



novovarejo
automotivo

EDIÇÃO 410

ANO 30 - OUTUBRO DE 2023

NOVOVAREJOAUTOMOTIVO.COM.BR

NVI - NOVO VAREJO IMPRESSO

Restrição ao parcelamento sem juros preocupa varejo

Instituições avaliam proposta em busca de redução nas taxas do crédito rotativo e provocam ira nos comerciantes, que temem queda nas vendas

PÁGINA 18



.StartSe
UNIVERSITY



General Motors avança no mercado de reposição com nova rede de centros automotivo ACDelco

PÁGINA 6

Com recorde de público e sucesso entre os expositores Autonor volta em grande estilo após quatro anos

PÁGINA 26



Expansão territorial de montadoras desafia concentração das indústrias de autopeças

PÁGINA 34

AMORTECEDOR É HG.
PORQUE SÓ ELE TEM
A ALTA PERFORMANCE
DO PRIMEIRO AMORTECEDOR
PRESSURIZADO DO BRASIL.

PORQUE É

NAKATA



TUDO AZUL. TUDO NAKATA.

Aponte seu celular
para o QR code ao lado
e veja as aplicações.



Tecnologia para a vida



Pastilhas Bosch: quando você só ouve o barulho do motor, nunca o do freio

Muito mais do que uma altíssima capacidade de frenagem, mesmo em situações adversas, a linha de pastilhas da Bosch é sinônimo de qualidade e durabilidade. Isso sem falar que são altamente silenciosas, ou seja, ao dirigir você só ouve mesmo o ronco do motor. Afinal, somos a maior fabricante de autopeças do mundo! Saiba mais em: am.boschaftermarket.com/br/pt

Localize um distribuidor:



Velas • Freios • Filtros • Lâmpadas • Pastilhas • Polívetas • Baterias. E muito mais.



autopecasbosch

Reta final de 2023 com perspectivas favoráveis

Claudio Milan claudio@novomeio.com.br

É possível dizer, a partir de informações do próprio meio, que o universo automotivo vive uma conjuntura favorável. Vejam: o fôlego vem se mantendo, o setor deve movimentar mais de 731 bilhões de reais até o final do ano, um crescimento de 9,2% em relação a 2022 segundo pesquisa IPC Maps; o crescimento de 12,8% nas vendas de carros usados em agosto na comparação com julho de 2023, conforme a Fenauto; e o grande sucesso da Autonor, em setembro, que desdobramos agora em reportagem completa com a cobertura do evento, que você vai ler em nossas páginas. Pois bem, quero seguir aqui exatamente na mesma linha trazendo algumas novas informações sobre esta reta final de 2023, desta vez focando especificamente no varejo. No momento em que fechávamos esta edição, recebemos uma nova pesquisa realizada pela empresa Zucchetti e a Fecomércio/SC, que ouviram 323 varejistas de diferentes estados brasileiros. Alguns resultados do estudo são bem interessantes, e decidimos compartilhar em primeira mão com nossos leitores. Vamos a eles:

- Em relação ao faturamento total de 2023, 36,84% acreditam que devem ter aumento em comparação ao ano anterior e o mesmo percentual, 36,84%, acreditam ter ao menos o mesmo faturamento;
- Este segundo semestre deve puxar o resultado positivo, uma vez que a maioria (55,4%) dos respondentes diz que espera vender mais do que no primeiro semestre de 2023;
- 82% dos respondentes indicaram o WhatsApp como a ferramenta tecnológica mais usada no negócio em geral, seguido de redes sociais (74%).

Outro dado que reforça o bom momento está refletido no Índice de Confiança do Empresário do Comércio, elaborado pela FecomercioSP. O ICEC revela que otimismo do empresariado na capital paulista subiu mais uma vez. Em setembro, a elevação foi de 2,2% em relação a agosto, passando de 107,8 para 110,2 pontos. O melhor resultado segue sendo o registrado em janeiro, quando o índice chegou à casa dos 114 pontos. De uma forma geral, desenha-se um cenário bastante interessante para o varejo. As pesquisas se sucedem sempre com avaliações favoráveis. Mas, atenção! Um potencial problema – por enquanto, apenas isso – vai se desenhando no horizonte: nos últimos dois meses vem se intensificando o debate sobre a necessidade de reduzir os juros do cartão de crédito, que em setembro atingiram a marca astronômica, inacreditável e pornográfica de 445,7% ao ano. Pois bem. Uma das alternativas na mesa para controlar este rolo compressor é a limitação ou, eventualmente, a própria extinção das compras parceladas no cartão. Hoje, este benefício é fundamental para os negócios realizados nos balcões das lojas de autopeças brasileiras – assim como é determinante, também, para que as oficinas possam financiar os serviços com tíquetes médios um pouco – não muito – mais elevados. Portanto, o aftermarket automotivo como um todo observa esta movimentação com muita atenção. Afinal, ninguém quer encontrar uma pedra no meio do caminho que nos vem levando a um feliz fim de ano.

Nhm
www.novomeio.com.br

Ano 30 - #410 Outubro 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

Bruno Costa

Giovanna Bovi

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)

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



Luis Felipe Teixeira, diretor Comercial de Pós-Vendas da General Motors do Brasil, fala sobre o avanço da montadora no mercado de manutenção veicular por meio da nova rede de centros automotivos ACDelco.

06

10 Em mais um artigo exclusivo, Danilo Fraga analisa a persistência da inflação nos preços das autopeças e as causas deste fenômeno.

18 Proposta de contenção ou mesmo extinção das vendas parceladas sem juros no cartão de crédito representa um problema para o aftermarket automotivo como um todo, e para lojas e oficinas em particular.

Com recorde de público, AutoNor volta a ser realizada após hiato de quatro anos em razão da pandemia e é festejada por público e expositores.

26



Apesar do mapa das montadoras no Brasil apresentar maior diversificação do que no passado, indústrias fornecedoras mantêm concentração, especialmente na região Sudeste.

34

Chamado mundial por sustentabilidade convida reposição brasileira à reflexão

Há 100 edições nossa reportagem mostrava que políticas mais sustentáveis nos setores produtivos eram capazes de representar expansão do PIB e novos empregos

A edição 310 de NovoVarejo trazia os resultados de um estudo realizado pela consultoria WRI Brasil – em parceria com organizações como o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) e o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (Cebds) – que, naquele momento, causava repercussão ao apontar que a adoção de políticas mais sustentáveis nos setores produtivos seria capaz de acrescentar

cerca de R\$ 2,8 trilhões ao PIB do país até 2030 – a adoção de processos industriais inovadores, que utilizassem tecnologia para aumentar a produtividade e otimizar o aproveitamento de recursos no setor, tinha – e ainda tem – como potencial a abertura de 2 milhões de novos empregos até o final da década. Cada vez mais a sustentabilidade deixa de ser uma bandeira de segmentos sociais específicos para se transformar em

exigência dos consumidores e, especialmente, dos investidores. Está claro que as empresas que negligenciarem os cuidados com, por exemplo, o meio ambiente, enfrentarão dificuldades no futuro. Na reposição automotiva, o tema remete a uma pauta que mescla a crescente disposição do setor empresarial a uma resistência ainda teimosa dos consumidores finais: o reaproveitamento de materiais e resíduos para a

produção de autopeças com matérias-primas recicladas. Em grande parte, isso se deve à histórica confusão entre os produtos ditos “recondicionados” e os “remanufaturados”. Enquanto os primeiros em geral são oriundos de empresas de “fundo de quintal” e são feitos sem controle, a remanufatura é um processo industrial rigoroso, que obedece a critérios técnicos e de qualidade. A causa já é abraçada pelas grandes indústrias no país.

Distribuidor Autorizado

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

ELETROPAR AUTOPEÇAS

✓

A MAIOR VARIEDADE DE PEÇAS BOSCH DO BRASIL!

ELETROPAR AUTOPEÇAS

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

EFICIÊNCIA NA ENTREGA

.StartSe UNIVERSITY



Teixeira diz que novas unidades também serão canal de venda de peças para reparadores

GM avança no aftermarket com centros automotivos multimarcas em todo o Brasil

Com nove unidades já inauguradas, nova rede ACDelco promete ultrapassar a marca de 30 oficinas até o fim de 2023

No último mês de agosto, a General Motors deu mais um passo na expansão de sua atuação no aftermarket automotivo brasileiro. Por meio da ACDelco, uma das empresas do grupo, a montadora inaugurou operações voltadas à manutenção de automóveis multimarcas por meio de uma nova rede de centros automotivos. A proposta está alinhada com a estratégia da ACDelco de oferecer não apenas peças de reposição para os veículos Chevrolet, mas também para carros de diversas outras montadoras. Com isso, o braço da GM conhecido no aftermarket nacional pela venda de autopeças e outros componentes automotivos originais passa a oferecer serviços como alinhamento e balanceamento; limpeza do sistema de injeção; manutenção do sistema de suspensão; troca de óleo, filtros e velas; entre outros.

Para repercutir o movimento, a reportagem do NovoVarejo Automotivo conversou com exclusividade com Luis Felipe Teixeira, diretor Comercial de Pós-Vendas da GM. Durante a entrevista, o executivo contou que a ACDelco está na reta final da primeira fase do projeto, que consistia na inauguração de 10 centros automotivos. "Nove centros já foram inaugurados e estão localizados na cidade de São Caetano do Sul, e em municípios do interior e litoral do estado de São Paulo, além de Rio Grande do Sul, Paraná e Rondônia", afirmou Teixeira, antes de dar detalhes sobre os próximos passos do projeto: "A expectativa da GM é abrir mais 21 unidades no país até o final deste ano, localizadas em diferentes estados, como Pernambuco, Ceará, Espírito Santo e Mato Grosso. A ideia é que a rede de Centros Auto-

tomotivos ACDelco esteja espalhada por todo o Brasil", concluiu. Além de detalhar o projeto em sua concepção prática, Teixeira refletiu ainda sobre o seu significado para o posicionamento estratégico da General Motors não apenas no Brasil, mas em diversos países do globo.

NovoVarejo Automotivo - A entrada da GM no campo da reparação veicular multimarcas é um movimento que a empresa já faz em outros países ou é uma estratégia específica para o mercado brasileiro?

Luiz Felipe Teixeira - A General Motors está ampliando seu escopo de negócio por meio da sua divisão ACDelco, com o lançamento de centros automotivos pelo país. Focado em serviços mecânicos em geral para carros usados de várias marcas que se diferenciam pelo uso de

peças originais, mão-de-obra especializada e equipamentos de diagnóstico computadorizado de última geração. Esse modelo de negócios também está presente em outros países, como na Colômbia, Austrália e Oriente Médio, mas é customizado conforme as especificidades de cada região. No Brasil, por exemplo, atuamos para atender clientes que procuram por serviços mais acessíveis financeiramente, sem renunciar à qualidade e ao respaldo da montadora, além de também ser um canal de vendas de peças para reparadoras independentes.

NVA - O atual cenário de envelhecimento da frota brasileira foi visto como um fator de oportunidade para a criação de um centro automotivo multimarcas?
LPT - Os Centros Automotivos

ACDelco estreiam justamente em um momento em que o segmento de reparação automotiva está aquecido, impulsionado principalmente pelo comércio de seminovos e pelo fato de que muitos consumidores estão optando por investir na manutenção do veículo atual, em vez de comprar um modelo mais novo.

NVA - Como a GM vê hoje a importância das montadoras se posicionarem como empresas multifacetadas, que atuam em diversas pontas e nichos do mercado automotivo?

LPT - Geralmente, os clientes de concessionárias têm o hábito de frequentar as oficinas da própria autorizada, conforme o plano de manutenção programada do fabricante. Já quem adquire um veículo usado de lojistas ou de terceiros costuma realizar reparos mecânicos em estabelecimentos independentes, e o Centro Automotivo ACDelco chega para oferecer ao consumidor um serviço de padrão global atestado em mais de 60 países. Por isso, a GM está expandindo o seu nicho de atuação, justamente para continuar atendendo as necessidades e os desejos dos clientes, criando relacionamentos ainda duradouros e atingindo novos públicos.

NVA - Há hoje no mundo uma discussão em torno do tema 'Right to Repair'. Agora, com um Centro Automotivo multimarcas, como a GM vê a importância de que

as montadoras garantam à reparação independente o acesso a dados e peças para realizar reparos diversos?

LPT - Em um mundo cercado de modernidades, a tecnologia acaba sendo a melhor ferramenta das oficinas. E foi pensando em facilitar e agilizar a vida do reparador independente que a GM disponibiliza o site "Peça Chevrolet", o primeiro desenvolvido por uma grande fabricante de automóveis a oferecer opção de consulta e compra online de peças. De fácil navegação, o site traz diversas funcionalidades, como o catálogo digital de peças dos principais modelos Chevrolet comercializados no país, nacionais e importados, incluindo modelos já fora de linha. Isso permite ao reparador encontrar rapidamente peças corretas a serem substituídas. No Espaço do Reparador Chevrolet é possível acessar também os manuais do proprietário e técnicos, como o manual de reparação, de identificação e de ferramentas especiais. Além de texto, o canal também possibilita o compartilhamento de imagens. Dessa forma, o reparador pode certificar-se de que está comprando a peça correta. Outro diferencial do site é a garantia das peças, o que reflete em melhor qualidade e credibilidade ao serviço prestado pela oficina.

NVA - Em quais estados a ACDelco pretende inaugurar os seus primeiros Centros

Automotivos multimarca? Em quais cidades eles devem estar mais concentrados em um primeiro momento?

LPT - A primeira fase do projeto contempla dez unidades, sendo que nove centros automotivos já foram inaugurados. Estes estão localizados na cidade de São Caetano do Sul, interior e litoral do estado de São Paulo, também no Rio Grande do Sul, Paraná e Rondônia. A expectativa da GM é abrir mais 21 unidades no país até o final deste ano, que estarão localizadas em diferentes estados, como Pernambuco, Ceará, Espírito Santo e Mato Grosso. A ideia é que a rede de Centros Automotivos ACDelco esteja espalhada por todo o Brasil.

NVA - Qual é a importância de a ACDelco já ter uma reputação e um trabalho consolidado no fornecimento de peças de reposição para o início desta operação com os centros automotivos multimarcas?

LPT - A ACDelco é líder global em peças de reposição e serviços automotivos. Está presente no mundo há mais de 100 anos, sendo uma marca referência no segmento de pós-vendas pela qualidade e variedade do seu portfólio, que está passando também por uma expansão e que agora é composto por mais 750 produtos, distribuídos em 18 linhas, entre eles pastilhas de freio, amortecedores, baterias, lubrificantes, velas e filtros, serviços de alinhamento, balanceamento, baterias, check-up, freios, limpeza do sistema de injeção, limpeza do sistema de ar condicionado e ventilação, suspensão e amortecedor, troca de óleo, filtros, velas e palheta do limpador do para-brisas, além da venda de pneus. Toda essa história de liderança global da ACDelco, faz com que os Centros Automotivos já iniciem consolidados no mercado, trazendo confiança ao consumidor pela utilização de um produto consistente.



ACDelco celebra inauguração da primeira unidade



CATÁLOGO ONLINE e ELETRÔNICO + de **3.500** itens



A INOVAÇÃO ESTÁ EM **NOSSO DNA**

OUTUBRO Rosa



O câncer de mama é uma das doenças que **mais afeta as mulheres no Brasil** e o cuidado faz toda a diferença para **viver melhor.**

Realize o **autoexame das mamas mensalmente** e **procure um médico** se sentir qualquer alteração.

Cuide-se

Quando jogamos luz em assuntos importantes, **conseguimos enxergar cada vez mais longe.**

Acesse o nosso site:



Conheça nossas redes sociais:

@gruporealdistribuidor Grupo Real



»Disape

PER bank

MIDE PARTS



Preços de autopeças mantêm-se em alta em 2023: análise do mercado de reposição de peças

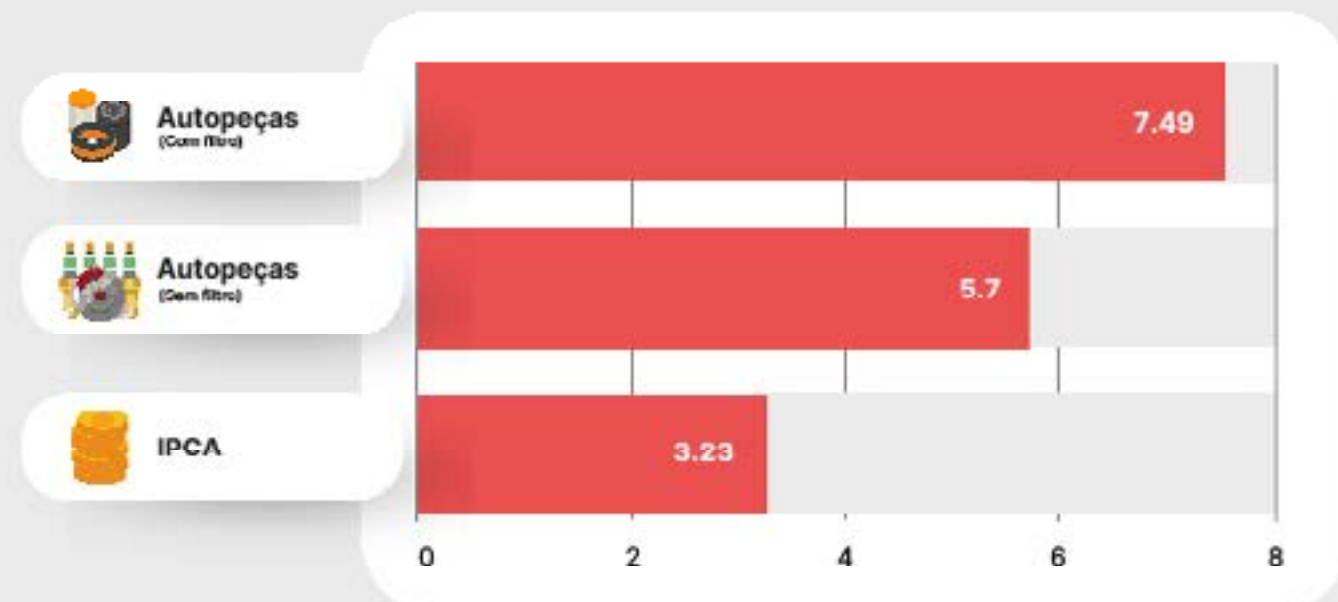
O Mercado de Reposição de Peças sempre foi considerado um porto seguro em momentos de crise, seja por sua notável estabilidade ou por se tratar de um mercado de necessidade, onde a compra não é realizada por impulso ou desejo. Desde o início da pandemia da covid-19, a percepção de inflação no segmento foi generalizada. Os agentes

comerciais, enfrentando dificuldades no recebimento de pedidos das indústrias, passaram a rentabilizar seus estoques, e a flutuação cambial também encareceu substancialmente os preços das peças aplicadas em veículos automotores. Oficialmente, a pandemia teve seu fim anunciado em maio de 2023; entretanto, a partir do segundo

semestre de 2022, a vida no Brasil voltou a quase normalidade. Em um cenário de maior previsibilidade e estabilidade, as expectativas do mercado seriam de nova disputa e acirramento dos preços praticados e sua consequente diminuição da rentabilidade nos negócios, algo que não vem ocorrendo. O primeiro semestre de 2023 apresentou

índices inflacionários significativos no mercado de reposição, e até o presente momento, a inflação do segmento foi calculada em 5,7%, contrastando com os 3,23% do IPCA. Quando analisamos o cenário sem levar em consideração a família de Filtros, a diferença inflacionária se destaca, passando a 7,49% no acumulado de janeiro a agosto.

Índice de inflação (por autopeças e sem filtro)



FRAGA

Fonte: Fraga Inteligência Automotiva

O estudo baseou-se em 14 famílias de produtos relevantes no segmento e 49 marcas líderes em suas respectivas famílias. Os produtos selecionados levaram em consideração a

similaridade entre os concorrentes e a curva ABC da frota circulante. Os preços foram levantados no varejo entre os dias 16 e 20 de janeiro no estado de São Paulo, e novamente

nos dias 14 a 18 de agosto. Vale ressaltar que esses números não incluem margens adicionais empregadas pelas oficinas mecânicas ao consumidor final, tampouco os preços prati-

cados para vendas no atacado. Para o cálculo da média geral, os preços foram ponderados pelo potencial de mercado em quantidade de peças de cada uma das famílias analisadas.

O AMORTECEDOR
PERFEITO
PARA O SEU CARRO

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



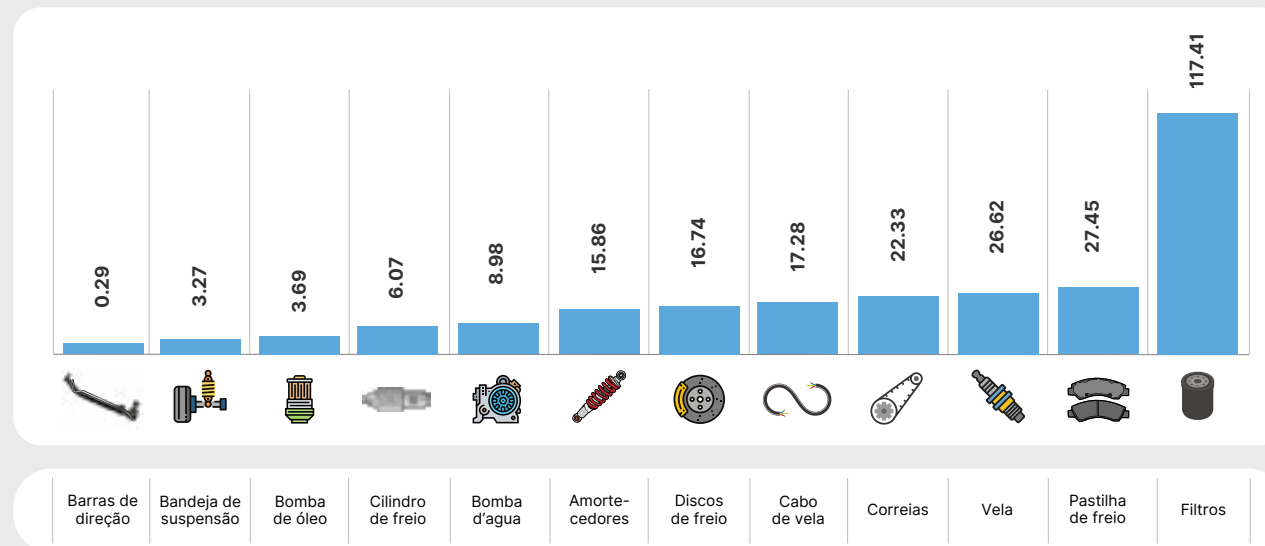
Mais de 4 mil itens em toda linha PERFECT para veículos NACIONAIS e IMPORTADOS.



Perfect automotive @perfect_automotive Perfect automotive



Potencial de Consumo de Peças (Milhões de unidades)



FRAGA

Fonte: Fraga Inteligência Automotiva

Entre as famílias de produtos analisadas, aqueles com menor demanda foram os que experimentaram uma inflação mais pronunciada. No entanto, uma exceção notável se destacou na família de

correias, que enfrentou desafios de abastecimento recentes, resultando em uma dinâmica de preços diferente. Apesar das flutuações observadas, a perspectiva até o final do ano é de uma

desaceleração nos índices de inflação no setor. Essa tendência de estabilidade de preços já se evidencia quando examinamos as famílias de produtos mais competitivas, como filtros, pastilhas,

velas, cabos de ignição e discos de freio. Essas linhas de produtos, devido à sua alta rotatividade e natureza competitiva, costumam ser particularmente sensíveis a tendências e oscilações no mercado.

Inflação por segmento de produto



FRAGA

Fonte: Fraga Inteligência Automotiva

Essa estabilidade crescente está criando um ambiente propício para que os agentes comerciais se adaptem gradualmente a esse novo cenário, proporcionando uma perspectiva mais

promissora e previsível para o setor de reposição de peças. O Mercado de Reposição de Peças continua a provar sua resiliência, adaptando-se às mudanças econômicas e às oscilações

do mercado. Ainda que desafios persistam, a confiança em sua capacidade de fornecer soluções essenciais para os proprietários de veículos permanece inabalável. À medida que o

Brasil avança rumo à normalidade pós-pandêmica, este mercado vital segue firme, garantindo a mobilidade confiável de nossa sociedade, mesmo diante de adversidades econômicas.

FRASLE
MORALITY



PENSOU PASTILHAS ANTIRRUÍDO, FRAS-LE CERAMAXX.

Desenvolvidas com formulação cerâmica de alta eficiência e uma placa metálica que reduz as vibrações e dissipa as ondas sonoras provenientes da frenagem, as pastilhas Fras-le Ceramaxx são a resposta silenciosa da mais avançada tecnologia para quem exige alta performance e baixíssimos índices de ruído na hora de frear. Pensou pastilha de freio antirruído, já sabe: Fras-le Ceramaxx.



COMFORT+
Máximo controle de ruído e vibração para maior conforto.

CLEAN+
Tecnologia que mantém as rodas mais limpas de pó e resíduos.

CONTROL+
Maior performance de frenagem com máxima estabilidade de atrito a quente e a frio.

ECO+
Pastilhas livres de metais pesados, sem utilização de substâncias tóxicas.

PENSOU FREIO.

FRASLE



No Brasil, escolha a vida.

Consulte aqui as aplicações.

f #FrasleOficial i #FrasleOficial y #FrasleOficial

META e LUPA: conheça os primeiros resultados das novas pesquisas do mercado

Nova iniciativa do After.Lab trará mensalmente informações exclusivas sobre a presença de lubrificantes e peças genuínas no mercado de reposição

A partir desta edição apresentaremos mensalmente os resultados das novas pesquisas **META** - Montadoras em Estatísticas e Tendências no Aftermarket e **LUPA** - Lubrificantes em Pesquisa no Aftermarket

Automotivo relativos ao primeiro semestre de 2023. Os estudos são realizados pelo After.Lab, a empresa de pesquisas e inteligência de negócios do aftermarket automotivo brasileiro. Na estreia, trazemos

informações inéditas e exclusivas sobre o mercado de lubrificantes a partir dos dados apurados pela pesquisa **LUPA**. A coleta dos dados foi realizada por telefone de 17 de janeiro e 30 de junho deste anos.

A amostra é estatisticamente representativa e balanceada considerando PIB, distribuição de varejos e oficinas e frota circulante. Foram realizadas 496 entrevistas válidas, sendo 267 varejos (53,8%) e 229 oficinas.

| REGIÃO | OFICINA | VAREJO | TOTAL |
|---------------------|---------|--------|--------|
| CENTRO-OESTE | 17,90% | 13,10% | 15,80% |
| NORDESTE | 20,50% | 24,70% | 22,80% |
| NORTE | 14,40% | 11,60% | 12,90% |
| SUDESTE | 31,40% | 33,30% | 32,50% |
| SUL | 15,70% | 17,20% | 16,50% |
| TOTAL | 100% | 100% | 100% |

LUPA - Lubrificantes em Pesquisa no Aftermarket Automotivo

A partir da resposta sobre a quantidade mensal de litros

(ou frascos) vendidos, foi possível definir uma segmentação dos respondentes utilizando os quartis, definindo os portes como pequeno, médio, grande e mega.

Resultados - Quantidades por Canal

Interessante notar que existe uma proporção entre as quantidades comercializadas nas

oficinas e nos varejos, sendo 1,7 vezes maior em óleo de motor e óleo de diferencial, 1,8 vezes em óleo de direção, o dobro em fluido de freio, e 1,2 vezes em óleo de transmissão.



| | MÉDIA | MÍNIMO | MEDIANA | MÁXIMO | MÉDIA | MÍNIMO | MEDIANA | MÁXIMO |
|-----------------------|-------|--------|---------|--------|-------|--------|---------|--------|
| Óleo motor qtd. | 182 | 4 | 120 | 1200 | 1067 | 3 | 200 | 30000 |
| Óleo transmissão qtd. | 103 | 3 | 60 | 1000 | 199 | 4 | 72 | 2400 |
| Óleo direção qtd. | 55 | 2 | 24 | 1000 | 120 | 2 | 44 | 1000 |
| Óleo diferencial qtd. | 75 | 2 | 30 | 1000 | 179 | 3 | 50 | 2500 |
| Fluido freio qtd. | 45 | 2 | 20 | 500 | 604 | 2 | 40 | 6000 |

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

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

A nova edição da pesquisa **VIES** – Variação nos Índices e Estatísticas, produzida a partir dos dados apurados pelos estudos semanais **MAPA** - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e **ONDA** - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços realizados pelo After.Lab, a empresa de inteligência de mercado com foco no Aftermarket Automotivo, traz o comparativo do desempenho das lojas de autopeças entre os meses de setembro dos anos de 2021, 2022 e 2023. Os gráficos mostram que o mercado, embora com alguns ganhos em relação ao ano passado, não apresentou bom

desempenho em setembro. Na pesquisa **MAPA**, a média nacional das vendas ficou negativa no mês: -0,26%. No entanto, o índice é melhor do que aqueles apurados no mesmo mês dos anos de 2022 e 2021, conforme você poderá observar no gráfico de vendas a seguir. A reposição dos estoques manteve trajetória de queda, com resultado final para o mês de -0,9%. O índice acompanha a movimentação de vendas – como ela – também apresenta melhora na comparação com os dois outros anos em análise, ainda que negativo no geral. No que se refere aos dados

abrangidos pela pesquisa **ONDA**, aí apenas se confirmam as megatendências que compõem longa trajetória iniciada na pandemia. O abastecimento do varejo continua sinalizado queda: -5,74%. Apesar do resultado negativo, ainda houve ganho na comparação com a variação registrada ano passado, que ficou em -5,99%, e também em setembro de 2021, ainda durante a crise sanitária global, quando o desabastecimento estava bastante elevado. Finalmente, o histórico de alta nos preços tem se mantido, com expansão média de 2,74%, aqui o único resultado em que

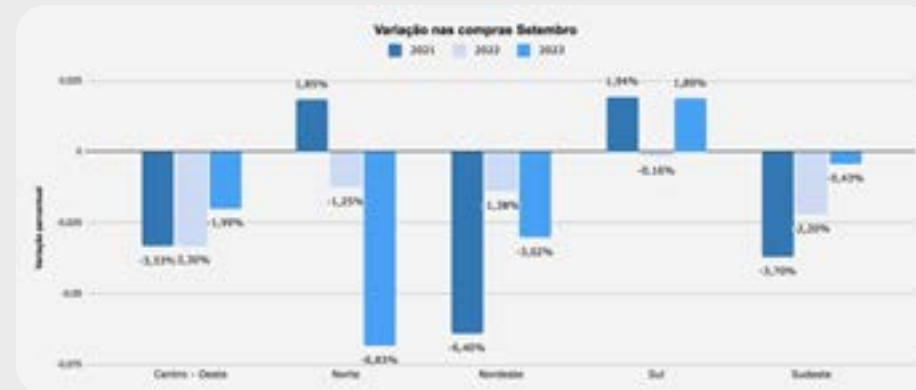
o **VIES** apurou piora em relação ao ano passado. Os preços continuam subindo e a tendência foi também flagrada em estudo realizado pela Fraga Inteligência Automotivo, conforme artigo exclusivo publicado por Danilo Fraga nesta edição. Acompanhe nos gráficos também os resultados regionais das vendas, compras, abastecimento e preços e compare o desempenho das lojas de autopeças em 2021, 2022 e 2023 nos meses de setembro. E, semanalmente nas plataformas digitais do NovoVarejo Automotivo, todos os resultados atualizados das pesquisas **MAPA** e **ONDA**.

MAPA

NACIONAL



REGIONAL

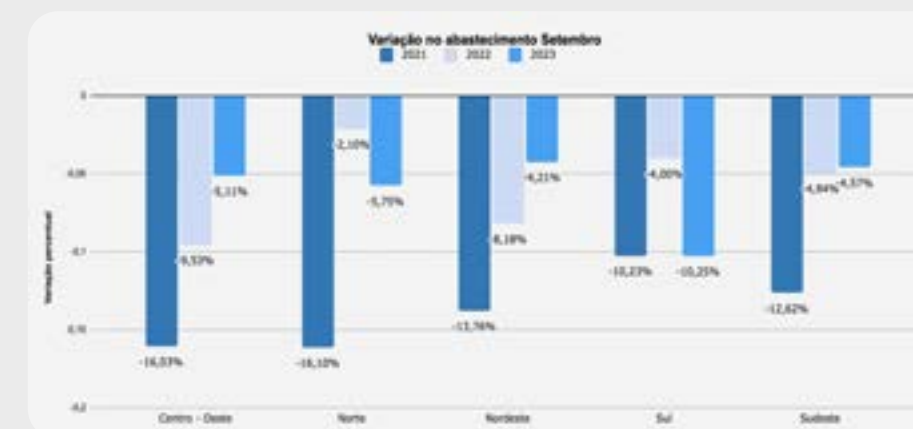


ONDA

NACIONAL



REGIONAL



YIMING PARTS ATENDENDO O MERCADO DE REPOSIÇÃO COM QUALIDADE, TECNOLOGIA E RESPONSABILIDADE DESDE 1996

TRANSMISSÃO

DIREÇÃO

SUSPENSÃO

BOMBA D'ÁGUA

AMORTECEDOR E MOLA A GÁS

ELETROVENTILADOR E MOTOR

SENSORES E CINTA DE AIRBAG

CABEÇOTE DO FILTRO DE COMBUSTÍVEL

A qualidade das peças YIMING é incontestável!
São produtos certificados e testados, seguindo os padrões originais.

Yiming.parts
Yiming.com.br
11 2019-7779



Varejo e aftermarket automotivo aguardam sanção de texto que protege as vendas sem juros via cartão de crédito

Apontado por instituições financeiras como condição para reduzir os juros do crédito rotativo, eventual bloqueio ao parcelamento sem juros no cartão impactaria demanda do setor de consumo conforme avaliam especialistas

O que aconteceria com seu volume de vendas se os clientes passassem a ter limitações na hora de fazer compras parceladas e sem juros com o cartão de crédito? Pois bem, é isso que está em jogo em uma disputa entre grandes instituições financeiras e representantes do varejo nacional. Para compreender o cerne desta discussão é preciso, antes de tudo, mergulhar em um embate que se acentuou entre os principais tomadores de decisão da área econômica do país ao longo do mês de agosto: o

alto endividamento da população brasileira e seus impactos para fornecedores de crédito e o mercado de consumo. Na esteira do 'Programa Desenrola', lançado no último mês de julho para tirar o nome de milhões de brasileiros da lista dos inadimplentes, o Ministro da Economia, Fernando Haddad, e o presidente do Banco Central, Roberto Campos Neto, apontaram que a diminuição dos juros astronômicos do chamado 'rotativo' do cartão de crédito é uma das principais chaves para impe-

dir que uma nova onda de endividamento se siga ao programa. Com a conclusão, Haddad e a equipe econômica do Governo Federal aumentaram a pressão sobre os bancos nacionais com uma espécie de 'aviso prévio' de que os juros considerados 'ultrajantes' não poderiam seguir no patamar atual. O assunto foi inserido nas discussões em torno da manutenção do Desenrola para 2024, agora como Projeto de Lei. O texto já aprovado pela Câmara dos Deputados e pelo Senado

Federal – o relator da matéria nesta segunda casa, senador Rodrigo Cunha (Podemos-AL), destacou que o teto do parcelado do cartão de crédito deverá ser de 100% da fatura e não mais de 440% ao ano, como é hoje. Os emissores de cartão de crédito deverão apresentar ao Conselho Monetário Nacional uma proposta de autorregulação das taxas de juros e encargos financeiros cobrados no crédito rotativo e no parcelamento de saldo devedor das faturas de cartões de crédito.

Entenda o que é o Rotativo do Cartão de Crédito

Linha de crédito mais cara do mercado brasileiro, com juros que ultrapassam a marca dos 420%, o rotativo do cartão de crédito é concedido automaticamente pelas instituições financeiras quando o cliente não paga a íntegra de sua fatura até a data de vencimento.

Somente no mês de junho de 2023, a concessão desta modalidade de crédito para cidadãos e empresas somou um montante de aproximadamente R\$ 500 bilhões.

FLORIO.COM.BR
(55 11) 4771-2222

EXCLUSIVOS 2023

81 RESERVATÓRIOS DE EXPANSÃO "EXCLUSIVOS"

51 TAMPAS "EXCLUSIVAS"

72 MANGUEIRAS "EXCLUSIVAS"

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

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.

INJEÇÃO DE RESERVATÓRIO

SOLDA DE RESERVATÓRIO

ACESSE AGORA NOSSO CATÁLOGO DE PRODUTOS ESCANEIE O QR CODE AO LADO

FAÇA REVISÕES EM SEU VEÍCULO REGULARMENTE.

COMPENSAÇÃO

A possibilidade de passarem a conviver com o tabelamento ou um teto para os juros do rotativo não agradou, no entanto, os bancos que, em resposta, sugeriram a introdução de um mecanismo que limite as compras a prazo sem incidência de juros por meio do cartão de crédito a, no máximo, seis parcelas. De acordo com o mestre em economia e professor de instituições como FGV, Insper e FIA, Marcos Piellusch, o impasse advém do fato de as instituições financeiras utilizarem a alta taxa do rotativo como uma espécie de compensação pela inadimplência que absorve em parcelamentos longos e sem juros. "Os juros se destinam a cobrir

os custos para captação dos recursos, mas também ao pagamento de impostos e, no caso do rotativo do cartão, uma parte muito significativa vai para cobrir a inadimplência, que é muito elevada. Para se ter uma ideia, a inadimplência em alguns momentos chega a um terço do saldo total das faturas a pagar" explicou o especialista, detalhando a lógica por trás da estratégia na sequência. "O racional dos bancos é o seguinte: atualmente o parcelamento é feito no Brasil sem a incidência de juros, assim há um prazo dado aos clientes. Com o fim do parcelamento sem juros, os bancos supostamente poderiam reduzir os juros do rotativo".



Marcos Piellusch explica que grande parte do juros do rotativo cobre a inadimplência

Aftermarket automotivo expressa preocupação com impasse

Quem também está atento às discussões e preocupado com a possibilidade de limitação das vendas via cartão de crédito sem juros é o aftermarket automotivo. Afinal, do varejo à reparação, passando pela distribuição, lideranças e empresários do setor salientam que essa modalidade não é só relevante no volume total de suas transações, como representa a maioria delas. Diretor e fundador da Ramos & Copini, distribuidora e varejo de autopeças do Rio Grande do Sul, Flavio Ramos conta que, nas negociações com o consumidor final, o cartão é a modalidade preferida em 80% dos casos, e isso acontece independentemente do valor da compra. Além disso, Ramos pontua que, como medida de proteção à inadimplência, a empresa esta-

belece que todas as suas vendas parceladas sejam feitas por meio do cartão de crédito – estratégia que, inevitavelmente, aponta para uma redução nas vendas caso o Governo Federal opte por implementar alguma mudança nesse sentido. O cenário vivenciado pelo empresário varejista é o mesmo em que estão imersas as empresas de reparação automotiva. Presidente do Sindirepa Nacional, Antonio Fiola afirma que, nos grandes centros, o cartão de crédito predomina absoluto nos recebimentos. "Tem oficinas que fazem o cálculo do gasto com o banco e dão desconto à vista, mesmo assim dois terços dos recebimentos são em cartões de crédito", compartilhou, complementando que o parcelamento é feito, em média, de três a quatro vezes sem juros

nos serviços de tíquete médio de até R\$ 1.500, mas realizado de maneira mais estendida em serviços de valores mais altos. "Sem dúvida nenhuma impactará no setor e também

na economia de forma geral se houver o fim ou a limitação do parcelamento no cartão de crédito, porque é um hábito do brasileiro parcelar as compras", finalizou Antonio Fiola.



Antonio Fiola, presidente do Sindirepa

LANÇAMENTOS DE SAPATAS DE FREIO



BPSA 0096084

HYUNDAI
SONATA 2007>2020
AZERA 2016>2022

KIA
SPORTAGE 2.0 16V/1.7 CRDI 2010>2016
OPTIMA 2015>2020
CADENZA 2010>2019

MITSUBISHI
DIAMANTE 1999>2005

DAEWOO
NUBIRA / LEGANZA 1997>2003

BPSA 0096081

HYUNDAI
AZERA
2.2/2.4/2.7/3.0/3.3/3.5/3.8
2005>2019

KIA
OPTIMA 1.6/1.7/2.0/2.4
2010>2016



MAZZICAR
FREIOS



EMPRESA CERTIFICADA ISO 9001-2015
PRODUTO HOMOLOGADO PELO INMETRO

WWW.MAZZICAR.COM.BR

mazzicar@mazzicar.com.br

(11) 4991-1454

mazzicar



Catálogo

LANÇAMENTOS CILINDRO MESTRE DE FREIO



VLCM-0006785

FIAT 500 2014>>
JEEP COMPASS 2020>>



VLCM-0006787

CITROËN JUMPER 2.8 2003>>
FIAT DUCATO 2.8 2003>>
PEUGEOT BOXER 2.8 2003>>



VLCM-0006786

FIAT TORO 2016>>
JEEP RENEGADE 2016>>

WWW.VILLAFRANCANET.COM.BR

VENDAS@VILLAFRANCANET.COM.BR

(11) 5584-2400

villafranca_autopeças



Catálogo

Seis em cada 10 brasileiros compram com cartão de crédito

Os impactos do debate para o varejo

De volta à pergunta com que iniciamos esta reportagem, chegou a hora de investigar os possíveis impactos que limitações nas vendas a prazo, sem juros, teriam no setor varejista nacional. Recentemente, um levantamento realizado pelo Centro de Estudos de Microfinanças e Inclusão Financeira da FGV quantificou a importância do cartão de crédito para a economia brasileira e concluiu algo que quem está na ponta já sabe: ele é central. Segundo o estudo, a representatividade do volume

dessas transações no PIB nacional é de 5%, índice bastante superior ao de países mais ricos, como os Estados Unidos, cuja fatia dos cards contempla 2,7% do Produto Interno Bruto. Além disso, o estudo mostrou que seis em cada 10 brasileiros utilizam a modalidade. Diante de dados como esses, a FecomercioSP – que representa empresas do comércio, serviços e turismo no Estado de São Paulo – se posiciona contrariamente à possibilidade de limitação das vendas sem juros, destacando

o seu potencial prejudicial para milhares de negócios. Segundo a entidade, o crédito, aliado ao emprego e à renda, é um dos pilares essenciais na determinação dos padrões de consumo da população, tendo um papel imprescindível no desempenho econômico do varejo. “*Para o comércio, esse mecanismo não só funciona como uma alavanca do valor médio das transações como também aprimora, significativamente, a administração do estoque, já que ao oferecer a possibilida-*

de de parcelamento, os consumidores podem adquirir outros produtos”, pontua a FecomercioSP, antes de apontar falhas no racional utilizado pelos bancos na hora de colocar crédito e rotativo e parcelamentos sem juros na mesma equação. “*São instrumentos diferentes. No primeiro caso, os juros incidem sobre o valor da fatura quando o consumidor não paga dentro do prazo. Já no segundo, um acordo é firmado entre consumidor, lojista e administradora de cartões para viabilizar as vendas do varejo.*”

Mais do que criticar, FecomercioSP propõem soluções

Contrária às limitações do parcelamento sem juros das compras no cartão de crédito propostas pelas instituições financeiras como contrapartida à diminuição dos juros do rotativo, a FecomercioSP listou seis medidas que, em sua visão, seriam elementos importantes para impulsionar a melhoria das condições da modalidade de crédito mais cara do país na atualidade. São elas:

1. Estabelecer teto para a taxa do rotativo: fixar limite de acordo com a faixa de renda do consumidor;
2. Promover a competição no mercado de crédito: diminuir barreiras para encorajar novos agentes a entrar no mercado;
3. Facilitar a portabilidade de crédito: permitir que os consumidores busquem melhores condições para pagamento das dívidas, de forma clara e transparente;
4. Estimular o Open Finance: incentivar a população à adoção e à renovação, já que o instrumento reduz a assimetria informacional entre instituições, melhorando as condições dos produtos e serviços ofertados;
5. Fortalecer a segurança jurídica: tornar o processo de empréstimo mais transparente e ágil;
6. Adotar iniciativas de educação financeira/uso consciente do crédito: conscientizar acerca dos riscos envolvidos e disponibilizar informações com linguagem acessível aos usuários.

Texto aprovado pelo Congresso Nacional resguardou, a priori, as vendas sem juros

A pressão das instituições financeiras por uma contrapartida que compensasse a limitação sobre suas taxas de juros no crédito rotativo, no entanto, não surtiu efeito imediato no Congresso Nacional. Isso porque, no mesmo texto que impuseram o limite de 100% nas taxas cobradas pelos bancos, as casas legislativas resguardaram a continuidade das vendas

parceladas, sem juros, pela via do cartão de crédito. Após a aprovação do texto, o relator da matéria na Câmara Alta do Congresso, Rodrigo Cunha, comentou a respeito das pressões sofridas pelos parlamentares e os motivos que os levaram a resistir - ao menos por agora. “*De fato ela (a pressão) aconteceu e de maneira muito intensa, principalmente, pelos bancos que quiseram*

condicionar a diminuição da quantidade de parcelas sem juros a redução do juros final do rotativo. Nós conseguimos, com participação direta do Banco Central e do Ministério da Fazenda, fazer com que essa cultura do brasileiro de comprar itens duráveis que tenham o valor agregado maior, que o seu valor em si inviabilizaria a compra por uma família, então a forma parcelada é a única

forma de aquisição que ele tem. Hoje, não será mexido nisso”, revelou Cunha. Em resumo, isso significa que - caso a resolução seja confirmada por sanção do poder executivo, os segmentos ligados diretamente ao consumidor final poderão respirar aliviados. Afinal, como você verá abaixo, os impactos de possíveis restrições na modalidade poderiam ser significativos.



HEXXLUB, celebrando 20 anos de excelência e o compromisso com a inovação

A Indústria HEXXLUB Lubrificantes, uma das principais fabricantes de óleo lubrificante automotivo, celebra com orgulho duas décadas de compromisso inabalável com a excelência, qualidade e inovação. Desde sua fundação em 2003, a HEXXLUB se destacou como líder na indústria, atendendo às crescentes demandas dos clientes e investindo em tecnologia de ponta para entregar produtos de qualidade insuperável. Ao longo dos anos, a marca se consolidou como sinônimo de

confiabilidade, e seu compromisso com a inovação tem sido uma constante em sua jornada de sucesso. A empresa continua a evoluir, adaptando-se às mudanças no setor automotivo sempre com o olhar para o futuro. O segredo do sucesso reside em um laboratório de última geração, que é um centro de excelência em pesquisas e desenvolvimento. Ele é equipado com as tecnologias mais avançadas do setor, permitindo desenvolver fórmulas avançadas, testar e avaliar rigorosa-

mente testes abrangentes dos produtos garantindo que atendam aos mais altos padrões de qualidade e durabilidade. A Indústria HEXXLUB é um exemplo inspirador de uma empresa que reconheceu a importância da inovação e da tecnologia para se destacar em uma indústria altamente competitiva. Seu compromisso com produtos de alta qualidade, sustentabilidade e integração de tecnologia a coloca no caminho contínuo do sucesso, oferecendo soluções

em lubrificação automotiva. Nestas duas décadas, a HEXXLUB não poderia ter alcançado tal sucesso sem nossos parceiros leais e clientes fiéis. Estamos felizes com o que o futuro nos reserva. HEXXLUB, Movendo o Futuro!

Para mais informações sobre a HEXXLUB Lubrificantes e nossa linha de produtos de qualidade, visite nosso site ou entre em contato com nosso departamento de relações públicas. www.hexxclub.com.br



Nº 1 EM ROLAMENTOS

LOJA ONLINE COBRA

CONEXÃO QUE
MOVIMENTA
SEU NEGÓCIO

**Do nosso estoque
para o seu.**

@cobrarolamentos cobraolamentos.com.br

loja.cobrarolamentos.com.br



Do seu jeito,
no seu tempo.



Conheça a loja online



Mais **velocidade e praticidade** em suas compras!





Autonor retorna com recordes e elogios

Feira recebe o maior público entre todas as edições e atinge R\$ 80 Milhões em negócios, segundo balanço divulgado pela organização

Estantes cheios e expositores felizes. Se fosse preciso resumir em uma frase a Autonor 2023, esta seria uma boa candidata. Com certeza a espera de quatro anos desde a última edição – provocada pela pandemia da covid-19 – foi mais um fator de atração do público, que compareceu em massa ao evento. Mas, é claro, não foi o único. A importância do relacionamento presencial no aftermarket automotivo e as novidades em produtos e serviços apresentadas por grandes marcas que apostaram na feira também foram responsáveis pelo recorde de público,

que superou os 55 mil visitantes, segundo a organização. A grande expectativa em torno da 12ª Feira de Tecnologia Automotiva do Nordeste já havia sido antecipada duas semanas antes pelo diretor da Autonor Empreendimentos, Emanuel Luna, em entrevista exclusiva concedida ao podcast Diálogo Automotivo, da a.tv. Entre 13 e 16 de setembro, o que vimos no Centro de Convenções de Pernambuco, em Olinda, foi mais do que a confirmação das palavras do organizador, foi um encontro superlativo do mercado de reposição ca-

paz de superar as previsões. Bruna Miranda, diretora da Autonor Empreendimentos, antecipa que um grande número de empresas expositoras já confirmou participação em 2025. **“Isso mostra que as empresas estão acreditando no mercado e na força do evento como instrumento de promoção de negócios”**, afirma. Na avaliação da executiva, a segmentação do público visitante que – em sua maioria constituído de empresários e profissionais ligados a cadeia de reparação automotiva vindos de vários estados da região nordeste e do Brasil

– foi um entre os fatores responsáveis pelo sucesso da feira. Contando com mais de 750 marcas expositoras, a Autonor 2023 gerou aproximadamente R\$ 80 milhões em negócios, segundo balanço divulgado pela organização. **“Edição após edição, sempre ouvimos que a atual foi melhor que a anterior. A gente vê como dever cumprido quando nossos expositores comemoram os bons resultados. Com isso constatamos que cumprimos nosso propósito de facilitar negócios e a interação entre fornecedores e compradores”**, afirmou

Emanuel Luna, que relacionou os resultados positivos da feira ao momento importante da economia estadual e nacional. **“É um período de crescimento. É hora de acelerar, gerar novos negócios, emprego e renda. O setor de autopeças mostrou força, uma vitória para Pernambuco e para o setor”**, concluiu. A Autonor contou com o apoio do Governo do Estado de Pernambuco, através da Secretaria de Turismo, além do Sincopeças, Sindirepa, e Sebrae. Vale ressaltar também o papel importantíssimo e indiscutível do conselho da Autonor para o sucesso do evento. Juliano Caretta, supervisor de treinamento técnico da DRiV Tenneco, ressaltou a importância de a empresa estar presente na Autonor, próxima aos clientes: **“Foi muito importante nosso retorno a Autonor, após quatro anos sem a realização do evento de forma presencial devido à pandemia. Tivemos a oportunidade de comprovar a força do mercado da região Norte/Nordeste com a presença maciça de profissionais de vários estados da região em nosso estande, ávidos para conhecer nossos produtos e obter informações técnicas sobre a aplicação dos componentes nos serviços de reparo e manutenção. Foram mais de dois mil presentes nos quatro dias de evento. Sem dúvida, não só Pernambuco, mas toda a região oferece um enorme potencial para o mercado de reposição automotiva no Brasil”**. Leonardo Figueiredo, gerente de produtos da Lumiledes, representantes da marca Philips, conta que a feira é muito boa para se fazer negócios. **“Percebemos um aumento crescente de pessoal da área automotiva, tanto de distribuição quanto de reparação, instalação, varejo e distribuição. Muito importante para o**

“crescimento da feira”, destacou. Destacando a evolução constante da Autonor, Luiz Hartner, diretor de demandas e experiência do cliente da Takao, diz que a feira deste ano deu um show de organização. **“Sempre participamos das feiras pelo Brasil e participamos da Autonor há vários anos. Acredito que depois da pandemia conseguimos dar um salto importante em organização, em número de participantes e parcerias, e isso reflete diretamente na importância do evento”**, finalizou. Na opinião de Adalex Borges, gerente regional de vendas da Tecfill, Pernambuco é um eixo significativo e a Autonor se tornou muito importante para todo o Brasil. **“Participamos de várias feiras e sabemos a importância de estarmos também na Autonor, inclusive, encontrei muitos clientes do Ceará, Piauí, Maranhão, que estavam aqui. Até alguns clientes do Rio de Janeiro estavam percorrendo os corredores da feira”**, disse. Davi Cruz, supervisor técnico da Dayco, ressaltando que a Autonor é o evento mais importante do calendário do mercado de autopeças regional. diz que a empresa participa há várias edições da feira e que aproveita o momento para dar suporte aos clientes, mostrar novos produtos e prestigiar o relacionamento duradouro com os empresários. A Supervisora Regional da Gates, Amanda França, conta que essa edição da Autonor foi a melhor, destacando o aumento considerável do público, em todos os dias da feira. **“A Autonor 2023 foi excelente. Muita gente em busca de novos conhecimentos e informações de lançamento. Pela força da Gates no Nordeste e pela importância da feira para o setor, naturalmente estaremos novamente em 2025”**, disse Amanda, que



Além da exposição de produtos, feira também ofereceu conteúdo



Muita animação nas caravanas promovidas pelos expositores



Mais de 55 mil visitantes: público recorde superou expectativas

aproveitou o número de pessoas visitando o estande, para fazer o lançamento da bomba d'água avulsa para venda. Gustavo Prucce, diretor de marketing da Só Motor, conta que expõe na Autonor desde 2007 e diz que em mais um ano, a organização foi impecável, o credenciamento, a entrada, tudo que se refere a estrutura da feira foi incrível. *"Estande lotado, muitos negócios acontecendo, tudo isso foi muito positivo pra gente. Fizemos muitas vendas de máquinas, realmente a Autonor não deve em nada para nenhuma feira do Brasil"*, relatou Gustavo. Jeferson Silva, mecânico de

Caruaru, conta que é a primeira vez que participa de uma feira automotiva, mesmo tendo mais de 10 anos de experiência na área. *"Fiquei impressionado com as novidades, quem consegue adaptar a oficina, sai na frente da concorrência"*, falou entusiasmado. Carla Patrícia, que trabalha na administração de uma oficina na Paraíba, contou que veio para a Autonor para aumentar os seus conhecimentos através dos cursos promovidos pelo Sebrae e também O Mecânico. *"Minha meta é me destacar no mercado, para isso, entendo que a capacitação é fundamental. Mesmo que as pessoas do meu*

local de trabalho não tenham vindo, meu compromisso é com meu crescimento", contou Carla. Quem também comemorou a participação na Autonor foram os executivos da Rede Ancora. *"Foi gratificante, desde a nossa última participação notamos o crescimento do evento. Interagir com público interessado em nossos produtos foi enriquecedor e superou expectativas. A procura por nosso modelo de franquias e nosso catálogo eletrônico é um indicativo do sucesso de nossa participação. Foi uma oportunidade única para compartilhar experiências e fortalecer os laços que nos unem ao longo destes 25 anos com nossos franqueados*

e clientes. O evento proporcionou cenário para expandir nossos negócios, nossos contatos e fortalecer relacionamentos", disse Bruna Couto, da equipe de marketing da Rede Ancora. Além de promover um ambiente propício à realização de negócios, a Autonor proporcionou aos empresários do setor de autopeças, mecânicos e balconistas a oportunidade de participar de eventos gratuitos de capacitação. O Sebrae, por exemplo, promoveu no seu estande, nos quatro dias de feira, palestras apresentando temas sobre inovações tecnológicas aplicadas aos veículos recém-lançados no mercado.



Referência no aftermarket automotivo do Nordeste, o empresário Cacai, diretor da distribuidora AutoNorte, é sempre uma presença marcante na feira

Cobertura inédita pela a.tv

O canal de conteúdo em vídeo do aftermarket automotivo brasileiro continua trazendo informações inéditas para o público do setor. Após o sucesso da grande cobertura da Automec, realizada em abril, agora foi a vez da Autonor ganhar destaque na programação, com reportagens trazendo a opinião de expositores e lideranças do mercado. Os vídeos continuam disponíveis e, se você ainda não viu, acesse o canal da a.tv no Youtube e confira flagrantes da maior Autonor da história. O endereço é <https://www.youtube.com/c/ATVmidia>; depois, clique em 'vídeos'.

VIAJE PARA A GALÁXIA ISAPA E DESCUBRA PEÇAS COM QUALIDADE DE OUTRO PLANETA

ISAPA
UM MUNDO DE AUTOPEÇAS

- ▶ + de 10 mil itens no portfólio
- ▶ 7 marcas completas para o seu negócio
- ▶ + de 25 mil aplicações
- ▶ 4 CDs espalhados pelo Brasil
- ▶ Canal de Vendas Digital B2B



Acesse o nosso
catálogo online



Acompanhe
o Mundo de
Autopeças

Novidades e lançamentos na Autonor 2023

ZM marca presença com lançamentos e novidades

A ZM, indústria 100% brasileira e com mais de 40 anos de tradição na fabricação de itens para os sistemas elétricos, de suspensão e direção de veículos, também esteve presente na Autonor. Além do seu portfólio completo, mereceram destaque lançamentos como a linha de impulsores, com muitas aplicações para veículos nacionais e importados, e os novos itens de barramento para linha pe-

sada, incluindo 18 modelos de tirantes da barra estabilizadora. *"Voltar para a Autonor com certeza é muito produtivo, pois entendemos a necessidade de informação e relacionamento das regiões norte e nordeste, além do grande potencial de negócios. Estamos muito confiantes de que teremos sucesso em mais essa participação!"*, disse Poliana Zimmermann, coordenadora de vendas para o mercado interno e marketing.



Muitas novidades para apreciação dos visitantes

Cobreq destaca novidades de marcas e lançamentos

A Cobreq apresentou seu portfólio completo, com ampla cobertura para o mercado da linha leve com pastilhas convencionais e cerâmicas, atendendo mais de 90% da frota brasileira além de sapatas, cilindros mestre e fluidos de freio. Dentre elas, destaque para os 17 novos códigos de sapatas de freio com lonas, complementando seu portfólio que contempla 80% de cobertura da frota de veículos no Brasil.

Para a linha pesada, um dos pontos fortes da marca, a novidade ficou por conta das lonas de freio da linha NABK-140C para carretas, graneleiras, canavieiras entre outras, NABK-140 para caminhões de entrega em uso urbano leve, NABK-141 para caminhões e ônibus de uso leve e rodoviários e a NABK-142, para serem aplicadas em caminhões e ônibus considerados de uso severo, como ônibus

urbano, caminhões coletores de lixo, concreto e mineração. Já na linha moto, a marca expôs as novidades das quatro linhas: Street, Racing, Racing Extreme e Custom com pasti-

lhas e patins para freios, cubos de roda, espelhos de freio, flanges de roda, discos de freio, kits e discos de embreagem, cabos de comando, fluidos para freios e kits transmissão.



Seleção caprichada de produtos para a Autonor

Volda apresenta novas bandejas para suspensão automotiva

A Volda, que oferece cobertura para 90% da frota circulante brasileira em componentes de suspensão e de transmissão, fez a primeira apresentação no Brasil de uma nova família de produtos: as bandejas para suspensão. Esses componentes chegarão ao consumidor brasileiro entre dezembro e janeiro de 2024. Outro destaque na feira foi o catálogo eletrônico composto por mais de 1.500 produtos, incluindo itens como barra ou articulação axial,

bieleta, pivô de suspensão, terminal de direção, juntas homocinéticas, juntas deslizantes, semieixo e trizeta. Até dezembro deste ano, a companhia planeja incluir 500 novos produtos em seu catálogo, enriquecendo ainda mais o seu portfólio, totalizando 700 novos SKUs lançados ao longo de 2023. *"Com isso, esperamos ter um crescimento em torno de 20% nas vendas até o final de 2023"*, prevê o diretor comercial e de marketing da Volda, Ivan Furuya.



Vendas da nova linha começam entre dezembro deste ano e janeiro de 2024

Bosch destaca novidades, tendências e soluções

Novidades, tendências e soluções envolvendo autopeças para veículos leves e pesados, equipamentos de teste e softwares de diagnóstico e serviços dentro do conceito "Peças, Diagnósticos & Serviços para Oficinas". Veja o que a Bosch mostrou na Autonor: Autopeças - ampla e diversificada gama de componentes que cobre mais de 80% da frota circulante no Brasil. Produtos para linha de elétrica, iluminação, palhetas, baterias e linha diesel, além de freios, filtros e velas. Diagnóstico - scanners como o KTS 590, que atua em conjunto com o software ESI[tronic] 2.0 e analisa as unidades de comando de mais de 90 mil modelos de veículos de 125 marcas diferentes, e o KTS Truck, que

fornece informações técnicas, esquemas elétricos, indicações de serviço e reparação integrados ao software. Ar-condicionado - linha de recicladoras ACS, com destaque para o modelo ACS 553, totalmente automático, a fim de poupar tempo e aumentar a eficiência da oficina, sendo indicado para recuperação, reciclagem e recarga do fluido refrigerante R-134^a. eXtra: gamificação com mais chances de pontuação - neste ano, a novidade para os usuários do aplicativo é o eXtra Play. De cara nova e gamificado, agora o App proporciona um novo jeito de pontuar por meio de um jogo com missões que ao serem completadas possibilita subir de nível e conquistar vantagens ex-

clusivas. Além disso, também é possível cumprir tarefas bônus e atividades temporárias para obter pontos extras. Capacitação profissional - EVO Automotiva, um projeto que está levando trei-

namentos voltados para a área de diagnóstico das linhas leve e diesel e cursos de gestão de oficinas para algumas localidades no Brasil com a mesma estrutura dos que são realizados em Campinas.



Marca oferece amplo portfólio de produtos e serviços

SHOCKBRAS PREMIUM

LINHA LEVE E COMERCIAL LEVE

EMBREAGENS

COXINS

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

Novos produtos da Philips Automotiva

Quem visitou o estande, conheceu as seguintes novidades: LED para leves e pesados - a Ultinon Pro5100 (U51) traz como seus principais atributos o menor consumo de energia (30%) e novo sistema de resfriamento sem necessidade de cooler; Faróis auxiliares em LED - a Lumileds exibe duas linhas de faróis de longo alcance da Philips, LED Ultinon Drive 2000L e LED Ultinon Drive 5000L, totalizando nove modelos diferentes para atender diversas aplicações; Lanternas de inspe-

ção - são onze novos modelos de lanternas de inspeção Philips divididos em três linhas: EcoPro (mais econômica), Professional (mais versátil) e Xperion6000 (melhor performance); Câmeras Philips GoSure 3000 Series - são três modelos de câmeras de segurança automotivas, GS3201, GS5101 e GS7101, que trazem o Sistema Avançado de Assistência ao Motorista (ADAS), capaz de calcular as horas dedicadas na direção e alertar por voz quando o índice de fadiga está ele-

vado. Auxiliar de partida Philips Jump Starter 3210 - bateria de lítio capaz de ligar instantaneamente veículos de 12V com motores de até 4.0L (gasolina) e 3.0L

(diesel); Refrigerador Automotivo Philips Série 5000 - dois novos modelos Philips TB5101 e Philips TB5301 com capacidade de 16,5 e 25 litros, respectivamente.



LED Philips Ultinon Pro5100 H4 entre as novidades apresentadas

Tecnologia e informações técnicas para o aplicador no estande da Takao

Os visitantes conheceram as funcionalidades do aplicativo +Aplicador. Pelo APP é possível encontrar todas as informações técnicas do Catálogo da marca, por meio da busca do produto ou do carro, de forma simples e fácil para os mecânicos e retificadores. Além das diversas funcionalidades, destaca-se a Academia do Motor, que é uma plataforma de ensino a distância,

interatividade em um quiz voltado para os mecânicos testarem seus conhecimentos e o programa de fidelidade Usei Takao, em que o mecânico pode fazer a leitura pelo App das peças da marca que usou e trocar por prêmios e vantagens. Em breve, a nova funcionalidade da busca por placa e mais informações técnicas sobre motor também serão disponibilizadas no App.



Ampla variedade de componentes para motor no estande da marca

Kolbenschmidt (KS) e Pierburg participam com soluções para Euro 6 e motor 3 cilindros

A Motorservice, divisão para o aftermarket automotivo do Grupo Rheinmetall, por meio de suas marcas Kolbenschmidt (KS) e Pierburg, marcou presença na Autonor com as mais recentes soluções em produtos e tecnologias, como componentes motor, itens mecatrônicos, componentes motor e sistemas para mobilidade, seguindo os novos conceitos de redução de emissão de poluentes. Entre eles, estão a nova linha para Euro 6 no caso de linha pesada e o portfólio completo para

motores 3 cilindros da linha leve. Para atender o Euro 6, que regula a emissão de poluentes dos motores a diesel, equivalente ao Proconve 8, que entrou em vigor no em janeiro de 2023 no Brasil, a fabricante oferece via matriz na Alemanha, itens como o conjunto motor (kit) para o Volvo D8K e para o Scania Motor DC13/DC16 Euro 6, bronzina de mancal e de biela para o DAF MX11 e conjunto motor (pistão + anel), entre outras aplicações. Já para atender os motores 3 cilindros

do segmento leve, tendência que traz eficiência e economia de combustível, conta, entre outros produtos, com anéis de segmen-

to, bombas de óleo e de combustível de alta pressão, bronzinas de biela e de mancal, conjunto motor PA (Pistão + Anel) e válvulas.



Estande exibiu itens mecatrônicos, componentes motor e sistemas para mobilidade

Continental mostra linha de pneus de passeio

Entre os destaques da Continental, o carro-chefe de vendas da marca no Brasil, o pneu para carros de passeio PowerContact 2, totalmente desenvolvido pela equipe de engenheiros da marca para atender às expectativas do consumidor brasileiro e suportar as duras demandas das ruas e estradas do país. Cobrindo dos aros 13 ao 16, o PowerContact 2 está disponível em 18 opções de medidas sendo uma opção perfeita para atender os principais

veículos da frota nacional e também os motoristas de aplicativo. Também em exposição o premiado pneu PremiumContact 6, especialmente desenvolvido para condução esportiva e que conseguiu a difícil tarefa de equilibrar conforto, precisão de condução, alta quilometragem e baixa resistência ao rolamento; e o CrossContact ATR, capaz de garantir a segurança e o prazer de dirigir tanto no asfalto como na terra.

Da linha General Tire, os visitantes conheceram o Grabber A/T, que alia a robustez e a alta

aderência demandadas no off-road com o conforto necessário para as estradas pavimentadas.



PremiumContact 6: premiado nos principais testes de desempenho internacionais

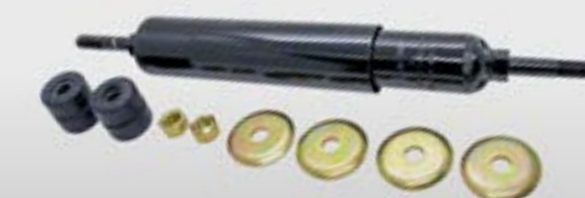
DRiV participa da Autonor com as linhas de produtos Monroe e Monroe Axios

Os visitantes da Autonor tiveram acesso aos catálogos dos amortecedores Monroe para veículos leves e pesados, desenvolvidos para as mais diversas aplicações. Entre as soluções apresentadas, amortecedores equipados com a tecnologia Tenneco Twin Technology, que consiste numa válvula de controle de impacto (ICV) e um pistão de controle de baixa velocidade (LST). Atuando em conjunto, estes dispositivos proporcionam maior

isolamento de ruídos dos impactos, vibrações e asperezas do solo, além de controle em todas as condições de dirigibilidade. Já a marca Monroe Axios se fez presente pelos mais diversos tipos de componentes, como bandeja de suspensão, junta homocinética, coxim de amortecedor, bucha de suspensão, entre outros. "Desde o ano passado a DRiV vem ampliando sua presença entre os fabricantes de componentes de suspensão.

Tivemos um incremento de cerca de 40% no nosso volume de peças e chegamos a uma cobertura de quase 90% da frota circulan-

te este ano, o que é um resultado bastante expressivo" disse Simone Binotto, gerente geral de vendas da DRiV Tenneco.



Linha completa de amortecedores e componentes para suspensão

AuthoMix marca presença com produtos e experiências para os visitantes

Com o objetivo de apresentar novidades e consolidar sua presença no mercado e na região do Nordeste do país, a AuthoMix marcou presença na Autonor 2023 com um dos maiores e mais concorridos estandes em toda a feira. A movimentação massiva do público durante os quatro dias da feira foi uma atração à parte. Durante o evento, lançamentos exclusivos foram apresentados, além de uma programação de atividades que proporcionou experiências únicas para os visitantes.

Uma das atrações foi a presença exclusiva de Caju e Castanha, famosa dupla brasileira de embolada e nascidos em Pernambuco - evento que teve resposta imediata do público. Também esteve no estande com bastante sucesso a influenciadora Laysa Almeida, empreendedora, sócia fundadora da MPH Muscle Cars, e fundadora da "A Nova Oficina", uma escola para donos de oficina mecânica, que compartilhou suas experiências e conhecimentos sobre o setor.



Muitas atrações no estande da AuthoMix



Polo pernambucano da Stellantis produz 280 mil carros por ano

Expansão territorial de montadoras desafia concentração das indústrias de autopeças no Sul e Sudeste do Brasil

Cenário foi alvo de queixas recentes por parte da Stellantis, hoje única montadora presente na região Nordeste

Embora tenha as montadoras como protagonistas, a cadeia de produção de veículos possui uma estrutura complexa que envolve uma série de players fundamentais no processo. Não por acaso, informações do Dieese apontam que o fechamento da fábrica da Ford em Camaçari (BA), em 2021, deixou cerca de 40 mil trabalhadores desempregados, número 10 vezes maior do que os 4 mil que eram funcionários diretos da companhia na ocasião. Entre essas empresas que orbitam ao redor das montadoras estão os sistemistas e as fabricantes de autopeças, grupo que foi alvo de declaração importante do presidente da Stellantis no Brasil, Antonio Filosa, nas últimas semanas. O executivo lamentou a carência de fornecedores de componentes no Nordeste, onde a companhia produz cerca de 280 mil unidades anuais na ci-

dade pernambucana de Goiana – e falou sobre suas esperanças de que a chegada da chinesa BYD incentive um retorno de parte do grupo de ‘empresas satélites’ que deixaram a região após a saída da Ford. Ao comentar a declaração com exclusividade para a reportagem do NovoVarejo Automotivo, o vice-presidente Sênior de Compras & Supply Chain da Stellantis para a América do Sul, Juliano Almeida, destacou que contar com um parque de fornecedores nas proximidades das fábricas traz benefícios em múltiplas frentes e transcende até mesmo os interesses da própria montadora. *“A consolidação de uma cadeia de fornecedores próxima às unidades da Stellantis é decisiva para o fortalecimento do processo de industrialização, com ganhos imediatos em produtividade e logística. A proximidade também garante ganhos expressivos em qualidade, visto que permite uma*

interação rápida e diária, possibilitando tomadas de decisões ágeis e eficazes”, enumerou Almeida, antes de complementar a partir de uma perspectiva mais macro: *“Além disto, a regionalização e a localização de grandes*

parques industriais como os que temos na América do Sul alavancam iniciativas sociais e econômicas nas regiões de impacto, contribuindo para o desenvolvimento dos mercados locais e para o crescimento econômico”.



Almeida avalia que consolidar cadeia de fornecedores perto da fábrica é fundamental para o fortalecimento do processo de industrialização

Quer melhorar a maneira como você faz a **gestão de sua empresa?**

A **MAHLE** tomou mais uma iniciativa quanto ao projeto **“Aprender pra valer”** e firmou parceria com a entidade brasileira que apoia micro e pequenas empresas através da capacitação e promoção do desenvolvimento econômico e competitivo, estimulando o empreendedorismo no país.

Quer aprender de maneira **100% GRATUITA** e **com certificado?**

Escaneie agora o QR CODE e boas aulas.



aprenderpravalor!



MAHLE



Fornecedores produzem apenas o que será consumido nas linhas de montagem

Entenda o modelo 'Just in Time', aplicado na produção de todas as montadoras que operam no Brasil, e sua relação com a regionalização da cadeia de fornecedores

Para compreender de maneira mais aprofundada as preocupações da Stellantis com a escassez de fornecedores na região Nordeste, é fundamental que se compreenda o funcionamento do 'just in time', processo utilizado por todas as montadoras que operam no Brasil atualmente. Nas palavras do head de operações de automobility da DHL Supply Chain, Daniel Tavares, este modelo se caracteriza por ser um processo de administração da produção industrial em que peças e outros itens são produzidos conforme a demanda, sendo, portanto, diferente da visão mais tradicional de produzir primeiro e depois tentar vender. *"Essa abordagem proporciona uma grande otimização, pois reduz muito desperdícios, a necessidade de gerar e administrar estoques, reduzindo também a imobilização de capital. Exemplificando, na indústria automobilística, as indústrias de autopeças só produzem mediante o pedido prévio das montadoras,*

tendo em vista a quantidade que efetivamente será usada na linha de montagem dos carros", explicou Tavares. Por tudo isso, o executivo de uma das principais fornecedoras de contratos logísticos do mundo classifica a proximidade junto aos fornecedores como fundamental para a melhor performance do modelo, afinal, ela facilita a execução do plano de produção, bem como reduz muito os custos com transporte e armazenagem em pontos intermediários. *"Maior proximidade traz maior eficiência no transporte, agiliza entregas e reduz riscos de interrupção na cadeia. Uma distância maior implica em um planejamento logístico mais complexo e, de forma geral, mais oneroso. Há uma exposição maior a riscos como problemas nas estradas (acidentes e até questões patrimoniais) e a necessidade de ter pontos intermediários de armazenagem e consolidação de carga",* finalizou o head da DHL Supply Chain.



Daniel Tavares destaca que proximidade com fornecedores resulta em eficiência na produção

Tecnologia Alemã. Produto Original

  /segautomotivebr

Alternadores e Motores de Partida para linha pesada? A #SEGtem!



★★★★★
#SEGtem
✓



Baixe nosso catálogo e consulte também aplicações para a linha leve e fora de estrada.





Cláudio Sahad avalia que concentração é fenômeno global e não traz prejuízos para montadoras nem aftermarket

Presidente do Sindipeças classifica concentração como fruto natural da configuração da cadeia automobilística do país

FOTO: Divulgação

Uma andorinha só não faz verão. Um dos ditados populares mais famosos da cultura brasileira traduz em poucas palavras a opinião do presidente do Sindipeças, Cláudio Sahad, sobre os fatores que motivam a alta concentração de fabricantes de autopeças nas regiões Sul e Sudeste do país. Sem negar o cenário exposto pela Stellantis, mas alegando desconhecer qualquer tipo de 'desabastecimento razoável', o dirigente da entidade que representa mais de quinhentos associados da indústria de componentes para veículos automotores atuantes em território brasileiro apontou que o que se vê por aqui é também observado em outros países: a

demanda é que define onde os fornecedores irão se instalar.

NVA - Você considera que o parque de fabricantes de autopeças brasileiro está muito concentrado em determinadas regiões do país? Cláudio Sahad - Tradicionalmente, como ocorre em outros países, os fabricantes de autopeças acompanham as montadoras. Há algumas décadas, a concentração de fabricantes de autopeças no estado de São Paulo, por exemplo, era bem maior do que é hoje. Temos associados em vários outros estados brasileiros, mas não podemos negar que a maior concentração está nas regiões Sudeste e Sul, onde se encontra instalada

a maior parte das montadoras.

NVA - O Sindipeças recebe feedbacks de montadoras já fixadas em regiões mais 'desabastecidas' neste sentido? Cláudio Sahad - Acreditamos que o desapabastecimento não existe. O fornecedor de autopeças segue seus clientes na medida da necessidade, ou seja, quando os volumes justificam a instalação de uma unidade fabril perto da montadora, ali se instalará o fornecedor de autopeças. O Sindipeças é uma entidade nacional, com associados no Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Bahia, Ceará, Pernambuco, Sergipe, Goiás e Amazonas, ou seja,

em todas as regiões do país.

NVA - Em sua visão, um cenário de pouca capilaridade em diferentes regiões do país prejudica o mercado de alguma maneira – seja no âmbito das montadoras ou do aftermarket? Cláudio Sahad - No que diz respeito ao fornecimento para montadoras, destaco novamente, a capilaridade se dá na medida da necessidade dos fabricantes de veículos. Quanto à reposição, o modelo geral da cadeia de distribuição é o seguinte: fabricantes, distribuidores (Andap), comércio varejista (Sincopeças) e aplicadores (Sindirepa). Não temos informações de gargalos conhecidos por parte de nossos associados.



Inaugurada em 18 de novembro de 1959, a fábrica da Volkswagen em São Bernardo do Campo (SP) foi a primeira da marca fora da Alemanha e vem sendo modernizada ao longo do tempo

Onde estão as fábricas das montadoras no Brasil

Atualmente o Brasil conta com 19 montadoras de carros em operação – empresas essas que, somadas, possuem 65 fábricas em 10 estados da federação, o que resulta numa capacidade instalada de 4,5 milhões de automóveis por ano e cerca de 5,5 mil concessionárias. Como apontado por Claudio Sahad, a grande maioria das fábricas está concentrada no Sudeste, enquanto que o Nordeste tem na fábrica da Stellantis, em Pernambuco, seu único representante por enquanto – a região deve abrigar a futura linha de montagem da BYD.

Confira a seguir os detalhes desta configuração:
 - No **Estado de São Paulo**, cidades como Mogi das Cruzes, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Jacareí, São Carlos, São José dos Campos, Indaiatuba, Sorocaba, Sumaré, Itarapina, Piracicaba, Porto Feliz e Taubaté recebem montadoras como GM, Mercedes-Benz, Volkswagen, Scania, Toyota, Chery, Honda e Hyundai.
 - No **Rio de Janeiro**, os municípios de Itaíia, Porto Real e Resende abrigam a Land Rover, a Stellantis (Citroën e Peugeot), MAN e Nissan.

- **Ainda no sudeste, em Minas Gerais**, as cidades de Betim e Sete Lagoas figuram como casa das montadoras Fiat e Iveco.
 - **Ao sul, no Paraná**, a capital Curitiba abriga a Volvo, enquanto Ponta Grossa dá casa à DAF – enquanto São José dos Pinhais acumula Renault, Volkswagen e Audi em seu território.
 - **No estado do Rio Grande do Sul**, apenas Gravataí conta com uma montadora, a GM.
 - Araquari e Joinville são os municípios de **Santa Catarina** a entrarem no grande mapa das montadoras de carro no Brasil com BMW e GM.

- Como dissemos anteriormente, o Nordeste tem na cidade de Goiana, em **Pernambuco**, sua única fábrica de montagem de veículos, com a Stellantis.
 - **Goiás**, único estado do Centro-Oeste a figurar no parque fabril da indústria automotiva nacional, tem nas cidades de Anápolis e Catalão as montadoras Caoa, Mitsubishi e Suzuki.
 - A **região Norte**, por sua vez, é a única a não contar com nenhuma fábrica de automóveis na atualidade – por outro lado, Manaus (AM) é a capital brasileira das motos, respondendo por 98% da produção nacional.



Apenas 20% dos fornecedores de autopeças já investem para atender demanda da eletrificação

Este e outros dados foram levantados em pesquisa conduzida pela Anfavea em parceria com o Sindipeças e a consultoria BCG

Conforme você viu na reportagem de capa desta edição, a cadeia de produção de automóveis 0km envolve muito mais do que apenas as montadoras. Sendo assim, os fatores que determinarão o sucesso de projetos como o da eletrificação automotiva estão altamente ligados ao desenvolvimento da chamada cadeia de suprimentos composta pelos fabricantes de componentes e autopeças. Pensando nisso, a Anfavea se uniu ao Sindipeças e à consultoria BCG para promover um estudo sobre o grau de maturidade destes fornecedores no que diz respeito a necessidades ligadas à eletrificação de automóveis. Para tanto, o levantamento ouviu 65 empresas e entrevistou 15 executivos que atuam no setor automotivo nacional. Dentre diversos apontamentos, chamou a atenção o fato de que 83% da cadeia de fornecedores está em confluência com a ideia de que as características particulares do setor automotivo brasileiro irão fazer com que a eletrificação por aqui se dê de maneira diferente daquela experimentada, por exemplo, pelos europeus. Confiantes na força do etanol, a grande maioria dos forne-

cedores da amostra disseram acreditar que o modelo híbrido será protagonista nas nossas etapas de eletrificação – ao menos no que diz respeito ao médio prazo. Mais do que uma previsão do futuro, percepções como essas por parte dos fabricantes de autopeças indicam a direção em que a tomada de decisões de investimentos destes players irá caminhar – além disso, é claro, refletem o feedback que estes estão recebendo das montadoras. Afinal, como disse o presidente do Sindipeças, Cláudio Sahad, as empresas da cadeia de fornecimento são como planetas que orbitam em torno das montadoras, reagindo às suas ações e demandas. Esta percepção de que a cadeia de fornecimento é responsiva e não proativa, aliás, ficou evidente em um dos tópicos abordados pela pesquisa. Quando questionados sobre a maneira com que conduzirão os investimentos na direção de se adaptarem à maior demanda do mercado de carros elétricos nos próximos anos, 47% dos participantes afirmaram que aguardarão os pedidos das montadoras para destinar verbas neste senti-

do, enquanto apenas 20% se anteciparam e já alocaram verbas para essa finalidade. Na sequência, separamos alguns outros pontos importantes identificados na pesquisa.

Principais vetores de evolução do setor durante a transição energética no Brasil

- 30% acham que o Brasil deve focar na sua infraestrutura e capacidade de desenvolver plataformas de produção de veículos híbridos.
- 28% responderam que o Brasil pode se tornar centro de exportação de peças e componentes para motores a combustão.
- 24% acreditam que o país tem condições de investir em novas tecnologias, como células de combustível a etanol.

Planos para adaptar os portfólios às novas demandas

- 44% disseram que devem diversificar a oferta de produtos para suprir as novas tecnologias.
- 13% afirmaram que pretendem manter o portfólio atual – mesmo que seu foco seja em motores a combustão.

Impactos das possíveis novas demandas nos investimentos em alterações nas plantas e/ou nas formas de atuação

- 56% levam em conta a conversão parcial das uni-

dades atuais para a produção de tecnologias.

- 20% recorrerão à importação.
- 15% dizem que será necessário o estabelecimento de plantas totalmente novas.

Ser proativo ou esperar aguardar o aquecimento das demandas? Participantes responderam sobre a forma como estão abordando eletrificação no âmbito dos investimentos

- 47% preferem aguardar a demanda dos clientes para destinar verbas nos próximos anos.
- 20% responderam que já iniciaram os investimentos.
- 14% anunciaram que têm planos de investir em um ou dois anos depois de começar tratativas com as montadoras.

Principais desafios da eletrificação à cadeia de fornecimento de autopeças

- 66% disseram que o maior deles é a previsibilidade da demanda nesse tipo de veículo, que, de certa forma, ainda está engatinhando no Brasil.
- 62% atribuem a competitividade da indústria nacional versus mercado internacional como situação a ser encarada de frente pelas empresas.
- 51% acreditam que a capacidade de investimentos é uma condição para o desenvolvimento do setor.



O MAIOR E MAIS TRADICIONAL EVENTO DO SETOR JÁ TEM DATA E HORA!

23 DE NOVEMBRO, ÀS 19H30, NA CASA BOSSA, DO SHOPPING CIDADE JARDIM



Os vencedores da 27ª edição da pesquisa, realizada pelo AfterLab com metodologia criada pelo Ipsos, serão definidos por 500 varejistas de autopeças para veículos leves que já estão sendo entrevistados em todo o Brasil.

A cerimônia de homenagem aos Maiores e Melhores 2023 será transmitida ao vivo na A.TV, dia 23 de novembro a partir das 19h30.

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

PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO



DIVULGAÇÃO



Despesas automotivas seguem superando alimentação no domicílio

Fortemente aquecido, o segmento automotivo movimentará até o final deste ano R\$ 731,7 bilhões, o que representa um crescimento de 9,2% em relação a 2022. É o que aponta a Pesquisa IPC Maps, especializada em potencial de consumo dos brasileiros há quase 30 anos, com base em dados oficiais. Esse comportamento do consumidor, que passou a gastar mais com veículo próprio em detrimento até das despesas com alimentação e bebidas no domicílio, começou a ser observado em 2020, e desde então, vem aumentando a cada ano. Para Marcos Pazzini, responsável pelo

IPC Maps, “a crescente demanda por transportes via aplicativos e deliveries, tanto pelo consumidor, quanto pelos trabalhadores justifica essa alta no setor”. Neste cálculo, são levadas em conta as despesas das famílias referentes à gasolina, álcool, consertos de veículos, estacionamentos, óleos, acessórios/peças, pneus, câmaras de ar e lubrificações/lavagens. Compreende, ainda, aquisição de veículos. Igualmente em evolução está a frota de veículos (incluindo todos os tipos, entre automóveis, ônibus, caminhões, motos, etc). Enquanto, em 2022 o conjunto somava 113,4 milhões, a projeção é

que esse número ultrapasse 117 milhões de veículos neste ano. Do mesmo modo, está a quantidade de comércio e reparação de veículos. De 2022 para 2023, houve um aumento de cerca de 5,3% das lojas existentes, totalizando atualmente 909.122 empresas automotivas no Brasil. Publicado anualmente pela IPC Marketing Editora, empresa que utiliza metodologias exclusivas para cálculos de potencial de consumo nacional, o IPC Maps destaca-se como o único estudo que apresenta em números absolutos o detalhamento do potencial de consumo por categorias de produtos para

cada um dos 5.570 municípios do País, com base em dados oficiais, através de versões em softwares de geoprocessamento. Este trabalho traz múltiplos indicativos dos 22 itens da economia, por classes sociais, focados em cada cidade, sua população, áreas urbana e rural, setores de produção e serviços etc., possibilitando inúmeros comparativos entre os municípios, seu entorno, Estado, regiões e áreas metropolitanas, inclusive em relação a períodos anteriores. Além disso, apresenta um detalhamento de setores específicos a partir de diferentes categorias.

| IPC MAPS - ÍNDICE DE POTENCIAL DE CONSUMO | | | | | |
|--|-----------------|-----------------|------------------|----------------|-----------------|
| TOTAL BRASIL | | | | | |
| VEÍCULO PRÓPRIO (Valores em R\$/ano) | A | B | C | D/E | TOTAL |
| 2023 | 121.576.228.289 | 363.191.461.293 | 206.444.124.514 | 40.530.712.366 | 731.742.526.461 |
| 2022 | 109.531.345.241 | 309.733.509.668 | 210.785.879.426 | 40.094.880.723 | 670.145.615.057 |
| Variação 2023/2022 (%) | | | | | |
| | 11,00% | 17,26% | -2,06% | 1,09% | 9,19% |
| EMPRESAS DE COMÉRCIO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS | | | | | |
| | 2023 | 2022 | Qtde 2023 - 2022 | 2023/2022 (%) | |
| | 909.122 | 863.557 | 45.565 | 5,28% | |
| FROTA DE VEÍCULOS | | | | | |
| | 117.043.233 | 113.406.882 | 3.636.351 | 3,21% | |
| IPC MAPS - ÍNDICE DE POTENCIAL DE CONSUMO | | | | | |
| REGIAO SUL | | | | | |
| VEÍCULO PRÓPRIO (Valores em R\$/ano) | A | B | C | D/E | TOTAL |
| 2023 | 26.346.913.447 | 79.142.594.030 | 44.591.994.683 | 6.400.093.800 | 156.481.595.961 |
| 2022 | 21.970.473.354 | 67.350.645.312 | 45.759.886.018 | 6.388.225.839 | 141.469.230.522 |
| Variação 2023/2022 (%) | | | | | |
| | 19,92% | 17,51% | -2,55% | 0,19% | 10,61% |
| EMPRESAS DE COMÉRCIO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS | | | | | |
| | 2023 | 2022 | Qtde 2023 - 2022 | 2023/2022 (%) | |
| | 192.305 | 182.875 | 9.430 | 5,16% | |
| FROTA DE VEÍCULOS | | | | | |
| | 22.772.490 | 22.133.227 | 639.263 | 2,89% | |

| IPC MAPS - ÍNDICE DE POTENCIAL DE CONSUMO | | | | | |
|--|----------------|-----------------|------------------|----------------|-----------------|
| REGIAO SUDESTE | | | | | |
| VEÍCULO PRÓPRIO (Valores em R\$/ano) | A | B | C | D/E | TOTAL |
| 2023 | 58.106.394.396 | 174.534.637.032 | 97.581.324.470 | 14.001.923.212 | 344.224.279.109 |
| 2022 | 51.941.726.579 | 149.667.987.124 | 98.418.160.447 | 14.555.685.775 | 314.583.559.925 |
| Variação 2023/2022 (%) | | | | | |
| | 11,87% | 16,61% | -0,85% | -3,80% | 9,42% |
| EMPRESAS DE COMÉRCIO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS | | | | | |
| | 2023 | 2022 | Qtde 2023 - 2022 | 2023/2022 (%) | |
| | 407.915 | 389.585 | 18.330 | 4,71% | |
| FROTA DE VEÍCULOS | | | | | |
| | 55.838.976 | 54.289.895 | 1.549.081 | 2,85% | |
| IPC MAPS - ÍNDICE DE POTENCIAL DE CONSUMO | | | | | |
| REGIAO CENTRO-OESTE | | | | | |
| VEÍCULO PRÓPRIO (Valores em R\$/ano) | A | B | C | D/E | TOTAL |
| 2023 | 13.676.475.074 | 37.159.627.845 | 20.481.213.494 | 3.951.933.244 | 75.269.249.657 |
| 2022 | 12.415.861.498 | 32.925.285.722 | 20.003.082.788 | 3.787.099.431 | 69.131.329.439 |
| Variação 2023/2022 (%) | | | | | |
| | 10,15% | 12,86% | 2,39% | 4,35% | 8,88% |
| EMPRESAS DE COMÉRCIO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS | | | | | |
| | 2023 | 2022 | Qtde 2023 - 2022 | 2023/2022 (%) | |
| | 96.688 | 90.981 | 5.707 | 6,27% | |
| FROTA DE VEÍCULOS | | | | | |
| | 11.177.377 | 10.777.084 | 400.293 | 3,71% | |
| IPC MAPS - ÍNDICE DE POTENCIAL DE CONSUMO | | | | | |
| REGIAO NORTE | | | | | |
| VEÍCULO PRÓPRIO (Valores em R\$/ano) | A | B | C | D/E | TOTAL |
| 2023 | 6.829.841.059 | 19.091.627.910 | 13.520.780.269 | 3.911.732.968 | 43.353.982.206 |
| 2022 | 6.263.857.569 | 16.010.206.635 | 13.449.113.537 | 3.715.290.033 | 39.438.467.774 |
| Variação 2023/2022 (%) | | | | | |
| | 9,04% | 19,25% | 0,53% | 5,29% | 9,93% |
| EMPRESAS DE COMÉRCIO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS | | | | | |
| | 2023 | 2022 | Qtde 2023 - 2022 | 2023/2022 (%) | |
| | 53.148 | 49.523 | 3.625 | 7,32% | |
| FROTA DE VEÍCULOS | | | | | |
| | 6.519.931 | 6.223.074 | 296.857 | 4,77% | |
| IPC MAPS - ÍNDICE DE POTENCIAL DE CONSUMO | | | | | |
| REGIAO NORDESTE | | | | | |
| VEÍCULO PRÓPRIO (Valores em R\$/ano) | A | B | C | D/E | TOTAL |
| 2023 | 16.616.604.312 | 53.262.974.476 | 30.268.811.598 | 12.265.029.143 | 112.413.419.528 |
| 2022 | 16.939.426.240 | 43.779.384.875 | 33.155.636.636 | 11.648.579.646 | 105.523.027.396 |
| Variação 2023/2022 (%) | | | | | |
| | -1,91% | 21,66% | -8,71% | 5,29% | 6,53% |
| EMPRESAS DE COMÉRCIO E REPARAÇÃO DE VEÍCULOS | | | | | |
| | 2023 | 2022 | Qtde 2023 - 2022 | 2023/2022 (%) | |
| | 159.066 | 150.593 | 8.473 | 5,63% | |
| FROTA DE VEÍCULOS | | | | | |
| | 20.734.459 | 19.983.602 | 750.857 | 3,76% | |

Novo programa brasileiro de mobilidade chega nas próximas semanas

Potencialmente batizado de 'Mobilidade Verde e Inovação', programa enfatiza incentivos tributários a iniciativas sustentáveis transversais

A política em vigência para o setor automotivo brasileiro é o Rota 2030 - Mobilidade e Logística. O programa foi lançado em 2018 em substituição ao antigo Inovar-Auto com o objetivo de definir regras para a fabricação dos automóveis produzidos e comercializados no Brasil pelos 15 anos seguintes. Já no lançamento do Rota 2030, ficou definido que o programa seria dividido em três fases de cinco anos. Para cada etapa, será realizada uma revisão da política e uma reorientação das metas e instrumentos. Em 2023, portanto, deve ter início a segunda etapa do programa (Ciclo 2), que é esperada para as próximas semanas. Esta nova fase é tão importante que está sendo tratada pelo Governo Federal como um novo programa – e para isso

deve receber um nome. A reportagem do NovoVarejo traz, em primeira mão na imprensa brasileira, a possível denominação do programa: 'Mobilidade Verde e Inovação'. Se não for exatamente este, com certeza seguirá nesta linha. A confirmação do lançamento oficial do projeto, em fase final de preparação, foi dada pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços com exclusividade para a reportagem do NovoVarejo Automotivo.

SUSTENTABILIDADE

Já previsto no Orçamento federal do ano de 2024, com o custo estimado de R\$ 2,8 bilhões, o programa tem a sustentabilidade como pilar principal e, para tanto, aborda o tema do controle de emissão de gases

de forma sistêmica - trazendo incentivos e benefícios que vão além dos carros: também estão contemplados no programa motocicletas, bicicletas elétricas, caminhões, ônibus e até os chamados eVTOLs – conhecidos como “carros voadores” e que devem começar a circular no país a partir do ano de 2026. Os últimos detalhes dos incentivos à descarbonização da mobilidade ainda estão sendo definidos. Apesar disso, o secretário de Desenvolvimento Industrial da pasta, Uallace Moreira, antecipou alguns dos principais balizadores destes benefícios concedidos a montadoras e outros players da indústria e do setor de pesquisas envolvidos na produção e no desenvolvimento de projetos mais sustentáveis. De acordo com fontes ouvidas

pelo NVA, a antecipação de tamanhos detalhes não estava prevista e surpreendeu diversos atores envolvidos com o projeto. Diante das revelações, porém, a pasta não se furtou em confirmar que, sim, o núcleo do novo programa está na concessão de benefícios no âmbito tributário. “O impacto desses incentivos já está, inclusive, estimado nas projeções arrecadatórias da união”, afirmou um agente do Ministério. Questionada pela nossa reportagem se os incentivos contemplariam também os diferentes elos do aftermarket automotivo e da cadeia de suprimentos, cuja preparação – conforme pesquisa divulgada na última edição do NVA – está em modo stand by, à espera de sinalizações do Governo e das montadoras, a mesma fonte afirmou que “essa é a tendência”.

Conheça os pontos antecipados por Uallace Moreira

- Para receber incentivos, montadoras terão de investir de 2% a 5% de suas receitas operacionais em Pesquisa & Desenvolvimento
- Contrapartida de isenções será superior aos 2% do Rota 2030
- Ideia do Governo é que o orçamento da União reserve R\$ 3 bilhões anuais para o programa até 2026



Item já bastante presente nos automóveis brasileiros, câmera de ré ainda não é produzida no país e depende de importação

Com a presença de executivos de peso do setor, Seminário da Associação Brasileira de Engenharia Automotiva repercutiu sinalizações do 'Novo Rota 2030'

No último dia 25 de setembro, a Associação Brasileira de Engenharia Automotiva (AEA) realizou seminário para fazer um balanço dos impactos do Ciclo 1 do Rota 2030 e projetar os próximos passos do novo programa de mobilidade nacional. Contando com membros de peso da indústria automotiva e áreas correlatas, o evento expressou as expectativas do mercado em relação aos

futuros impactos do programa – sobretudo no que se refere à propulsão veicular no país e um papel de protagonismo mundial pela soma de expertise e condição privilegiada no campo energético. Neste contexto, o diretor de Relações Públicas e Governamentais da GM na América do Sul, Adriano Barros, destacou que o setor automotivo é um dos maiores patrimônios do Brasil,

uma vez que poucos países do mundo possuem tantas fábricas e capacidade de engenharia automotiva como a nossa. “Temos de aproveitar e agregar valor à produção (...), já temos projetos do berço ao túmulo e podemos ser protagonistas quando o tema é descarbonização”, disse. Gerente de Compliance da Stellantis, Leonardo Amaral ecoou o clamor por maiores esforços

em torno da nacionalização do setor a partir do fortalecimento da cadeia de fornecedores. “As montadoras são obrigadas a importar pelo menos 20% dos componentes presentes num automóvel produzido no Brasil. Para citar um exemplo, a câmera de ré, disponível hoje em vários modelos, não tem produção local. Depende exclusivamente de importação”, finalizou.



Rizzo pontua que a necessidade é uma característica especial do empresário brasileiro

Ambiente instável força empresário brasileiro a ter perfil mais 'improvisador'

Coordenador de cursos de pós-graduação da FIA reflete sobre pesquisa que traçou perfil predominante do empreendedor no país

Alguém com mais facilidade para resolver problemas imediatos e enfrentar os desafios com muita coragem e improviso do que para planejar. De acordo com estudo divulgado pela Febracis Escola de Negócios, junto a mais de 47 mil gestores e empreendedores em todas as regiões do país, este é o perfil predominante no universo do empresariado nacional. Ao levantar o perfil comportamental dessas pessoas, o trabalho concluiu que: 58,6% da amostra possui maior facilidade para solucionar problemas e que 58,5% enxerga a capacidade de incentivar pessoas como seu ponto forte. Em contrapar-

tida, apenas 39,13% se identificam como metódicos e estáveis, enquanto 32,11% acham que são detalhistas e organizados. Segundo o coordenador de cursos de pós-graduação da Fundação Instituto de Administração (FIA), Ivan Rizzo, este cenário é fruto direto do ambiente de negócios local. Afinal, diferente de outros empreendedores ao redor do mundo, o brasileiro não conta com apoios como linhas de crédito sistematizadas e programas de fomento consistentes. *“O empreendedor brasileiro tem uma característica especial, que é a necessidade”*, pontua Rizzo. Nesta entrevista exclusiva ao

NovoVarejo Automotivo, o especialista não só refletiu sobre como este cenário tem moldado o empresariado nacional, mas também apontou quais são alguns dos principais riscos dessa abordagem mais 'executiva' e o que pode ser feito para mitigá-los.

NovoVarejo Automotivo - Um levantamento realizado pela Febracis identificou que 58,6% dos empreendedores brasileiros se consideram mais carismáticos, persuasivos e destemidos do que metódicos, detalhistas e organizados. De acordo com o que você observa no dia a dia como consultor, você vê este cenário

refletido de alguma maneira nas empresas brasileiras?
Ivan Rizzo - É uma característica peculiar do brasileiro sim, saber improvisar e se virar com o recurso que tem. Nosso planejamento sempre é revisitado, tem alguma regulamentação que era para ser de um jeito e sai de outro, prazos mudando toda hora... Mas tem seu lado positivo também. Um exemplo é a churrascaria tipo rodízio, invenção típica brasileira – atribuída a Albino Ongaratto. Um belo dia a churrascaria estava lotada, garçons sem saber qual pedido era de qual mesa e o proprietário resolveu passar todos os cortes em todas as mesas.

Lucas Torres: jornalismo@novovarejo.com.br

Fotos: Divulgação

NVA - Qual é o caminho mais viável para se tornar uma empresa calcada numa abordagem mais analítica e num planejamento estratégico, capacitação dos empreendedores ou contratação de perfis correlatos? O que acaba saindo mais barato e mais eficiente?

IR - “Mais barato ou mais eficiente” muitas vezes embute uma armadilha. Sem rodeios, a gente vive em um mundo mais complexo – o termo da vez é “poli crise”. A quantidade de alternativas e fontes de informação ao consumidor cresce exponencialmente. Assim, ter certezas será cada vez mais raro. Um bom analista é capaz de descobrir oportunidades que não aparecem aos olhos destreinados. Mas se a empresa (ou o empreendedor) não estiver preparada – uma situação que a gente chama de desvantagem competitiva – isso pode ser mais fonte de dor de cabeça que de solução.

NVA - Você acredita que pessoas mais detalhistas e organizadas possuem um perfil mais voltado a serem 'funcionários' do que a empreender ou, quando em uma cultura que incentiva o empreendedorismo, estas acabam sendo atraídas para esta prática?

IR - O empreendedor brasileiro tem uma característica especial, que é a necessidade. Enquanto outros países têm linhas de crédito sistematizadas para novos negócios, programas bastante consolidados de fomento, nossas boas iniciativas não tem um volume tão grande quanto gostaríamos.

NVA - Quais são os problemas mais comuns das empresas caracterizadas por focar mais no operacional do dia a dia do que em um planejamento e uma direção em 'médio e longo prazo'?

IR - Quem manda em qualquer

negócio, independentemente do tamanho, é o fluxo de caixa. E um dos problemas estruturais da nossa economia é a falta de liquidez – por isso essa discussão tão volumosa em torno da taxa de juros. Não dá para só apontar o dedo inquisidor ao sujeito que está ali se afogando no dia a dia. Mas quem vai ajudá-lo a virar a mesa é ele mesmo, se perguntando todos os dias como pode ser mais eficiente, quais processos podem ser melhorados, como diminuir lead time e aumentar conversões, etc. Nosso cérebro é bom demais para aceitarmos ficar na mesma situação de sempre.

NVA - Quando falamos deste cenário, mais 'executor' do que 'planejador', existe alguma diferença entre empresas de médio e grande porte na comparação com as PMEs? Em suma, o que pergunto é, se a estrutura em geral mais enxuta das PMEs as deixa mais propensas a uma capacidade reduzida de planejamento?

IR - Não tenho uma resposta genérica... De onde veio a oportunidade de uma empresa menor? Aproveitamento de um nicho de mercado? Se sim imagina-se que o empreendedor tenha obtido um insight por sua experiência naquele mercado ou feito muita pesquisa e seus esforços são todos bem fundamentados. Por outro lado, as PMEs têm a leveza necessária para aproveitamento de oportunidades.

NVA - Quando falamos especificamente no setor varejista, quais são os problemas mais comuns gerados por lacunas táticas e estratégicas?

IR - Me tira o sono quando o empresário confunde moda com tendência. Moda passa. Tendência dói, transforma. Em um exemplo bem simples, no início da carreira trabalhei em uma importadora de equipamentos de ginástica e,

logo depois do Carnaval vivemos a moda do patinete dobrável. Entre desenvolver fornecedor lá na China, comprar, embarcar e desembarcar aqui passaram-se mais de 180 dias e, com esse tempo, a moda também passou. O dinheiro que poderia ter virado comissão de vendedor, promoção, mídia ou qualquer outra coisa virou estoque, que parou de girar. Uma sequência de decisões similares pode colocar em risco a saúde da empresa.

NVA - Como os consultores de negócios e as instituições de ensino podem atuar para minimizar os gargalos observa-

dos nas empresas brasileiras?
IR - Para os consultores, é fundamental desde o início deixar claro e ter bastante atenção ao escopo do trabalho. Se for implementar um software, não é necessário mudar a rotina do departamento. Se for auditoria de estoque, não se deve desenvolver campanha de marketing. Isso é sensível porque, como sabemos, alguns problemas chegam em cadeia. Caso isso não aconteça, das duas uma: ou você vai ser incorporado à estrutura organizacional – e deixa de ser consultor – ou vai cair no redemoinho operacional do seu cliente e passar a fazer parte do problema.



Especialista destaca falta de liquidez como problema estrutural de nossa economia

Ter componentes de direção Nakata é certeza de bons negócios. Sabe por quê? Porque a Nakata está sempre entre as marcas escolhidas pelos mecânicos nas principais pesquisas*. A mais recente é a Marcas na Oficina, na qual os componentes de direção Nakata estão entre os mais lembrados e encontrados com facilidade nas autopeças. Então, faça como os mecânicos, escolha Nakata e deixe tudo azul nas suas vendas.

**COMPONENTES DE DIREÇÃO
ESCOLHIDOS PELOS MECÂNICOS?
PEÇA NAKATA. SABE POR QUÊ?**

PORQUÊ É



*Pesquisa Marcas na Oficina 2023 realizada pela CINAU.

APROVEITE E ACESSE OS CONTEÚDOS FEITOS PARA VOCÊ VENDER MAIS E MELHOR:



BLOG
Tudo o que você precisa saber para avançar seus resultados.



EAD
Cursos online, gratuitos e com certificado.



INSTAGRAM
Imperdível para quem trabalha com vendas de autopeças.



CATÁLOGO ELETRÔNICO
A ferramenta de busca mais completa, moderna e fácil de usar.

No trânsito, escolha a vida.