



novovarejo
automotivo

EDIÇÃO 405

ANO 30- AGOSTO DE 2023

NOVOVAREJOAUTOMOTIVO.COM.BR

NVI - NOVO VAREJO IMPRESSO



Aprimoramento gratuito leva evolução ao varejo

Empresários 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 Sincopças-SP em parceria com o Sebrae.

PÁG. 22



O futuro da conectividade no ambiente do Right to Repair na visão de quem desenvolve a tecnologia

PÁG. 08



Especialistas em varejo projetam os impactos da reforma tributária para o setor e alertam para elevação de carga

PÁG. 38

Oficinas atestam a qualidade das peças de reposição fornecidas pelas seguradoras

PÁG. 34



Molas Helicoidais

Confira o lançamento que preparamos para você! - Página 15

 
authomix



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

AUTHOMIX
Qualidade Original

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

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 início deste mês 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 entrevista com executivo de empresa que fornece tecnologia de conectividade para as montadoras e 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 desta edição impressa, voltamos a tratar do programa Loja Legal, uma iniciativa que parte do Sincopeças 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.novomeio.com.br

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

Diretor Geral
Claudio Milan
(claudio@novomeio.com.br)

Diretor Comercial e de Relações com o Mercado
Paulo Roberto de Oliveira
(paulo@novomeio.com.br)

Diretor de Criação
Gabriel Cruz
(gabriel.cruz@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
Anúncio no Novo Varejo e tenha sua mensagem divulgada na única publicação do mercado dirigida a 30 mil lojas de autopeças de todo o Brasil.
comercial@novomeio.com.br

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

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

Ano 30 - #405 Agosto de 2023

Triagem desta edição 15mil exemplares

Distribuição Nacional Via Correios

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

www.novovarejo.com.br

www.facebook.com/novovarejo

instagram.com/jornalnovovarejo

linkedin.com/novovarejo

www.youtube.com/novovarejo

Direção

Ricardo Carvalho Cruz

Jornalismo (jornalismo@novomeio.com.br)

Claudio Milan

Lucas Torres

Christiane Benassi

Publicidade (comercial@novomeio.com.br)

Fone: 11 99981-9450

Paulo Roberto de Oliveira

Arte

Alice Tuchapesch

Lucas Cruz

Marketing (marketing@novomeio.com.br)

Elisa Juliano

Audiovisual

Phillip Spengler

Bruno Costa

Os anúncios aqui publicados são de responsabilidade exclusiva dos anunciantes, inclusive com relação a preço e qualidade. As matérias assinadas são de responsabilidade dos autores.

Jornalista Responsável:

Claudio Milan (MTb 22.834)

Tecnologia para a vida



Sistema de Ignição Bosch, a potência que todo motor precisa!

O Sistema de Ignição Bosch é muito mais do que um conjunto de cabos, velas e bobinas. Aqui você encontra potência, resistência, durabilidade e, claro, o padrão de qualidade que você já conhece e confia. **Procure um Distribuidor Bosch** de sua preferência e saiba mais em: autopecasbosch.com

Encontre um distribuidor:



Filtros • Cabos • Freios • Pastilhas • Palhetas • Baterias. E muito mais.

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



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.

08

18

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.

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.

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

34



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 Sendo, e advertem: vem aí aumento de carga para o setor.

38

Primeiro passo de uma nova revolução

Há 100 edições o mercado entrava de cabeça na realidade trazida pela pandemia da covid-19. E o NovoVarejo inaugurava um novo momento na digitalização da informação no mercado

Em maio de 2020 chegava ao mercado em versão digital a edição 305 do NovoVarejo. O aftermarket automotivo começava a assimilar um novo momento trazido pela impactante pandemia da covid-19, recém-chegada ao Brasil e cujos desdobramentos ainda eram totalmente desconhecidos.

Em nossa missão de informar, imediatamente criamos uma série de soluções digitais para oferecer ao setor a visão de seus principais formadores de opinião, bem como identificar estratégias capazes de contribuir para a gestão dos negócios num momento de muitas perguntas e poucas respostas. Em tempo recorde, implementamos novos canais, novas plataformas, podcasts, streamings, mídias digitais e diversas maneiras de estimular reflexões, desde um novo modelo de geração de conteúdo, seguindo o propósito de oferecer aos nossos públicos informações com vocação para se tornarem novos conhecimentos, posturas, valores, estratégias.

Com linguagem dinâmica, instantânea, periódica, exata à realidade dos fatos e em tempo real aos acontecimentos, o conteúdo que passamos a prover obedecia aos critérios das pautas que interessavam às movimentações dos negócios entre os diferentes segmentos da cadeia automotiva. Assim, indústrias, distribuidores, varejistas e reparadores; empresários, executivos e profissionais desses diferentes segmentos poderiam se encontrar com as mais relevantes notícias, comentários, entrevistas, análises e opiniões, no tempo autêntico dos seus episódios e ocorrências. Mais tarde, descobriríamos que a digitalização foi um dos mais relevantes legados da crise sanitária global para o mundo corporativo e a sociedade de forma geral. A NovoMeio Hub de Mídia já nas primeiras semanas entendeu essa necessidade e acabou se tornando ao mesmo tempo pioneira e protagonista deste processo na indústria da comunicação do setor automotivo brasileiro.

PORTFÓLIO COMPLETO DAS MELHORES MARCAS?



tá na **mão**
tá na **pellegrino**

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

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



Prefere comprar direto pela internet?

Tá na mão também.

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

Pellegrino
Conte com nossa gente.



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 veicular. 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 nuvem se tornarão gradativamente acessíveis. Você vai acompanhar a seguir uma aula sobre conectividade

veículas, 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. Então 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 con-

teúdo 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 minha 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 usam 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

SHOCKBRAS PREMIUM

EMBREAGENS COXINS

LINHA LEVE E COMERCIAL LEVE

RECONHECIDA COMO UMA DAS MELHORES MARCAS DE COXINS DO MERCADO BRASILEIRO, A MARCA SHOCKBRAS TRAZ AGORA SUAS NOVAS EMBREAGENS, SHOCKBRAS PREMIUM.

NÃO ATENDEMOS SERVIÇOS E VAREJO
PROCURE UM DISTRIBUIDORA NA SUA REGIÃO

ENTRE EM CONTATO CONOSCO PELO E-MAIL
COMERCIAL@AUTAFSTAR.COM.BR

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 rosto, 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



Palazzi oferece ao leitor uma aula sobre conectividade veicular

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.



PENSOU PASTILHAS DE FREIO, FRAS-LE



Quando o assunto é pastilha de freio, a resposta é Fras-le. Desenvolvidas com formulação exclusiva e a mais alta tecnologia, as pastilhas de freio **Fras-le** garantem máximo desempenho, com maior durabilidade, baixo nível de ruído e, claro, muita segurança. É por isso que Fras-le é a marca de pastilhas mais comprada pelos mecânicos de todo o Brasil. **Pensou freio, Fras-le.**

PENSOU
FREIO,

FRAS-LE

Juntos salvamos vidas.



Consulte aqui
as aplicações.

[/FrasleOficial](#) [#frasleoficial](#) [c/frasleoficial](#)



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



VIES - Variações nos Índices e Estatísticas Julho de 2021, 2022 e 2023

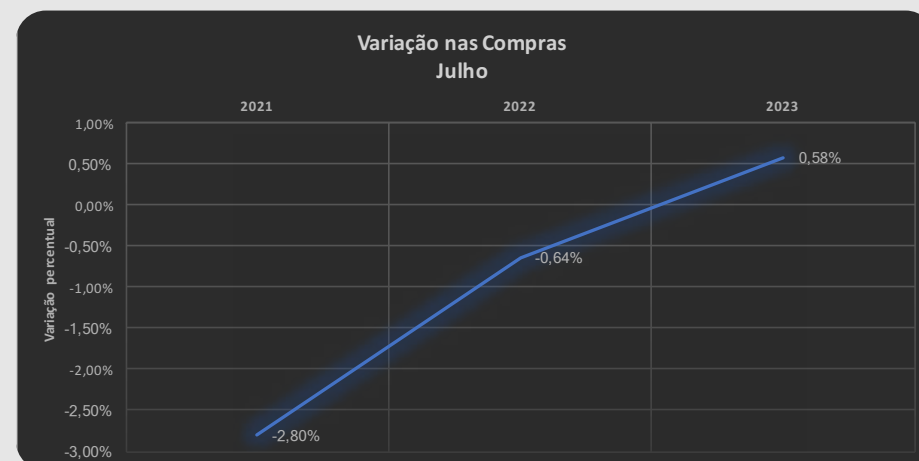
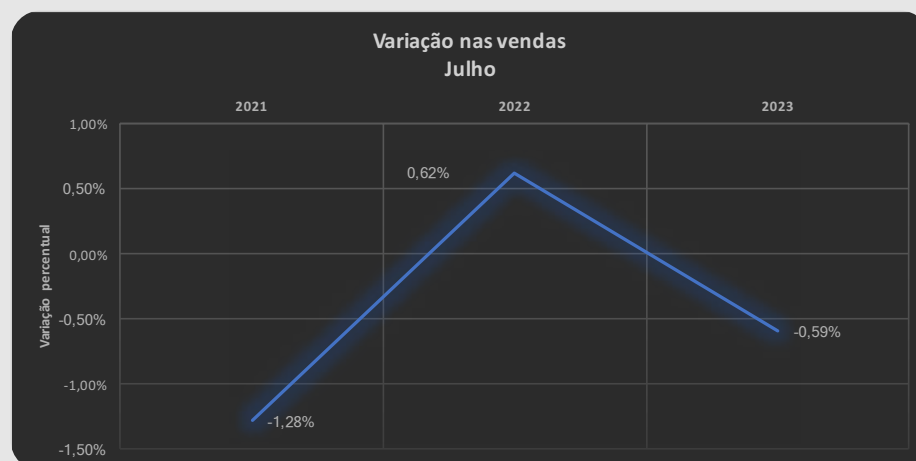
Você vai conhecer agora os resultados da edição de julho da pesquisa **VIES** - Variação nos Índices e Estatísticas, produzida a partir dos dados apurados pelos estudos semanais **MAPA** - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e **ONDA** - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços realizados pelo After.Lab, a empresa de inteligência de mercado com foco no Aftermarket Automotivo. Aqui está o comparativo do desempenho das lojas de autopeças entre os meses de

julho de 2021, 2022 e 2023. Começando pelas informações apuradas pela pesquisa **MAPA**, fica claro que o desempenho de vendas do varejo brasileiro em 2023 não refletiu o mesmo vigor do mês de julho do ano anterior – como, aliás, ficou claro no acompanhamento semanal divulgado pelas plataformas digitais do NovoVarejo Automotivo. Enquanto em 2022 as vendas estavam em expansão, no mês passado vimos dificuldades refletidas em sucessivas quedas. Os gráficos abaixo

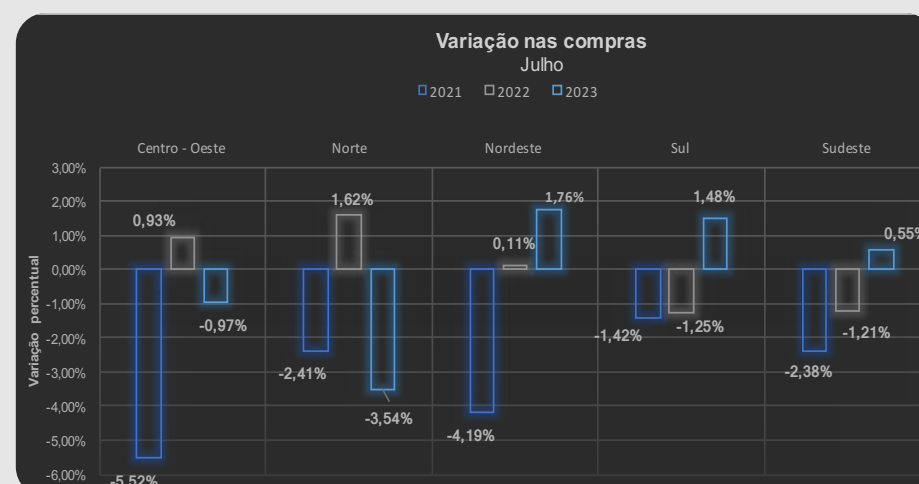
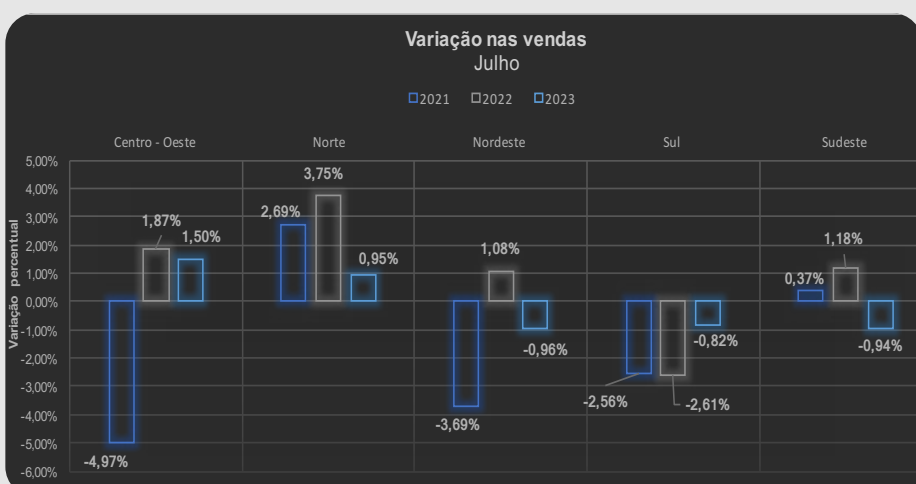
mostram que a média nacional das vendas recuou 0,59%. Por outro lado, a reposição dos estoques entrou na escala positiva, com expansão de 0,58%, traçando uma linha positiva em relação a 2021 e 2022. No que se refere aos dados apurados pela pesquisa **ONDA**, o abastecimento do varejo continua sinalizado queda, porém nitidamente em ritmo menor do que nos dois anos anteriores, com índice de -5,87%. Finalmente, o histórico de alta nos preços foi mantido,

mas também com ritmo de redução da inflação para o varejo de autopeças, como mostra o gráfico abaixo ao apontar vies de alta de 2,21%. Acompanhe nos gráficos também os resultados regionais das vendas, compras, abastecimento e preços e compare o desempenho das lojas de autopeças em 2021, 2022 e 2023 nos meses de julho. E, semanalmente nas plataformas digitais do Novo Varejo Automotivo, todos os resultados atualizados das pesquisas MAPA e ONDA.

MAPA NACIONAL



REGIONAL



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!**



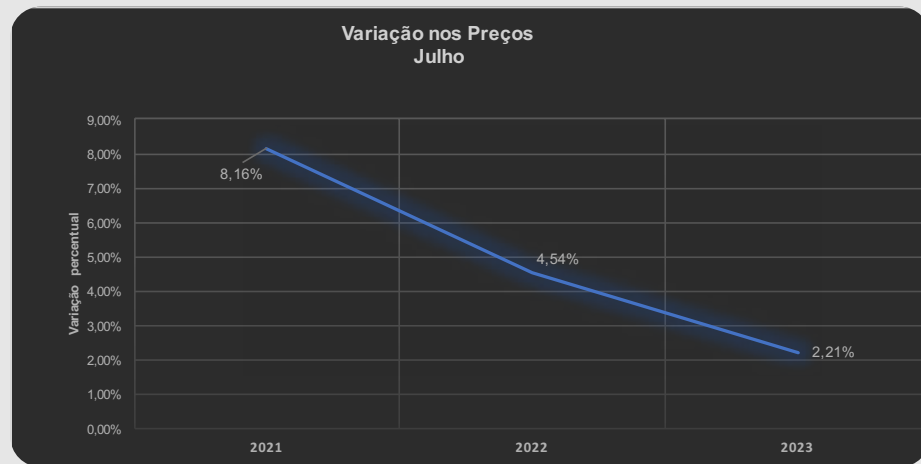
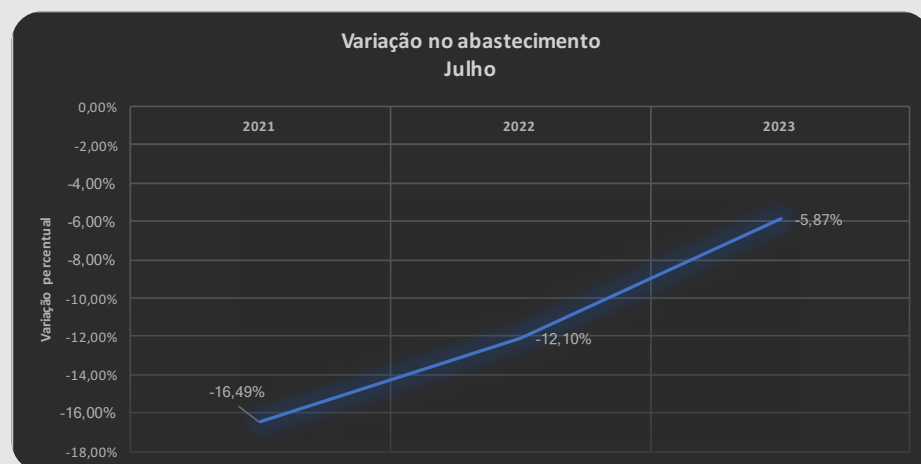
authomix



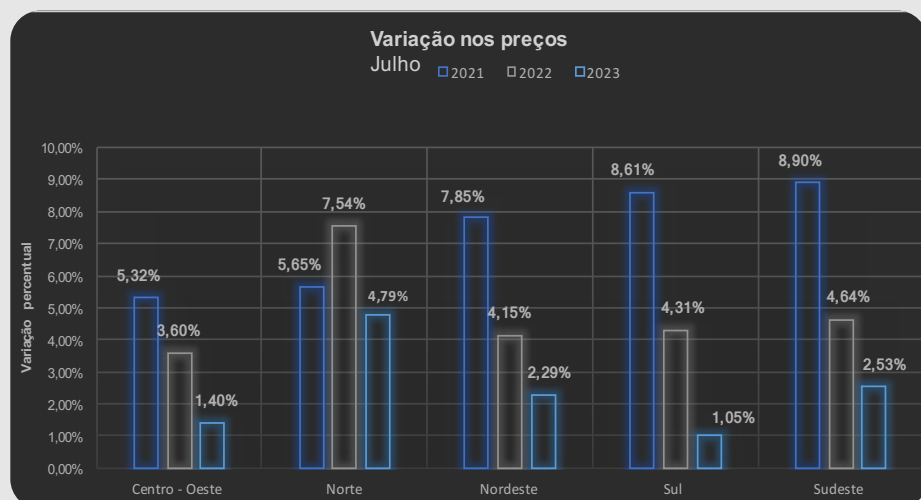
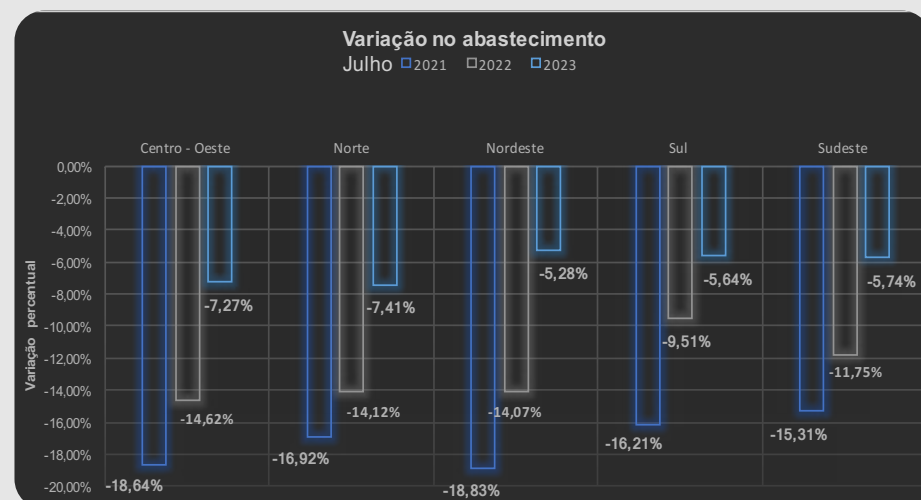
Acesse o site e confira os nossos revendedores **authomix.com.br**



ONDA NACIONAL



REGIONAL



Alcoólatras do trabalho

Os chamados “alcoólatras do trabalho” são pessoas que dedicam todo o seu tempo e energia para trabalhar, muitas vezes em detrimento de outros aspectos importantes da vida, como a família, os amigos e o lazer. Embora possam obter sucesso profissional, esse estilo de vida pode ter consequências negativas na saúde mental e física, e nas relações interpessoais. Essas pessoas muitas vezes se sentem perdidas ou sem propósito quando não estão trabalhando. Elas podem se sentir pressionadas a trabalhar longas horas ou a se envolver em projetos que as mantêm ocupadas o tempo todo. O resultado pode ser um desequilíbrio entre a vida pessoal e profissional, trazendo estresse, ansiedade e depressão. Além disso, o foco excessivo no trabalho pode levar a um des-

gaste físico e emocional, o que pode afetar negativamente o desempenho no próprio trabalho a longo prazo. A falta de tempo para atividades de lazer e sociais leva ao isolamento social e a uma sensação de desconexão com as pessoas com quem convive. É importante encontrar um equilíbrio saudável entre o trabalho e outros aspectos da vida. É preciso estabelecer limites claros entre o trabalho e o tempo livre, reservando tempo para a família e para atividades que tragam prazer e conexão com outras pessoas e buscar ajuda profissional se a excessiva dedicação ao trabalho estiver afetando negativamente a saúde mental ou física. A conciliação entre trabalho e família é fundamental para garantir um equilíbrio saudável entre as responsabilidades

profissionais e pessoais. É importante para as pessoas poderem dedicar tempo e energia tanto para suas carreiras quanto para suas famílias, sem sacrificar um em detrimento do outro. Uma boa conciliação entre trabalho e família pode trazer muitos benefícios, como melhorar a saúde mental e física, já que as pessoas têm mais tempo para se cuidar, descansar e se divertir com seus entes queridos. Além disso, a conciliação pode melhorar os relacionamentos, já que a disponibilidade e presença dos pais e cônjuges em casa pode fortalecer as relações familiares. Para alcançar uma conciliação satisfatória é importante que as empresas criem políticas e práticas de trabalho que permitam que seus funcionários possam se dedicar tanto ao trabalho

quanto às suas famílias. Isso pode incluir a oferta de horários flexíveis, licença parental remunerada, opções de trabalho em casa ou outras práticas que permitam uma melhor conciliação entre trabalho e família. Os funcionários também têm um papel importante a desempenhar nessa conciliação. Eles podem estabelecer limites claros entre o trabalho e a vida pessoal, priorizar atividades familiares e encontrar maneiras criativas de equilibrar suas responsabilidades profissionais e pessoais. Assim, empresas e funcionários devem trabalhar juntos para criar um ambiente de trabalho que permita uma conciliação satisfatória entre vida pessoal e vida profissional a fim de promover a saúde e o bem-estar das pessoas. Pense nisso. Sucesso!

Distribuidor Autorizado

NA ELETROPAR, VOCÊ ENCONTRA
o ESTOQUE MAIS COMPLETO
DE PEÇAS BOSCH DO BRASIL!

ELETROPAR AUTOPARTE
A MAIOR VARIEDADE
DE PEÇAS BOSCH
DO BRASIL

Escaneie o QR CODE para ficar ligado com a Eletropar

WWW.ELETROPAR.NET

Entre em contato com o nosso central de atendimento:

(41) 2106-8064

ESTOQUE COMPLETO

ATENDIMENTO NACIONAL

EXPERIÊNCIA NA ENTREGA

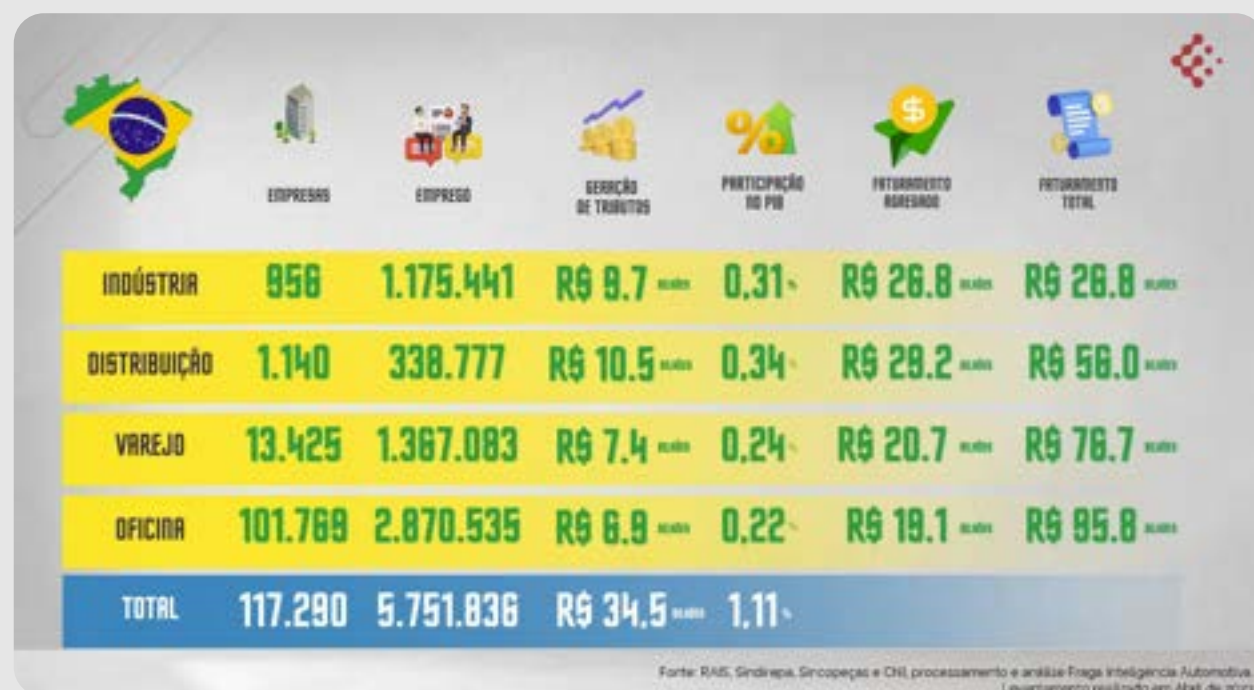
União e inovação: o caminho para o futuro do mercado de reposição automotiva

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 ressalta 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 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.



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.



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.

Amor que é farol nos guiando
pelos melhores caminhos.

Feliz
Dia dos
Pais!

Acesse
o nosso
site:



Conheça nossas redes sociais:

@gruporealdistribuidor Grupo Real

»





Foto: Divulgação

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 negócios 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 servi-

ços 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 Volkswa-

gen, 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

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 Irapuã (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 des-

taca 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. “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

PALAVRAS CRUZADAS DA ROLES! AQUI VOCÊ ENCONTRA:



Acesse o site



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





Oliveira trabalha com cenários que demandam harmonização das diferentes visões da empresa

Programa busca negócios mais competitivos e rentáveis

Consultor do Sebrae, Reginaldo Oliveira dá mais detalhes sobre a operação e os objetivos do Loja

Criado para impulsionar um movimento de profissionalização e modernização do varejo de autopeças nacional, o Programa Loja Legal foi uma das atrações da Automec 2023, no último mês de abril. Na ocasião, o consultor de negócios do Sebrae, Reginaldo Oliveira, detalhou a iniciativa gratuita desenhada e oferecida pela parceria formada entre a entidade, o Sincopeças Brasil e a G&B Distribuidora. A reportagem do NovoVarejo

volta agora a conversar com Oliveira para checar o desenvolvimento prático do projeto em uma entrevista exclusiva. Na conversa, foram abordados temas como a adesão do mercado ao 'Loja Legal', em termos de número de inscrições, as etapas já percorridas até aqui e possíveis atualizações do programa diante de mudanças que se colocaram no radar da economia nacional, tal como a reforma tributária, recém aprovada em dois turnos

pela Câmara dos Deputados e que será apreciada pelos senadores neste segundo semestre. **Novo Varejo Automotivo - Quais foram os desdobramentos do programa após a apresentação ao público da Automec? Reginaldo Oliveira -** O Programa Loja Legal tem como objetivo oferecer ao comércio varejista de auto e motopeças a oportunidade de serem negócios mais competitivos, rentáveis e lucrativos, para isso todo o know how

do Sebrae fica à disposição dos empresários. A presença digital, ações atreladas à inovação e a gestão podem fazer parte do plano de ação definido para cada empresa. Há novas ações sendo articuladas com a entrada de novos parceiros que tornarão as oportunidades ainda mais atrativas para as lojas do aftermarket automotivo. O programa está em andamento. **NVA - Como tem sido a receptividade das lojas do aftermarket**



Especialista em Suspensão: Soluções Duráveis para seu Veículo.



O MAIOR PORTFÓLIO DE SAPATAS DE FREIO FABRICADAS NO BRASIL

Nossas sapatas de freio são fabricadas com os mais altos padrões de qualidade, garantindo sua segurança em cada frenagem.

WWW.MAZZICAR.COM.BR

mazzicar@mazzicar.com.br (11) 4991-1454 @mazzicar

EMPRESA CERTIFICADA ISO 9001:2015 / PRODUTO HOMOLOGADO PELO INMETRO

LANÇAMENTOS BOMBAS D'ÁGUA

CONSULTE AS APLICAÇÕES E PORTFÓLIO COMPLETO EM NOSSO CATÁLOGO

VLBA-0330149 RENAULT KWID/LOGAN/SANDERO	VLBA-0010585 JAC J3	VLBA-0330257 FIAT ARGO/CRONOS/MOBI/UNO	VLBA-0010607 NISSAN FRONTIER RENAULT MASTER	VLBA-0010596 HYUNDAI CRETA/IX35/ TUCSON KIA SPORTAGE	VLBA-0010476 ELÉTRICA MERCEDES
VLBA-0330660 VOLKSWAGEN AMAROK	VLBA-0010453 GM ÔNIX/TRACKER	VLBA-0330053 ELÉTRICA BMW	VLBA-0010428 ELÉTRICA TOYOTA PRIUS	VLBA-0010429 ELÉTRICA TOYOTA COROLLA CROSS HÍBRIDO	

WWW.VILLAFRANCANET.COM.BR VENDAS@VILLAFRANCANET.COM.BR (11) 5584-2400 villafranca_autopecas

Lucas Torres jornalista@novovarejo.com.br Foto: Divulgação

automotivo a essa oportunidade de capacitação gratuita?

RO - A receptividade tem sido satisfatória, pois contamos com empresários engajados e dispostos a realizarem as ações necessárias para o desenvolvimento da empresa. Vale destacar o apoio do Sincop Peças São Paulo na figura do Sr. Heber Carlos de Carvalho (presidente) e diretoria, além do empresário Antônio Carlos Beiram, da G&B, que muito contribuíram para viabilização do programa.

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

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

NVA - Estamos vivenciando os debates acerca da reforma tributária, já aprovada em dois turnos pela Câmara. Como essa transformação pode afetar o Loja Legal? Vocês terão um 'módulo' específico para educar o empreendedor acerca do que será preciso fazer durante o período de transição?

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

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

RO - Estamos tratando de negócios familiares em que em alguns casos ocorre a transição de uma geração para outra. Trabalhamos com um cenário onde será

necessária a harmonização de diferentes visões de gestão o que corrobora com as nossas ações, haja vista que os empresários reconhecem o momento de maior competitividade e a gestão por indicadores. A experiência é importante, porém novas habilidades e competências devem ser desenvolvidas para sustentabilidade dos negócios. O trabalho do Sebrae e das entidades representativas ganha maior destaque.

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

RO - A cadeia ganha mais representatividade, inovação e conhecimento, além de se preparar para novos desafios, visto que o modelo de negócios sofre uma série de influências, como por exemplo, o modelo de vendas tradicional versus o comércio eletrônico, além de outros dilemas relatados pelos empresários, porém há iniciativas de maior organização e geração de conhecimento. Tive experiências muito interessantes,

como a Automec, participação em podcast e podemos afirmar que a sinergia com o mercado e instituições como o Sebrae trarão respostas criativas e inovadoras para toda cadeia.

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

RO - Essa pergunta é muito pertinente e está atrelada a nossa missão de estimular a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos negócios que atendemos. Há várias possibilidades, como o Programa Brasil Mais ALI, que trata de inovação e aumento de produtividade com a participação de um agente de inovação durante seis meses atendendo o negócio com metodologia e planos de ação customizados para necessidade de cada negócio, além das soluções tecnológicas através de parcerias com outras instituições que podem ser determinantes para o sucesso do setor de autopeças.

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 Sincop Peças-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 organizados**

res 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.

Cinto de Segurança pode salvar vidas.

NOVA LINHA ZEN

A QUALIDADE ZEN QUE VOCÊ CONHECE AGORA EM:

RELÉS DE PARTIDA



Catálogo ZEN

ACESSE NOSSO CATÁLOGO ON-LINE.



Venha nos visitar na **AutoNor** | De 13 a 16 de setembro | Estande 91
ENCONTRE A LINHA COMPLETA ZEN NOS MELHORES DISTRIBUIDORES DO 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 participantes, 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.

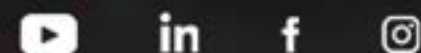
Etapa 4 – Evento de encerramento

Finalização do ciclo com apresentação dos casos de sucesso.

O MAIOR ACERVO DE INFORMAÇÃO
DO SEGMENTO EMPRESARIAL DA REPARAÇÃO

MAIS
AUTOMOTIVE

WWW.MAISAUTOMOTIVE.COM.BR



CONFIRA AS NOSSAS REDES SOCIAIS

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.



PERFECT
AUTOMOTIVE

Perfect automotive @perfect_automotive Perfect automotive





Oficinas referenciadas endossam qualidade das autopeças recebidas das seguradoras

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

No final do mês de junho, uma reportagem veiculada pelo Jornal da Band, da Band TV, denunciou que seguradoras brasileiras estavam, supostamente, enviando autopeças paralelas e até usadas para que as oficinas fizessem o reparo dos veículos de seus segurados. Na ocasião, esta prática foi denunciada como uma atividade fraudulenta e capaz de colocar os consumidores em risco. É bom lembrar que os reparos de colisão não necessariamente envolvem apenas latarias e acessórios – como faróis, para-choques e grades, por exemplo. Dependendo do impacto, diferentes itens mecânicos podem

ser comprometidos e exigir substituição, como radiadores e componentes de suspensão. Diante da sensibilidade do tema e sua relevância para o after-market, bem como para temas como o Direito do Consumidor e a segurança das vias, nos propusemos a mergulhar nas regras que regem o mercado das seguradoras de automóveis no país e investigar, junto a reparadores devidamente referenciados, como andam as práticas atuais nesta relação seguro-oficina. O início do entendimento do contexto atual deve invariavelmente passar por agosto de 2019, data em que a SUSEP (Superintendência de Seguros

Privados) alterou a regra que obrigava as seguradoras a utilizarem peças originais durante o processo de reparo. A mudança, feita sob a justificativa de estimular o segmento e tornar os planos mais acessíveis para diferentes perfis de consumidores, passou a liberar – além da peça original – também o uso das chamadas peças genéricas – ou, para muitos, paralelas – estendendo a permissão até mesmo para produtos usados, a depender da ocasião. Para além das razões ancoradas no ponto de vista pragmático de mercado, a nova orientação da SUSEP teve como base legal o artigo 21 do Código de Defesa

do Consumidor, que afirma: “no fornecimento de serviços que tenham por objetivo a reparação de qualquer produto considerar-se-á implícita a obrigação do fornecedor de empregar componentes de reposição originais adequados e novos, ou que mantenham as especificações técnicas do fabricante, salvo, quanto a estes últimos, autorização em contrário do consumidor”. Vale ressaltar, no entanto, que esta nova prerrogativa não veio sem um ponto importante: a obrigatoriedade de informar o dono do veículo sobre a peça utilizada para fazer o reparo a partir da disponibilização do orçamento de compra das autopeças.

Há 100 anos entregando inovação em produtos e excelência no atendimento.

Acesse e conheça
nossas linhas
de produtos



Rolamentos
automotivos, industriais
e agrícolas

Atuadores, mancais e
rolamentos de embreagem

Cubos de roda,
trizetas e cruzetas



Virabrequim, Tuchos,
balancim, atuador
de roda livre

Bombas d'água,
cilindros de embreagem,
de freio e de roda

Polias, juntas de motor,
correias e cabeçote
do filtro



Suspensão

Ferragens

Mangueiras



Central de Vendas
11 2105.5000



Importando inovação, fabricando qualidade, distribuindo excelência.

luporini.com.br @luporinioficial



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

Você já deve ter ouvido falar no ditado que afirma “tudo me é permitido, mas nem tudo me convém”. Pois bem, usada geralmente para cenários religiosos, a máxima se aplica também à atual relação das seguradoras do país com a orientação dada pela SUSEP em 2019. Questionamos três oficinas referenciadas, de diferentes localidades do país, sobre o modus operandi de Porto Seguro, Allianz Seguros e Bradesco Seguro – empresas líderes no segmento – nos momentos em que há necessidade de reparo após uma colisão. Em unanimidade, todas elas destacaram: as seguradoras trabalham apenas com peças genuínas e originais. Diretor da Auto Cesar, do Rio de Janeiro, Claudio Lucas Ribeiro afirmou que sua oficina não recebe autopeças genéricas das seguradoras e acrescentou que invariavelmente os produtos fornecidos são de boa qualidade. Segundo ele, o fato desta prática estar disseminada no

mercado faz com que o debate sobre a qualidade dos produtos não deva ser o foco das abordagens que buscam tornar mais eficiente a parceria oficinas-seguradoras, já que existem problemas reais e recorrentes a serem solucionados. *“O problema não está na qualidade das peças fornecidas, mas no fornecimento delas em si. As oficinas ficam reféns do fornecimento e perdem a lucratividade desse comércio. Mas, ainda assim, respondemos solidariamente às seguradoras nas ações judiciais quando há demora na chegada das peças”*, relatou Ribeiro. Na mesma linha que o colega, a funcionária do departamento de orçamentos da oficina gaúcha Prima Linea, Alice Guimarães, conta que, a despeito da liberação da SUSEP, as seguradoras com as quais trabalha atuam, por contrato, apenas com peças genuínas e originais. Ela acrescenta, porém, que esta dinâmica não elimina problemas em ocasiões esporádicas que,

segundo ela, são compreensíveis. *“Algumas peças, por conta de um armazenamento incorreto, chegam com alguns defeitos, como amassados e arranhões, mas essas são recusadas no momento da conferência. Na grande maioria, as peças estão em perfeito estado, de excelente qualidade”*, relatou Alice, antes de quantificar o prazo médio para o recebimento destes produtos advindos de seus parceiros. *“Quanto ao prazo, isso varia muito. Depende de qual tipo de peça e montadora, peças de giro normalmente estão disponíveis a pronta entrega, com 2 a 3 dias chegam para a gente, no caso de serem pedidas de fábrica demora em torno de 7 a 10 dias. Algumas montadoras como Peugeot e Renault costumam fugir dessa regra, demoram em torno de 15 dias”*. Em meio aos relatos positivos, porém, uma oficina sediada na zona norte da capital paulista, referenciada por empresas como a Porto Seguro, enfatizou

um ponto sensível a ser considerado pelos colegas reparadores: a necessidade de se diferenciar as chamadas ‘associações de benefício’ das seguradoras. Segundo o porta-voz desta empresa, que preferiu não se identificar, as primeiras tendem a priorizar a economia de custos na compra das peças e não raramente recorrem às chamadas ‘paralelas’ que, de acordo com o relato, ‘nem sempre são de boa qualidade’. A queixa da oficina, aliás, foi reforçada por Claudio Ribeiro, da Auto Cesar, que chamou a atenção não apenas para a abordagem de priorizar a economia de custos por meio das peças genéricas adotada pelas associações de benefício e os problemas não tão pontuais advindos desta postura. Segundo ele, estas empresas também têm por hábito estipular a aplicação de peças usadas em contrato. *“Estas peças, na verdade, são às vezes bastante ruins”*, afirmou o diretor da reparadora carioca.



Você sabia que a Freudenberg criou o primeiro retentor do mundo? Em 1929, o produto começou a ser fabricado nas instalações da Alemanha. De lá pra cá tivemos muitas inovações tecnológicas e hoje estamos presentes em todo o planeta! A Corteco, marca do grupo Freudenberg, é a melhor opção em retentores para o seu veículo, seja de linha leve, pesada ou moto.

Visite:

[f](#) [v](#) [i](#) [i](#) Corteco Brasil

www.corteco.com.br

#SejaOriginalsejaFreudenberg-NOK

Assistência Técnica, Garantia

☎ 08000 194 111

📞 11 95033.8809

a brand of
FREUDENBERG-NOK

CORTECO



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

Associações e seguradoras têm diferenças sensíveis

O relato das oficinas sobre as diferenças de abordagem entre associações e seguradoras lança uma lupa sobre a necessidade de diferenciação clara entre ambas as modalidades de proteção veicular. Em geral, as associações normalmente funcionam por meio de uma rede de benefícios e – como o nome já diz – se organiza por meio de um grupo de pessoas que compartilham as despesas que podem acontecer em diferentes situações, como roubo, furto ou colisões de veículos. Vale pontuar que, embora esta estrutura seja permitida tanto pela Constituição Federal quanto pelo Código Civil, as organizações desta natureza não há regulamentação junto à SUSEP, órgão ligado ao Ministério da Fazenda responsável pela

autorização, controle e fiscalização dos mercados de seguros. De acordo com o advogado Artur dos Santos Sousa, esta falta de regulamentação traz um risco importante sob o ponto de vista técnico da reparação. *“Como essas associações e cooperativas não estão autorizadas pela SUSEP a comercializar seguros, não há qualquer tipo de acompanhamento técnico de suas operações”*, apontou Sousa. Para além da qualidade da reparação em si, o advogado acrescentou pontos sensíveis sobre possíveis danos destas organizações para a sociedade civil como um todo. Ele explica que, ao assinar o contrato de proteção veicular, o dono do veículo a ser “segurado” se torna um membro daquela associação

e faz parte da “vaquinha” ou rateio para pagar o conserto dos veículos envolvidos em eventuais sinistros. *“É importante estabelecer que as associações de proteção veicular realizam o exercício irregular da atividade seguradora, o que é inclusive tecnicamente conhecido como ‘mercado marginal dos seguros’”*, acrescentou Sousa,

antes de finalizar: *“A única forma legal dessas associações e cooperativas atuarem é como estipulantes de contratos de seguros, ou seja, contratando apólices coletivas de seguros junto a sociedades seguradoras devidamente autorizadas pela SUSEP, passando a representar seus associados e cooperados como legítimos segurados”*.



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

Principais diferenças entre seguradoras e associações

- **Regulamentação** - Somente as seguradoras têm regulamentação junto à Superintendência de Seguros Privados.
- **Apólice** - As seguradoras emitem apólice detalhando seus direitos e deveres, assim como os dos associados. Já as associações não emitem este documento.
- **Pagamento** - No caso das seguradoras a indenização deve ser realizada em até 30 dias conforme a lei. Já no âmbito das associações, este prazo irá depender do valor disponível em caixa.

ISAPA

MAIS DE 1.000 NOVOS ITENS

Em 2023, a ISAPA já lançou mais de **MIL ITENS** em seu portfólio.

#MundoDeAutopeças

QR Code 1: **Acesse a plataforma da ISAPA feita especialmente para lojas.**

QR Code 2: **E para não perder nenhuma novidade, siga a ISAPA nas redes sociais.**

Logos: ALEN, Autostar, DLZ, Onix, Nivalon, Nivalon, Nivalon, Nivalon



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 entendi-

mento 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 tema 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.

SUPERANDO AS EXPECTATIVAS

FLÓRIO
AUTOPARTS



64 ITENS "EXCLUSIVOS"

DIFERENCIAIS TAMPAS DE VÁLVULAS FLÓRIO

- ▶ MAIOR FABRICANTE DE TAMPAS DE VÁLVULAS "MADE IN BRAZIL";
- ▶ LINHA MAIS COMPLETA DO MERCADO;
- ▶ 72 TAMPAS DE VÁLVULAS NA LINHA DE FABRICAÇÃO;
- ▶ DESIGNER, QUALIDADE E MATÉRIA PRIMA "ORIGINAL"



NOVO MOLDE (RENAULT KWID)



MAQUINA DE SOLDA POR VIBRAÇÃO

EXCLUSIVOS 2023



81 RESERVATÓRIOS DE EXPANSÃO "EXCLUSIVOS"



INJEÇÃO DE RESERVATÓRIO



51 TAMPAS "EXCLUSIVAS"



72 MANGUEIRAS "EXCLUSIVAS"

DIFERENCIAIS RESERVATÓRIOS FLÓRIO

- ▶ ESPESSURA DE PAREDE E PESO IGUAL A NORMA DAS MONTADORAS (MAIOR RESISTÊNCIA E QUALIDADE);
- ▶ ADICIONADO NO PLÁSTICO "ADITIVO ANTIENVELHECIMENTO" (MELHOR DESEMPENHO E DURABILIDADE);
- ▶ LINHA MAIS COMPLETA DO MERCADO;
- ▶ ORIGINAL EM 2 DAS MAIORES MONTADORAS DO PAÍS;
- ▶ 81 RESERVATÓRIOS DE EXPANSÃO EXCLUSIVOS (SÓ FLÓRIO OU ORIGINAL);
- ▶ VÁRIOS RESERVATÓRIOS COM TAMPA E OU MANGUEIRA JÁ ACOPLADO.



SOLDA DE RESERVATÓRIO

florio.com.br (55 11) 4771-2222

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



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 estratégias 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 #MundoDeAutopeças, 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!

Fotos: Divulgação

Relés de partida ZEN já estão disponíveis na reposição



São 150 novos modelos de relés para atender o mercado

A ZEN anuncia que seu mais novo produto, o relé de partida, já está disponível nos melhores distribuidores de autopeças do Brasil. Também conhecido como solenoide, automático ou chave magnética, o relé é utilizado por reparadores em todo o país, no condicionamento de motores de partida. Com vasta experiência na fabricação de componentes para motores e alternadores, a empresa disponibiliza de imediato aproximadamente 150 modelos de relés para a cadeia de distribuição. Estes itens cobrem todas as principais aplicações do mercado nacional, fazendo uma

excelente cobertura de frota. Os relés de partida têm a função de energizar o motor de partida e avançar o impulsor. Fazem isso através da geração de um campo magnético com a eletricidade recebida da bateria e da chave de ignição, que movimenta o êmbolo e move o impulsor, também fechando o contato elétrico entre a bateria e o motor de partida. Através desse mecanismo, o impulsor de partida é acionado e encaixa na cremalheira para dar partida no veículo. Todos os produtos ZEN são testados e aprovados por laboratórios próprios, dentro dos parâ-

metros e normas de referência qualidade do mercado original. Essa capacidade de testagem foi ampliada para os relés com a aquisição de diversos equipamentos da marca D&V que garantem a qualidade do produto. Além dos relés, a ZEN possui em seu portfólio impulsores de partida, polias de alternador, tensores de correia, kits de distribuição, motores de partida, alternadores, rolamentos, mancais, planetárias, induzidos, rotores e estatores. Para mais informação: 0800 047 1919, WhatsApp 47 9 9286 5795 e redes sociais Facebook, Instagram e YouTube.

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 estrat-

tégias 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 coletam 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 especialis-

tas 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.

AGUARDAMOS VOCÊ EM NOSSO STAND !

FEIRA DE TECNOLOGIA AUTOMOTIVA DO NORDESTE

13 A 16 DE SETEMBRO

VENHA CONHECER O QUE HÁ DE MELHOR EM QUALIDADE DE PEÇAS PARA REPOSIÇÃO

TE ESPERAMOS NO STAND N° 66 - RUA P - (PISO INFERIOR)

Yiming.parts

Yiming.com.br

11 2019-7779

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 hábitos 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.

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 es-

enciais 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

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, eletroeletrônicos 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

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 ‘figural’ – 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

**DIA 24 DE AGOSTO VOCÊ VAI CONHECER AS
DISTRIBUIDORAS QUE MAIS SE DESTACARAM EM
CADA UMA DAS 5 REGIÕES DO PAÍS.**

CONHEÇA OS FINALISTAS

CENTRO-OESTE	NORTE	NORDESTE	SUDESTE	SUL
CASTRILLON	MELO	AUTO NORTE	BARROS	DPS
COMANDO	MILLANO	AUTOFORT	COMDIP	EMBREPAR
JAVALI	PEMAZA	BEZERRA OLIVEIRA	G&B	MOTORS IMPORTS
POLIPEÇAS	RONDOBRAS	LIGPEÇA	JAHU	ROLEMAR
-	-	PADRE CÍCERO	-	SCHERER
-	-	-	-	TOLI

PROGRAME-SE PARA ASSISTIR O EVENTO ONLINE QUE SERÁ TRANSMITIDO PELA A.TV
DIA 24 DE AGOSTO, ÀS 19H30.

<https://www.youtube.com/c/ATVmidia>

PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO



APOIO



2mc

you prefer,
you demand.

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.



2MC.COM.BR

TRABALHE COM O MELHOR

As juntas homocinéticas e os kits de reparo Nakata são referências em durabilidade e resistência, não por quê? Porque possuem rolamentos, vedações em Laminado de Injeção de Óleo e são feitos em aço. O que significa segurança para quem aplica, tranquilidade para quem usa e um ótimo resultado para quem vende. Então, quando o assunto é homocinética, não tenha dúvida: vá de Nakata, não tenha medo de ninguém.

JUNTA HOMOCINÉTICA E KIT DE REPARO DE ALTA DURABILIDADE E RESISTÊNCIA TÊM QUE SER NAKATA. SABE POR QUÊ?

PORQUE É



www.nakata.com.br

APRESENTAMOS A LÍNEA DE PRODUTOS PARA O AXL, TUDO COM O MELHOR PREÇO



Kit de reparo para AXL



Kit de reparo para AXL



Kit de reparo para AXL



Kit de reparo para AXL

www.nakata.com.br
0800 700 3030