MARCAS?



tá na **mão** tá na **pellegrino**

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

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



**Prefere comprar direto pela internet?**  
Tá na mão também.  
Faça seu pedido em: [b2b.pellegrino.com.br](http://b2b.pellegrino.com.br)





Waldir Soares aponta que se deparou com falta de estrutura e fiscalização

## Presidente do Detran-GO detalha operação para fazer cumprir a Lei do Desmonte no estado

*Há quatro meses no cargo, Waldir Soares relata que serviço de inteligência denunciou o fato de Goiás ser destino de autopeças ilegais de estados como São Paulo e Rio de Janeiro*

Sancionada no ano de 2014, a Lei do Desmonte de veículos teve como alguns de seus principais objetivos anular os roubos e furtos de automóveis por meio do combate ao mercado clandestino de comercialização de peças advindas destes crimes, a diminuição da evasão de impostos por parte de empresas não regulamentadas e a garantia da justa competição entre as empresas do setor. Apesar de obrigatória desde 2015, a fiscalização em torno da aplicação da lei ainda é um desafio para alguns estados da Federação. Prova disso é o atual esforço da nova administração do Detran de Goiás para aumentar o cerco em torno de empresas de desmontagem de veículos e oficinas mecânicas. Em entrevista exclusiva ao Novo Varejo Automotivo, o presidente do órgão, Waldir Soares, detalhou como o cenário en-

contrado no estado no momento de sua posse, há quatro meses, colocou a aplicação da Lei do Desmonte como um dos principais focos do início de sua gestão. Entre os fatores apontados pelo dirigente como determinantes para esta decisão está o fato da equipe de inteligência do Detran-GO ter identificado que o estado se tornou destino relevante de peças ilegais advindas de estados como São Paulo e Rio de Janeiro. *“Sentimos que tínhamos de apertar o cerco para que Goiás não seja este mercado receptor. Por conta disso é que há três meses fizemos uma reunião com mais de 200 empresários. No entanto, sabemos que aqui temos mais de 3000 mil deles, estando cerca de 300 cadastrados no Detran, o que mostra a fragilidade do sistema”*, relatou Soares. Confira a seguir a íntegra da entrevista.

### **Novo Varejo Automotivo - O que motivou Goiás a iniciar esta série de ações para inibir a comercialização de autopeças ilegais no estado?**

**Waldir Soares** - Os Detrans do Brasil receberam essa atribuição para fazer um controle da fiscalização em relação a peças usadas. E, desde que assumimos a gestão aqui em Goiás – há pouco mais de quatro meses – percebemos a fragilidade deste trabalho. Além de não haver servidores qualificados, inexistia fiscalização. Mesmo Goiás tendo números extremamente positivos na redução do número de furtos de veículos, nós, através de serviços de inteligência, constatamos que caminhões com peças de veículos roubados estão vindo de estados como São Paulo e Rio de Janeiro. Então, sentimos que tínhamos de apertar o cerco para que Goiás não seja este mercado receptor, pensando de uma maneira nacionalizada. Por conta disso é que há três meses fizemos uma reunião com mais de 200 empresários. No entanto, sabemos que aqui em Goiás temos mais de 3000 mil deles, estando cerca de 300 cadastrados no Detran, o que mostra a fragilidade do sistema.

### **NVA - Como se dará esta espécie de cerco contra o não cumprimento da Lei do Desmonte? Vocês já definiram os detalhes de cada etapa e os prazos para cumpri-las?**

**WS** - Primeiro, fizemos um trabalho educativo. Conversamos com os empresários e os convidamos a atuar corretamente na área para realizarem seus cadastros porque, em uma próxima etapa, o Detran vai fazer aquilo que a legislação determina: autuar o estabelecimento e, se necessário, multar, retirar o credenciamento e fechar as portas. Nosso diálogo ocorreu na semana do dia 10 de julho e, a partir desta data, vamos dar um prazo de 60 dias para adequação ao sistema. A partir daí, começaremos a fazer a autuação. Novamente, estamos fazendo primeiro um trabalho educativo para depois começar a punir. Convidamos todos os empresários a se regularizarem por meio de notificação.

### **NVA - Como se dará o credenciamento e a regularização dos estabelecimentos que operam ancorados nas bases da Lei do Desmonte e não representam risco nem ao mercado nem à segurança pública?**

**WS** - Decidimos implantar aqui um modelo que a gente traz do Rio Grande do Sul, que é o Peça Legal. O Detran vai fornecer para cada uma dessas empresas credenciadas um aplicativo no qual vão estar interligados o sistema das empresas e a Receita estadual a fim de garantir que qualquer momento da compra ou venda da peça possa gerar arrecadação. A empresa que fizer esse cadastramento vai estar certificada, podendo vender suas peças em Goiás e em qualquer parte do Brasil. Este sistema estará disponível aos empresários e o Detran vai ser o investidor desse sistema da Peça Legal. Toda peça será 'etiquetada' e incluída em um sistema tecnológico de validação.

### **NVA - Além de punir as empresas que atuam de forma ilegal, o Detran de Goiás irá oferecer alguma espécie de incentivo para aquelas que decidirem aderir à regularidade proposta?**

**WS** - O Detran está fornecendo uma placa e divulgando no seu site as empresas que estão trabalhando de forma legal. Nossa ideia é divulgar, também para o consumidor, o que cada estabelecimento tem de peça e onde é possível encontrar uma peça legal. O Detran-GO quer, enfim, regularizar o setor para contribuir tanto para o estado quanto a nível de país. Vamos tirar o mau empresário do mercado. Sabíamos da atuação de vários empresários fora das ordens. Nossa preten-

são é de parceria, colocar tudo na devida legalidade. Mas aqueles que não quiserem atuar de maneira legal, iremos punir fortemente.

### **NVA - Quais empresas estão no radar deste mutirão de fiscalização de vocês para os próximos meses?**

**WS** - Estão no radar, claro, as lojas de montagem e desmontagem de veículos. Mas também vamos ampliar a fiscalização para oficinas mecânicas e lojas e empresas de funilaria – lataria e pintura, bem como as borracharias. Vamos fiscalizar todas as empresas que suspeitarmos que comercializam peças provenientes de veículos roubados, em qualquer dos ramos que atuem neste nicho. Afinal, este é um mercado lucrativo e aqueles que optam por trabalhar na ilegalidade prejudicam os que estão em conformidade com a legislação, além de comprometer a arrecadação do estado e servir escoamento para crimes de roubo e furto de carros.

### **NVA - As operações coordenadas por vocês têm alguma ligação com uma recomendação específica do Detran Nacional ou a ideia é simplesmente fazer valer uma lei que já vigora em todo o país?**

**WS** - A recomendação vem apenas da Lei do Desmonte. Ou seja, uma vez que uma lei entra em vigor, ela deve ser cumprida. No nosso caso, do Detran, ela se tornou uma missão, já que somos gestores auxiliares da segurança pública. No nosso caso específico, aqui em Goiás, ao percebermos a chegada de peças suspeitas de outros estados em estabelecimentos locais, sentimos que temos que agir. Tendo essas informações de inteligência, não podemos ficar de braços cruzados.



Detran fornecerá às empresas aplicativos com conexão à Receita no estado

## União e inovação: o caminho para o futuro do mercado de reposição automotiva

O mercado de reposição automotiva é um dos pilares fundamentais da indústria automobilística brasileira. Sua significativa importância se evidencia nos números impressionantes que esse segmento apresenta. Com um faturamento estimado em 95,8 bilhões de reais, corresponde a 1,1% do PIB nacional, mostrando sua contribuição expressiva para a economia do país. Além disso, o mercado de reposição automotiva gera mais de 5.751.836 empregos, espalhados por toda a cadeia produtiva, o que res-

salta sua relevância no cenário de empregabilidade nacional. Com aproximadamente 101.769 oficinas mecânicas, 956 empresas na indústria, 1.140 empresas de distribuição e cerca de 13.435 empresas no varejo automotivo, o mercado de reposição automotiva é vital para a sociedade e tem garantido de forma satisfatória a necessidade pela manutenção e reparação veicular no Brasil, atendendo a uma frota crescente, que prevê alcançar 65,69 milhões de veículos em 2023, representando um crescimento de 3,7% em relação ao ano anterior.



No entanto, o mercado de reposição automotiva enfrenta desafios significativos. A competição acirrada, a redução das margens de lucro e a gestão complexa de estoques são questões que demandam soluções inovadoras para garantir sua prosperidade contínua. Além disso, a dificuldade de gerir o portfólio, a alta devolução de produtos e a falta de digitalização e padronização são obstáculos adicionais que as empresas precisam superar para se manterem competitivas. Todos esses desafios se mostram ainda mais graves quando percebemos a movimentação de diversas montadoras em restringir ainda mais os poucos recursos informacionais à disposição dos consumidores e dos agentes que trabalham com a reparação automotiva como seu principal negócio. Um exemplo expressivo dessa movimentação é a restrição na coleta de dados e diagnóstico em novos veículos que estão sendo produzidos sem acesso ao sistema OBD (On-Board Diagnostics), forçando os consumidores a buscarem serviços de diagnóstico exclusivamente nas redes de concessionárias da montadora. Essa prática tem sido

crecente em diversas montadoras e prejudica a livre concorrência no mercado de reposição, dificultando a competição das oficinas independentes e limitando as opções de escolha dos consumidores. Medidas como essa tendem a gerar grande instabilidade econômica em um setor vital para a economia e sustentabilidade do país e devem ser refutadas com veemência por todos nós que trabalhamos no ecossistema da reparação automotiva. O fato é ainda mais grave quando levamos em consideração que muitas montadoras (mesmo as que restringem as informações) demonstram total desinteresse com as demandas do "pós-vendas" (Mercado de Reposição). Geralmente, por parte das montadoras, só há foco, investimentos ou ações mais contundentes voltadas ao aftermarket quando as vendas de veículos novos são impactadas por crises. Além disso, esse interesse, quando existe, é limitado aos veículos em garantia ou seminovos, deixando à margem mais de 80% da frota nacional que é composta por veículos com mais de 4 anos de uso.



Tecnologia para a vida

## Escolha a melhor. Escolha Bosch.

Conte com a qualidade, tecnologia e tradição de quem é referência mundial em autopeças, para oferecer a opção que melhor se encaixa na necessidade do seu cliente.

**Bosch, quem usa confia!**

Conheça nosso catálogo:



Iluminação • Filtros • Fluido • Fricção • Baterias • Velas. E muito mais.

Instagram Facebook YouTube autopecasbosch

Sama, Laguna e Matrix

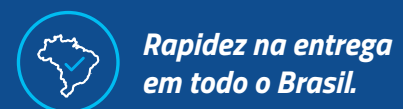
# Lado a lado com você, em todo o Brasil

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

*Patrícia Nunes*  
Cliente  
Recife - PE

*Antonio de Pádua*  
Gerente Regional

#POR  
TODO  
BRASIL



Rapidez na entrega em todo o Brasil.



Variedade e qualidade do nosso portfólio.



Compromisso com a sua empresa.

29  
FILIAIS



Sama



Laguna



Matrix

Conheça a filial mais perto de você.

**DASA** / Distribuidora Automotiva

**Sama**  
Autopeças

**Laguna**  
Autopeças

**MatriX**



A falta de uma visão clara do que esperar impacta negativamente a previsibilidade para a cadeia de suprimentos e dificulta o atendimento adequado aos clientes. A ausência de um posicionamento sólido por parte das montadoras e a falta de união dos agentes comerciais do setor independente podem gerar um cenário de instabilidade tanto para as empresas do setor quanto para os consumidores, que poderão estar sujeitos a altos custos de manutenção e à falta de opções para reparar seus veículos quando a oferta se restringir apenas aos canais da concessionária. Nesse contexto, o movimento "Right to Repair" (Direito à Reparação)

emerge como uma pauta imprescindível para os empresários e profissionais do mercado de reposição. Movimentos que promovem a união e interação das representações de classe do aftermarket, como a Aliança Aftermarket Automotivo, também serão fundamentais para o desenvolvimento de soluções de longo prazo que priorizem os reais interesses do segmento. Afinal, o acesso a informações e o direito a uma concorrência justa deveriam ser a base fundamental para qualquer atividade econômica, especialmente em um segmento da envergadura e importância do Aftermarket Automotivo.

	Frota 2020	Frota 2021	Frota 2022	Frota 2023	Frota 2026	Variação Anual (%)		
						22/21	23/22	23/26
Carro	38.42 M	38.48 M	38.59 M	38.61 M	38.83 M	0,2%	0,1%	0,6%
Caminhão	6,43 M	6,61 M	6,75 M	6,89 M	7,35 M	2,0%	2,2%	6,7%
Trator	1,94 M	2,0 M	2,05 M	2,10 M	2,27 M	2,4%	2,6%	8,2%
Ônibus	553 Mil	555 Mil	556 Mil	576 Mil	603 Mil	1,9%	2,0%	4,6%
Motocicleta	14,87 M	14,79 M	14,90 M	15,17 M	16,61 M	0,8%	1,8%	9,5%
Veículo Especial	62,22 M	62,47 M	62,83 M	63,36 M	65,69 M	1,3%	2,3%	3,7%

Aliado à busca pelo direito justo à reparação, os agentes do segmento precisam estar mais preparados para os desafios concorrenciais que se desenham. Neste sentido, urge a necessidade de padronização, ampliação dos acessos às informações e digitalização de processos, que permitirão que as empresas do segmento independente possam lidar estrategicamente com as restrições impostas, permitindo que os consumidores sejam atendidos de forma satisfatória em suas necessidades de reparo e manutenção. Atualmente, o mercado dispõe de diversas soluções em tecnologias avançadas com baixo investimento, tais como sistemas de consulta de peças por meio da placa do veículo, chatbots de aplicativos de mensagens, marketplaces lastmile, sistemas B2B e outras ferramentas que não apenas promovem a produtividade e eficiência para o segmento, mas também oferecem abordagens estratégicas

para atender e capacitar as oficinas independentes. Essas inovações beneficiam e conferem maior segurança aos consumidores, ao mesmo tempo que consolidam um mercado mais competitivo e tecnologicamente avançado para o setor automotivo no Brasil. O mercado de reposição automotiva tem o potencial de conquistar um futuro ainda mais próspero e equitativo, fortalecendo ainda mais a economia brasileira e oferecendo serviços de qualidade para todos os proprietários de veículos no país. No entanto, para alcançar toda sua potencialidade, será imprescindível que os tomadores de decisão do setor ajam com visão estratégica e união, enfrentando os desafios e superando as restrições impostas, buscando negócios cada vez mais prósperos e previsíveis, consolidando assim nosso segmento de forma competitiva, transparente e centrada nas necessidades dos proprietários de automóveis do país.

# AUTHOMIX

Qualidade Original



## Molas Helicoidais

Mais uma novidade chegando para o seu portfólio



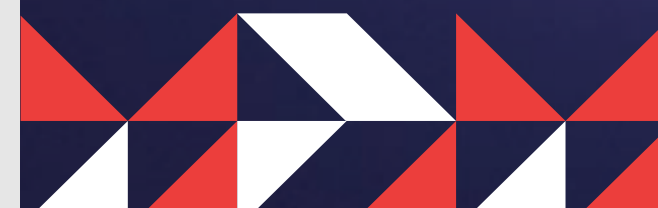
Seja qual for seu veículo, temos um mix de produtos ideais pra você!

As Molas Helicoidais AuthoMix possuem uma enorme gama de aplicações que vão de carros de passeio a utilitários, inclusive para veículos movidos a GNV.

O segredo por trás de sua excelência está na fabricação com materiais de alta qualidade e resistência, sujeitos a processos controlados que atendem aos rigorosos requisitos do ISO 9001.

O resultado? Uma maior resistência a corrosão e a fadiga, garantindo uma durabilidade das molas AuthoMix.

**Peça sempre o melhor.  
Peça Molas Helicoidais AuthoMix!**



authomix



Acesse o site e confira os nossos revendedores **authomix.com.br**





Amor que é farol nos guiando  
pelos melhores caminhos.

Feliz  
Dia dos  
Pais!

Acesse  
o nosso  
site:



Conheça nossas redes sociais:

@gruporealdistribuidor Grupo Real

»



## Prioridade do consumidor é gastar menos

Nova pesquisa da McKinsey & Company sobre o sentimento e os hábitos dos consumidores brasileiros mostra que nove em cada dez deles estão adotando estratégias para reduzir custos

O longo período da pandemia trouxe transformações significativas no consumo dos brasileiros. A digitalização foi, talvez, a principal. Mas as mudanças não pararam por aí. Outra importante, que tem sido notada também no varejo de autopeças, é a busca por alternativas de produtos mais em conta. Com isso, eventualmente marcas premium acabam sendo substituídas por produtos com preços mais acessíveis. É exatamente isso que revela recente pesquisa realizada pela McKinsey & Company sobre o sentimento e os hábi-

tos do consumidor no Brasil. O estudo mostrou que nada menos que nove em cada dez consumidores estão adotando estratégias para reduzir custos, como a troca por marcas mais econômicas e a busca por produtos em tamanhos menores. Mas, na soma dos dados, o resultado acaba sendo positivo. De acordo com a pesquisa, o consumidor está *“otimista com futuro, porém cauteloso no presente”*. No final das contas, o país oferece grandes oportunidades para os varejistas que acreditam e empreendem.

### FUTURO

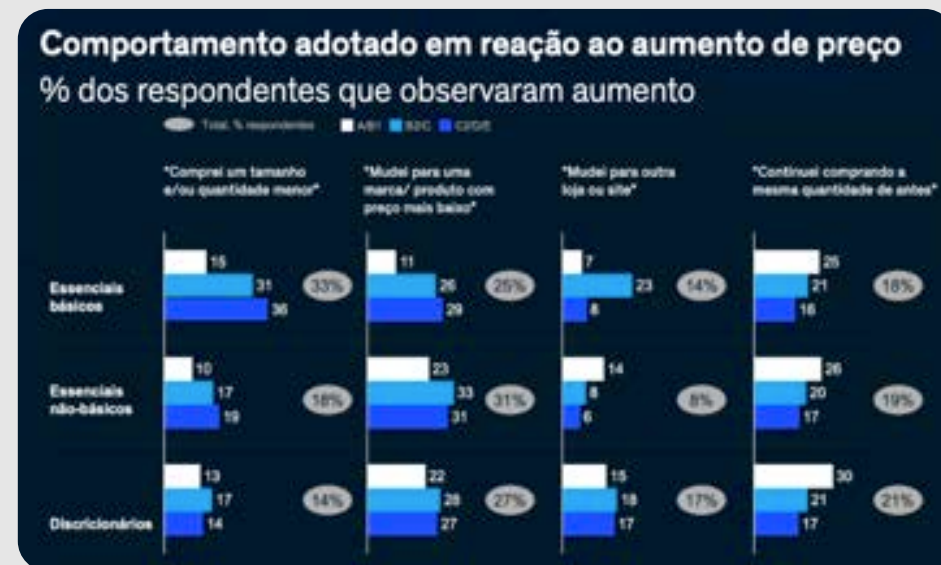
A pesquisa da McKinsey & Company apurou que o otimismo do consumidor no Brasil subiu 12 pontos percentuais na comparação com o trabalho anterior, realizado em agosto de 2022. O resultado também é o melhor da série histórica, iniciada em 2016. A maior parte dos entrevistados – 43% – está otimista quanto à recuperação econômica do país. Os pessimistas são apenas 17%. As maiores taxas de otimismo se encontram nas classes socioeconômicas mais altas (60%). Ainda de acordo com os resultados, *“nas classes média e baixa, a incerteza predomina e o pessimismo é ligeiramente maior”*.



Fonte: Pesquisa Global da McKinsey de Percepção do Consumidor 2023

### PRESENTE

Se o futuro vai bem, obrigado, no presente a palavra de ordem para os consumidores brasileiros é ‘austeridade’. Todos querem gastar menos. Como já citamos no início deste texto, nada menos que nove em cada dez pessoas reduziram gastos em alguma categoria de produto nos últimos 3 meses. *“A categoria mais afetada foi a de produtos discricionários, como vestuário, eletrônicos e produtos para casa, na qual 82% dos consumidores reduziram algum tipo de gasto”*, detalha a pesquisa. Um dado relevante é que, de fato, 89% dos consumidores reduziram gastos a partir de suas próprias estratégias visando à economia.



Fonte: Pesquisa Global da McKinsey de Percepção do Consumidor 2023

O AMORTECEDOR  
**PERFEITO**  
PARA O SEU CARRO

AMORTECEDOR POWER GÁS.  
CONFORTO, QUALIDADE E  
SEGURANÇA PARA VOCÊ  
E SEU VEÍCULO!



Mais de 4 mil  
itens em toda  
linha PERFECT  
para veículos  
NACIONAIS e  
IMPORTADOS.



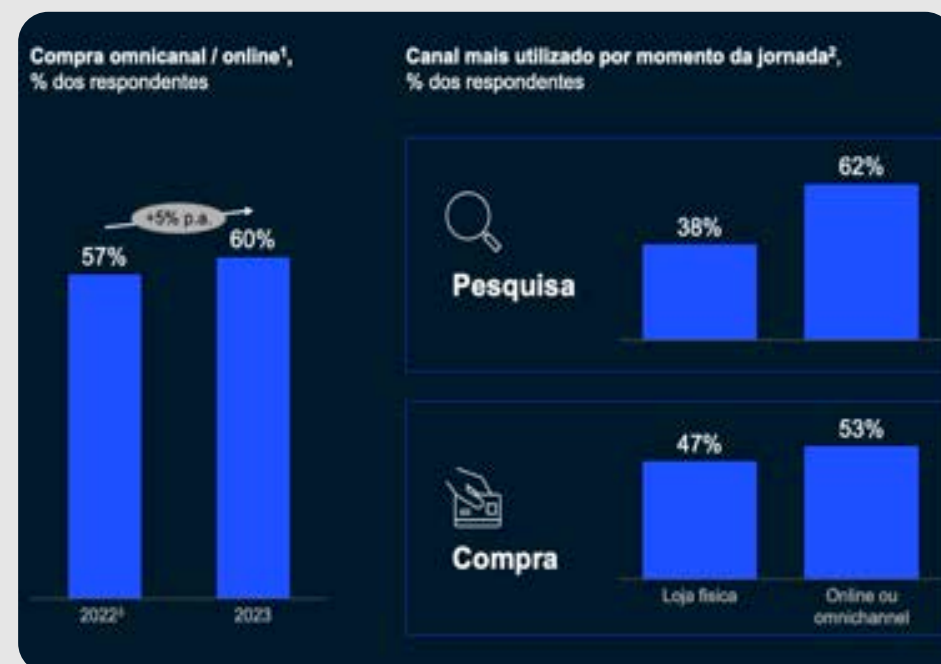
O trade-down caiu 11 pontos percentuais em relação ao ano passado e está estabilizado num patamar bem próximo ao registrado antes da COVID-19. Enquanto isso, o trade-up não registrou ganho significativo no período. A estratégia de trade-down é praticada em todas as categorias de produto e mais fortemente entre essenciais não-básicos (como produtos de higiene pessoal e serviços fitness e de bem-estar) e discricionários (decoração e produtos para casa, calçados e vestuário). Mesmo com tanto esforço para economizar, o brasileiro tem deixado espaço para indulgências nos momentos de alívio financeiro nos próximos três meses.



Fonte: Pesquisa Global da McKinsey de Percepção do Consumidor 2023

### OMNICALIDADE

A pesquisa realizada pela McKinsey também investigou a jornada de compra dos consumidores brasileiros comparando os pontos físicos com as plataformas de comércio eletrônico e os diferentes desdobramentos destas alternativas. Segundo o estudo, “as lojas físicas ainda têm um papel relevante na jornada de compra dos consumidores, apesar da aceleração do comportamento digital. Nessa nova realidade, ganha relevância a omnicanalidade ou a experiência ‘figital’ – com a maior integração entre os canais físico e digital”. A preferência pelo canal de pesquisa e compra varia de acordo com o tipo de produto. Para essenciais básicos, a jornada acontece, na maioria das vezes, em lojas físicas por estarem atrelados a produtos de mercado e perecíveis. Já para os discricionários, o domínio é do omnicanal. É importante destacar que, como geralmente ocorre, a pesquisa não investigou os hábitos de consumo de produtos relacionados ao automóvel. Portanto, os dados divulgados nesta matéria devem ser interpretados pelo varejista de autopeças como uma visão geral e média do sentimento e dos hábitos dos consumidores brasileiros atualmente.



Fonte: Pesquisa Global da McKinsey de Percepção do Consumidor 2023

www.dayco.com

Com a Dayco a **segurança** está em suas mãos



Apresentamos a nova linha de Suspensão e Direção.

**DAYCO**  
MOVE FORWARD. ALWAYS.™



LOJA LEGAL

## Perfil heterogêneo chama a atenção entre primeiros participantes do Loja Legal

*De loja de peças usadas que sequer abriu a empresa que une venda de produtos e serviços de reparação: programa mostra seu caráter democrático*

Apresentado aos varejistas de todo o país no último mês de abril, durante a Automec 2023, o Programa Loja Legal já está ajudando 43 empresários a melhorarem a performance de seus negócios nas mais diversas áreas.

A informação, obtida com exclusividade pelo Novo Varejo Automotivo junto ao consultor de negócios do Sebrae, Reginaldo Oliveira, causou curiosidade no mercado de autopeças. Afinal, qual é o perfil das empresas que estão inaugurando o programa? Ao ter acesso a estes negócios, ficou evidente, logo de cara, o caráter democrático do Loja Legal. Isso porque, além de alcançar ne-

gócios em todo o território brasileiro, a capacitação promovida pela parceria entre Sebrae, Sincopeças-SP e G&B Distribuidora está aberta a perfis heterogêneos de empresas, tanto no que diz respeito ao porte e ao estágio do negócio quanto no que tange a seu core business.

As empresas com que conversamos exemplificam a magnitude desta pluralidade de alcance. Ambas, porém, são – cada uma a seu modo – espelhos de um novo momento de inovação no aftermarket automotivo.

Venha conosco e conheça estes protagonistas de um novo varejo.

## Com estrutura enxuta, Bosscar Service une varejo e serviços de manutenção

Localizada na cidade de Valparaíso de Goiás (GO), a Bosscar Service existe há três anos e tem como uma de suas marcas principais o fato de aderir à tendência do modelo que une venda de autopeças e serviços de manutenção e reparo. Com uma estrutura enxuta, de quatro funcionários, a empresa liderada pela proprietária Débora Camargo opera com autopeças novas e se especializou nas marcas Volkswagen, Honda, BMW, Fiat, Volvo e Mercedes-Benz. Para estas, a Bosscar Service oferece serviços que vão desde a troca de óleo e pneus até a realização do mapa de injeção e manutenções autoelétricas. A mão de obra especializada da Bosscar Service permite à empresa oferecer ainda o Laudo Cautelar DEKRA, que avalia cerca de 170 itens para atestar a identificação e a estrutura do veículo, bem como o Laudo Mecânico DEKRA, cujo objetivo é verificar documentação, equipamentos obrigatórios e alteração das características originais do veículo. Ao conversar com nossa reportagem, Débora Camargo – que conheceu o programa durante a Automec 2023 – afirmou que o principal motivo da empresa para aderir ao Loja Legal foi o desafio de utilizar a estrutura já existente para alavancar as vendas e o faturamento do negócio. Segundo ela, um dos pilares identificados pela consultoria do Sebrae durante a fase de diagnóstico foi a necessidade de enfatizar os canais de venda digital da empresa – área que, embora esteja em fase de desenvolvimento, já tinha sido identificada como chave em um planejamento estratégico que a Bosscar Service havia conduzido internamente.

A sinergia entre o que se percebeu dentro de casa com os pontos apontados pelos especialistas do Loja Legal dá a Débora a perspectiva de alcançar, em breve, o que chamou de ‘novos patamares’ no campo da rentabilidade.



Débora Camargo espera elevar a rentabilidade do negócio a novos patamares

Foto: Divulgação

“Com essa visão, passei para a etapa de estudo do funcionamento do ramo de reciclagem automotiva pelo mundo, pesquisando as melhores práticas desse segmento nos mercados americano, chinês, russo, canadense e europeu para aplicar no meu negócio. O passo seguinte foi buscar o Sebrae, mesmo antes do Loja Legal, para criar um plano de negócios a fim de formatar a empresa dentro dos requisitos e aspectos fundamentais e legais. Foi este arcabouço que deu suporte à abertura da empresa, em março deste ano”, relatou Orreda. Questionado sobre os principais apontamentos oferecidos pela consultoria do Loja Legal durante a etapa de diagnóstico, o proprietário da F28 Autoparts trouxe para um fato curioso: em função da emergente e crescente tendência de compras online, a loja foi estrategicamente direcionada para atuar 90% no mercado digital e 10% físico (balcão). “Além disso, o senhor Reginaldo Oliveira (consultor do Sebrae) me instruiu sobre os benefícios que a realização de parcerias público-privadas poderão trazer à minha empresa”, concluiu.



Sustentabilidade foi determinante para modelo de negócios escolhido por Fernando Orreda

## Além de gratuito e democrático, Loja Legal não oferece resistência em termos de burocracia

O Programa Loja Legal foi criado com o objetivo central de escalar a formalização das empresas do varejo de autopeças – movimento que, no entendimento de Sebrae e Sincopeças-SP, aumenta significativamente suas oportunidades de consolidação e crescimento do setor.

Por conta disso, a capacitação tem como uma de suas principais características a gratuidade de participação e a capilaridade de alcance em todo o território nacional.

Mais do que estes elementos, porém, o Loja Legal tem se destacado pela pouca resistência que oferece para os interessados em participar, bem como pela produtividade de facilitar o início das atividades a partir do momento de ‘declaração de intenção’. Esta facilidade foi destacada pelos proprietários respectivos de Bosscar Service e F28 Autoparts, Débora Camargo e Fernando Orreda.

Ambos os empresários relataram terem conhecido o programa durante a Automec 2023 e, logo em seguida, acessaram o site do Loja Legal para realizar suas inscrições – movimento este que foi prontamente seguido pelo consultor do Sebrae, Reginaldo Oliveira, para a organização das agendas a fim de dar o start imediato na etapa de diagnóstico inicial.

“Não enfrentei nenhuma resistência. Pelo contrário, os organizadores foram solícitos desde o primeiro momento”, comemorou Camargo. Comprovando esta abertura, aliás, em sua entrevista ao NVA, Oliveira, consultor do Sebrae, se disponibilizou a divulgar publicamente seus contatos pessoais aos varejistas interessados no programa. Para saber mais informações ou se inscrever, portanto, basta contatá-lo via WhatsApp, no número - 11 3385-2389, ou no e-mail reginaldoao@sebraesp.com.br.

## Focada na economia circular, F28 Autoparts quer começar sua trajetória com o pé direito

Nem só de empresas ávidas por dar seus próximos passos e subir degraus no campo da profissionalização e escalabilidade é composto o portfólio de mentorados do Loja Legal. O programa também abre portas para empresários que estão nas fases finais de concepção e implementação de seus negócios. Com sede projetada para estar na cidade de Irati (PR), localizada a 150 quilômetros de Curitiba, a F28 Autoparts sequer abriu as portas e já está – segundo seu proprietário, Fernando Orreda – se surpreendendo positivamente com as possibilidades e melhorias indicadas pela equipe do Sebrae.

Além de buscar evoluir antes mesmo de abrir as portas, a empresa idealizada por Orreda, cuja experiência como engenheiro

mecânico com normas e processos de fabricação de peças data mais de duas décadas, tem um outro aspecto que a destaca entre os seus pares do ‘Loja Legal’: seu foco de negócio será o da venda de peças e componentes usados e seminovos. Ao refletir sobre a escolha do modelo de negócios, o proprietário da F28 Autoparts conta que, após observar os diversos mercados possíveis de atuação, ele identificou uma forte tendência mundial de cobrança das empresas e indivíduos pela sustentabilidade do planeta, pautada por princípios ESG (Environmental, Social and Governance) e economia circular. Seguindo nesta linha, percebeu a necessidade de uma ação efetiva ligada ao reuso das peças e componentes dos inúmeros veículos que deixam de rodar todos os dias no Brasil.

### Conheça as etapas do Loja Legal

O Loja Legal é constituído por quatro etapas com duração média de ciclos de três meses cada e independente entre elas - sendo distribuídas de acordo com a necessidade de empresa inscrita. Conheça-as:

#### Etapa 1 – Diagnóstico

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

#### Etapa 2 – Capacitações

Com base nas lacunas identificadas no diagnóstico, o Sebrae indica uma série de palestras, oficinas e cursos on-line para os par-

ticipantes, além – é claro – de consultorias personalizadas para estabelecer um planejamento voltado a sanar essas questões.

#### Etapa 3 – Avaliação dos resultados

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

#### Etapa 4 – Evento de encerramento

Finalização do ciclo com apresentação dos casos de sucesso.



Aprovação da PEC da reforma tributária foi comemorada pelo plenário da Câmara

## Analistas do Ibevar projetam impacto da reforma tributária no varejo

*Aprovada em dois turnos na Câmara dos Deputados, proposta ainda percorrerá novas etapas no Congresso Nacional antes de ser implementada*

Aprovada no início de julho pela Câmara dos Deputados, a Proposta de Emenda à Constituição, cujo objetivo principal é reformar o sistema tributário brasileiro, ainda tem caminhos a percorrer no Congresso Nacional antes de ser ratificada. O fato de ainda ter de passar pelo Senado Federal e – em caso de alterações no texto, o que é dado como certo – voltar para apreciação dos deputados torna impossível uma análise definitiva de seu impacto na atividade econômica do país. Apesar disso, o mercado já começa a ter perspectivas reais acerca de mudanças que há décadas são demandadas pela sociedade civil – em especial pelos empresários – e as três esferas de governo: federal, estaduais e municipais. Além do eterno debate sobre a alta carga tributária do país, sua natureza complexa e intrincada é alvo de queixa constante da classe empresarial. Afinal, a noção geral é que o difícil entendimento traz

uma natural redução da produtividade da economia brasileira como um todo, atuando como uma espécie de freio que reduz a competitividade das empresas tanto no atendimento da demanda interna, como também na oferta de produtos e serviços ao mercado externo. Na análise geral dos economistas, a atual proposta pouco impacta o total a ser pago por pessoas físicas e jurídicas em termos de impostos – e tem na ‘simplificação tributária’ o seu foco principal. Mas um temos paira sobre todos os brasileiros: afinal, haverá aumento de carga?

A fim de projetar os impactos do núcleo central da PEC, que inclui extinção de cinco tributos, convidamos os porta-vozes do Ibevar (Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo & Mercado de Consumo) – Prof. Dr. Claudio Felisoni de Angelo (presidente) e Prof. Dr. José Carlos de Souza Filho (pesquisador associado) – para uma análise a partir de diferentes ângulos. É o que você vai ler agora.

## O que dizem os especialistas em varejo

### O CORE DA PROPOSTA E SEU IMPACTO NO VAREJO

**Análise do Ibevar** - A proposta prevê a extinção de cinco tributos, substituídos por impostos sobre o valor adicionado. Três dos tributos a serem extintos são federais: Programa de Integração Social (PIS), Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins) e o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI). Esses tributos serão substituídos pela Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS), a ser arrecadada pela União. Os outros dois são locais: o Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), administrado pelos estados; e o Imposto sobre Serviços (ISS), arrecadado pelos municípios. Em troca, será criado um Imposto sobre Bens e Serviços (IBS), também calculado na base de valor adicionado. Como se anuncia uma alíquota de 25%, a manutenção da carga tributária, produtos com alíquotas reduzidas, ainda não se sabe qual será o impacto específico sobre segmentos específicos. No caso do varejo haverá aumento da carga tributária. Muitas simulações dão indicação desse resultado, entretanto, o tamanho desse aumento não pode ainda ser definido. Como funciona hoje para os prestadores de serviços e comércio? Temos para as empresas tributadas através do lucro presumido os seguintes tributos: PIS com 1,65%, COFINS com 3% (para empresas no lucro presumido, pois se elas estiverem no lucro real, a COFINS será 7,6%), ISS que pode variar de 2 a 5% dependendo do serviço. Isto pode significar de 6,65 a 9,65%. Não estão aí incluídos o IRPJ com 4,88%, a CSLL com 2,88%. Lembrando que, nos serviços, não se tem a compensação via crédito na maioria dos casos. Para o consumidor final, isto nunca acontece. Como se fala em 9% para o CBS (PIS, COFINS e IPI) e 16% para o IBS (ICMS e ISS), isto representaria 25% ao invés de 9,65% no limite. Sem contar o efeito do IRPJ e CSLL que não estão computados. Não se incluíram os benefícios para as empresas optantes pelo Simples, que somam hoje 11 milhões, incluindo os MEI.

### MOBILIZAÇÃO DO SETOR VAREJISTA

**Análise do Ibevar** - Diferentemente de outros segmentos – por exemplo, indústria automobilística e agronegócio – a atividade varejista é muito pulverizada. Dificultando, portanto, a formação de grupos efetivos de pressão. Mesmo as grandes operações varejistas de bens, não de serviços, não exercem o mesmo poder de influência que certos setores industriais. Mas seria interessante uma maior organização por parte dos diversos segmentos varejistas a fim de evidenciar o aumento da carga tributária onde ela for mais evidente. Devemos levar em conta que muito ainda terá que ser discutido com relação às alíquotas a serem praticadas para que a reforma não venha a ser algo que apresenta mais problemas no longo prazo que soluções.

### EXPECTATIVA SOBRE MUDANÇAS

**Análise do Ibevar** - O projeto foi aprovado apenas pela Câmara, terá que ir ainda ao Senado. As notícias são que os senadores desejam introduzir mudanças. Isso de fato ocorrerá como resposta aos grupos de pressão. Precisamos verificar se este aumento de alíquotas e consequentemente da CARGA TRIBUTÁRIA que foi propalado que não ocorreria, será reposicionado no Senado através das mudanças que se pretendem introduzir.



Claudio Felisoni de Angelo é presidente do Ibevar



José Carlos de Souza Filho é pesquisador associado do Ibevar

**SAMPEL**  
PEÇAS AUTOMOTIVAS

Especialista  
em Suspensão:  
Soluções Duráveis  
para seu Veículo.



# PALAVRAS CRUZADAS DA ROLES! AQUI VOCÊ ENCONTRA:



Oferecer a solução que o seu negócio precisa, isso é o que nos move diariamente! Há **54 anos** estamos construindo relações na base da confiança, entrega e respeito. Temos as **melhores marcas, produtos e lançamentos** para você estar sempre atualizado com o que há de melhor no mercado das **autopeças**.

Conte com a gente, porque **Juntos Fazemos Melhor!**



(11) 3155-7540 Roles Autopeças roles.com.br

JUNTOS FAZEMOS MELHOR



## AAA - Análise Aftermarket Automotivo Especial “gestão de dados”

Este resumo do programa Análise Aftermarket Automotivo, veiculado semanalmente pela A.TV (<https://www.youtube.com/c/ATVmidia>), trata do big data e a importância de armazenar corretamente e interpretar os dados captados pelas empresas como ferramenta de gestão. Eu tenho certeza que você já ouviu algumas vezes que, hoje, os dados são considerados o novo petróleo, a maior riqueza que produzimos no mundo. Esta riqueza pode ser medida em números: pesquisa da consultoria Fortune Business Insights estima que o mercado global de big data analytics chegará a quase 550 bilhões de dólares em 2028. O fato é que já vivemos a era do big data e, portanto, dados não faltam. Nunca produzimos e compartilhamos tantas informações em tempo real. Bem antes da explosão da geração e da circulação de dados a que assistimos hoje, em 2001 a Gartner – uma das líderes globais em pesquisas e consultoria em tecnologia da informação – criou a primeira e mais aceita definição do conceito de big data: “*são ativos de informações de alto volume, alta velocidade e / ou alta variedade que exigem formas inovadoras e econômicas de processamento de informações que permitem uma visão aprimorada, tomada de decisões e automação de processos*”. No aftermarket automotivo, o big data pode ter inúmeras aplicações. Para a reparação, o carro conectado cada vez mais será um gerador de informações precisas para o diagnóstico de defeitos, além da antecipação de problemas em gestão, favorecendo a prática da manutenção preventiva – e aí entra a necessidade urgente de garantir o acesso do mercado independente a estes dados, uma missão atualmente conduzida no ambiente do Right to Repair. No varejo de autopeças, a simples organização de informações sobre o cliente e seu perfil de consumo já é um ponto de partida para incrementar as vendas e assegurar a tão desejada fidelização. Isso pode ser ampliado cruzando dados cadastrais com, por exemplo, a rotina que o cliente expõe nas mídias sociais. Nos sistemas mais estruturados, representa um meio eficiente para prever os comportamentos dos consumidores e, com isso, influenciar decisões estratégicas para o negócio.

Na verdade, não há limites para a utilização dos dados como embasamento das estratégias de expansão dos negócios no mercado de reposição.

Bom, na verdade, há sim um limite ainda a ser superado: a interpretação dos dados. De nada adianta juntar informações e não saber o que fazer com elas. E, infelizmente, este obstáculo ainda está muito presente no dia a dia das empresas. É o que revela pesquisa que acaba de ser divulgada pela Totvs, uma das líderes no mercado brasileiro em soluções tecnológicas para os mais diferentes perfis de negócios. O trabalho foi realizado em parceria com a empresa H2R pesquisas avançadas e teve como objetivo desvendar como as organizações estão se preparando para a gestão integrada de dados de clientes e audiência, além de avaliar o grau de maturidade das empresas brasileiras no uso de ferramentas de Inteligência de Dados para Marketing. Foram 172 entrevistas realizadas, sendo 10% indústrias, 32% prestadores de serviços e 58% de varejos. Mas não se iluda: como é usual, o segmento de autopeças não fez parte da pesquisa. Ainda assim, os resultados são suficientemente relevantes para oferecer um panorama sobre o uso dos dados nas organizações brasileiras. Então, vamos a alguns deles. A primeira constatação da pesquisa é que 70% das empresas brasileiras reconhecem a importância do uso intensivo de dados para suas estratégias de marketing. Essa é a boa notícia. No entanto, olhando o copo meio vazio, conclui-se que 30% delas ainda não conseguiram compreender de forma prática o que representam esses ganhos. Numa percepção inicial, o índice pode até parecer favorável. Mas é preciso lembrar a conjuntura extremamente competitiva que vivemos hoje e a velocidade com que as transformações acontecem. Neste cenário, praticamente um terço das empresas corre sério risco de ficar muito para trás. Mas quantas são as empresas que coletam dados dos consumidores? Entre as 172 pesquisadas pela Totvs, foram 98%. Destas, 73% garantiram usar de alguma forma essas informações para entender a jornada dos clientes.

Outro recorte mostra que entre as organizações que cole-

tam dados, 62% o fazem em pontos digitais, como e-commerce e SAC; 56% por meio de campanhas online; 53% nas redes sociais; e 34% em sites de busca. O principal ponto de obtenção das informações, no entanto, ainda são os espaços físicos, utilizados por 75% daqueles que coletam dados. A pesquisa apurou também que 68% das empresas fazem algum tratamento nas informações obtidas, como a sempre necessária higienização. Até aí tudo bem, o problema é que menos da metade dessas empresas realizam a unificação das informações. Em muitos casos, os dados até existem, mas estão espalhados por diferentes departamentos da empresa e não conversam entre si. Um baita desperdício. As justificativas são as seguintes: 69% das companhias apontaram ter gargalos técnicos, sendo a falta de integração de dados e sistemas um dos principais motivos sinalizados; e 42% possuem barreiras humanas, sobretudo pela falta de mão de obra capacitada. E veja que curioso: 30% dos entrevistados dizem não tratar os dados por mero... esquecimento. Outra informação que reforça o cenário de despreparo das empresas é que apenas 24% indicaram já ter um profissional dedicado à transformação digital e uso de dados. E, finalmente, o enriquecimento dos dados é realizado por apenas um terço dos entrevistados. Na interpretação dos resultados, a Totvs também adverte para a centralização dos dados nas mãos de uma única área da empresa: 55% disseram explorar dados dessa forma. A falta de compartilhamento é extremamente prejudicial para a definição de uma estratégia mais ampla e assertiva para o negócio.

Muito bem. Este é o quadro atual. Mas o que a pesquisa diz sobre o futuro do big data nas empresas brasileiras? Segundo interpretação da Totvs, o cenário é promissor: 86% das empresas acreditam que a contratação ou desenvolvimento de ferramentas para gestão e armazenamento dos dados é uma decisão de negócio. Ou seja, as empresas têm consciência de que essas soluções de fato impactarão os negócios. Quanto ao uso de ferramentas para armazenagem e gestão dos dados, o estudo identificou que a principal ferramenta utilizada é o CRM – Customer Relationship Management, para 43%. Na sequência aparecem sistema de gestão integrado – ERP, 31%; e-commerce, 26%; OMS – Order Management System, 4%; CDP – Customer Data Platform, também 4%; e DMP – Data Management Platform, com 2% das citações pelos entrevistados. A conclusão dos especialistas da Totvs é que ainda há um longo caminho para explorar e conscientizar sobre o valor dos dados na prática, seu uso estruturado e inteligente, além da necessidade do apoio de uma ferramenta avançada e valiosa como, por exemplo, a CDP. Existe uma ampla consciência sobre a importância da presença digital e como os dados podem gerar um maior aprendizado sobre os consumidores. Mas ainda vai levar um tempo para que os dados sejam realmente vistos como um ativo valioso em todos os tipos de empresa, compreendendo os ganhos em usá-los para tomada de decisão e adotando a disciplina para coletá-los e tratá-los adequadamente. Em resumo: não faltam dados. A lacuna está na capacidade de transformá-los em ação em tempo real.

### TEM NOVIDADES NA MOTORS IMPORTS!

Lançamento	Lançamento	Lançamento	Lançamento	Lançamento
36090/36091/36092 - BRONZINA BIELA FORD RANGER 3.2 5CIL	36093/36094/36095 - BRONZINA MANCAL FORD RANGER 3.2 5CIL	36103 - DISCO FREIO DIANT. BMW 3 (F30/F80) 320i 12/18	36140 - FILTRO AR BMW 320 2.0 (G20) 18...	36365 / 36366 - AMORTECEDOR DIANT. CITROEN DS3 12/16

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](http://www.motorsimports.com.br)



Imagens meramente ilustrativas

**MAIOR**  
DISTRIBUIDOR  
DE AUTOPEÇAS  
PARA VEÍCULOS  
IMPORTADOS







## Especialista prevê que dados dos veículos em nuvem se tornarão acessíveis no futuro

*José Palazzi, diretor sênior da Qualcomm, provedora de tecnologia para as montadoras, acredita que etapas de acesso serão semelhantes ao que ocorreu com a conexão OBD*

Os movimentos Right to Repair e Right to Connect vêm merecendo uma ampla cobertura do NovoVarejo em razão da importância para o aftermarket automotivo do acesso às informações para o diagnóstico veicular armazenadas em nuvem pelas montadoras. O acesso a este conteúdo, mais do que um direito do reparador, é uma questão de respeito à liberdade de escolha do consumidor na hora de realizar um serviço de manutenção em seu veículo. Em entrevista exclusiva a nossa reportagem, José Palazzi, diretor sênior da Qualcomm, traz uma perspectiva mais otimista em relação ao desfecho deste impasse. Ele entende que, assim como ocorreu com as informações geradas pelos conectores OBD e OBD-II, também os dados em nuvens se tornarão gradativamente acessíveis. Você vai acompanhar a seguir uma aula sobre conectividade veicular, ministrada por quem está por trás do desenvolvimento destes sistemas para as montadoras. É a primeira vez que um conteúdo com esta origem é publicado para o mercado de reposição. Então, aproveite esta rara oportunidade para enriquecer seus conhecimentos sobre uma das mais importantes tendências do setor da mobilidade.

**NovoVarejo Automotivo - A Qualcomm não é uma empresa com que o aftermarket automotivo tem familiaridade. O que ela produz?**

**José Palazzi** - Somos uma empresa de tecnologia, temos uma base de 40 mil funcionários no mundo inteiro. Uma empresa que fatura em torno de 40 bilhões de dólares, mas de fato somos pouco conhecidos. E o motivo disso é que somos tidos como um fabricante de matéria-prima e propriedades intelectuais, desde os primórdios do telefone celular. Só que a tecnologia de celular evoluiu. Então, se num primeiro momento nós víamos essa tecnologia somente para falar ao telefone e, num segundo momento, para mandar mensagens de textos ou acessar nossa conta no banco, hoje isso se

expandiu de uma forma exponencial, de modo que os veículos são a real expressão de onde isso podia chegar. A tecnologia celular hoje viabiliza que veículos tenham um conteúdo de multimídia melhor, mandem informações em alta velocidade para outros veículos, para pessoas ou para infraestruturas de forma a tornar a direção mais segura, dar mais qualidade ao motorista, permitindo que ele possa dedicar mais atenção a dirigir o veículo, que é o principal. E, lá na frente, já preparando a direção autônoma. Tendo percebido que isso é uma tendência, olhamos o mercado automobilístico como estratégico. Hoje, temos orgulho em dizer que muitos desses carros eletrificados ou mesmo carros de ciclo de combustão convencional utilizam as nossas tecnologias desde o multimídia até a forma com que se comunicam com a nuvem quando mandam todas essas informações sobre o status deles – e recebem também informação vinda de fora.

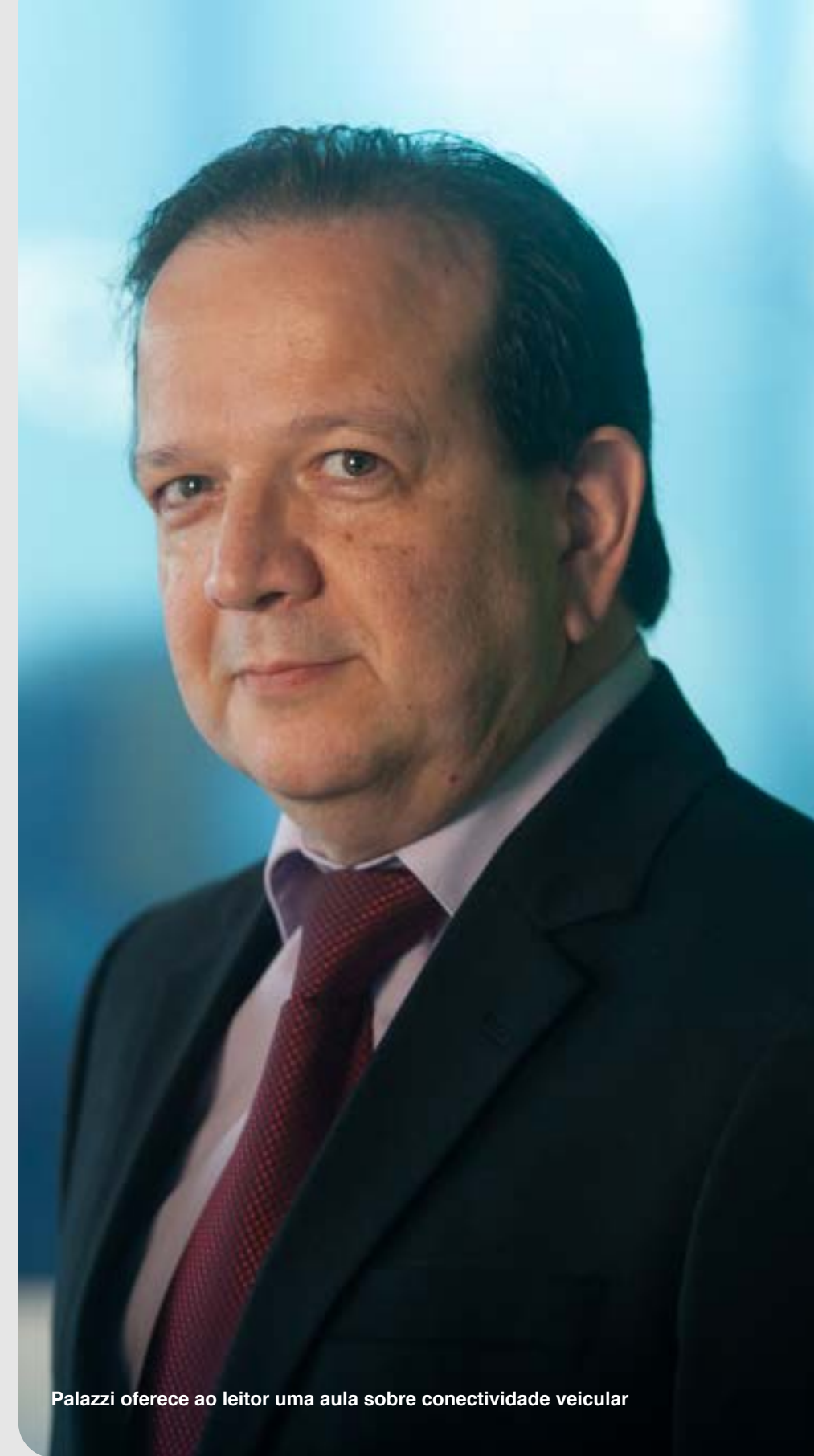
**NVA - O que existe de mais avançado hoje em termos de recursos digitais e de conectividade para os automóveis?**

**JP** - A interface visual do usuário com o veículo se dá no painel de instrumentos e no painel multimídia. E, para os ocupantes, há telas que ficam nos bancos traseiros, para entretenimento. Mas vamos nos concentrar no motorista. Hoje ele tem o painel de instrumentos e o painel multimídia, em que ele consegue ter conteúdo adicional, ver highlights das mensagens que chegam e fazer a interface com o ar-condicionado, o rádio, a câmera de ré. Você percebe que eu falei secundário? Porque o primário tem que ter informações vitais, geralmente a velocidade, temperatura, conta-giros. Eu acredito que isso vai se manter para não tirar a atenção do motorista. Mas estamos percebendo que, com o advento da conectividade, mais do que simplesmente mandar sinais vitais do carro para fora ou

mandar a localização do carro para uma seguradora, por exemplo, hoje em dia é possível criar novos serviços. Imagina que em veículos de locadoras eu posso determinar que aquele veículo só pode estar em determinada região. Ou ainda, como proprietário do veículo, eu posso fazer ativações remotamente. Gosto de dar o seguinte exemplo: pensando no presente e já no futuro, nos veículos elétricos as montadoras terão a possibilidade de oferecer características e serviços funcionais e com garantia que você não poderá controlar sozinho. Pense num veículo 100% elétrico com potência de 100 cavalos. Digamos que, conhecendo seus hábitos de dirigir – em estrada, por exemplo – aquela montadora ofereça para você mais 50 cavalos durante 10 horas. Então, você vai poder contratar esses 50 cavalos a mais sem perder garantia do carro. É um recurso que ela vai ativar remotamente, não vai mandar um técnico na sua casa para ativar. Imagina receber uma mensagem dizendo: “Você programou essa viagem e eu posso fornecer 50 cavalos a mais sem comprometer a garantia da sua bateria e de seu carro, aperte aqui se quiser ativar” e imediatamente você vai ter aquele recurso disponível. Em resumo: a conectividade vai permitir novos serviços que não sabemos ainda exatamente como serão, mas nós, como provedores de tecnologia, acreditamos que temos que deixar isso pronto para que o mercado possa fazer uso e desenvolver novas e mais disruptivas ideias para os veículos.

**NVA - Isso leva a duas questões importantes para o aftermarket automotivo. A primeira: propriedade dos dados. O carro conversa em tempo real e se discute hoje em todo o mundo a quem pertence a informação gerada por ele – montadora, concessionária, dono do carro. Como você enfrenta esse debate?**

**JP** - A indústria automobilística tem se mostrado muito sensível a esse ponto e é um tema de discussão constante que temos com ela. Percebemos que a decisão sobre isso está indo na direção de definir muito bem o que é conteúdo que deva ou possa estar na nuvem e o que é conteúdo que deva ou possa estar no carro. Um exemplo prático que, a propósito, nos leva a distribuir a inteligência entre o carro e a nuvem e não toda a inteligência só na nuvem ou no carro. Hoje é comum nos projetos de veículos que acompanhamos e que usamos nossas tecnologias a existência de câmeras dentro do carro. Num primeiro momento imaginamos que câmeras são um “big brother”, ou seja, vão tirar um conteúdo e mandar para a nuvem e eu posso ter informações veiculadas na nuvem que eu não necessariamente autorizei. Mas, e se considerarmos que essas câmeras sejam utilizadas com a inteligência dentro do veículo de forma que ela tome a decisão de permitir que aquele carro dê a partida porque você foi reconhecido como a pessoa autorizada, sem necessariamente ter mandado essa imagem para a nuvem? É o que eu chamo de inteligência local: todo atributo de imagem, de comparação, está dentro do veículo. Agora vamos a um exemplo de interface com a nuvem. Digamos que eu sou uma locadora de veículos e quero simplesmente contar quantas pessoas diferentes dirigiram aquele veículo num período de tempo. A única informação que vai para a nuvem é um número. Outro exemplo: essa mesma câmera está olhando para dentro do carro e pode aprender padrões como o cinto de segurança afivelado, se existe uma criança no banco traseiro, se ela devidamente acomodada na cadeirinha. Esse é um tipo de conteúdo em que não é preciso identificar um



Palazzi oferece ao leitor uma aula sobre conectividade veicular

rostro, identificar quem é a criança. Somente uso a inteligência para me dizer que aquele cinto foi afivelado e que a criança está no banco de trás – ou mandar um aviso no painel advertindo que tem uma criança no banco de trás que não está na cadeirinha. Essa é uma inteligência que pode ficar na nuvem. O resumo é: a indústria automobilística – junto conosco, como provedores de tecnologia – está tentando ao máximo possível preservar as informações que devam ser sigilosas para dentro do ambiente do veículo, de forma que elas não vazem, não sejam trocáveis, e utilizar somente o contexto do que possa ser rastreável ou aproveitável para a condução segura como informações que são processadas na nuvem.

**NVA - Então vamos à segunda questão. Até pouco tempo o diagnóstico de falhas dos veículos era feito via conector OBD-II. Hoje as informações começam a ser armazenadas na nuvem, que, naturalmente, pertence à montadora. Movimentos como Right to Repair e Right to Connect buscam criar meios para que os reparadores possam acessar estas informações. Há montadoras que já oferecem assinaturas para vender o acesso aos dados, o que representa um novo custo para o reparador. De que forma você projeta uma futura solução para esse impasse garantindo ao consumidor a devida liberdade para escolher o estabelecimento em que ele deseja realizar os serviços de manutenção em seu veículo?**

**JP -** Eu acho que de uma forma muito parecida com o que aconteceu nos primórdios da porta OBD, que evoluiu até o nível dois. Ela não era acessível a tudo e a todos. Você deve se recordar que, no começo, não o protocolo de camada física, mas a camada de enlace para cima era tratada a sete chaves pelos fabricantes. A diferença é que era uma porta física, em que era possível testar, simular, fazer engenharia reversa e descobrir. Nós acreditamos que o modelo da porta física mecânica não dava para segurar por muito tempo porque, apesar de dar uma informação maravilhosa, ela é muito insegura também. Assim como ela pode ser utilizada para o bem, pode ser utilizada para o mal, no contexto de uso malicioso. É uma porta de comunicação. Nós estamos na vanguarda do veículo

eletrificado, vendo a importância da conectividade dele e essa informação não está tão acessível. Mas, acreditamos piamente que em determinado momento vai haver um layer de abstração de todo esse hardware – eu vou chamar assim – de forma que exista, sim, a oportunidade para a manutenção tanto preventiva, como preditiva e corretiva. Porque as próprias montadoras não vão ter condições de dar demanda e atenção a todo o parque instalado. E é uma coisa tão natural, a evidência disso é que os protocolos, mesmo no OBD-II, foram posteriormente documentados – nem digo todos, mas a grande maioria. Então é uma questão de tempo. Acho que neste momento ainda não está fácil, e eu entendo isso, se me colocassem no papel de um profissional de manutenção de veículos eu me sentiria também com essa dificuldade. Mas temos que considerar que estamos ainda na vanguarda do início da tecnologia. Ela vai evoluir, nós não estamos falando ainda numa camada de enlace regulamentada que possa ser feita de forma igual por todos. Mas confiamos que isso vai acontecer num determinado momento. E quando acontecer, a única diferença é que não vai ser uma conexão física no OBD do carro, mas eu vou conversar provavelmente com o dashboard disponibilizado por aquela marca, pelo fabricante daquele carro, e ele vai me dar as informações que eu quero para a inteligência da minha unidade portátil – podendo me dizer em mensagens na língua que eu quiser, no formato que eu quiser, o que eu tenho que observar para a manutenção, do jeito que é hoje com a porta OBD.

## NÚCLEO DE INTELIGÊNCIA DE DADOS DO AFTERMARKET AUTOMOTIVO



O After.Lab é o núcleo de pesquisa e inteligência de mercado da Novomeio Hub de mídia. São mais de 25 anos liderando estudos de grande relevância para o setor, realizando pesquisas sob medida e consultoria de dados para indústrias, distribuidores, varejos e oficinas.

**VAMOS FAZER NEGÓCIOS INTELIGENTES JUNTOS?**

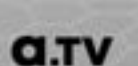
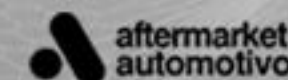


## VEM AI O MAIORES E MELHORES REGIONAL

O After.Lab, núcleo de pesquisa do Aftermarket Automotivo, traz a segunda edição da pesquisa Maiores e Melhores Regional que tem em sua essência a experiência de mais de mais de 25 anos do estudo Maiores e Melhores, que se tornou referência na avaliação do desempenho dos Distribuidores Automotivos pelos empresários do varejo de autopeças. O estudo foi realizado nas 5 regiões do país, com ponderação amostral pela representatividade da frota e avaliou os finalistas em 21 quesitos relativos a serviços prestados além da venda de peças.

### CONHEÇA OS FINALISTAS

CENTRO-OESTE	NORTE	NORDESTE	SUDESTE	SUL
ATAG	CONAPE	AUTO NORTE	AC ARAÚJO	AUTO PRATENSE
BOM PREÇO	ENVIA PEÇAS	AUTOFORT	BARROS	DPS
CASTRILLON	KAMPEÃO	BEZERRA OLIVEIRA	CONDIP	EMBREPAR
COMANDO	MELO	DAMPEÇAS	COMPEL	MOTORS IMPORTS
DK BORRACHAS	MILLANO	FORT LUB	DISAPE	ROLEMAR
JAVALI	PEMAZA	IDEAL	G&B	SCHERER
PECISTA	PMZ	LIG PEÇAS	JAHU	SOCCOL
POLIFEÇAS	RONDOBRAS	MGR DISTRIBUIDORA	LUCIO'S	TOLI
RENAVI	-	PADRE CÍCERO	NEW KAR	VESPOR





## Reparadores independentes e montadoras fecham pacto de direito ao reparo nos Estados Unidos

*Entendimento ratifica capacidade de manutenção dos veículos em oficinas bem equipadas por técnicos bem treinados “a qualquer hora, em qualquer lugar”*

Organizações que representam os reparadores automotivos independentes do país, especialistas em reparo de colisões e as principais montadoras assinaram um acordo histórico sobre o direito de reparo automotivo. O compromisso entre Automotive Service Association, Society of Collision Repair Specialists e Alliance for Automotive Innovation afirma um acordo nacional de 2014 sobre o direito de reparo automotivo e afirma inequivocamente que *“as instalações de reparo independentes devem ter acesso às mesmas informações de diagnóstico e reparo que os fabricantes de automóveis disponibilizam às redes de concessionárias autorizadas”*. Em uma carta ao Congresso descrevendo esse importante desenvolvimento do direito de reparo automotivo, a coalizão de reparadores e montadoras escreveu: *“Esse compromisso foi criado com nossos clientes mútuos e valiosos em mente: proprietários de veículos. Ele afirma que os consumidores merecem acesso a reparos seguros e adequados durante todo o ciclo de vida de um veículo [e] é construído para durar porque antecipa as mudanças nas tecnologias automotivas e as evoluções do mercado”*. Os destaques do novo contrato de direito de reparo automotivo incluem:

### Acesso a informações de diagnóstico e reparo:

As oficinas de reparo independentes continuarão a ter acesso às mesmas informações de diagnóstico e reparo que os fabricantes de automóveis disponibilizam às redes de concessionárias autorizadas. Isso se aplica a:

- Dados telemáticos necessários para diagnosticar e reparar um veículo, caso não estejam disponíveis;
- Todas as tecnologias de veículos e powertrains, incluindo gasolina, diesel, célula de combustível, bateria elétrica, híbrido e powertrains elétricos híbridos plug-in.

### Educação e treinamento:

Uma promessa de trabalhar juntos em programas de educação e treinamento para que as instalações de reparo mecânico e de colí-

ção estejam totalmente cientes de onde e como obter informações sobre reparos, incluindo:

- Diretamente através do site de reparos de uma montadora;
- Pontos de acesso compartilhados;
- Por meio de provedores de informações, software e ferramentas de terceiros.

### Avanços futuros:

À medida que as tecnologias dos veículos e as demandas correspondentes dos reparadores evoluem, o compromisso garante condições equitativas e um fórum para discutir as futuras necessidades dos reparadores à medida que elas se desenvolvem. À medida que as legislaturas estaduais e o Congresso consideram as leis de direito de reparo automotivo, incluindo a REPAIR ACT, as partes observaram: *“...reparadores independentes e montadoras não estão em desacordo com o acesso a dados automotivos, mas em sintonia com este princípio fundamental: os consumidores devem ter escolha quando se trata de opções de reparo e a capacidade de ter seu veículo reparado em oficinas bem equipadas por técnicos bem treinados a qualquer hora, em qualquer lugar, em qualquer lugar”*.

### Já existe o direito de reparação automotível:

- 70% do trabalho automotivo pós-garantia hoje é realizado pela comunidade de reparos independentes;
- OEM1Stop.com foi criado por montadoras para técnicos de reparo encontrarem informações de reparo e diagnóstico na maioria dos veículos;
- A Federal Trade Commission – a principal agência de proteção ao consumidor e concorrência do governo – citou a indústria automotiva como um exemplo do mercado de reposição de reparos “funcionando bem”.

### Citações de liderança da organização:

Scott Benavidez, AMAM, presidente do Conselho da Associação de Serviços Automotivos e proprietário da Mr. B's Paint & Body

Shop Inc. em Albuquerque, Novo México, disse: *“A ASA tem sido uma defensora inabalável do direito das oficinas independentes de obter informações sobre serviços de veículos desde antes do acordo de informações sobre serviços de 2002 que assinou com as montadoras. Desde então, os carros nos quais os americanos confiam tornaram-se cada vez mais sofisticados e a taxa de inovação só aumentará. A forma como os problemas do veículo são diagnosticados e reparados evolui em conjunto com o avanço. A ASA se orgulha de ter alcançado este novo acordo com as montadoras porque garante que os membros da ASA possam diagnosticar e reparar os veículos de seus clientes sem impedimentos de telemática ou qualquer outra inovação. Mais importante ainda, mantém um mercado competitivo de reparos que produz resultados de segurança da mais alta qualidade a um preço justo para os motoristas”*. Amber Alley, presidente da Society of Collision Repair Specialists e gerente da Barsotti's Body and Fender em San Rafael, Califórnia, disse: *“Os consumidores devem poder escolher reparos de qualidade, executados de acordo com os procedimentos específicos detalhados pelos engenheiros do veículo. Eles devem ter o direito de fazê-lo em uma oficina mecânica independente que investiu*

*em treinamento, equipamentos e desenvolvimento de habilidades para atender às exigências rigorosas de veículos modernos e sofisticados. Essa expectativa é alcançável e as opções de conserto do consumidor não são limitadas pelas montadoras; pelo contrário. Os consumidores devem ter direito a um reparo adequado e seguro, e este acordo reforça o compromisso de que toda a indústria terá a capacidade de treinar, equipar suas instalações e realizar reparos conforme pretendido pelos engenheiros de veículos”*. John Bozzella, presidente e CEO da Alliance for Automotive Innovation disse: *“As montadoras apoiam o direito de consertar, e o mercado independente de conserto de automóveis de hoje está funcionando bem com muita concorrência. Os reparadores de automóveis nos EUA têm acesso às mesmas informações de reparo e diagnóstico fornecidas às concessionárias de automóveis. Não são apenas as montadoras que dizem isso. É a Comissão Federal de Comércio. E com o acordo de hoje, são também os milhares de reparadores de automóveis independentes e pequenas empresas em todos os 50 estados que, juntamente com as montadoras, mais uma vez assumiram esse compromisso fundamental com os clientes”*.



Evento reunião times de autopeças e bicicletas

## Isapa realiza vigésima convenção de vendas

*Reuniões, palestras e treinamentos marcaram encontro que comemorou 25º ano da empresa*

No ano em que completa 25 anos de história, a Isapa Autopeças realizou em julho de 2023 a sua maior convenção de vendas. O evento marcou o encontro dos dois segmentos do grupo Isapa, unindo o já conhecido mundo de autopeças, com o seu mundo da bike (divisão do grupo focada no mercado de bicicletas). *“São dois segmentos, mas uma só empresa, e os dois segmentos são bem reconhecidos dentro dos seus respectivos mercados. A Isapa é uma família, são dois mundos que se encontram e gravitam na mesma atoadal!”* disse Alberto Douek, diretor da Isapa. O tema definido para a edição deste ano foi “Acelerando Para o Futuro”. Durante entrevista, comentando sobre o evento e sobre os próximos 25 anos que estão por vir, Roland Setton, diretor da Isapa Autopeças disse: *“Temos que acelerar para não ser ultrapassados pela concorrência!”*.

No decorrer do evento, a Isapa promoveu à sua equipe uma série de reuniões, palestras e treinamentos de vendas e estra-

tégias de atendimento, para fazer com que o mercado continue recebendo um ótimo trabalho de seus representantes! Em relação às novidades para o portfólio, a Isapa apresentou diversos lançamentos durante os quatro dias de evento – foram mais de 1.000 novos itens em todas as marcas. Além das novidades, em comemoração aos seus 25 anos, a Isapa também criou uma condição promocional em 25 das suas linhas mais vendidas. Todos os lançamentos e promoções podem ser conferidas na plataforma B2B da Isapa. No ano de 2023 a Isapa Autopeças completa 25 anos de uma história que se iniciou em 1998, história que é representada na incessante busca por excelência no #MundoDeAutopecas, que vive olhando e acelerando sempre para o futuro. Um futuro que é construído no agora, trabalhando para que todo o mercado tenha sempre os melhores produtos à disposição, seja nas lojas ou nas oficinas. O futuro que se almeja é sempre o mesmo: construir um mercado de autopeças ainda mais forte para os próximos anos!

# Frota brasileira tem 38,3 milhões de automóveis leves

**Edição 2023 do Relatório da Frota Circulante elaborado pelo Sindipeças flagra envelhecimento dos veículos brasileiros nos últimos anos**

Anualmente o Sindipeças divulga um abrangente estudo da frota brasileira em todos os seus segmentos. A edição 2023 do estudo, lançada no primeiro semestre do ano, atualiza os dados relativos a 2022 e mostra que nossos veículos continuam envelhecendo, o que, num primeiro momento, é uma boa notícia para o mercado de reposição. Mas, como mostramos em recente reportagem de capa

do NovoVarejo, pode representar um problema no longo prazo. Afinal, para o aftermarket automotivo, o melhor caminho é o equilíbrio. Acompanhe a seguir as informações do estudo realizado pelo Sindipeças com destaque para os automóveis leves. Para acessar dados completos dos demais segmentos de veículos, visite o site da entidade.

## PARADOXO

Nos últimos 10 anos – de forma mais intensa nos anos posteriores ao biênio recessivo de 2015 e 2016, passando pela hecatombe da covid-19 –, o mercado automotivo brasileiro tem experimentado suposto paradoxo. Em um país em que a relação habitante/veículo se encontra distante de mercados maduros, parece surpreender que a frota circulante cresça em ritmo tão modesto: nos últimos três anos abaixo de 1,0%. Razões de natureza econômica concorrem, no en-

tanto, para elucidar a situação: **I)** incremento da taxa de desemprego nos últimos 5 anos, com alívio apenas no período recente; **II)** redução do poder de compra e alta da inadimplência das famílias; **III)** aumento da taxa de inflação durante a pandemia e resiliência em anos posteriores; **IV)** elevação dos custos produtivos dos veículos, **V)** alta dos combustíveis até meados de 2022; e **VI)** aumento da taxa básica de juros (Selic), reverberando nas condições de crédito.

**Quadro I: Frota Circulante (em unidades)<sup>1</sup>**

Segmento														Variação Anual (%)	
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	21/20	22/21
Automóveis	26.507.928	28.629.421	30.898.766	32.992.248	34.712.948	35.621.014	35.996.611	36.430.823	37.098.282	37.970.401	38.149.197	38.235.585	38.338.829	0,2%	0,3%
Comerciais Leves	3.549.031	3.889.646	4.199.866	4.522.584	4.853.583	4.996.122	5.072.404	5.173.023	5.333.843	5.523.823	5.649.895	5.849.943	5.995.263	3,5%	2,5%
Caminhões	1.547.070	1.672.304	1.761.280	1.863.787	1.947.888	1.965.220	1.962.036	1.961.068	1.983.149	2.028.633	2.052.000	2.110.811	2.162.724	2,9%	2,5%
Ônibus	318.446	341.271	357.090	376.329	389.445	391.867	389.331	386.231	386.417	390.968	388.946	385.573	387.096	-0,9%	0,4%
<b>Total Autoveículos</b>	<b>31.922.475</b>	<b>34.532.642</b>	<b>37.217.002</b>	<b>39.754.948</b>	<b>41.903.864</b>	<b>42.974.223</b>	<b>43.420.382</b>	<b>43.951.145</b>	<b>44.801.691</b>	<b>45.913.825</b>	<b>46.240.038</b>	<b>46.581.912</b>	<b>46.883.912</b>	<b>0,7%</b>	<b>0,6%</b>
Motocicletas	10.415.729	11.551.260	12.318.092	12.904.611	13.350.842	13.593.202	13.529.204	13.286.420	13.121.015	13.099.707	12.877.610	12.870.983	13.035.988	-0,1%	1,3%
<b>Autoveículos + Motos</b>	<b>42.338.204</b>	<b>46.083.902</b>	<b>49.535.094</b>	<b>52.659.559</b>	<b>55.254.706</b>	<b>56.573.425</b>	<b>56.949.586</b>	<b>57.237.565</b>	<b>57.922.706</b>	<b>59.013.532</b>	<b>59.117.648</b>	<b>59.452.895</b>	<b>59.919.900</b>	<b>0,6%</b>	<b>0,8%</b>

Nota: 1. As frotas foram ajustadas conforme as informações agregadas de emplacamentos provenientes da Senafran.

Fonte: Sindipeças e Abipeças Relatório da Frota Circulante – edição 2023

Enfrentado esse cenário adverso, deve-se ressaltar que a frota brasileira cresceu 0,6% em comparação com a do ano anterior. Contabilizaram-se 46,9 milhões de unidades em circulação, entre automóveis, comerciais leves, caminhões e

ônibus, ante 46,6 milhões em 2021. Por ser opção mais econômica e tendo sofrido menos com o fornecimento de componentes, a frota de motocicletas subiu 1,3%, registrando-se mais de 13,0 milhões de unidades em vias públicas.

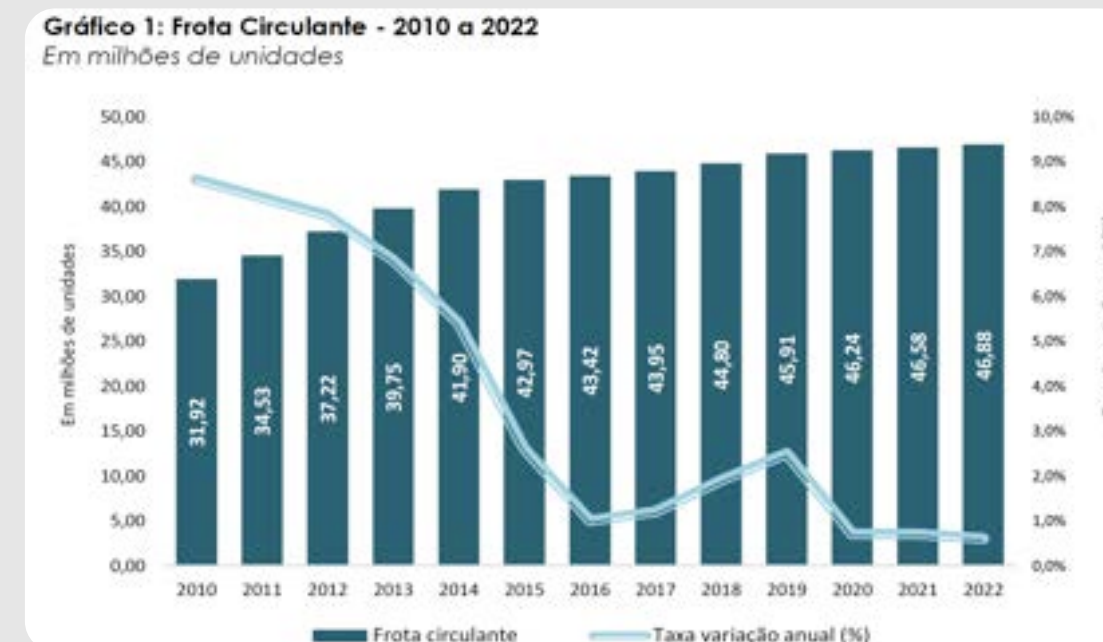
## FROTA POR ESTADOS

A distribuição geográfica da frota mostra que mais de 80% dos veículos em circulação se concentram em 10 (dez) Estados da Federação. Nas cinco primeiras posições, verificam-se Estados das regiões Sudeste e Sul:

- São Paulo, com 28,8% do total;
- Minas Gerais, 13,9%;

- Rio de Janeiro, 7,5%;
- Rio Grande do Sul, 7,0%;
- Paraná, 6,4%.

Esse grupo compreendia 63,6% da frota existente em 2022, destacando-se a posição do Estado de São Paulo, com 28,8%, seguido por Minas Gerais, 13,9%.

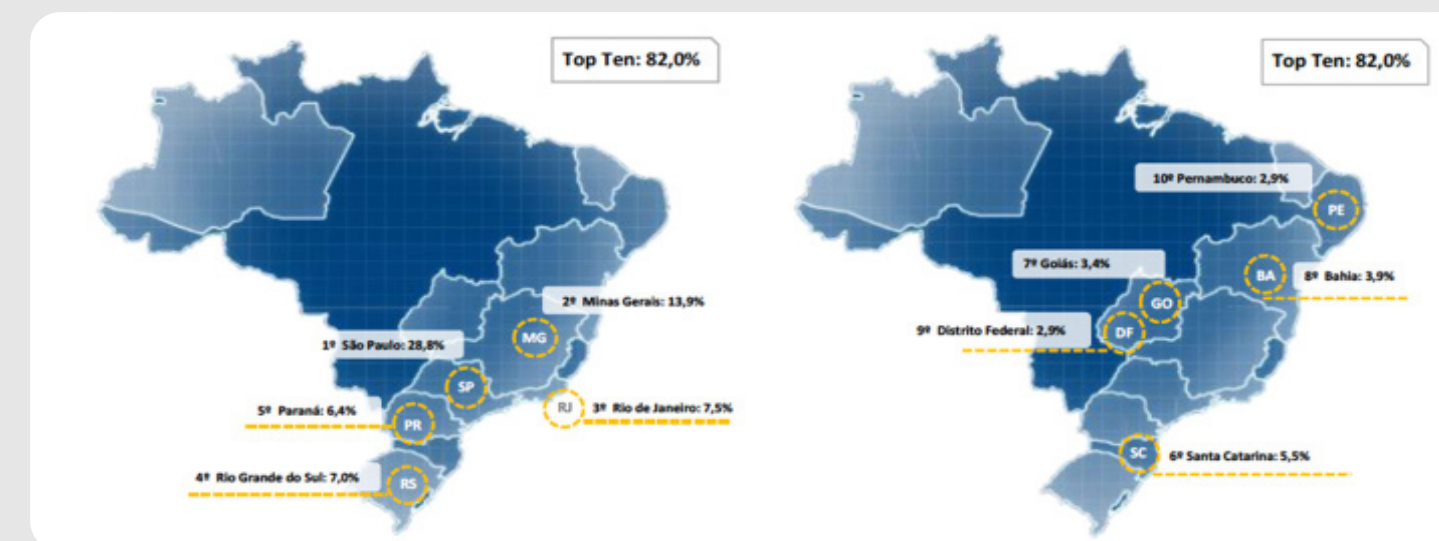


Fonte: Sindipeças e Abipeças Relatório da Frota Circulante – edição 2023

Da sexta à décima posição, excetuando-se Santa Catarina, com 5,5% da frota em circulação, estão unidades da Federação localizadas nas regiões Nordeste e Centro-Oeste:

- Santa Catarina, 5,5% do total;
- Bahia, 3,9%;
- Goiás, 3,4%;
- Distrito Federal, 2,9%;
- Pernambuco, 2,9%.

Em 2022, esse grupo representou 18,6% da frota total do País – percentual bem inferior àquele levantado para os cinco principais Estados. O ranking apresentado suscita a hipótese de que existe alguma relação entre tamanho da frota e a presença de parque automotivo nas unidades da Federação. Dos 10 Estados listados, 9 possuem (ou possuíam, caso da Bahia) montadoras de veículos em seus territórios.



Fonte: Sindipeças e Abipeças Relatório da Frota Circulante – edição 2023

Quadro II: Distribuição da frota nos estados

Estado	Part. (%)	Estado	Part. (%)	Estado	Part. (%)
São Paulo	28,77%	Pernambuco	2,85%	Amazonas	1,06%
Minas Gerais	13,94%	Ceará	2,24%	Piauí	0,84%
Paraná	7,51%	Espirito Santo	1,98%	Alagoas	0,83%
Rio de Janeiro	6,99%	Mato Grosso	1,80%	Rondônia	0,75%
Rio Grande do Sul	6,40%	Pará	1,62%	Sergipe	0,69%
Santa Catarina	5,46%	Mato Grosso do Sul	1,40%	Tocantins	0,54%
Bahia	3,90%	Maranhão	1,23%	Amapá	0,25%
Goiás	3,42%	Rio Grande do Norte	1,11%	Acre	0,23%
Distrito Federal	2,92%	Paraíba	1,06%	Roraima	0,19%
			<b>Total geral</b>	<b>100%</b>	

Fonte: Sindipecas e Abipecas Relatório da Frota Circulante – edição 2023

## FROTA E IMPORTADOS

Da frota circulante de 46,9 milhões de unidades em 2022, os veículos importados corresponderam a 14,2%; participação semelhante à do ano anterior. Em relação a 2021, a presença dos veículos importados na frota brasileira subiu 0,7%, compensando a queda verificada em 2020 e o tímido crescimento de 2021 (0,3%).

A performance descrita encontra-se alinhada ao aumento de 7,8% nos registros de veículos importados em 2022, totalizando 273,5 mil unidades. Esse volume representou 13,0% de participação dos autoveículos importados no total dos licenciamentos – marca que não era anotada desde 2016.

Quadro III: Distribuição da Frota entre Veículos Nacionais e Importados (em unidades)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Nacionais	28.066.349	29.893.859	31.911.198	33.890.971	35.604.212	36.487.080	36.896.774	37.438.423	38.243.724	39.299.525	39.641.607	39.964.234	40.219.822
Importados	3.856.126	4.638.783	5.305.804	5.863.977	6.299.652	6.487.143	6.523.608	6.512.722	6.557.967	6.614.300	6.598.431	6.617.678	6.664.090
<b>Total</b>	<b>31.922.475</b>	<b>34.532.642</b>	<b>37.217.002</b>	<b>39.754.948</b>	<b>41.903.864</b>	<b>42.974.223</b>	<b>43.420.382</b>	<b>43.951.145</b>	<b>44.801.691</b>	<b>45.913.825</b>	<b>46.240.038</b>	<b>46.581.912</b>	<b>46.883.912</b>
% de Importados sobre a frota	12,1%	13,4%	14,3%	14,8%	15,0%	15,1%	15,0%	14,8%	14,6%	14,4%	14,3%	14,2%	14,2%

Nota: as frotas foram ajustadas conforme as informações agregadas de emplacamentos vindas do Denatran.

Fonte: Sindipecas e Abipecas Relatório da Frota Circulante – edição 2023

No entanto, o mercado de reposição automotiva enfrenta desafios significativos. A competição acirrada, a redução das margens de lucro e a gestão complexa de estoques são questões que demandam soluções inovadoras para garantir sua prosperidade contínua. Além disso, a dificuldade de gerir o portfólio, a alta devolução de produtos e a falta de digitalização e padronização são obstáculos adicionais que as empresas precisam superar para se manterem competitivas. Todos esses desafios se mostram ainda mais graves quando percebemos a movimentação de diversas montadoras em restringir ainda mais os poucos recursos informacionais à disposição dos consumidores e dos agentes que trabalham com a reparação automotiva como seu principal negócio. Um exemplo expressivo dessa movimentação é a restrição na coleta de dados e diagnóstico em novos veículos que estão sendo produzidos sem acesso ao sistema OBD (On-Board Diagnostics), forçando os consumidores a buscarem serviços de diagnóstico exclusivamente nas redes de concessionárias da

montadora. Essa prática tem sido crescente em diversas montadoras e prejudica a livre concorrência no mercado de reposição, dificultando a competição das oficinas independentes e limitando as opções de escolha dos consumidores. Medidas como essa tendem a gerar grande instabilidade econômica em um setor vital para a economia e sustentabilidade do país e devem ser refutadas com veemência por todos nós que trabalhamos no ecossistema da reparação automotiva. O fato é ainda mais grave quando levamos em consideração que muitas montadoras (mesmo as que restringem as informações) demonstram total desinteresse com as demandas do “pós-vendas” (Mercado de Reposição). Geralmente, por parte das montadoras, só há foco, investimentos ou ações mais contundentes voltadas ao aftermarket quando as vendas de veículos novos são impactadas por crises. Além disso, esse interesse, quando existe, é limitado aos veículos em garantia ou seminovos, deixando à margem mais de 80% da frota nacional que é composta por veículos com mais de 4 anos de uso.

**FRAGA**  
INTELIGÊNCIA AUTOMOTIVA

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

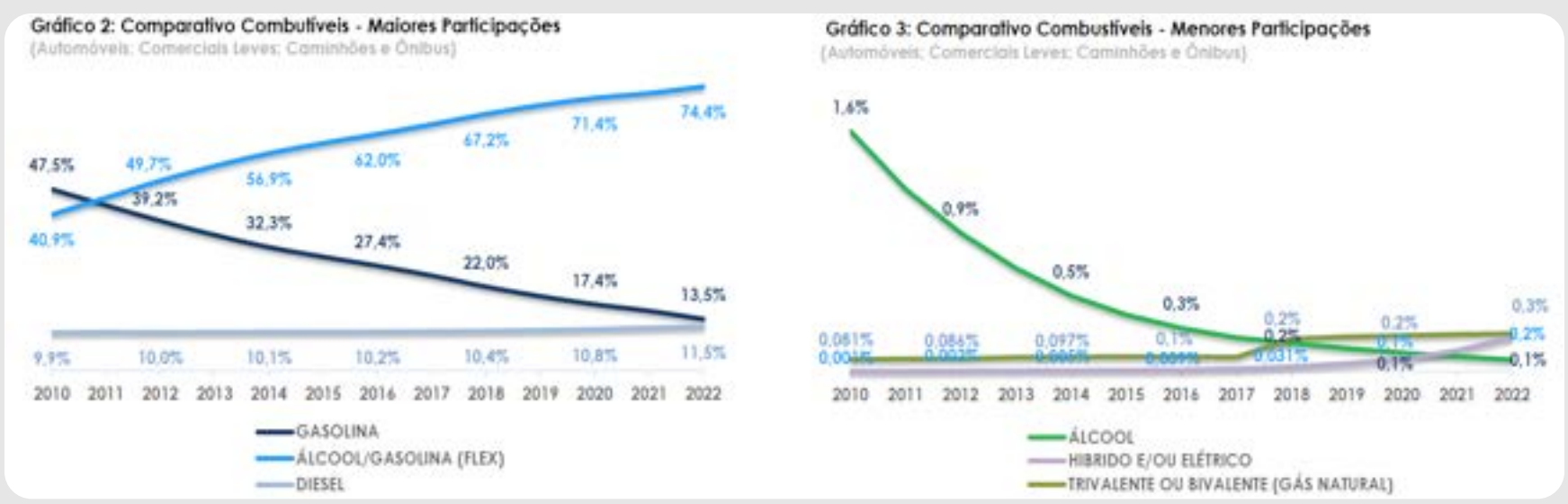
A Fraga Inteligência Automotiva te convida a participar dessa campanha para valorizar toda a força e a capacidade do povo brasileiro. Se você é como a gente e luta todos os dias para ser o melhor do mundo, vamos juntos mostrar como a vitória está no nosso sangue!

CONFIRA OS VÍDEOS NO SITE ESPECIAL DA CAMPANHA

[melhordomundo.fraga.com.br](http://melhordomundo.fraga.com.br)

VISITE O SITE PARA VER OS VÍDEOS

DISPONÍVEL EM NOSSAS REDES SOCIAIS



Fonte: Sindipecas e Abipeças Relatório da Frota Circulante – edição 2023



Fonte: Sindipecas e Abipeças Relatório da Frota Circulante – edição 2023

## IDADE MÉDIA

A frota brasileira prosseguiu em seu processo de envelhecimento. A idade média atingiu 10 anos e 7 meses em 2022 e a de motocicletas manteve-se em 8 anos e 5 meses, praticamente repetindo o resultado dos últimos dois anos. No período entre 2010 e 2022, o envelhecimento da frota em circulação elevou-se em quase 2 anos. As possibilidades de reversão desse fenômeno dependem da intensidade do crescimento das vendas de veículos novos vis a vis a taxa de sucateamento da frota existente e de políticas públicas que exijam a retirada de circulação das unidades mais antigas. A aprovação e execução do Programa de Aumento

da Produtividade da Frota Rodoviária (Renovar) e a entrada em vigência da tecnologia Euro 6 iluminam caminho promissor para que isso ocorra, pelo menos no âmbito dos veículos pesados. As discussões e os entendimentos feitos pelo governo federal, entidades setoriais, transportadores de carga e sindicatos de trabalhadores visando a estruturar o Programa Renovar, malgrado defina numa primeira fase a reciclagem de caminhões, ônibus e implementos rodoviários, representou importante iniciativa para avançar na modernização e redução da idade média dos veículos no País.

**Quadro IV: Idade Média da Frota de Veículos e Motos**

Segmento	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Automóveis	8 anos e 7 meses	8 anos e 7 meses	8 anos e 6 meses	8 anos e 6 meses	8 anos e 8 meses	8 anos e 11 meses	9 anos e 3 meses	9 anos e 6 meses	9 anos e 7 meses	9 anos e 10 meses	10 anos e 2 meses	10 anos e 5 meses	10 anos e 9 meses
Comerciais Leves	8 anos e 5 meses	8 anos e 1 mês	7 anos e 3 meses	7 anos e 3 meses	7 anos	7 anos e 3 meses	7 anos e 6 meses	7 anos e 9 meses	7 anos e 11 meses	8 anos e 2 meses	8 anos e 5 meses	8 anos e 7 meses	8 anos e 9 meses
Caminhões	10 anos e 1 mês	9 anos e 7 meses	9 anos e 7 meses	9 anos e 6 meses	9 anos e 7 meses	10 anos	10 anos e 6 meses	11 anos	11 anos e 4 meses	11 anos e 7 meses	11 anos e 7 meses	11 anos e 11 meses	11 anos e 11 meses
Ônibus	9 anos e 7 meses	9 anos e 4 meses	9 anos	8 anos e 11 meses	8 anos e 11 meses	9 anos e 3 meses	9 anos e 8 meses	10 anos e 1 mês	10 anos e 4 meses	10 anos e 7 meses	10 anos e 7 meses	11 anos e 1 mês	11 anos e 3 meses
Total	8 anos e 8 meses	8 anos e 7 meses	8 anos e 5 meses	8 anos e 5 meses	8 anos e 6 meses	8 anos e 9 meses	9 anos e 1 mês	9 anos e 4 meses	9 anos e 6 meses	9 anos e 8 meses	10 anos	10 anos e 3 meses	10 anos e 7 meses
Motocicletas	4 anos e 11 meses	5 anos e 1 mês	5 anos e 4 meses	5 anos e 8 meses	6 anos e 1 mês	6 anos e 5 meses	6 anos e 11 meses	7 anos e 4 meses	7 anos e 9 meses	8 anos	8 anos e 4 meses	8 anos e 5 meses	8 anos e 5 meses

Fonte: Sindipecas e Abipeças Relatório da Frota Circulante – edição 2023

Do total dos veículos em circulação em 2022, 23,8% apresentava idade média de até 5 anos, compreendendo cerca de 11,1 milhões de veículos (Quadro IV e V). Note-se que o processo de envelhecimento tornou a participação desse extrato inferior ao que havia sido obtido em 2021, quando se contabilizou percentual de 24,2%. Outros 56,5% – com total de 26,5 milhões –, entre 6 e 15 anos. Por fim, 19,8% (este, sim, superior aos 18,3% assinalados em 2021)

com idade média acima de 16 anos (8,9 milhões de unidades). O Gráfico 4 traz recorte diferenciado, mostrando que a participação dos veículos com mais de dez anos alcançou 23,1 milhões em 2022, 49,3% do total da frota circulante. Mais 17,4 milhões veículos encontravam-se com idade média entre 4 e 10 anos (37,1%) e apenas 6,3 milhões representavam veículos novos ou seminovos (13,6% do total), compreendido como aqueles que ainda gozam da garantia de compra.

**Quadro V: Idade da Frota Circulante**

Idade	Ano	Frota
1	2022	2.095.514
2	2021	2.060.692
3	2020	1.971.675
4	2019	2.629.215
5	2018	2.384.224
6	2017	2.049.829
7	2016	1.848.628
8	2015	2.282.977
9	2014	3.061.494
10	2013	3.250.625
11	2012	3.227.334
12	2011	3.065.404
13	2010	2.893.057
14	2009	2.543.389
15	2008	2.251.442
16	2007	1.898.089
17	2006	1.437.485
18	2005	1.242.154
19	2004	1.116.461
20	2003	991.364
21	2002	764.188
22	2001	594.741

**23,8% da frota de veículos tem até 5 anos de idade**

**56,5% da frota de veículos tem entre 6 e 15 anos de idade**

**19,8% da frota de veículos tem 16 anos de idade ou mais**

Fonte: Sindipecas e Abipeças Relatório da Frota Circulante – edição 2023

23	2000	430.259
24	1999	191.294
25	1998	190.232
26	1997	169.313
27	1996	97.187
28	1995	67.431
29	1994	37.122
30	1993	18.720
31	1992	7.735
32	1991	5.776
33	1990	3.307
34	1989	2.185
35	1988	1.425
36	1987	744
37	1986	613
38	1985	204
39	1984	85
40	1983	40
41	1982	218
42	1981	22
43	1980	15
44	1979	3
45	1978	1

## IDADE MÉDIA – AUTOMÓVEIS

A frota de automóveis manteve-se no patamar de 2021, totalizando 38,3 milhões de unidades no ano passado. Desse montante, 22,7% apresentavam idade média de até 5 anos (23,5% em 2021), representado por 8,7 milhões de veículos; 56,2%, com idade entre 6 e 15 anos (57,1% em 2021), expressava o maior grupo, com 21,6 milhões. Os 21,1% restantes apresentavam idade

média acima de 16 anos (19,4% em 2021). Comparativamente a 2021, a quantidade de automóveis na frota cresceu apenas 0,3%, marcado por nítido envelhecimento.

Recorte diferenciado é apresentado no Gráfico 5. Nele, percebe-se que o quantitativo de automóveis com mais de 10 anos atingiu 19,5 milhões de unidades em 2022, com participação de 51,0% do total.

Quadro VI: Idade de Frota de Automóveis

Idade	Ano	Frota
1	2022	1.573.934
2	2021	1.510.685
3	2020	1.542.878
4	2019	2.127.450
5	2018	1.948.043
6	2017	1.694.947
7	2016	1.518.708
8	2015	1.882.279
9	2014	2.441.546
10	2013	2.617.870
11	2012	2.638.322
12	2011	2.437.278
13	2010	2.340.004
14	2009	2.132.063
15	2008	1.858.678
16	2007	1.631.112
17	2006	1.258.455
18	2005	1.096.356
19	2004	989.769
20	2003	898.808
21	2002	680.316

22,7% da frota de veículos tem até 5 anos de idade

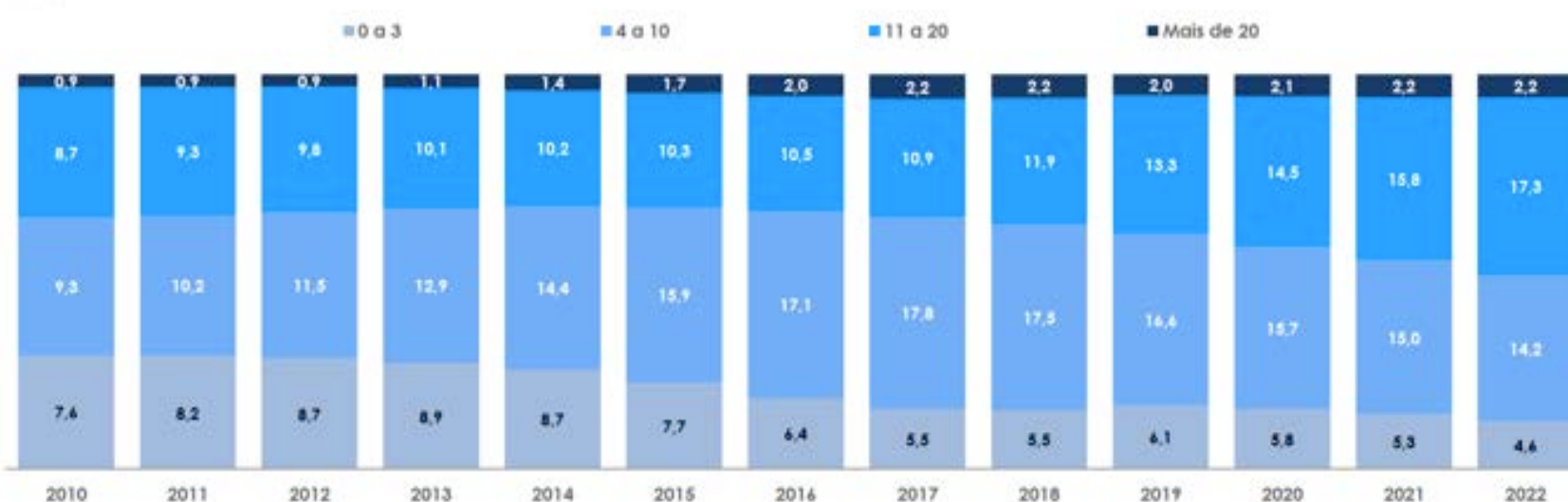
56,2% da frota de veículos tem entre 6 e 15 anos de idade

21,1% da frota de veículos tem 16 anos de idade ou mais

22	2001	515.692
23	2000	359.177
24	1999	162.629
25	1998	156.123
26	1997	140.613
27	1996	81.138
28	1995	51.257
29	1994	27.205
30	1993	13.569
31	1992	5.278
32	1991	3.128
33	1990	1.648
34	1989	978
35	1988	504
36	1987	189
37	1986	136
38	1985	40
39	1984	10
40	1983	14

Fonte: Sindipecas e Abipecas Relatório da Frota Circulante – edição 2023

Gráfico 5: Idade Média - Automóveis em milhões



Fonte: Sindipecas e Abipecas Relatório da Frota Circulante – edição 2023

**13 A 16**  
**SETEMBRO**  
**2023**

**CENTRO DE CONVENÇÕES DE PERNAMBUCÓ**  
**RECIFE-PE**

**PÚBLICO**  
**+45 mil**

**+800**  
**marcas**

**+18mil**  
**m² de área**

REALIZAÇÃO E PROMOÇÃO:

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

[www.autonor.com.br](http://www.autonor.com.br)  
 **feiraautonor**



Produção deve iniciar em 2026 com nova tecnologia que oferece o dobro da tensão do padrão da indústria no setor de mobilidade elétrica

## Rheinmetall fecha negócio para fornecer bombas elétricas de refrigeração de alta tensão

O Grupo Rheinmetall, que possui as marcas globais Kolbenschmidt (KS) e Pierburg e a divisão Motorservice que atende o aftermarket, iniciará, em 2026, a produção de bombas elétricas de refrigeração de alta tensão, com 800V, o dobro do padrão da indústria no setor de mobilidade elétrica para atender o projeto de uma das principais montadoras do mundo, sendo fornecedor Tier 1 do cliente. A bomba elétrica de refrigeração de alta tensão é destinada para uso de arquitetura de 800 V. O componente é projetado como uma bomba sem gaxeta que, devido à falta de vedação mecânica, garante baixo atrito e longa vida útil. Além disso, oferece a máxima segurança para motores elétricos e inversores de alta tensão. A eletrônica interna regula a capacidade de resfriamento necessária por meio de um gerenciamento térmico inteligente, aumentando a autonomia e o conforto dos passageiros. Com o dobro da capacidade de carga, a tecnologia 800V aliada à 400V que é o padrão da indústria no setor de mobilidade elétrica, é possível gerar aumento da eficiência com menor resistência elétrica. A tecnologia permite a utilização de cabos mais finos, auxiliando

na economia de espaço e peso, além da necessidade de metais nobres como o cobre. Graças à perda de calor reduzida, o design do sistema de resfriamento pode ser menor, porém mais eficiente. Com este novo pedido, a Rheinmetall continua a fazer incursões no mercado voltado para o futuro da tecnologia de célula de combustível sustentável. Com cinco unidades de negócios – Atuadores; Sistemas de Emissão Atmosférica; Sistemas Diesel Comerciais; Tecnologia de bombas e válvulas solenoides – a divisão de Sensores e Atuadores da Rheinmetall desenvolve soluções para os principais desafios da mobilidade moderna, incluindo redução de tamanho, redução de emissões e aumento de eficiência, com otimização simultânea de desempenho. O portfólio de produtos da divisão reúne uma ampla gama de sistemas de circulação de gases de escape; válvulas de controle e regulador de fluxo e flaps de gases de escape; válvulas solenoides; atuadores; sistemas de trem de válvulas; e bombas de óleo, água e vácuo para carros, veículos comerciais e aplicações off-road, desde leves a pesados e industriais.



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



mais de **1 milhão** de visualizações  
*(entre 3 de julho de 2022 e 02 de julho de 2023)*

### DADOS DOS ÚLTIMOS 90 DIAS

**288 mil**  
visualizações

**257,9 mil**  
espectadores únicos

**15,4 mil**  
horas de exibição

**122,9 mil**  
impressões





OnStar se prepara para lançar serviço inovador, específico para empresas e gestores de frota

## Chevrolet prevê dobrar número de carros conectados em 2023

A Chevrolet tem mais de 250 mil carros conectados ativos rodando no Brasil. Este número deve dobrar até o fim de 2023 com a expansão da oferta do sistema OnStar para todo portfólio, presente hoje desde o Onix até o elétrico Bolt EUV, passando também pelas picapes, como a Nova Montana. *“O sistema OnStar passa a equipar mais de 85% dos veículos da Chevrolet, ante 35% anteriormente. Este é o maior salto em conectividade que uma empresa de grande volume promove no país, em linha com nosso propósito de massificar a tecnologia que mais ganha relevância do consumidor”*, afirma Jaime Gil, diretor de Serviços Conectados da GM da América do Sul. Lançado em 2015 no país, o OnStar transforma a experiência do usuário com inúmeros serviços de segurança, diagnósticos e telemetria. A tecnologia permite ainda comandar funções do automóvel à distância por meio de um aplicativo para smartphone, realizar atualizações de sistemas eletrônicos do carro de forma remota e ainda oferece auxílio na recuperação em caso de roubo do veículo, por exemplo. Outro serviço muito valorizado nos carros conectados da Chevrolet é o Wi-Fi nativo, que se diferencia pela antena amplificada com sinal de internet até 12 vezes mais estável e capacidade de conexão para até sete aparelhos simultâneos. O OnStar está há mais de 20 anos no mercado internacional, somando atualmente mais de 16 milhões de assinantes pelo mundo. O OnStar está preparando o lançamento de um serviço de telemática para empresas e administradores de frotas, que permitirá a eles coletar informações de seus veículos de forma remota. Dados como velocidade média e instantânea, distância percorrida, localização, consumo de combustível e tempos de parada são alguns dos índices que o sistema poderá sintonizar, para que tenham melhores condições de otimizar custos e processos junto com seus colaboradores. Este serviço chegará para somar ao leque de funcionalidades já ofertados pelo OnStar:

- Em caso de acidente, o veículo é capaz de enviar um alerta automático à central de atendimento para que um profissional entre em contato e verifique a situação e possa solicitar auxílio, se necessário. Se a vítima a bordo não atender ao chamado, órgãos públicos de emergência serão acionados;

- Em situações de roubo ou furto do veículo, a central de atendimento acionará a função de monitoramento para acompanhar o deslocamento do automóvel para informar as autoridades. Ela pode também providenciar remotamente o bloqueio do motor;
- Já em caso de pane seca ou qualquer problema com o veículo, o OnStar pode providenciar a devida assistência do serviço Road Assistance da Chevrolet;
- Há também o diagnóstico sob demanda, funcionalidade que permite detectar e alertar sobre possíveis condições irregulares nos principais sistemas do veículo, como motor, transmissão, airbag, freios ABS, controle de emissões e sistema de controle de tração.
- Wi-Fi nativo com antena amplificada e sinal de internet até 12 vezes mais estável com capacidade de conexão para até sete aparelhos simultâneos;
- Aplicativo myChevrolet para smartphone e smartwatch que permite comandar funções do carro a distância, fazer diagnósticos remotos, consultas técnicas e agendar serviços na rede autorizada. Conheça as principais interações que podem ser feitas pelo app:
  - Ligar e desligar o motor do carro remotamente para pré-climatização da cabine;
  - Travamento e destravamento remoto das portas;
  - Localização do veículo podendo compartilhar a localização com outras pessoas;
  - Acionamento remoto de luzes e buzina;
  - Ferramenta que utiliza dados de condução do cliente para dar dicas de como reduzir o desgaste do veículo e o consumo de combustível, por exemplo;
  - Diagnóstico com informações a respeito da autonomia, ciclo de vida do óleo, consumo de combustível e odômetro;
  - Para carros elétricos, o app tem três funcionalidades exclusivas: autonomia do automóvel, nível da carga das baterias e localização de pontos para a recarga.
- Como parte da estratégia de ampliação da oferta de conectividade, os veículos da Chevrolet contam com um período estendido de gratuidade para experimentação dos planos OnStar, garantindo que o cliente da marca possa conhecer e usufruir da tecnologia.

O MAIOR ACERVO DE INFORMAÇÃO  
DO SEGMENTO EMPRESARIAL DA REPARAÇÃO

**MAIS**  
AUTOMOTIVE

WWW.MAISAUTOMOTIVE.COM.BR



CONFIRA AS NOSSAS REDES SOCIAIS



## Stellantis implementa múltipla estratégia de semicondutores para garantir segurança do fornecimento e impulsionar inovação

Os semicondutores são a base para o desempenho, a segurança e os recursos ao alcance dos clientes dos veículos Stellantis hoje e nas novas plataformas de veículos STLA centradas em BEV de última geração brevemente disponíveis. À medida que a demanda da indústria automobilística por semicondutores aumenta, a Stellantis está implementando uma estratégia multifacetada para gerenciar e garantir o fornecimento de microchips vitais a longo prazo. Desenvolvida por uma equipe multifuncional, a estratégia foi criada por meio de uma avaliação rigorosa dos desejos dos clientes por recursos avançados de tecnologia e foco preciso na entrega dos objetivos estabelecidos no plano Stellantis Dare Forward 2030. A estratégia robusta, que é continuamente refinada, inclui:

- Implementação de um banco de dados de semicondutores para fornecer total transparência sobre o conteúdo de semicondutores.
- Avaliação sistemática de riscos para evitar e remover proativamente as partes fora de linha.
- Previsão de demanda de longo prazo de chips para dar suporte a acordos para assegurar suprimentos com fabricantes de chips e fundições de silício.
- Implementação e aplicação de uma Lista Verde para reduzir a diversidade de chips e, em caso de escassez futura, para colocar a Stellantis no controle da alocação; e,
- A compra direta de peças de função crítica em fabricantes de chips, incluindo uma securitização de longo prazo do fornecimento de chips.

A Stellantis começou a se envolver com parceiros estratégicos de semicondutores, como Infineon, NXP Semiconductors, onsemi e Qualcomm para melhorar ainda mais suas novas plataformas e tecnologias STLA de última geração. Além disso, a Stellantis está trabalhando com a AiMotive e a SiliconAuto para desenvolver seus próprios semicondutores diferenciadores no futuro.

*“Uma estratégia eficaz de semicondutores requer uma compreensão profunda dos semicondutores e da indústria de semicondutores”, disse Maxime Picat, chief Purchasing and Supply Chain Officer da Stellantis. “Temos centenas de semicondutores muito diferentes em nossos veículos. Construímos um ecossistema abrangente para mitigar o risco de que um chip ausente possa parar nossas linhas. Ao mesmo tempo, os principais recursos do veículo dependem diretamente da inovação e do desempenho de dispositivos individuais. A SiC Mosfets amplia o alcance de nossos veículos elétricos, enquanto o desempenho computacional do SoC de ponta é fundamental para a experiência e segurança do cliente.”*

Até o momento, a Stellantis garantiu o fornecimento de semicondutores críticos com um valor de compra de mais de 10 bilhões até 2030. Os acordos de fornecimento cobrem vários microchips vitais, incluindo:

- MOSFETS de carboneto de silício (SiC), que são fundamentais para a família de EVs.
- Unidade de microcontrolador (MCU), uma parte fundamental das zonas de computação para a arquitetura elétrica STLA Brain.
- System-on-a-chip (SoC), onde o desempenho é fundamental para as unidades de computação de alto desempenho (HPC) que fornecem as funções de infoentretenimento e assistência de direção autônoma no veículo.

Os semicondutores desempenham papéis importantes nos veículos que estão impulsionando a transformação da Stellantis em uma empresa de tecnologia de mobilidade sustentável, conforme descrito no Dare Forward 2030. Isso inclui a habilitação de recursos e funções nas plataformas globais STLA nativas de BEV (pequeno/médio/grande/quadro), a conectividade perfeita, capacidade de atualização remota e arquitetura elétrica/eletrônica flexível orientada a serviços que sustenta as plataformas com inteligência artificial STLA Brain, STLA SmartCockpit e STLA AutoDrive.



Empresa disponibiliza guia com dicas para lojistas terem sucesso no aplicativo de mensagens

## Cielo ensina como ampliar as vendas no Whatsapp

A Cielo, empresa de meios de pagamento no Brasil e na América Latina, acaba de disponibilizar um e-book para quem planeja vender ou já vende pelo Whatsapp. A empresa, que desde 2021 disponibiliza serviços de pagamento diretamente no aplicativo de mensagens, reuniu informações sobre diversas funcionalidades que ajudam a impulsionar as vendas no canal para que os empreendedores aproveitem todo o potencial comercial do app e melhorem assim a experiência dos seus clientes. Pesquisa realizada pela IPSOS em 2022 com mais de 1.200 negócios nas principais capitais do país, revela que 71% dos entrevistados acreditam que a diversidade das opções de recebimento e venda (QR Code, PIX) são importantes para a digitalização dos seus negócios. Em 2021, esse percentual era de 60%. Além disso, 75% consideram as novas formas de pagamentos digitais importantes para a evolução dos seus negócios. O WhatsApp tem mais de 2 bilhões de usuários pelo mundo todo,

sendo 147 milhões só no Brasil. “Sabemos que o Whatsapp é um dos aplicativos mais populares no país, por isso o sucesso do casamento do Whatsapp com esta solução. Essa ferramenta de pagamentos possibilita que o empreendedor venda online mesmo sem ter uma loja virtual. Além de contar com o e-mail e redes sociais, o próprio aplicativo pode ser um grande aliado”, diz Carlos Alves, Diretor de Tecnologia e Novos Negócios da Cielo. No e-book, o lojista vai encontrar um passo a passo sobre como baixar e instalar a versão Business (idealizada para empresas), além de dicas e estratégias que irão auxiliar no aumento de vendas, como boas práticas, a criação de um catálogo de produtos, uso de etiquetas, comunicação com os clientes, como usar e divulgar o QR Code e outras ideias a fim de oferecer a melhor opção para o seu negócio. Para ter acesso ao e-book na íntegra com todas as informações, [clique aqui](#).

# Semana de 17 a 21 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 17 a 21 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 nova queda nas vendas, configurando uma trajetória de instabilidade que vem se prolongando por várias semanas. A média nacional ponderada foi de -4,63% na semana em análise. A variação nas vendas por região apontaram os seguintes índi-

ces: -5% no Norte; -7,31% no Nordeste; -2,14% no Centro-Oeste; -4,53% no Sudeste; e -3,62% no Sul.

As compras seguiram as vendas e também caíram, fechando com índice de -2,5% na média nacional ponderada. Na divisão regional das compras, -7,5% no Norte; -4,62% no Nordeste; -4,29% no Centro-Oeste; -1,25% no Sudeste; e -1,54% no Sul. O **MAPA** apurou que 59% dos varejistas entrevistados não indicaram variação no volume de vendas. Os que apontaram crescimento foram 12% dos entrevistados. Já para 29% 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 15% enquanto 24% 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 -3,56%. Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do Brasil apontaram as seguintes variações: -1,67% no Norte; -4,23% no Nordeste; -3,93% no Centro-Oeste; -3,5% no Sudeste; e -3,46% no Sul.

Os itens em geral representaram a maior falta de produtos, apontados por 59,3% dos entrevistados, seguidas por componentes de motor, com 14,8% das respostas, e correias, com 7,4%.

Da mesma forma que o abastecimento continua com algumas precariedades, 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 foi de 1,69% no período. Em relação ao comportamento dos preços por região, alta de 2,5% no Norte, 3,85% no Nordeste; variação zero no Centro-Oeste; 1,19% no Sudeste; e 1,62% no Sul.

Os itens em geral responderam por 75% das percepções de alta nos preços, seguidos por componentes eletrônicos, com 12,5% das respostas, e componentes de motor, com 6,3%. O abastecimento se manteve estável para 68% dos entrevistados. Em relação aos preços, a curva de estabilidade subiu para 79%. 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.**

