

nº novovarejo
automotivo



AFTERMARKET GANHA IMPORTÂNCIA NO FATURAMENTO DAS INDÚSTRIAS DE AUTOPEÇAS

Com a produção e venda de carros novos patinando há três anos, fabricantes de componentes veem crescer seus negócios com as empresas do mercado de reposição

Válvulas de Motor

Confira o lançamento para motocicleta com o selo que você já conhece e confia: Qualidade Original - Página 15



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

AUTHOMIX
Qualidade Original



Nº 1 EM ROLAMENTOS



@cobrarolamentos



cobrarolamentos.com.br



loja.cobrarolamentos.com.br

LOJA ONLINE **COBRA**

CONEXÃO QUE
MOVIMENTA
SEU NEGÓCIO

**Do nosso estoque
para o seu.**



Do seu jeito,
no seu tempo.



Rápido



Fácil



Seguro

Conheça a loja online



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



Transformações de um mercado dinâmico

Esta edição do NovoVarejo traz informações interessantes e oportunas sobre a dinâmica do setor automotivo brasileiro. O universo da mobilidade como um todo vem experimentando transformações profundas, que tendem a ganhar velocidade nos próximos anos. Duas delas, como temos debatido periodicamente em nossas reportagens, se destacam no componente revolucionário que trazem a nosso dia a dia: a conectividade veicular e a eletrificação da frota.

Sobre a primeira, recentemente publicamos em nossas páginas uma entrevista com o executivo José Palazzi, profissional envolvido com o desenvolvimento de tecnologia para os sistemas de conexão dos automóveis. Quero aproveitar este espaço editorial para convidar cada um de vocês a assistirem a uma nova e esclarecedora entrevista que fizemos com Palazzi para o podcast Diálogo Automotivo, da a.tv, o canal de conteúdo em vídeo do nosso aftermarket. A primeira parte da conversa já está disponível. Não deixe de ver, porque tudo o que se discutiu lá faz ou fará parte intensamente do dia a dia dos negócios no mercado de reposição. Mas voltando a este NovoVarejo – e ainda dentro da reflexão que estamos propondo aqui – chamo atenção para a reportagem que inaugura nossa cobertura do Seminário da Reposição Automotiva 2023, que será concluída na próxima edição. Mas especificamente para os dados trazidos pelo palestrante Cláudio Sahad, presidente do Sincopeças.

Sua exposição ratifica em números o que vem sendo dito nos últimos tempos sobre o caminho que a indústria brasileira deve seguir rumo à eletrificação de nossa frota. Sim, ela é irreversível, mas terá como base a propulsão híbrida. Sahad, embora sem tomar partido, mostrou as oportunidades que esta escolha trará para o país, na medida em que nos tornaremos um centro de excelência no desenvolvimento de novos motores flex, abastecendo a grande parcela do globo que permanecerá usando veículos com tal configuração. À esta altura, parece claro que os carros 100% elétricos não serão a opção prioritária de todos os mercados mundiais. E aí temos uma ótima notícia para o aftermarket automotivo, já que a sobrevivência dos motores a combustão garantirá a permanência do consumo de muitos componentes que, com o carro elétrico, necessariamente desaparecem do mapa, como velas e cabos de ignição, filtros, anéis e pistões, juntas e retentores, entre tantos outros.

Nesta mesma linha de mudanças, nossa reportagem de capa aborda o crescimento da importância do mercado de reposição para as indústrias de autopartes, que vem assistindo à redução de consumo das montadoras, uma vez que a produção de veículos patina há três anos e não apresenta grandes perspectivas de reversão – temos uma capacidade instalada para mais de quatro milhões de unidades e hoje utilizamos pouco mais da metade. Monitorar o dia a dia do setor é nossa missão e, ao cumprí-la, vamos escrevendo a história de um mercado forte, resiliente e capaz de se adequar com rapidez e competência a cada novo desafio que enfrenta.

Nhm
www.novomelio.com.br

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

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

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

Diretor de Criação
Gabriel Cruz
(gabriel.cruz@wpn.com.br)

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

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

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

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

Marketing
Vincule sua marca aos
projetos e eventos mais
criativos e importantes do
mercado de autopartes 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

Jornalista Responsável:
Claudio Milan (MTb 22.834)

Ano 30 - #411 15 de Outubro de 2023

Distribuição para mailing
eletrônico 35.000
Audiência estimada em views
no site 45.000

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

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

Direção
Ricardo Carvalho Cruz

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

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

Arte
Alice Tuchapesch
Lucas Cruz

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

Audiovisual
Phillip Spengler
Bruno Costa

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

Procure um
Distribuidor
Bosch de sua
preferência:

Tecnologia para a vida

Palhetas Bosch: Com essa durabilidade, não tem tempo ruim.



As Palhetas Bosch são produtos de alta qualidade, tecnologia e durabilidade para promover muito mais segurança aos condutores, faça chuva ou faça sol.

Saiba mais em: am.boschaftermarket.com/br/pt



Velas • Freios • Filtros • Pastilhas • Palhetas • Sonda Lambda. E muito mais.

 **BOSCH**

 [autopecasbosch](#)



Júlio César Sampaio,
idealizador do grupo
“Balconistas do Brasil”,
fala sobre os desafios da
profissão e as iniciativas de
organização da categoria.

14
Estudo VIES traz dados do desempenho
do varejo em vendas, compras,
abastecimento e preços relativos a
setembro dos três últimos anos.

20

Conheça os finalistas da 27ª
pesquisa Maiores e Melhores
em Distribuição de Autopeças.
A premiação ocorre em 23 de
novembro com transmissão ao
vivo da a.tv.

18

Em duas edições, nossa
reportagem traz a cobertura
completa do Seminário da
Reposição Automotiva 2023.



30

A complexa conjuntura brasileira de consumo e desabastecimento

São muitos os fatores que levaram ao desequilíbrio entre oferta e demanda que, há 100 edições, assustava o varejo de autopeças

A edição 311 do NovoVarejo ainda vivia o período crítico da pandemia e o mercado sofria com o desabastecimento de autopeças – embora esse tempo tenha ficado para trás, rastros e inflação e falta de produtos permanecem até hoje. Naquela oportunidade, índices de consumo revelavam uma retomada dos negócios e uma situação em que a população brasileira mostrava pronta disposição em deixar para trás muitos dos protocolos sanitários exigidos para a contenção do vírus e se lançar ao consumo. Ao mesmo tempo, indústria e comércio nos mais diversos setores não tinham produtos para entregar em razão de fatores como falta de insumos, matérias-primas, embalagens e, claro, a impossibilidade de prever, no início da crise, uma retomada tão rápida e vigorosa.

As diferentes ‘velocidades’ com que cidadãos e a cadeia produtiva abordavam a reabertura econômica estavam, na prática, provocando descompasso numa questão basilar para o equilíbrio econômico de qualquer sistema capitalista: a disparidade entre oferta e demanda. A forte aceleração digital provocada pela pandemia tinha feito o comércio eletrônico crescer cerca de 40% no Brasil em 2020. No outro lado da relação, uma mistura de ceticismo quanto à força e consistência da retomada do consumo – turbinada pelo auxílio emergencial pago pelo governo, um dinheiro ‘irreal’ – e um período natural de necessidade de ajuste por parte da indústria a um contexto mais próximo da normalidade provocava um cenário de escassez no lado da oferta.

**AUTOPEÇAS
ONDE VOCÊ ESTIVER.**



tá na
mão
tá na
pellegrino

Tudo o que você precisa para fazer o melhor negócio em peças para auto, moto e acessórios
está na mão. A Pellegrino tem 29 filiais distribuídas pelos principais centros do Brasil,
prontas para atender você com agilidade e eficiência, oferecendo variedade de marcas,
peças de qualidade, apoio técnico, garantia, inovação e a parceria que só a nossa gente tem.

Prefere comprar direto pela internet?
Tá na mão também. Faça seu pedido em: b2b.pellegrino.com.br

Pellegrino
Conte com nossa gente.



Balconistas de autopeças se organizam para discutir desafios do dia a dia

Batizada de 'Balconistas do Brasil', iniciativa reúne profissionais das cinco regiões brasileiras e representantes da comunidade internacional

Você sabia que existe um grupo para a troca de informações entre balconistas de autopeças? Pois é, batizado de 'Balconista do Brasil', ele surgiu durante a pandemia da covid-19 como forma de auxiliar os profissionais do segmento em relação aos desafios do período. Atualmente, o grupo possui 37 participantes no WhatsApp e mais de 800 seguidores no Instagram – contando representantes das cinco regiões do país e de localidades como Portugal e Venezuela. Números significativos para espaços que não só próibem a participação de profissionais de outros nichos, como desencorajam o debate de qualquer questão que fuja à atividade diária de um balconista de autopeças. Num aquecimento para as comemorações ao Dia do Balconista de Autopeças – 26 de novembro, uma criação do NovoVarejo que hoje faz parte da agenda de grande parte das empresas do after-market automotivo – e com o propósito de conhecer a iniciativa em mais detalhes, sobretudo as pautas comuns que movimentam os participantes, conversamos com seu idealizador: o gaúcho Júlio César Sampaio, conhecido como 'Balconista dos Pampas'.

Entre os diversos temas da entrevista, falamos sobre a percepção dos balconistas sobre a recente norma ABNT, que gerou certa polêmica na classe ao unificar todas as carreiras como vendedores de autopeças. "Posso falar por mim mesmo que esse descontentamento começa pelo nome, já que, por trabalhar há décadas no balcão, tenho um carinho especial pela nomenclatura 'Balconista de Autopeças'", afirmou Júlio César. Esse tom honesto e transparente usado pelo 'Balconista dos Pampas' na questão foi a marca durante toda a entrevista cuja íntegra você confere agora.

NovoVarejo Automotivo - Quando e como surgiu a ideia do Grupo Balconistas do Brasil?

Júlio César Sampaio - Atuo no mercado de reposição automotiva há mais de 30 anos e com o crescimento e a amplitude do mercado, tenho estado muito motivado a continuar trabalhando em prol do setor. Em 2019 surgiu algo diferente no mundo, que foi a pandemia da covid-19. Nesse período,

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



Lado a lado com você, em todo o Brasil

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



Rapidez na entrega
em todo o Brasil.



Variedade e qualidade
do nosso portfólio.



Compromisso com
a sua empresa.

29
FILIAIS



Conheça a
filial mais
perto de você.

Sama
Autopeças

tivemos de nos adequar e adaptar a novas normativas globais. Até então, eu ainda era um profissional mais analógico, tendo sido preciso buscar notícias e informações sobre como nossos colegas estavam se adequando a essa realidade. Nessa época tivemos aquele movimento de muitas lives, e, diante dos desafios que todos estávamos enfrentando, senti que não poderia ficar de fora dessa tendência – afinal, precisávamos de notícias relacionadas ao nosso ramo de atividade. Foi aí que criei meu perfil profissional @balconistadospampas no Instagram, nome pelo qual sou conhecido por muita gente do mercado na atualidade. Nessa minha atividade digital, encontrei, em Lauro de Freitas, na Bahia, meu amigo e colaborador Diego Rezende. Trocamos informações sobre nossas diferentes culturas e realidades, mas, ao mesmo tempo, compartilhamos questionamentos em comum. Foi desse diálogo que surgiu a ideia de criar um grupo de Balconistas de Autopeças no WhatsApp. Ele começou com 7 colaboradores de algumas regiões do Brasil, mas logo que o trabalho começou a se intensificar, criamos o perfil no Instagram visando abranger outras regiões e todos os elos do mercado de reposição automotiva.

NVA - Quantas pessoas atualmente fazem parte do grupo? Quais localidades do país estão representadas?

JCS - Atualmente estamos com 37 colaboradores no grupo de WhatsApp. Temos colaboradores em todas as regiões do Brasil: Sul, Sudeste, Nordeste, Centro-Oeste e Norte! Além disso, temos duas colaboradoras oficiais em Portugal, bem como – não oficialmente – pessoas na Venezuela e Espanha atuando como auxiliares, trazendo sempre as atualizações do mercado automotivo mundial e participando de feiras automotivas globais.

NVA - Quais são os principais temas discutidos no grupo? Você sente que as dificuldades e cenários enfrentados pelos balconistas das diferentes regiões do país são semelhantes entre si ou existem diferenças significativas de região para região?

JCS - Nosso dia a dia é muito corrido e os assuntos são os mais variados. Mas, entre os assuntos que mais aparecem estão as nossas dificuldades comuns, como disponibilidade de estoque e questões de garantias das peças. Também falamos muito sobre as feiras automotivas. Temos uma linguagem específica e muitas vezes conseguimos sorrir entre tantas dificuldades, pois todos que estão no grupo são apaixonados pelo setor, vestem a camisa e não medem esforços. Temos um grupo de profissionais bastante engajados. Enfim, somos por volta de 65 mil balconistas de autopeças no Brasil e nosso trabalho ainda é uma gota nesse oceano. Mas, aos poucos estamos crescendo e queremos agregar um número cada vez maior de pessoas, pois, como reforça o nosso lema, #juntossomosmaisfortes.

NVA - Como a norma ABNT para os vendedores de autopeças repercutiu no grupo? A maioria está informada? Alguns já buscam a norma?

JCS - A norma não foi muito bem recebida pela maioria dos colaboradores do grupo. E posso falar por mim mesmo que esse descontentamento começa pelo nome, já que, por trabalhar há décadas no balcão, tenho um carinho especial pela nomencla-

tura. “Balconista de Autopeças”. Sabemos, porém, que essa é uma realidade e mais importante do que sermos chamados de balconistas, atendentes ou vendedores, o mais importante é estar conectado com o cliente e todas as tendências do mercado. Em resumo, a maioria dos profissionais está informada, mas demonstra pouco interesse em participar, até porque falta incentivo.

NVA - Na sua percepção, como os balconistas do grupo se relacionam com a tecnologia? Muitos deles já exercem suas funções de maneira híbrida? Ou seja, realizam vendas no balcão ao mesmo tempo em que o fazem via canais como o WhatsApp?

JCS - A tecnologia está no nosso dia a dia e a maioria dos balconistas já utiliza aparelhos eletrônicos na sua rotina de trabalho. Muitos estão até mesmo comprando novos equipamentos para tirar fotos e fazer vídeos para postar em suas redes sociais, no perfil da loja e WhatsApp. Essa é uma realidade de todos do grupo. É muito comum, aliás, chegar em uma loja de autopeças e ver o balconista com o celular na mão, fazendo uma consulta, mandando um áudio ou vendo um vídeo.

NVA - O grupo de vocês é bastante restrito e profissionais de outras atividades não podem fazer parte. Qual é a importância dessa confidencialidade para o conforto dos participantes com o que é discutido neste ambiente exclusivo?

JCS - Essa é uma regra interna. Consideramos essa exclusividade necessária e por isso proibimos a participação de pa-



trantes, representantes comerciais e de fabricantes. Embora saibamos que todos são muito importantes para a nossa categoria, essa exclusividade nos traz uma noção maior de união. Não barramos só pessoas, porém. Também excluímos assuntos como futebol, religião e política. A exclusividade é para profissionais e assuntos relacionados ao dia a dia dos balconistas.

NVA - Por fim, gostaria de te perguntar uma questão conceitual: o que diferencia um balconista de autopeças dos balconistas de outros setores?

JCS - Trabalhar como balconista de autopeças é lidar com uma

frota gigantesca e um mercado que não para de crescer. Além disso, é trabalhar com a paixão, já que amar os carros é uma característica do brasileiro. Gostaria de aproveitar a oportunidade e agradecer a toda equipe do NovoVarejo, que sempre valorizou os balconistas de autopeças, trazendo assuntos relevantes a nossa categoria, e um caderno especial dedicado aos balconistas no qual busca sempre ouvir os profissionais de diferentes regiões do país. O tempo é oportuno e aproveito para divulgar o nosso trabalho em andamento chamado Papo de Balcão com lives todas as segundas-feiras, às 20h no Instagram @balconistas-dobrasil. Do carro ao caminhão vem com a no Papo de Balcão.

Balconista ou vendedor?

Por Claudio Milan

A questão trazida pelo balconista Júlio Cesar Sampaio – que hoje é uma referência em sua categoria profissional – acerca da nomenclatura ‘vendedores de autopeças’ adotada pela Norma ABNT abre oportunidade para alguns esclarecimentos que julgamos importantes. Em novembro de 2022, em comemoração ao Dia do Balconista de Autopeças, o NovoVarejo já tratava desta questão. Na reportagem de capa da edição 379, escrevemos o seguinte: *“Durante a elaboração da norma ABNT para os profissionais de venda no varejo, os participantes das reuniões entenderam que era pertinente ampliar o alcance do documento, motivo pelo qual ele foi denominado ‘Norma Técnica para Qualificação Profissional de Vendedor de Peças e Acessórios para Veículos’. A abrangência se justifica pelo fato de que, com a evolução dos processos no dia a dia das lojas de autopeças, os agentes de venda atuam em mais de uma função: além do tradicional atendimento no balcão, as vendas ocorrem por telefone e também plataformas digitais, em especial o WhatsApp. A nomenclatura também buscou abraçar profissionais de venda que não atuam no balcão, como o telemarketing e aqueles que, eventualmente, cuidam especificamente dos processos de venda online, entre outras modalidades. Todos os profissionais que comercializam autopeças são, obviamente, vendedores. Mas nem todos são balconistas, atividade que não foi extinta nem em razão da norma e, muito menos, na prática diária do varejo de autopeças”*. Esta questão foi abordada por pesquisa realizada pelo AfterLab publicada na mesma edição. Ao serem questionados sobre como preferiam ser chamados, 75% dos profissionais entrevistados afirmaram: “balconista de autopeças”. A percepção da categoria foi ancorada ainda em um elemento concreto, que se soma à questão do sentimento, à medida que 87,5% da amostra disse ter o balcão da loja como seu principal ponto de atendimento, enquanto 12,5% que o WhatsApp já havia assumido este posto em seus cotidianos. Tivemos a oportunidade de participar de todas as reuniões que resultaram na norma ABNT NBR 16999/2021, que oferece referências técnicas muito importantes para a atividade que envolve a venda de autopeças, não apenas pelos balconistas, mas também pelos

outros agentes já citados neste texto. Podemos dizer que o objetivo da norma não foi reduzir a importância de qualquer uma das categorias de vendedores, mas sim ampliar a abrangência do documento, que democraticamente se propôs a oferecer referências técnicas sólidas para todos os vendedores de componentes automotivos, sejam eles balconistas, atendentes de telemarketing ou outros. Em expansão desta cadeia de virtudes, o IQA apresentou na última Automec a certificação para vendedores de autopeças que segue exatamente os preceitos técnicos estabelecidos pela norma e está ao alcance de todas as categorias profissionais que compõem este universo. Portanto, fica o nosso convite para que não apenas os balconistas – mas também os demais profissionais envolvidos com a comercialização de autopeças – conheçam a norma e busquem adequação ao que ela propõe para, oportunamente, também se candidatarem à certificação profissional oferecida pelo Instituto da Qualidade Automotiva – sem dúvida um diferencial de excelência para todos os profissionais. Tudo isso é muito importante para a evolução destas categorias, o que, me parece, está em total sintonia com as propostas transformadoras do grupo “Balconistas do Brasil”. E, fiquem todos tranquilos: o balconista de autopeças, enquanto profissão, não deixará de existir. O NovoVarejo acredita tanto nisso que até criou, em 2001, o Dia do Balconista de Autopeças. E, em 2010, conseguiu transformar essa iniciativa em lei no município de São Paulo, colocando a categoria profissional no calendário oficial da maior cidade do país. Publicada em 6 de novembro daquele ano no Diário Oficial do Município, no texto da lei 15.322 está escrito de forma clara: *“Fica inserida alínea ao inciso CCLXXIII do art. 7º da Lei nº 14.485, de 19 de julho de 2007, com a seguinte redação: o Dia do Balconista de Autopeças, a ser comemorado, anualmente, no dia 26 de novembro, com homenagens e eventos de divulgação da atividade”*. Portanto, os balconistas de autopeças continuarão representando com força e competência o aftermarket automotivo brasileiro.

VIES - Variações nos Índices e Estatísticas

Setembro de 2021, 2022 e 2023

Redação Novo Meio jornalismo@novomeio.com.br

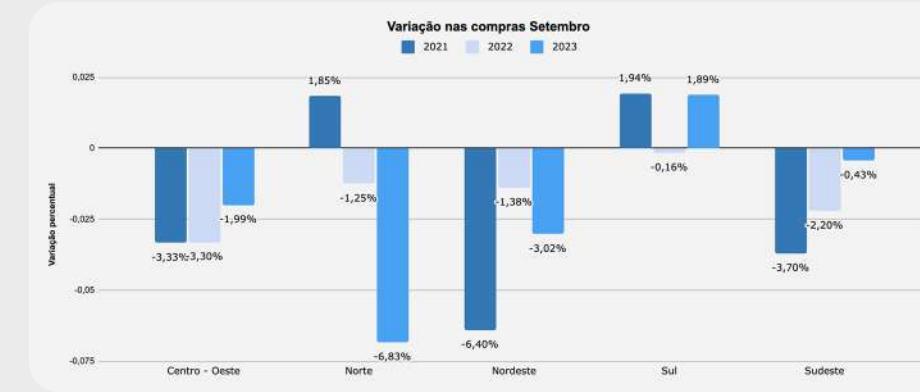
A nova edição da pesquisa **VIES** – Variação nos Índices e Estatísticas, produzida a partir dos dados apurados pelos estudos semanais **MAPA** - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e **ONDA** - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços realizados pelo After.Lab, a empresa de inteligência 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.

MAPA NACIONAL



REGIONAL



AUTHOMIX
Qualidade Original



Novidade em duas rodas:

**Válvulas de Motor
para motocicletas!**



Produzidas com os mais exigentes padrões de qualidade, as Válvulas de Motor AuthoMix levam o selo que você já conhece e confia: Qualidade Original.



Fale com nossos revendedores e
acelere seu estoque com a AuthoMix

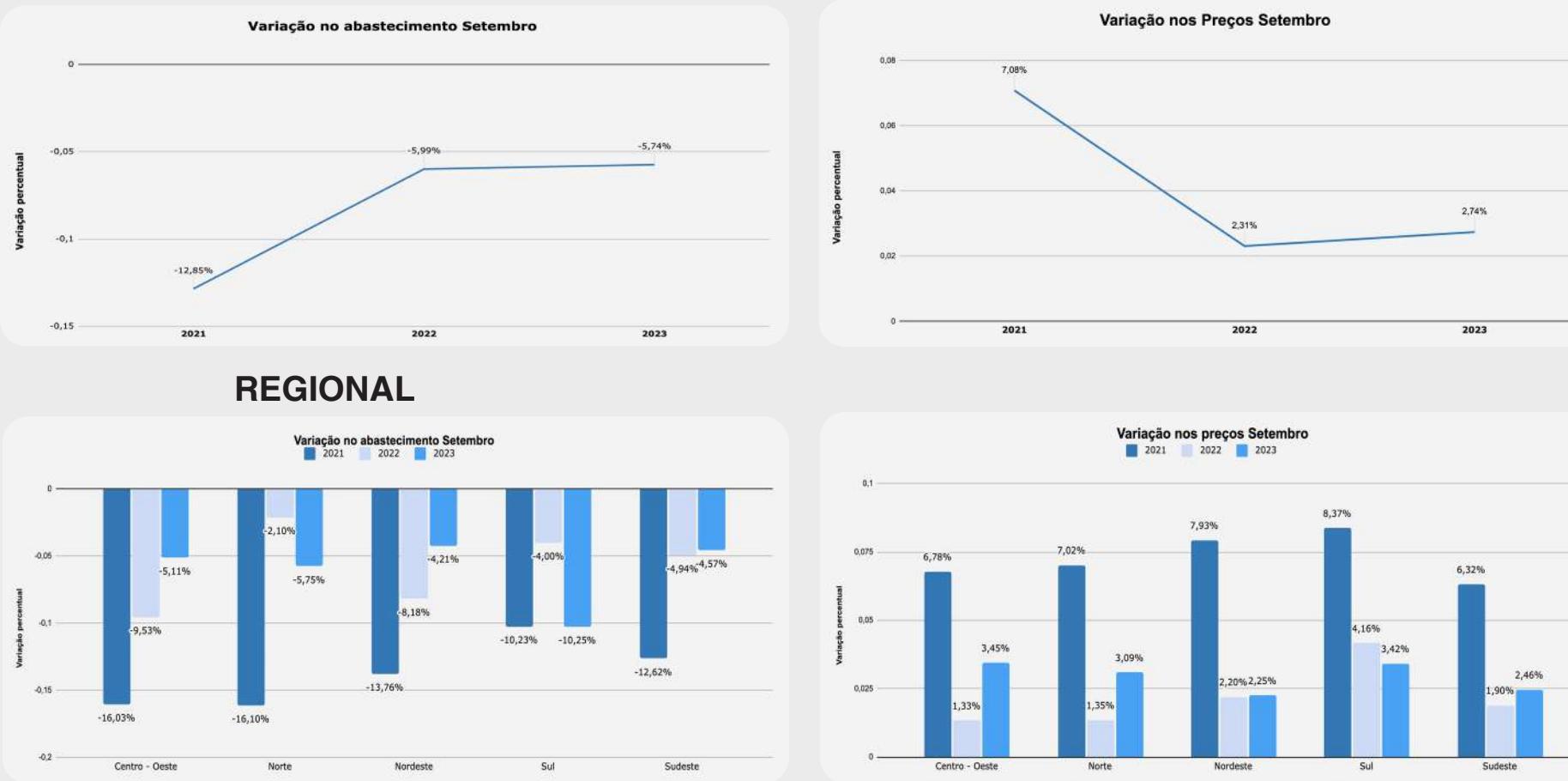


Acesse o site e confira
authomix.com.br



ONDA

NACIONAL

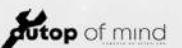


NÚCLEO DE INTELIGÊNCIA DE DADOS DO AFTERMARKET AUTOMOTIVO



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

VAMOS FAZER NEGÓCIOS INTELIGENTES JUNTOS?



A vocês, parceiros, clientes e colaboradores, nosso mais sincero agradecimento por serem os pilares desta jornada.

Juntos, celebramos o passado e construímos um futuro brilhante para a Josecar Autopeças.

Neste marco de quatro décadas, olhamos para trás com orgulho e para frente com otimismo.

Continuaremos a enfrentar desafios e a abraçar oportunidades, sempre guiados por nossa missão de fornecer produtos de qualidade e excelência nos serviços.

Desde 1983 trabalhando com as melhores marcas



NOSSAS LOJAS

FREGUEIA DO Ó, LAPA, BUTANTÃ, JUNDIAÍ, TATUAPÉ, OSASCO, ÁGUA FRIA, ATIBAIA, ITUPEVA E JABAQUARA

Conheça os finalistas dos Maiores e Melhores 2023

Pesquisa mais tradicional do mercado chega à 27ª edição com uma grande novidade para a cerimônia de premiação

O último grande encontro do aftermarket automotivo brasileiro está marcado para a noite de 23 de novembro, a partir de 19h30. É a cerimônia que vai revelar os vencedores da 27ª pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças. Este ano, como grande novidade, o evento será realizado na elegante Casa Bossa, que fica

dentro do Shopping Cidade Jardim, o mais sofisticado do Brasil. E não para por aí: outra inovação será apresentada em primeira mão lá. A cerimônia terá transmissão ao vivo pela a.tv, o canal de conteúdo em vídeo do aftermarket automotivo que você acessa neste endereço: <https://www.youtube.com/c/ATVmidia>

FINALISTAS

Enquanto você lê este texto, o After.Lab – núcleo de inteligência de negócios da Nhm - NovoMeio Hub de Mídia – está realizando a segunda fase da pesquisa, que avalia o desempenho empresarial dos distribuidores classificados para esta etapa. Estas empresas foram escolhidas a partir dos resultados da primeira fase, em que os 500 varejistas de componentes para veículos leves no Brasil avaliam o portfólio de produtos de seus fornecedores.

E abaixo você conhece exatamente quais foram as empresas mais votadas pelos entrevistados. São estes os finalistas da primeira fase dos Maiores e Melhores em 2023. Nas tabelas a seguir, apresentamos os três mais votados em cada um dos quesitos **EM ORDEM ALFABÉTICA**. Os resultados finais você vai poder acompanhar ao vivo pela a.tv na noite de 23 de novembro. Não perca!

ACESSÓRIO	AMORTECEDOR	BORRACHA	CORREIA
CENTER PARTS	COBRA	JAHU	DPK
CHG	PELLEGRINO	METAL SYSTEM	EMBREPAR
NEW KAR	SAMA	REAL	SAMA

EMBREAGEM	FERRAGEM	FILTRO	FIXAÇÃO
COBRA	JAHU	EMBREPAR	JAHU
DPK	PELLEGRINO	REAL	NEW KAR
ROLES	UNIVERSAL	SAMA	SAMA
SAMA	-	-	-

PASTILHA DE FREIO	PEÇA IMPORTADA	VELAS DE IGNIÇÃO	ROLAMENTOS
COBRA	ISAPA	COBRA	COBRA
REAL	MOTORS IMPORTS	EMBREPAR	REAL
SAMA	PADRE CICERO	ROLES	ROLES
-	-	-	SK

ARREFECIMENTO	CÂMBIO E DIFERENCIAL	DIREÇÃO	ELÉTRICA
EMBREPAR	PELLEGRINO	EMBREPAR	ELETROPAR
SAMA	REAL	PELLEGRINO	FURACÃO
SK	SAMA	REAL	TOLI
-	-	SAMA	-

FREIO	INJEÇÃO	MOTOR	SUSPENSÃO
EMBREPAR	FURACÃO	REAL	EMBREPAR
ROLES	REAL	ROLES	ROLES
SAMA	SAMA	SAMA	SAMA



Venha fazer parte do Aftermarket Automotivo Comunidade no Whatsapp!

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

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

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

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

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

Clique no botão e junte-se a nós:

[Entrar na comunidade](#)





Cresce fatia do aftermarket no faturamento das fabricantes de autopeças

Indústrias se mobilizam para aplicar estratégias voltadas à nova configuração

A contínua desaceleração das vendas dos carros 0km e o bom momento vivido pelos automóveis usados e seminovos há pelo menos três anos têm alterado a configuração do faturamento das indústrias de autopeças que operam no Brasil. De acordo com a última pesquisa conjuntural divulgada pelo Sindipeças, a participação do aftermarket no faturamento mensal dos fabricantes de peças automotivas saltou 3,51% entre julho de 2022 e o mesmo mês deste ano, saindo de uma representatividade de 14,04% para a casa dos 17,55%. O aumento da participação da reposição no total arrecadado pela indústria de autopeças do Brasil ocorreu a reboque da diminuição da participação das montadoras, que, na mesma amostra, foi de 5,16%, saindo de 69,78% para 64,62%. Essas mudanças de proporção nas fatias de faturamento estão sendo percebidas na prática pelas indústrias – vale lembrar, ainda, que a lucratividade dos fabricantes na reposição é maior, pois não ficam sujeitas à imposição de preços que em geral as montadoras fazem em razão da força que a escala lhes proporciona.

De acordo com o Gerente Comercial para Aftermarket da Arteb, Gustavo Souza, a reposição representa um percentual importante no resultado geral da empresa e, em razão disso, ela está intensificando seu plano de expansão no segmento – algo que tem sido desafiador pelo atual momento macroeconômico do país e seu efeito na massa consumidora. *"Nosso país possui uma frota circulante importante e o segmento de reposição segue aquecido e resiliente às grandes oscilações de contexto econômico; entretanto, quando o poder de compra é impactado por situações macroeconômicas, o consumidor tende a optar por peças de baixo custo, principalmente na fatia da frota mais antiga"*, apontou Souza, antes de detalhar os efeitos que este ambiente produz em fabricantes que se dispõem a atender aftermarket e montadoras com o mesmo nível de cuidado. *"Este fluxo de peças importadas com baixa qualidade e nenhuma regulamentação e controle segue sendo um grande desafio para as empresas que investem em qualidade e que possuem um nível alto de investimento para manter os mais altos padrões de tecnologia e controle nos processos exigidos pelas diferentes montadoras"*, finalizou.

ESTRATÉGIA

Essa atenção especial ao aftermarket automotivo também está ocupando o centro estratégico de gigantes multinacionais, como é o caso da ZF. Segundo sua Gerente Sênior de Comunicação, Fernanda Giacon, a empresa tem lançado cerca de mil novos produtos a cada ano para o mercado de reposição, bem como realizado investimentos em outras áreas demandadas por um cenário de pujança do aftermarket. *"O aumento dos negócios no aftermarket demanda mais investimentos em logística, maior suporte técnico de campo, melhorias contínuas nas ferramentas digitais como catálogos, sistemas de treinamentos, etc"*, comentou Giacon, complementando que a soma desses esforços está

resultando em um crescimento consistente da ZF na reposição. Outro fabricante de autopeças que atende as montadoras e a reposição, a Sabó comemora o fato de ter um bom equilíbrio em termos de distribuição para os dois segmentos. Além disso, de acordo com seu Diretor de Aftermarket, Marcus Vinícius, os esforços para atender a maior demanda do segundo acabam sendo recompensados por um componente importante: a margem com que os preços são negociados. *"O aftermarket historicamente tem uma margem melhor em relação ao OEM, bem como o número maior de itens e volumes idem"*, apontou o diretor da Sabó.

OUTUBRO Rosa



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

Acesse
o nosso
site:



Conheça nossas redes sociais:

@gruporealdistribuidor Grupo Real

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





Gustavo Souza conta que portfólio mais enxuto para as montadoras difere bastante das demandas do aftermarket

Mudança de configuração liga sinal de alerta, mas indústria se diz preparada

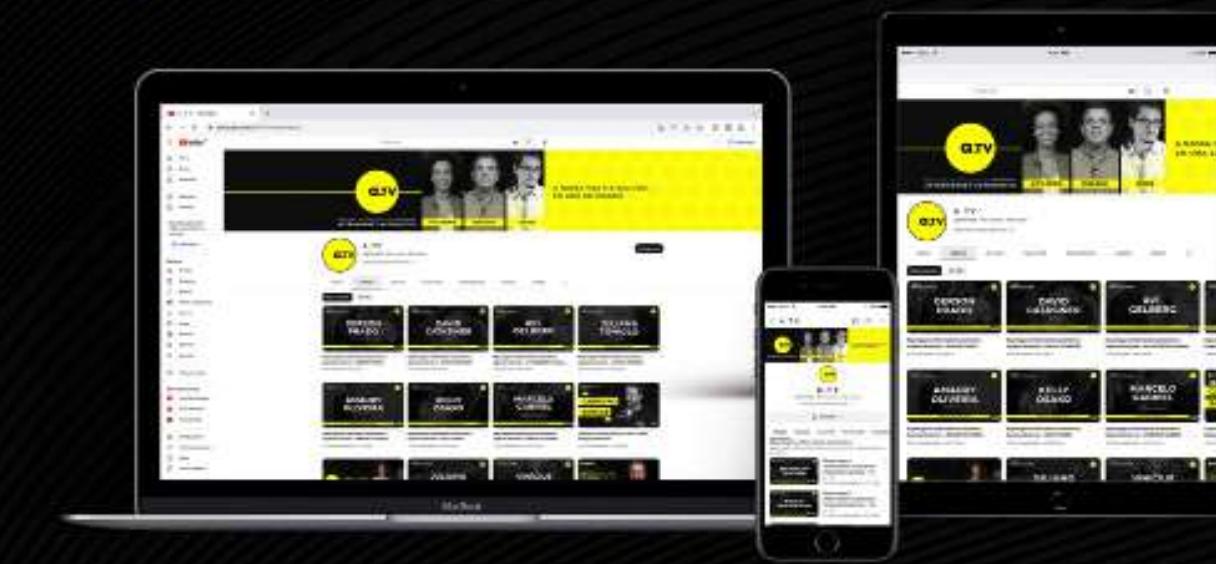
Quando vista apenas pelos números 'gerais', as mudanças do 'marketshare' de reposição e OEM no faturamento das indústrias de autopeças podem ser interpretadas como 'resultado natural' da diminuição das vendas dos veículos 0km. Acontece, porém, que o detalhamento dos dados de faturamento mostra que aftermarket e montadoras estão em meio a curvas agudas de uma trajetória inversamente proporcional. Nos atendo, de novo, ao período de um ano que compreende os meses de julho de 2022 e 2023, percebemos não apenas uma queda do faturamento nominal na casa dos 1,98% das OEM, mas também aumento expressivo do faturamento nominal da reposição (20,84%). Em resumo, portanto, o que a fotografia do cenário atual revela é que os fabricantes de autopeças não apenas têm de absorver a diminuição das vendas para as montadoras como também se preparam para atender uma demanda acima do que estavam acostumadas no âmbito do aftermarket. A depender da indústria, este cenário – sobretudo se seguir se acentuando nos próximos anos – pode exigir uma mudança de configuração do processo de produção. Afinal, embora os produtos sejam os mesmos, podem existir diferenças organizacionais e de ajustes que separam a produção direcionada à reposição daquela voltada ao mercado de carros 0km.

Gustavo Souza, da Arreb, explicou como essas diferenças se dão em sua empresa e a complexidade acarretada por essas particularidades "Geralmente o fluxo industrial de peças para a produção dos nossos clientes é serial, ou seja, um processo estável com uma quantidade reduzida de referências e também de setups de máquinas, o que é benéfico no ambiente industrial. Migrar o volume ou compensar este volume com reposição geralmente significa aumentar a complexidade industrial indo no caminho inverso. Realizar esta 'compensação' pode não ser simples ou mesmo factível, dependendo do segmento de atuação, linha de produto e portfólio das empresas", detalhou o executivo. Ainda sobre o tema, quando questionado sobre os impactos resultantes de um cenário em que ocorresse uma reconfiguração da participação de aftermarket e OEMs no âmbito da demanda, Souza apontou que o chão de fábrica seria afetado de diversas formas, se fazendo necessária a redefinição do plano de produção, compra de insumos, processos, ferramentas e embalagens. "Podemos dizer que, apesar de serem as mesmas peças, somente o fato de mudar o mercado consumidor já altera completamente o planejamento fabril e todo o planejamento da empresa", finalizou, comemorando que, atualmente, a Arreb está organizada para realizar este balanceamento sem alterações drásticas. "Temos sido eficientes no uso deste mecanismo a nosso favor".

o canal do aftermarket automotivo



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



mais de **1 milhão** de visualizações

de 1 de setembro de 2022 a 1 de setembro de 2023

DADOS DOS ÚLTIMOS 90 DIAS

124,3 mil
visualizações

6,2 mil
horas de exibição

112,9 mil
spectadores únicos

109,9 mil
impressões



Na ZF, oscilações dos segmentos não mexem na produção

Considerando mesma questão – eventual impacto nos processos produtivos com as oscilações dos segmentos a serem atendidos –, a ZF informou, por meio da Gerente de Comunicação, Fernanda Giacon, que nem a perspectiva de um volume de produção de veículos limitado por parte das montadoras que atuam no Brasil e nem as projeções favoráveis dos carros usados para os próximos meses faz a empresa considerar qualquer movimen-

to em termos de readequação de sua linha de produção. “A ZF Aftermarket é uma empresa líder, com um portfólio de produtos completo em freios, direção, suspensão, embreagens, transmissões, eixos. Temos 7 plantas no Brasil e mais de 160 no mundo que suportam nossas demandas. Temos planejamentos de investimentos de longo prazo, baseados em estudos estratégicos de comportamento de mercado. Não tomamos decisões diante de circunstâncias econômicas pontuais”, sentenciou Giacon.



Produção de autopeças para montadoras deve seguir curva de declínio

O ano de 2023 começou com um clima de relativo otimismo por parte das montadoras e de entidades como Anfavea e Sindipeças. Passados 10 meses do reveillon, no entanto, o otimismo se transformou na decepção exposta em seguidas revisões de projeções divulgadas no início deste mês de outubro. Depois de apostar que teríamos, neste ano, uma produção de automóveis 2,2% superior àquela registrada em 2022, o novo prognóstico da Anfavea passou a ser o de que o calendário atual será de ‘mercado flat’. Isto é, de desempenho idêntico ao de 2022. Ainda mais decepcionado com a forma como o ano tem se desenvolvido para o mercado dos carros 0km e, por conseguinte, para as demandas advindas das montadoras, o

Sindipeças passou a projetar queda de até 1,2% na produção de veículos na comparação com 2022, para 2 milhões 341 mil unidades, uma revisão, para baixo, da previsão inicial, de janeiro, que indicava 2 milhões 370 mil veículos produzidos no ano, volume estável com relação ao ano passado. Ao comentar o cenário, Fernanda Giacon, da ZF, reforçou a necessidade de a empresa apostar na intensificação do trabalho destinado a outros canais receptores de seus produtos. “O volume de produção é um dos principais indicadores que temos e, naturalmente, influencia em nosso dia a dia. Por isso é importante nossa atuação no aftermarket e na exportação para balancear nossa produção”, comentou a gerente de comunicação.

TEM NOVIDADES NA MOTORS IMPORTS!



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

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

Canhadores do Prêmio Maiores e Melhores 2021

www.motorsimports.com.br



Imagens meramente ilustrativas

MAIOR
DISTRIBUIDOR
DE AUTOPEÇAS
PARA VEÍCULOS
IMPORTADOS



PALAVRAS CRUZADAS DA ROLES! AQUI VOCÊ ENCONTRA:



Acesse o site

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

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



[11] 3155-7540 Roles Autopeças roles.com.br

JUNTOS FAZEMOS MELHOR

ROLES
AUTOPEÇAS



Seminário da Reposição celebra potencial do mercado brasileiro

Edição 2023 abriu espaço para temas do aftermarket automotivo com painéis compostos por formadores de opinião do próprio setor

O Seminário da Reposição Automotiva voltou suas atenções, na edição 2023, para temas relacionados ao próprio dia a dia do mercado brasileiro. O evento foi realizado na tarde de 10 de outubro na sede da FIESP, a Federação das Indústrias do Estados de São Paulo. Em anos anteriores, a prioridade tinha sido trazer exemplos de boas práticas ou ações inovadoras de outros mercados para oferecer referências positivas ao setor automotivo. As discussões da pauta da reposição independente se deram especialmente – mas, não exclusivamente – por meio de três painéis de debates: “Painel da indústria: as vantagens competitivas da reposição brasileira e seus principais desafios”, “Painel da distribuição:

frente às novas tecnologias, quais oportunidades e desafios para a distribuição” e “Painel do varejo: novo perfil do consumidor – quais os desafios para construir uma ótima experiência com o cliente (CX)?”. Todos os encontros foram mediados pelo jornalista Adalberto Piotto. O evento é organizado anualmente pelo Grupo Photon e tem o apoio institucional das principais entidades do aftermarket automotivo brasileiro: Andap, Asdap, Sicap, Sincopeças Brasil, Sindipeças e Sindirepa.

Nesta edição, o NovoVarejo inicia a cobertura do Seminário da Reposição Automotiva 2023. Na próxima, encerraremos o assunto com destaque para os três painéis de debates.



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

23 DE NOVEMBRO, ÁS 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



















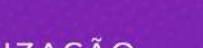






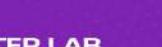







REALIZAÇÃO

Nhm  AFTER.LAB 

DIVULGAÇÃO

NovoVarejo  a.tv 

CAUTELA

A programação foi aberta por uma apresentação muito bem avaliada do deputado estadual paulista Tomé Abduch. Sob o tema “Perspectivas Econômicas 2024”, o político contou, inicialmente, sua história de empreendedorismo, que começou muito cedo com pequenas obras de reformas em imóveis. Aos 23 anos, ele já tinha 100 colaboradores e hoje é dono de uma das maiores empresas de obras corporativas do Brasil, além de uma loja que comercializa automóveis Porsche. Essa trajetória fez com que Abduch percebesse a importância dos empreendedores para o país, assim como as dificuldades que eles enfrentam, entre elas gestão tributária e obtenção de crédito. Atingindo a um convite do então futuro governador de São Paulo, Tarcísio de Freitas, e disposto a fazer algo a mais pelo país, se candidatou a deputado estadual em 2022 e foi eleito com 221 mil votos. “O momento do Brasil hoje é muito delicado. Apesar de uma previsão de crescimento de 3% este ano, o que é muito significativo, é importante ressaltar que, destes, 2% são do agronegócio, resultado das plantações do ano passado. Importante também ressaltar que nos últimos anos nós tivemos um equilíbrio fiscal muito significativo. Desde o governo Temer passamos a trabalhar com teto de gastos. E isso acabou acontecendo ao longo do governo passado, o que trouxe certa segurança das contas públicas. No momento em que assume o novo governo, a gente tem as contas públicas novamente todas totalmente desequilibradas. E aí vou dar um dado: nos governos lá atrás, do PT, algo na casa de 8% acima da inflação eram os gastos públicos. Praticamente nós zeramos ao longo dos últimos governos. A previsão deste ano é na casa de 8% e já estamos 5% acima da inflação. Para o ano que vem, podemos ter mais 8% acima dos 8% deste ano por conta da aprovação que, deve acontecer, do pagamento dos precatórios. Aí eu pergunto: como a gente consegue trabalhar com tranquilidade num país que gasta mais do que arrecada?”, questionou o deputado. Independentemente da qualidade dos dados apresentados, a bem do bom jornalismo é preciso dizer que o deputado é filiado ao Republicanos, partido que compôs a chapa derrotada nas eleições presidenciais de 2022 e, portanto, na grande maioria representa oposição ao partido do presidente da República eleito, ainda que hoje conte com um ministério na atual gestão. Apesar das advertências, Tomé Abduch disse ver com certo otimismo o crescimento do país. “O mercado em que os senhores atuam entendem que será próspero para os próximos anos; mas, ao mesmo tempo, a gente não sabe o que vai vir lá na frente. Pode ser que a gente cresça, pode ser que aconteça alguma coisa, temos que levar em consideração também que há duas guerras acontecendo – por enquanto não percebemos nada significativo em relação ao Brasil. O Brasil pode ser visto como um local para um bom investimento. Mas os Estados Unidos voltaram a crescer e, com o crescimento do consumo lá, as taxas de juros têm previsão de se manter um pouco mais altas. Então, o Brasil deixa de ser aquele país para se colocar o dinheiro, uma vez que há taxas significativas em outros mercados mais seguros. Hoje não é momento de alavancar a empresa. Nós temos grandes varejistas que não vão sobreviver nos próximos anos”.

O deputado paulista levantou dúvidas sobre a possível trajetória de queda da taxa Selic para os próximos meses e exaltou a política austera do Banco Central. “Eu pergunto: como vamos reduzir a Selic sem equilíbrio fiscal? É por isso que dou valor para quem está no Banco Central. Porque não dá para baixar a taxa de juros na canetada. Mesmo quem não é economista entende que, quando você baixa a taxa de juros na canetada, acaba causando inflação e desvalorização da moeda. Então, nosso momento é de muita precaução. Minha sugestão aos senhores: mesmo estando num mercado promissor, mesmo sabendo que nos anos pela frente podemos ter até um vento a favor, tenham cuidado nesse momento que o país passa, mas não percam o otimismo. O Brasil é muito forte, tem empreendedorismo, tem pessoas de bem, que acordam, que têm princípios e valores, a nossa nação é formada por pessoas assim”. Ao final de sua apresentação e incentivado pelos participantes, o deputado Tomé Abduch se comprometeu a abraçar e lutar pelas causas importantes do mercado de reposição como, em especial, a inspeção veicular.



Deputado Tomé Abduch advertiu para alguns desafios que a economia impõem hoje aos gestores das empresas

SEMINÁRIO DA REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA

PATROCINADORES 2023

MASTER EXCLUSIVE

MASTER

Transição Energética

- Por razões de escala, há sinais de desinteresse em produzir plataformas do Ciclo Otto e Diesel na Europa e na China no futuro.
- Consequência: movimento de concentração da produção de motores em outros mercados.
- Candidatos naturais: China, Brasil e Índia. Provavelmente até 2050 só deverão restar esses três mercados com fabricação de motores a combustão, lembrando que a China está completamente focada nos veículos elétricos.
- No Brasil, os veículos elétricos enfrentam desafios: i) escala de produção; ii) preço dos veículos vis à vis renda das famílias; iii) infraestrutura para recarga; e iv) qualificação da mão de obra.
- O setor necessita da definição de políticas públicas que apontem para os rumos da sustentabilidade veicular no País.

BRASIL TEM COMPETITIVIDADE PARA UTILIZAÇÃO DE VEÍCULOS A COMBUSTÃO, UTILIZANDO COMBUSTÍVEIS DE MENOR PEGADA DE CARBONO.

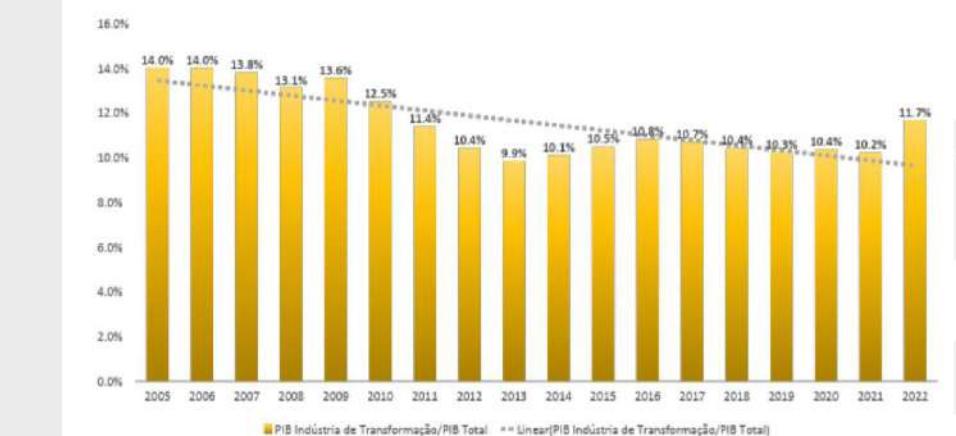
Claudio Sahad, presidente do Sindipeças, mostrou as perspectivas favoráveis trazidas pela transição energética

Matriz energética diversificada é grande oportunidade para o Brasil

Em sua apresentação no Seminário da Reposição Automotiva, o presidente do Sindipeças, Claudio Sahad, ratificou logo de início a advertência feita pelo palestrante que o antecedeu, o deputado estadual Tomé Abduch. “Estamos passando por um momento de dificuldades, sim. Mas o Brasil tem muitas oportunidades, principalmente no setor automotivo. E essas oportunidades estão extremamente ligadas à diversidade da nossa matriz energética. O país tem hoje a matriz energética mais diversa do planeta, temos todos os modais de produção de energia limpa; se

soubermos explorar isso, nossa indústria de transformação vai dar um salto de qualidade. Vamos ter um novo protagonismo no mundo. Para isso, precisamos de união, da indústria participando da formação de políticas industriais para podermos ter um projeto que não seja de governo, mas de estado, e que possa nos levar a esse outro patamar”. O presidente do Sindipeças apresentou dados ricos sobre o cenário e as perspectivas do setor automotivo brasileiro, que você acompanha nas imagens a seguir, acompanhadas pelas considerações feitas por Claudio Sahad.

Desindustrialização e potencialidades para neo-industrialização



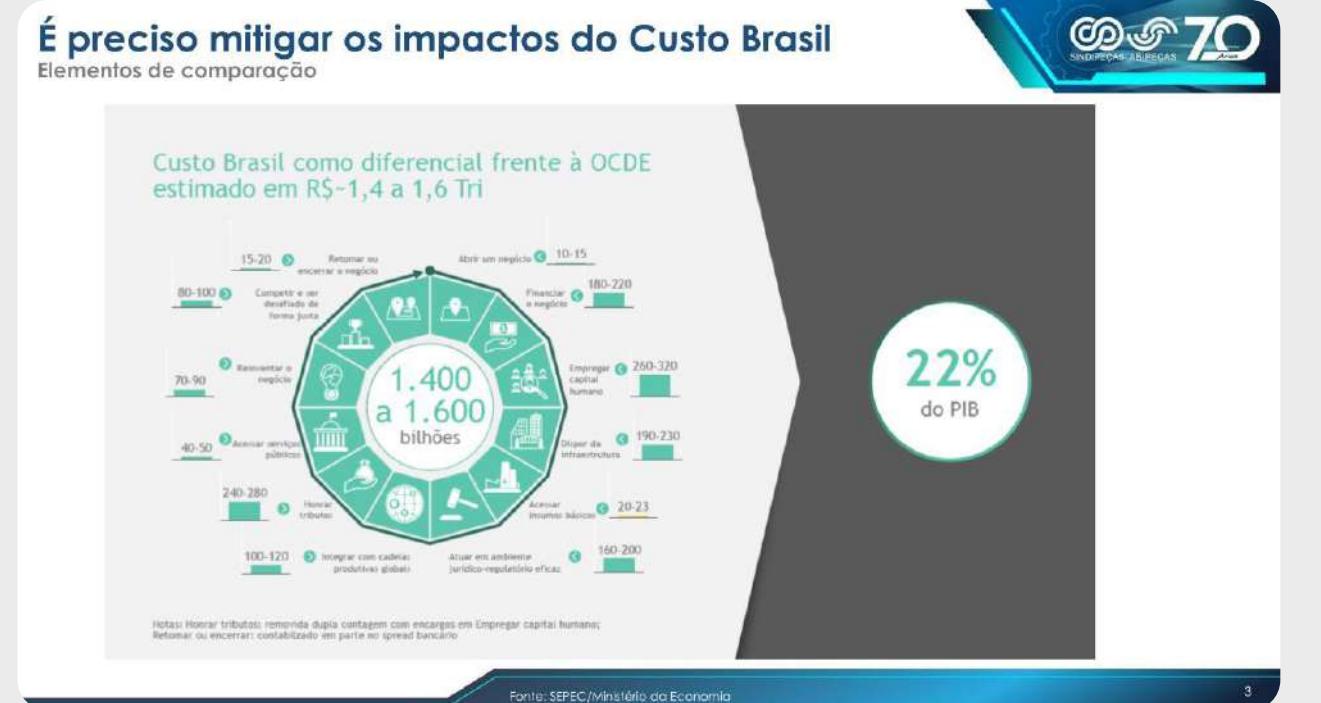
- Representatividade da indústria de transformação é decrescente:
- 36% em 1985
 - 14,0% em 2005
 - 11,7% em 2022



Colapso da produtividade e da competitividade da indústria fomenta esse fenômeno.

“Nos últimos anos, a indústria enfrentou o problema da perda de importância no PIB. Em 1985, respondíamos por 36%; em 2005, 14%; e acabamos chegado, em 2022, a 11,7% do PIB. Tivemos uma queda muito significativa na importância da participação industrial, e isso ocorreu

por conta da perda de competitividade da nossa indústria. Conquanto as pessoas façam sua lição de casa e são competitivas do portão para dentro, do portão para fora a gente perde competitividade por uma série de entraves que existem no caminho e tornam nosso produto mais caro”.



"O principal problema é o que nós chamamos de *Custo Brasil*, que na verdade é uma salada de problemas e entraves de toda ordem e que hoje representa 22% do PIB. Ou seja,

nós somos um país onde temos que competir com as empresas de fora carregando uma bola de ferro amarrada na perna. É assim que nós entramos na raia para fazer a corrida".

Iniciativas necessárias para o aumento da competitividade

- Da porta da fábrica para dentro:**
1. Melhoria contínua dos processos; *lean manufacturing* para eliminação de desperdícios;
 2. Capacitação e treinamento dos colaboradores;
 3. Modernização tecnológica (PD&I): Indústria 4.0, digitalização, IoT, Big Data, desenvolvimento de softwares etc.;
 4. Qualificação para atingir mercados no exterior.
- Da porta da fábrica para fora:**
1. Reformas estruturais;
 2. Redução do Custo Brasil;
 3. Segurança jurídica e patrimonial;
 4. Desburocratização;
 5. Linhas de financiamento em condições adequadas;
 6. Infraestrutura logística integrada e eficiente.

5

"Da porta para dentro somos competitivos, estamos fazendo a lição de casa. Mas, da porta para fora, temos problemas. Precisamos demais de reformas estruturais como a tributária, que é a mais importante. Temos problemas de segurança jurídica e patrimonial, nossos concorrentes lá fora nem sabem o que é ter um vigia armado na fábrica 24 horas por dia. E o custo de compliance fiscal

e tributário, que faz com que você tenha contingentes de pessoas dentro da empresa simplesmente para cumprir obrigações acessórias. Nossos concorrentes lá fora não têm isso. A dificuldade que temos, ainda, para obter financiamento com taxas de juros adequadas, a nossa infraestrutura logística que é muito deficiente e cara. Tudo isso precisa ser melhorado para sermos mais competitivos".

Desafios estruturais em prol da competitividade

- O movimento disruptivo, que atinge toda a cadeia automotiva – das multinacionais às empresas de pequeno porte –, nos traz desafios crescentes.
- Alguns desses desafios estão expressos nos temas:
 - ✓ Indústria 4.0;
 - ✓ Descarbonização;
 - ✓ Veículos elétricos e outras formas de mobilidade sustentável;
 - ✓ Desenvolvimento de novos combustíveis;
 - ✓ Novos modelos de negócios;
 - ✓ Diversidade e flexibilidade nas empresas; e
 - ✓ Integração competitiva às cadeias globais.



Oportunidades

- A desorganização das cadeias de fornecimento global, decorrente da pandemia e do conflito no Leste Europeu, trouxe oportunidades para as empresas estabelecidas no País (*nearshoring*).
- Para aproveitá-las, as empresas brasileiras precisam estar inseridas em um ambiente de negócios amigável e gozar de condições saudáveis para competir com a concorrência internacional. As reformas estruturais e a redução do Custo Brasil tem um papel decisivo na melhoria do nosso ambiente de negócios.

"Temos vários desafios estruturais, precisamos atender a uma série de temas no nosso dia a dia, como indústria 4.0, descarbonização, formas de mobilidade sustentável, novos combustíveis, novos modelos de negócios. Mas também temos oportunidades: hoje se fala em parques industriais verdes e a indústria está voltando às origens. No início dos tempos a indústria dependia do rio, da água para mover seus equipamentos, então ela ficava ao

lado do rio. Com o advento do motor a vapor, da energia elétrica, do petróleo, foi se afastando e, agora, vemos uma tendência daquelas empresas que são intensivas em energia voltarem para perto da produção, porque a energia limpa é barata de produzir, mas cara de transportar. E o Brasil, por conta dessa matriz energética, começa a virar um polo atrativo para indústrias do mundo inteiro por causa da energia verde e barata que produz".

Em um contexto de descarbonização, diversas rotas tecnológicas competem por espaço a médio-longo prazo

		Não Exauritivo
	Combustíveis Fósseis	<ul style="list-style-type: none"> - Gasolina - Diesel - Gás Natural Comprimido (CNG) - Gás Natural Liquefeito (LNG)
	Biocombustíveis	<ul style="list-style-type: none"> - Bioetanol - Biodiesel - Diesel Renovável/Verde (HVO) - Biogás/Biotetano
	Eletrificados (xEV)	<ul style="list-style-type: none"> - MHEV (Mild hybrid, 48V) - HEV (Hybrid) - PHEV (Plug-in hybrid) - BEV (Pure battery)
	Célula a Comb.	<ul style="list-style-type: none"> - Célula de combustível - Célula de combustível com etanol

Nota: Existem diversas outras fontes de energia sendo pesquisadas/desenvolvidas globalmente (ex: Combustíveis sintéticos, SOFC, DMFC, etc.). Lista contém algumas das tecnologias/fontes de energia mais utilizadas ou em discussão: 1. Por conta de glicerinas, não pode substituir completamente diesel fóssil (atualmente ~10% do diesel); 2. Moléculas iguais ao óleo diesel mineral; 3. Decomposição biológica da matéria orgânica na ausência de oxigênio.



"Temos hoje uma série de rotas tecnológicas e soluções para descarbonização. A posição do SindiPeças é neutra. Entendemos que as diferentes tecnologias pró-descarbonização vão coexistir no mundo e uma ou outra vai prevalecer em cada região, conforme as suas peculiaridades. O Brasil, que é um

país privilegiado pela matriz energética, pode ter todas elas. E já estamos vendo isso acontecer. Vamos ter todas, com aplicações diferentes, o que é muito bom porque nos mantêm inseridos nas cadeias globais de valores, nós podemos fornecer para todo mundo e dar essa opção para os consumidores".

Transição Energética



- Por razões de escala, há sinais do desinteresse em produzir plataformas do Ciclo Otto e Diesel na Europa e na China no futuro.
- Consequência:** movimento de concentração da produção de motores em outros mercados.
- Candidatos naturais: **China, Brasil e Índia. Provavelmente até 2050 só deverão restar esses três mercados com fabricação de motores a combustão, lembrando que a China está completamente focada nos veículos elétricos.**
- No Brasil, os veículos elétricos enfrentam desafios: i) escala de produção; ii) preço dos veículos vis a vis renda das famílias; iii) infraestrutura para recarga; e iv) qualificação da mão de obra.
- O setor necessita da definição de políticas públicas que apontem para os rumos da sustentabilidade veicular no País.

BRASIL TEM COMPETITIVIDADE PARA UTILIZAÇÃO DE VEÍCULOS A COMBUSTÃO, UTILIZANDO COMBUSTÍVEIS DE MENOR PEGADA DE CARBONO.

Elaborado Sindipeças

10

“Não existe mais interesse em construir motores a combustão nos Estados Unidos, na União Europeia e na China. Mas a gente começa a ver que o motor a combustão ainda tem uma vida muito longa no planeta. Temos uma frota mundial de 1,5 bilhão de veículos. Produzimos 85 milhões por ano. Se nós partíssemos da premissa de que 100% desses veículos fossem elétricos, levaríamos mais ou menos 20 anos para substituir essa frota. Como a gente sabe que cerca de apenas 30% são elétricos, vamos levar 50 anos para essa substituição. Além disso, naqueles países em que a população tem baixo poder aquisitivo, o car-

ro elétrico ainda não é prioridade, vai ser um nicho de mercado, por exemplo no Brasil. Aqui em 2030 não vamos ter mais do que 7% ou 8% da nossa frota elétrica. Isso não vai resolver o problema da descarbonização, então precisamos encontrar soluções paralelas. O Brasil está trabalhando muito forte em outras tecnologias utilizando etanol e temos uma grande oportunidade em liderar essas tecnologias no mundo. Temos competitividade com veículos a combustão com combustíveis de menor pegada de carbono. O inimigo não é a combustão, é o CO₂. É preciso entender isso e valorizar aquilo que temos aqui dentro”.

Brasil tem potencial para ser importante hub de motores a combustão



- Eletrificação pura** não será a **opção** para todas as geografias/países. Cada localidade implementará as tecnologias que sejam mais adequadas às suas características.
- Brasil, Índia, localidades do sudeste/sul da Ásia, Oriente Médio, África e países da América Latina** vão utilizar motores a combustão por mais tempo. São potenciais clientes para nossas exportações.



- BRASIL ESTÁ BEM POSICIONADO PARA ATENDER ESSES MERCADOS, COM CAPACIDADE PARA AMPLIAR AS SUAS EXPORTAÇÕES DE VEÍCULOS FLEX OU HÍBRIDOS A ETANOL.**
- O legado dos motores a combustão**, acompanhado dos avanços que a mobilidade sustentável trará – passando pela geração do hidrogênio verde – é um forte vetor para induzir a **reindustrialização** do País.

Elaborado Sindipeças

12

“Se o motor a combustão não vai ser mais produzido nem nos Estados Unidos e nem na Comunidade Europeia, alguém vai ter que produzir para o mundo. Aí surge a oportunidade para o Brasil. Nós estamos desenvolvendo tecnologias pró-descarbonização mas, em paralelo, surge essa oportunidade de o Brasil se tornar

um centro mundial de produção e exportação de motores e veículos a combustão. Temos a convicção de que Brasil, Índia, localidades da Ásia, Oriente Médio, África e países da América Latina vão continuar utilizando o motor a combustão por muito tempo e esses povos são potenciais clientes das nossas exportações”.

Estudo McKinsey: perspectiva de crescimento para o aftermarket no Brasil



De acordo com a McKinsey & Company, que contou com o suporte do Sindipeças, o **mercado de reposição no Brasil** (considerando-se indústria – distribuição – varejo de peças e serviços) totalizou **US\$ 13,0 bilhões em 2022**. Para **2030**, a projeção é de que o atinja **US\$ 18,0 bilhões e US\$ 25,0 bilhões em 2040**.

Categorias	2022	2030	2040	Crescimento médio anual (CAGR - %)	
	(US\$ billions)	(US\$ billions)	(US\$ billions)	2022-2030	2030-2040
Chassis	3,4	4,7	6,3	3,9%	2,9%
Fluidos/Lubrificantes	1,5	2,0	2,2	3,1%	1,0%
Powertrain - partes e peças de motores a combustão	1,2	1,4	1,4	2,7%	0,1%
Powertrain - partes e peças de motores elétricos	0,0	0,1	0,3	58,5%	16,0%
Térmica	1,2	1,6	1,9	3,6%	1,9%

Fonte: McKinsey & Company – Global Aftermarket Model

19

“É o momento de a indústria se unir e levar para os governos municipais, estaduais e federal as nossas pautas, para que possamos construir juntas políticas industriais que possam aproveitar as oportunidades da nossa matriz energética e, em segundo lugar, dar esse salto de qualidade na nossa indústria de transformação. Esse momento, para o mercado de reposição, também é muito propício porque hoje a produção, tanto de leves quanto de

pesados, está menor, porque os caminhões têm o problema do Euro 6, os leves têm o problema dos financiamentos, e as pessoas estão deixando de comprar os novos e indo para os seminovos, o que está movimentando o mercado de reposição. Dentro dessa oportunidade de o Brasil se tornar um hub e fornecer para o mundo, o mercado de reposição vem junto, porque vamos vender motores e caminhões, mas depois as autopeças vêm junto.

O MAIOR ACERVO DE INFORMAÇÃO DO SEGMENTO EMPRESARIAL DA REPARAÇÃO



WWW.MAISETAUTOMOTIVE.COM.BR

YouTube LinkedIn Facebook Instagram

Mercado brasileiro precisa e merece ser valorizado

No Brasil, o mercado de reposição automotiva movimenta próximo de 100 bilhões de reais para a economia, sendo 30% em autopeças e 70% em mão de obra, gerando 1 milhão de empregos para atendimento a mais de 78 milhões de motoristas habilitados. Este foi o ponto de partida para a apresentação de Rodrigo Carneiro, presidente da Andap, a Associação Nacional dos Distribuidores de Autopeças. A proposta era abordar a Aliança do Aftermarket, iniciativa surgida para atuar na defesa do setor e estabelecer uma posição clara e eficaz pelo direito de reparar. No entanto, impulsionado pelo momento do encontro, o executivo preferiu quebrar o protocolo e falar de improviso. “Eu ainda me emociono ao ver um novo talento político como o deputado que esteve aqui conosco dizendo de forma tão simples e clara qual é, ou deveria ser, o papel de um político. Fico muito sensível ao ir a uma escola técnica média do segmento automotivo, com crianças desafortunadamente à margem econômica, mas recebendo café da manhã, ensino fundamental de primeiríssima qualidade, ensino técnico de primeiríssima qualidade, laboratório de inglês, laboratório de arte, de música, matemática, física, num país chamado Brasil. Isso faz com que ao longo do tempo você se deixe envolver por todos esses temas”. Após destacar a excelente interlocução que o mercado de reposição tem tido atualmente com o Sindipeças, Rodrigo Carneiro abriu mão da apresentação programada para falar sobre as razões de a Aliança do Aftermarket ter sido criada. “Não sabemos valorizar nosso segmento, que é líder inovador em tecnologia no mundo. Há três meses, num evento importante em Brasília – que reunia ministros de estado, secretários de estado, deputados federais, senadores e outros – alguém falou em importar veículos elétricos sem tributação. Isso não faz o menor sentido, o Brasil pode ser um dos maiores centros de competência de produção de motores a combustão de baixa emissão – porque o problema não é a produção de motores a combustão, é a emissão de poluentes. E o Brasil tem tecnologia para evitar isso e contribuir com o mundo. No ano passado, não fomos nós que descobrimos que o Brasil tem o quarto mercado de reposição no mundo e foi preciso uma instituição norte-americana fazer esse levantamento para mostrar isso para todos nós. Então, um dia chamei alguém para conversar sobre minhas angústias e inquietudes com algumas coisas do segmento. Havia mais gente pensando assim e concluímos que era preciso reunir o aftermarket e mostrar para o mundo que entendemos a responsabilidade de sermos o quarto maior mercado do planeta, que entendemos a responsabilidade de sermos desenvolvedores de tecnologia no segmento automotivo, que temos competência para produzir isso”. Rodrigo Carneiro também chamou atenção para as dificul-



Leia na próxima edição a segunda parte da cobertura do Seminário da Reposição Automotiva 2023

dades para empreender e gerir as empresas no Brasil, mas, mesmo diante delas, as empresas ainda estão atuantes. “O mercado de reposição tem mais de 60 mil pontos de venda de varejo. Mais de 90 mil aplicadores, onde vocês veem isso? E todo dia tem gente empreendendo e inovando neste segmento. E quando se fala em novas tecnologias, como o e-commerce, por exemplo, estaremos fazendo parte do desenvolvimento dessa tecnologia e não apenas acompanhando ou copiando. Às vezes eu não entendia por que tanto interesse externo pelo nosso mercado. É porque eles sabem e dão valor para aquilo que às vezes nós mesmos não damos. Temos orgulho de participar de um movimento global – agora em novembro teremos mais uma reunião em Las Vegas – para defender o Right to Repair. Essa não é uma defesa para aumentar nosso volume de negócios, é para defender o direito do consumidor, ele sim tem o direito de reparar um bem que é dele onde entender ser melhor. É claro que nós temos convicção que todos os reparadores, os varejistas e distribuidores de autopeças e a indústria estarão capacitados para um programa como esse. Porque nós já nos capacitamos para muito mais. Desenvolvemos tecnologia, por exemplo, de formação, e está aqui o IQA, que tem um trabalho maravilhoso e que talvez a gente não tenha dado até então a dimensão devida e o quanto a gente pode usar no desenvolvimento de funções e de inteligência e capacitação num instituto formado aqui no Brasil. Conseguimos desenvolver nossa própria certificação, tivemos capacidade de desenvolver o Instituto da Qualidade Automotiva. Isso é o mercado brasileiro”.

O MERCADO PEDE INFORMAÇÕES PRECISAS DADOS ATUALIZADOS ECONOMIA DE TEMPO EFICIÊNCIA NOS PROCESSOS

ENTÃO



PEÇA pela
PLACA

FACILITE A VIDA
DOS CLIENTES DA
SUA LOJA VIRTUAL
OU CATALOGO.

FRAGA
INTELIGÊNCIA AUTOMOTIVA
fraga.com.br
CONHEÇA MAIS NO NOSSO SITE



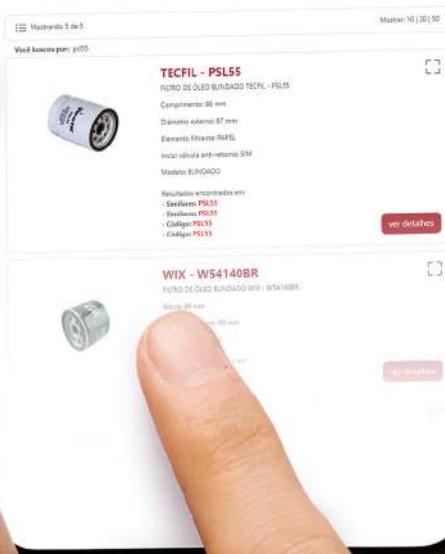
SEU CLIENTE DIGITA
A PLACA DO CARRO NA
PESQUISA DO SEU SITE

PLACA VEÍCULO CÓDIGO DA PEÇA BUSCA GERAL

Digite a Placa
ABC1234

LIMPAR Q. BUSCAR

E VÊ APENAS AS
PEÇAS COMPATÍVEIS



Com menos dias úteis, transações de usados têm queda em setembro

Apesar da retração, mercado segue 3,2% acima do resultado dos 9 primeiros meses de 2022

De acordo com a FENABRAVE – Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores, as transações de usados caíram 13,9% em setembro, na comparação com agosto. Em relação a setembro de 2022, a queda foi de 4,7%. No acumulado do ano, no entanto, houve evolução de 3,2%. “A diferença de dias úteis no mês (23, em agosto, contra 20,

em setembro) tem grande influência nesse resultado, já que os licenciamentos pelas autoridades de trânsito só são realizados em dias úteis. Até mesmo em relação ao mesmo mês de 2022, lembro que, no ano passado, setembro teve um dia útil a mais (21 no total), o que indica um mercado em estabilidade”, analisa Andreta Jr., Presidente da FENABRAVE.

Desempenho por segmento

As transações de automóveis e comerciais leves tiveram retração de 14% sobre agosto. Já no acumulado de janeiro a setembro, a alta foi de 3,9%.

Os modelos usados, com até 3 anos de fabricação, representaram 11,5% do total transacionado no mês. No ano, até agora, estes veículos acumulam participação de 9,9%. O mercado de caminhões segue negativo no acumulado do ano (-2%), após a queda registrada em setembro (-14,6%) sobre agosto. Os implementos rodoviários assim como acontece no mercado de novos, têm apresentado desempenho distinto do de caminhões, com alta de 9,3% em 2023. Mas,

em setembro, em função do menor número de dias úteis, o segmento teve queda de quase 11% sobre agosto. As transações de ônibus caíram 14,5% no mês e permanecem negativas no ano, com queda acumulada de 0,9% nos nove primeiros meses de 2023. Vale ressaltar que os ônibus zero km vivem melhor momento, apoiados por programas como o Caminho da Escola, além da renovação da frota de rodoviários voltados ao turismo. Já as vendas de motocicletas usadas estão positivas no acumulado (+1,2%), apesar da queda registrada sobre o mês de agosto (-13,5%), mais uma vez justificada pelos dias úteis a menos em setembro.

Desempenho de cada segmento, em volumes e percentuais

Segmentos	2023 Set (A)	2023 Ago (B)	2023 Acumulado (C)	2022 Set (D)	2022 Acumulado (E)	Variação (A)/(B)	(A)/(D)	(C)/(E)
	Set (A)	Ago (B)	Acumulado (C)	Set (D)	Acumulado (E)			
A) Autos	746.015	867.828	6.664.759	793.446	6.396.129	-14,04▼	-5,98▼	4,20▲
B) Com. Leves	129.298	150.150	1.151.407	139.789	1.129.134	-13,89▼	-7,50▼	1,97▲
A + B	875.313	1.017.978	7.816.166	933.235	7.525.263	-14,01▼	-6,21▼	3,87▲
C) Caminhões	27.569	32.281	253.679	30.406	258.890	-14,60▼	-9,33▼	-2,01▼
D) Ônibus	3.879	4.537	34.898	3.952	35.207	-14,50▼	-1,85▼	-0,88▼
C + D	31.448	36.818	288.577	34.358	294.097	-14,59▼	-6,47▼	-1,88▼
Subtotal	906.761	1.054.796	8.104.743	967.593	7.819.360	-14,03▼	-6,29▼	3,65▲
E) Motos	258.898	299.221	2.359.299	256.711	2.331.659	-13,48▼	0,85▲	1,19▲
F) Impl. Rod.	8.531	9.572	74.640	8.112	68.295	-10,88▼	5,17▲	9,29▲
Outros	7.999	9.202	73.001	8.328	67.345	-13,07▼	-3,95▼	8,40▲
Total	1.182.189	1.372.791	10.611.683	1.240.744	10.286.659	-13,88▼	-4,72▼	3,16▲

Veículos usados negociados por novos emplacados

Autos	Com. Leves	A+B	Caminhões	Ônibus	C+D	Subtotal	Motos	Impl. Rod	Outros	Total
5,1	3,1	4,7	3,3	2,2	3,1	4,6	1,9	1,1	0,7	3,4

IMPACTO AA[®]



1,3 milhão
de pessoas alcançadas
(últimos 90 dias)

audiência considera
o alcance direto no
portal e nas redes sociais

ACESSOS AO SITE (últimos 90 dias)

+ de **34 mil**
sessões iniciadas

29 mil
usuários

47 mil
visualizações de
páginas

aftermarket
automotivo

N N O a.tv



Instalada na planta da PHINIA, unidade tem 300 m² e capacidade de ministrar até 25 treinamentos por mês

Delphi inaugura o primeiro Centro de Treinamento LATAM em Piracicaba (SP)

A Delphi inaugurou o seu centro de treinamento presencial. Localizado na planta industrial da PHINIA, grupo detentor da marca, em Piracicaba (SP), a nova unidade oferecerá uma extensa variedade de cursos voltados para formação e qualificação de profissionais das mais diversas atividades ligadas à indústria automotiva. Essa é a primeira unidade de treinamento na América Latina, sendo possível realizar até 25 treinamentos por mês, para 12 alunos em cada sala. O local está estruturado para oferecer até quatro diferentes cursos simultâneos, divididos em salas independentes e equipadas como explica Amaury Oliveira, Vice-Presidente de Aftermarket da PHINIA para a América do Sul: *"Instalamos no centro de treinamento os principais equipamentos, dispositivos e instrumentos de última geração necessários para a realização de treinamentos e cursos destinados para a formação de profissionais do mercado automotivo. Entre eles estão motores diesel e flex fuel para simulação de falhas, quatro bancadas de teste diesel Hartridge, das linhas AVM, CRi-Pro e Sabre, sistema de escaneamento e diagnóstico Delphi DS-150E, além de todo o material necessário para a realização de manutenção automotiva".* Com área aproximada de 300 m², o novo centro de treinamento já inicia suas atividades oferecendo 13 diferentes cur-

sos, entre pagos e gratuitos: Técnico comercial com foco em diesel; Suspensão e direção; Ignição e injeção; Climatização linha leve; Técnico comercial com foco em IAM (aftermarket independente); Motores ciclo otto; Híbridos e elétricos; Bomba Mecânica; Reparação diesel Euro 6 (DAF e Volvo); Motores Diesel; Injeção eletrônica; Common rail; Unidades EUI. Para incentivar participação nos treinamentos, a Delphi oferece descontos para as oficinas credenciadas nos cursos pagos e todos os participantes recebem um certificado de conclusão emitido pela companhia. Entre as novidades para 2024, a empresa planeja a disponibilidade de cursos em formato on-line e híbrido, a parceria com demais entidades de formação profissional e a ampliação de temas para além da mecânica, com cursos "pocket", de curta duração sobre finanças, marketing, atendimento ao cliente, entre outros. *"O conhecimento é a chave para continuar desenvolvendo o aftermarket automotivo, de maneira com que mecânicos, técnicos, vendedores e demais profissionais do setor possam oferecer o reparo e a reposição corretos, de maneira assertiva para os clientes, acompanhando as inovações da indústria automotiva"*, finaliza Amaury Oliveira.



Oficinas independentes representam com enorme vantagem a principal escolha do público norte-americano para reparar seus veículos

Direito à reparação volta a ser assunto no Congresso dos Estados Unidos

A CAR Coalition, um grupo de estabelecimentos independentes de autopeças, empresas de gestão e reparação, associações e seguradoras comprometidas com a preservação do direito de escolha do consumidor e a reparação de veículos a preços acessíveis, elogiou os membros bipartidários do Subcomitê de Energia e Comércio da Câmara sobre Inovação, Dados e Comércio por incluir o REPAIR Act (HR 906) em audiência que teve como pauta melhorar a segurança e a transparência dos produtos para os americanos. A Lei REPAIR bipartidária, patrocinada pelo representante do membro do Subcomitê de Energia e Comércio da Câmara, o republicano Neal Dunn, permitiria aos consumidores opções de reparo ampliadas, garantindo que os proprietários do veículo pudessem acessar dados de reparo e ferramentas necessárias para reparar seus veículos. A Lei REPAIR – juntamente com a Lei SMART (HR 1707) – amplia as opções para os consumidores no mercado de reparos pós-venda. *"O impulso continua a crescer para a Lei REPAIR bipartidária"*, disse o diretor Executivo da CAR Coalition, Justin Rzepka. *"Os legisladores de ambos os lados do corredor entendem que, quando se trata de reparar seus veículos, os consumidores merecem e esperam escolhas. É por isso que a Lei REPAIR é tão crítica. O acesso aos dados dos veículos é essencial tanto para os proprietários quanto para as oficinas independentes que os atendem. Nós agradecemos os membros do subcomitê por chamarem a atenção para a Lei REPAIR. As Leis REPAIR e SMART são necessárias para proteger o acesso a reparos de automóveis e promover a liberdade de escolha".* O congressista Neal Dunn enfatizou durante a audiência que, quando os consumidores compram um carro, eles deveriam possuir aquele veículo, inclusive o direito de consertá-lo: *"Quando compro um produto, uma casa, uma moto, um avião, ele pertence a mim, quando os consumidores compram veículos, as opções para reparar ou fazer manutenção nesses veículos estão sendo cada vez mais restrinvidas. É inaceitável que os fabricantes de veículos excluam as oficinas independentes do acesso esses dados, especialmente os proprietários".*

- 94% querem escolher ONDE seu veículo será reparado;
- 93% querem escolher o estabelecimento para reparar seus veículos;
- 79% estão dispostos a compartilhar os dados de seus veículos com oficinas independentes;
- 75% apoiam a legislação que impede os fabricantes de automóveis de restringir o acesso dos consumidores a dados do veículo;
- 74% acreditam que os proprietários de veículos deveriam ter acesso aos dados de seus veículos;
- 63% levariam seu veículo a uma oficina independente.

Vendas no Varejo caem 1,6% em setembro, aponta o ICVA

As vendas no Varejo em setembro de 2023 caíram 1,6%, descontada a inflação, em comparação com o mesmo mês de 2022, aponta o Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA). É o terceiro mês seguido de queda. Em termos nominais, que espelham a receita de vendas observadas pelo varejista, o crescimento em setembro foi de 2,5%. Os três macrossetores (Bens Duráveis, Bens Não Duráveis e Serviços) registraram baixa ao mesmo tempo. Bens Duráveis e Semiduráveis caíu 1,7%, afetado principalmente pelo resultado de Materiais para Construção. A retração do faturamento de Bens Não Duráveis foi de 1,1%, influenciado pelo setor de Livrarias, Papelarias e afins. Já em Serviços, cujas vendas caíram 2,9%, o principal responsável foi o segmento de Bares e Restaurantes. *"Apesar da queda generalizada do Varejo, um destaque positivo foi o segmento de Supermercados e Hipermercados. Como houve deflação no setor de alimentos, a queda efetiva de preços praticados nas gôndolas, especialmente de carnes, estimulou o consumo das famílias"*, afirma Carlos Alves, vice-presidente de Produtos e Tecnologia da Cielo. *"Sem a performance de Supermercados e Hipermercados, o resultado do ICVA seria mais negativo."* Efeitos de calendário também contribuíram para que a retração do Varejo em setembro não fosse mais acentuada. O mês de setembro deste ano contou com um sábado a mais, dia de forte movimento no comércio, e uma quinta-feira a menos.

INFLAÇÃO

O Índice de Preços ao Consumidor Amplo 15 (IPCA-15), prévia do IPCA divulgada pelo IBGE, registrou alta de 0,35% para o mês de setembro. Segundo o instituto, o principal impacto de alta vem do aumento do preço da gasolina e de outros combustíveis. Ao ponderar o IPCA e o IPCA-15 pelos setores e pesos do ICVA, a inflação do varejo ampliado acumulada em 12 meses em setembro foi de 4,2%.

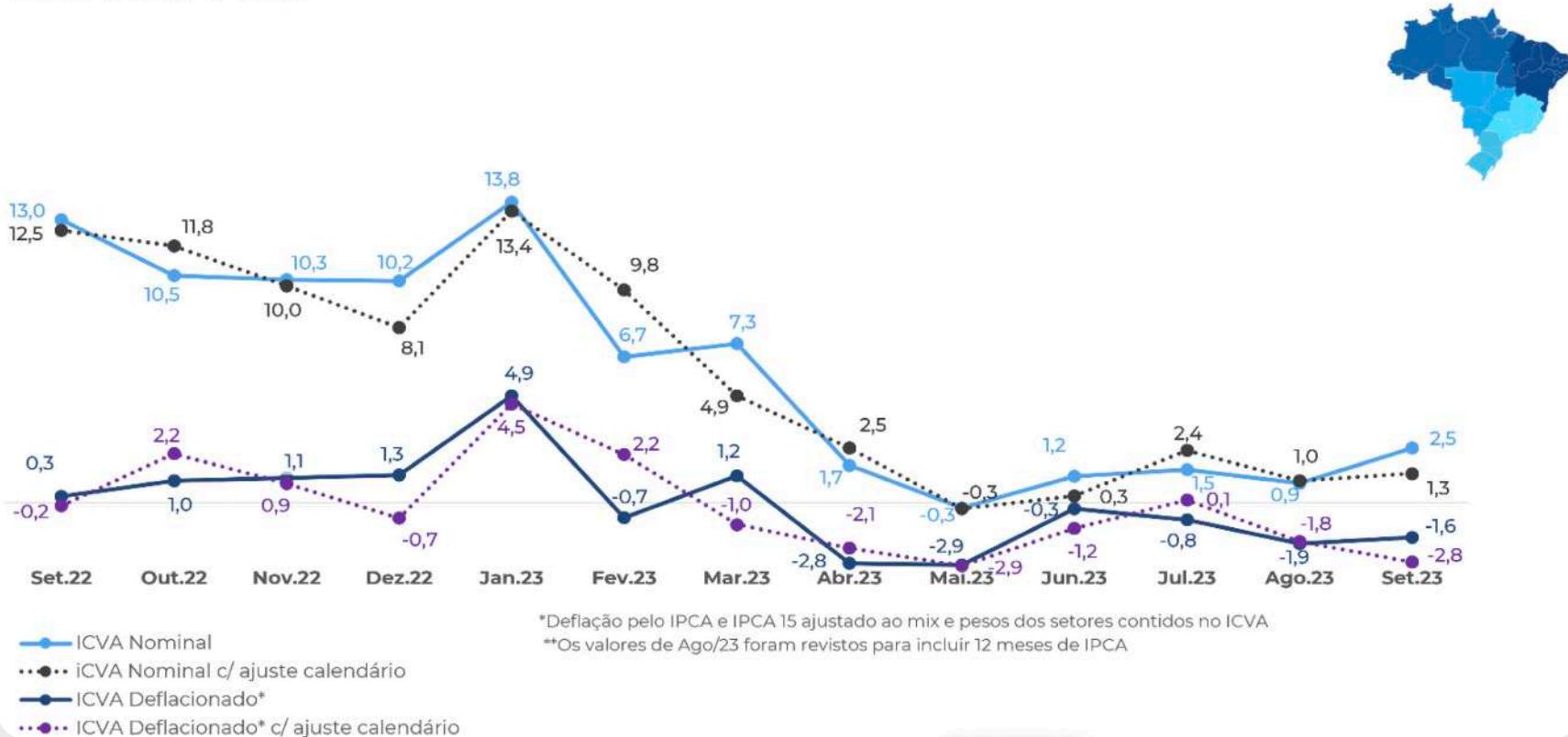
REGIÕES

De acordo com o ICVA deflacionado e com ajuste de calendário, os resultados de cada região em relação a junho de 2022 foram: Sudeste (-1,7%), Sul (-3,4%), Centro-Oeste (-3,7%), Norte (-4,1%) e Nordeste (-5,2%).

Pelo ICVA nominal – que não considera o desconto da inflação – e com ajuste de calendário, os resultados de cada região foram: Sudeste (+2,1%), Sul (+1,4%), Centro Oeste (+0,4%). Norte (+0,3%) e Nordeste (-1,2%). Vendas no terceiro trimestre de 2023 As vendas no 3º trimestre de 2023 caíram 1,5%, já descontada a inflação, em relação ao mesmo trimestre de 2022. Em termos nominais, o faturamento cresceu 1,6%.

Crescimento da Receita de Vendas no Brasil

Ano contra ano



Índice Cielo de Varejo Ampliado

Período analisado: 01/09/23 – 30/09/23

O varejo cresceu
2,5%
Em termos nominais em comparação com set/2022

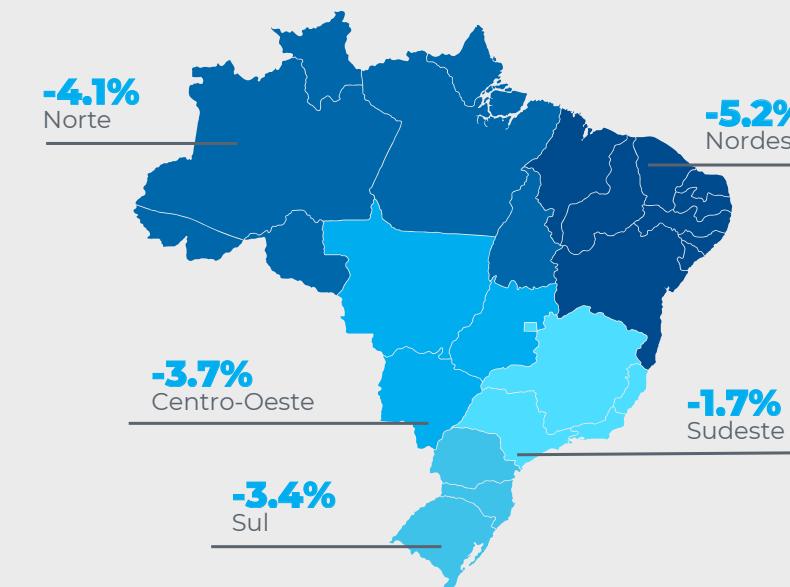
O varejo caiu
1,6%
Em termos deflacionados em comparação com set/2022

Macrossetores | Crescimento deflacionado na passagem anual:

Serviços	-2,9%	↑ Turismo e Transporte
Bens não duráveis	-1,1%	↓ Bares e Restaurantes
Bens duráveis	-1,7%	↑ Supermercados e Hipermercados
		↓ Livrarias, Papelarias e afins
		↑ Móveis, Eletro e Depto
		↓ Materiais para Construção

"Apesar da queda generalizada do Varejo, um destaque positivo foi o segmento de Supermercados e Hipermercados. Como houve deflação no setor de alimentos, a queda efetiva de preços praticados nas gôndolas, especialmente a de carnes, estimulou o consumo das famílias", afirma Carlos Alves, vice-presidente de Produtos e Tecnologia da Cielo. *"Sem a performance de Supermercados e Hipermercados, o resultado do ICVA seria mais negativo"*

Desempenho deflacionado do varejo por região com ajuste de calendário



2023

2022

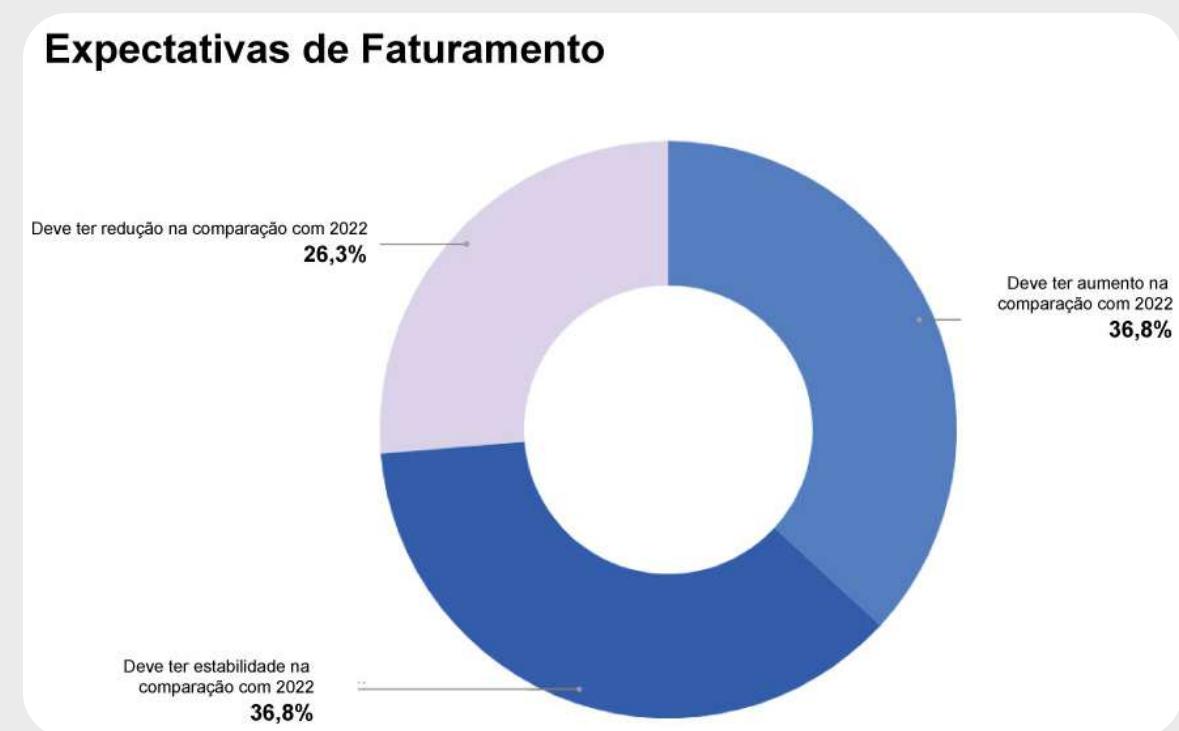
Mais de 70% dos micro e pequenos varejistas esperam aumentar ou manter faturamento em 2023

Pesquisa nacional da Zucchetti e Fecomércio/SC analisou as perspectivas de negócios do setor e como a tecnologia está sendo incorporada pelo varejo

O comércio brasileiro demonstra um clima de otimismo cauteloso para o segundo semestre de 2023. De acordo com pesquisa realizada pela multinacional italiana de softwares de gestão, Zucchetti,

em parceria com a Fecomércio Santa Catarina, 36,84% dos varejistas acreditam que devem ter aumento em relação ao ano anterior, e o mesmo percentual espera manter o faturamento de 2022.

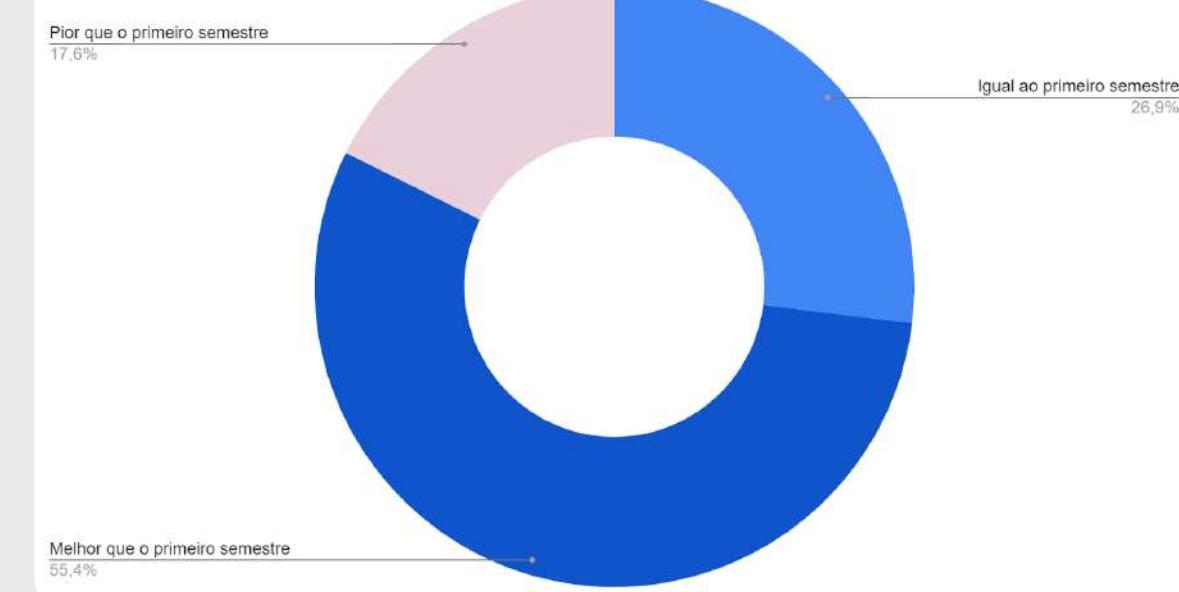
Expectativas de Faturamento



A pesquisa da Zucchetti e da Fecomércio/SC ouviu 323 varejistas de diversos estados do Brasil, com a maioria sendo microempresas e empresas de pequeno porte. O objetivo foi realizar um panorama em relação ao momento atual do varejo nacional e as perspectivas de resultados, bem como analisar o uso de tecnologia pelo micro e pequeno varejo. O estudo indicou que este segundo semestre deve impulsionar o resultado positivo, com a maioria (55,4%) dos res-

pondentes esperando vender mais do que no primeiro semestre de 2023. Apenas 17,6% dos entrevistados acreditam que o desempenho em vendas de suas empresas será pior na segunda metade do ano. O Natal foi apontado por 42% dos entrevistados como a data que mais impacta os negócios, seguido pela Black Friday (9%), Dia das Crianças (3%) e Dia dos Pais (6%). No entanto, 23% dos entrevistados afirmaram que as datas comemorativas não impactam as vendas.

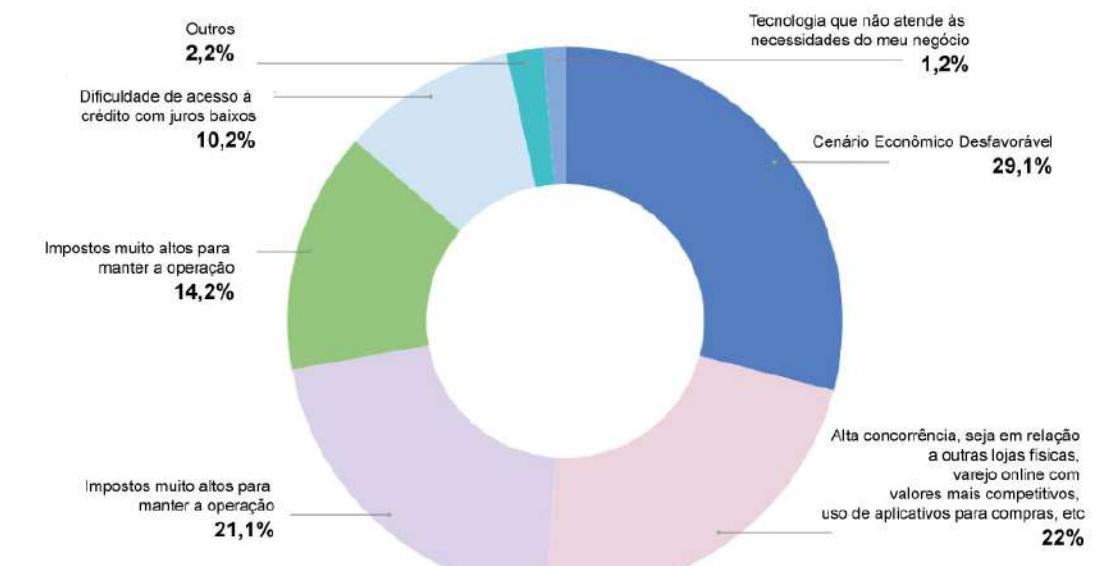
Vendas no segundo semestre



Em relação à geração de empregos, 31% dos respondentes pretendem contratar até o final do ano, sendo que, 17% dessas contratações devem ser de funcionários temporários, para as festas de fim de ano. Ainda entre os que vão雇用, 96% pretendem contratar de 1 a 5 funcionários até o final de 2023. "Os dados da pesquisa são positivos e conversam com o monitoramento da Fecomércio sobre o índice de confiança do empresário que cresce pelo segundo mês consecutivo em agosto. Apesar dos desafios relacionados ao custo e ao uso da tecnologia, como a falta de mão de obra qualificada, o setor segue certo grau de

otimismo para o segundo semestre, embalada pelas datas comemorativas", aponta Hélio Dagnoni, Presidente da Fecomércio SC. As empresas ainda encontram no cenário econômico desfavorável o principal motivo de dificuldades de crescimento (29,1%), seguido por alta concorrência em relação às lojas físicas e online (22%) e pela alta carga tributária (21%). A alta concorrência se deve muito ao comércio online, que acabou crescendo muito durante a pandemia e que pela comodidade oferecida e preços mais competitivos, podem fazer sombra ao desempenho das lojas físicas.

Dificuldades para crescer



96% usam WhatsApp para falar com clientes

O WhatsApp e as redes sociais são as ferramentas tecnológicas mais utilizadas por micro e pequenos varejistas no Brasil. A pesquisa revelou que 82% dos respondentes indicaram o aplicativo de troca de mensagens instantâneas como a ferramenta mais usada, seguido de redes sociais com 74%. Quando se trata de canais de comunicação com os clientes, 96% também usam o WhatsApp, enquanto 76% ainda utilizam o telefone, e redes sociais ficam em terceiro lugar, com 59%. No entanto, a loja física ainda é líder quando se trata de fechamento de vendas, com 82%, seguida das redes sociais, usadas para efetivar vendas por 57% dos respondentes. Para Wagner Muller, Diretor da Vertical de Varejo da Zucchetti, a presença digital, antes considerada diferencial competitivo, se tornou alternativa singular de sobrevivência, e quem mais sentiu isso foi o pequeno varejo onde, em grande parte, isso sequer existia. Essa corrida pela subsistência trouxe muitos desafios a esse empreendedor, sejam eles operacionais, técnicos e principalmente culturais. *"Na pesquisa, foi possível avaliar como esses comércios estão se adaptando e buscando alternativas para esse novo mercado. Nos últimos anos, temos observado relevantes mudanças no comportamento das empresas e consumidores, em especial,*

as motivadas e aceleradas pela condição pandêmica. A presença digital se tornou alternativa singular de sobrevivência para o pequeno varejo, que agora busca usar a tecnologia como ferramenta de trabalho para potencializar suas principais fortalezas, como a venda física presencial, mas também agregando-a para otimizar a comunicação com o consumidor e canais de venda". Em relação ao uso de tecnologia na gestão do negócio, os resultados variam por departamento. No setor administrativo e financeiro, 43% informaram usar ferramentas de gestão simples, como planilhas e documentos, e 39% têm softwares de gestão. Na área de gestão de pessoas, o número de empresas que não usam tecnologia sobe para 19%, enquanto 33% utilizam ferramentas de gestão simples. A organização e controle da área de marketing e vendas aparece com o percentual mais baixo de uso de tecnologia, com 36% usando ferramentas de gestão simples. Entre as principais dificuldades relacionadas ao uso de tecnologia, 27% dos entrevistados apontaram o alto custo das ferramentas como o principal problema, seguido pela falta de mão de obra qualificada (19%) e dificuldade em traçar uma estratégia para uso da tecnologia (15%).

A pesquisa levantou ainda que:

- Em relação ao faturamento total de 2023, 36,84% acreditam que devem ter aumento em relação 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%);
- Apesar do avanços dos meios online, 76% dos micro e pequenos varejistas ainda utilizam o telefone como canal de comunicação com o cliente;
- No setor administrativo e financeiro, 43% informaram usar ferramentas de gestão simples, como planilhas e documentos, e 39% têm softwares de gestão; apenas 6% não usa ferramentas tecnológicas para apoiar a administração e finanças;
- Na área de gestão de pessoas, o número de empresas que não usam tecnologia sobe para 19%, enquanto 33% utilizam ferramentas de gestão simples, como planilhas e documentos, e 14% preferem um software de gestão;
- As principais dificuldades relacionadas ao uso de tecnologia, são o alto custo das ferramentas; falta de mão de obra qualificada que saiba operacionalizar as ferramentas e dificuldade em traçar uma estratégia para uso da tecnologia.

Anuncie

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

comercial@novomeio.com.br



ANFAVEA revisa projeções para o fechamento do ano

O aquecimento do mercado interno e os desafios de exportação levaram a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA) a revisar suas projeções para o ano, originalmente feitas em janeiro. A produção foi levemente revista para baixo, devido ao forte impacto da queda nas exportações. A nova previsão é de um fechamento anual com 2.732 mil veículos produzidos, 0,1% a mais do que em 2022. Em janeiro, esperava-se um crescimento de 2,2%. Na divisão por categorias, o crescimento na produção de automóveis e comerciais leves foi revisto de 4,2% (janeiro) para 3,2% (outubro), enquanto o recuo na produção de caminhões e ônibus foi de 20,4% para 34,2%. A alta nos emplacamentos tem sido a melhor notícia para o setor no ano. *"Havia um temor de que o mercado se retrairia após o fim dos descontos oferecidos pelo governo federal, mas a média diária de vendas vem crescendo de forma consistente nos últimos dois meses"*, afirmou o presidente da ANFAVEA, Márcio de Lima Leite. Com isso, a projeção de crescimento nos emplacamentos foi elevada de 3% para 6% sobre o volume de 2022,

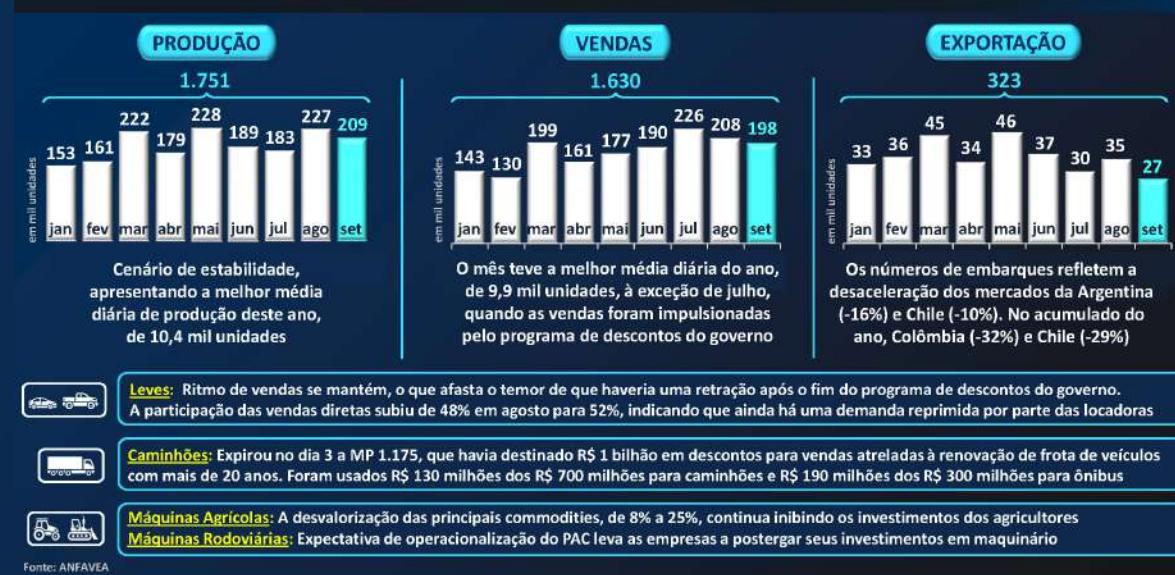
com uma expectativa de 2.230 mil unidades no acumulado deste ano, sendo que para leves ela foi revista de 4,1% para 7,2% de alta. *"Contudo, dois terços dessa maior demanda do mercado interno vem sendo atendida por produtos importados"*, ressaltou Leite. Para pesados, manteve-se a previsão de queda de 11,1% em função do custo das novas tecnologias incorporadas para atender à fase P8 do Proconve. Ônibus estão tendo um desempenho além do esperado, mas os caminhões estão vendendo menos do que se previa. Finalmente, as exportações vêm sendo o grande ponto de alerta para o setor automotivo nestes primeiros nove meses do ano. A crise na Argentina, que fez nosso tradicional parceiro comercial perder para o México o posto de principal destino das nossas exportações, somada à queda de mercados domésticos no Chile e na Colômbia, fizeram com que nossos envios no período recuassem 11,2% na comparação com o mesmo período de 2022. Com isso, nossas projeções, que eram de queda de 2,9% no ano, foram atualizadas para um recuo de 12,7% nos embarques ao exterior.

NÚMEROS ANIMADORES

Isoladamente, setembro apresentou bons números de produção e mercado interno, considerando que teve três dias úteis a menos que agosto. A média diária de produção foi de 10,4 mil unidades, a maior do ano, totalizando 209 mil veículos. Já as 198 mil unidades vendidas representaram média diária de 9,9 mil unidades, a segunda maior do ano. Só perdeu para as 10,7 mil/dia de julho, mês turbinado pelos descontos oferecidos pelo governo federal. Já as exportações tiveram o mês mais fraco do ano, com 27 mil embarques. Para máquinas autopropulsadas, os números são referentes a agosto, e houve

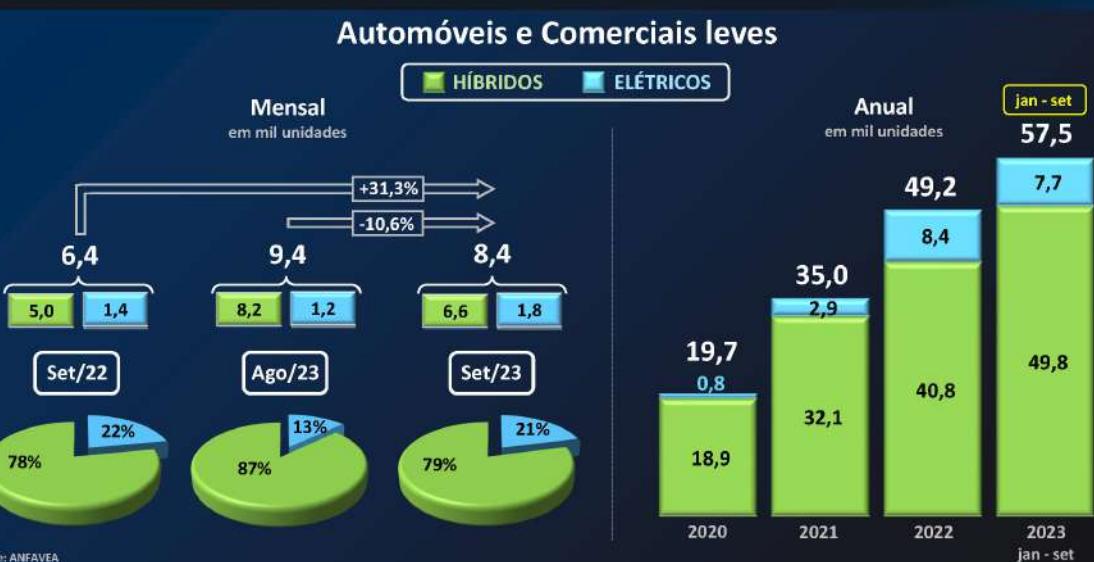
boa recuperação na comparação com julho. Máquinas agrícolas cresceram 23,3% em vendas e 0,8% em exportações. A desvalorização das principais commodities, de 8% a 25%, continua inibindo os investimentos dos agricultores, o que justifica a queda de 9,9% no acumulado do ano. Máquinas rodoviárias registraram alta de 25,6% nas vendas e de 35,5% nos embarques em agosto. No acumulado, caíram 20,9% em relação ao ano passado, que teve recorde histórico de vendas. Até este momento, a expectativa de operacionalização do PAC leva muitas empresas a postergar seus investimentos em maquinário.

Highlights

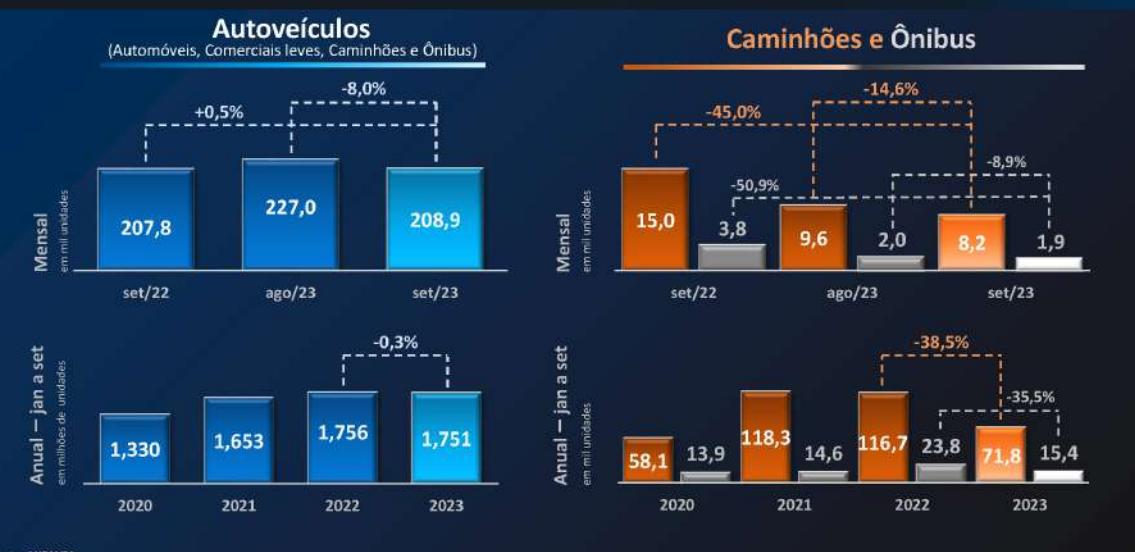


Fonte: ANFAVEA

Emplacamento - Novas tecnologias de propulsão



Produção

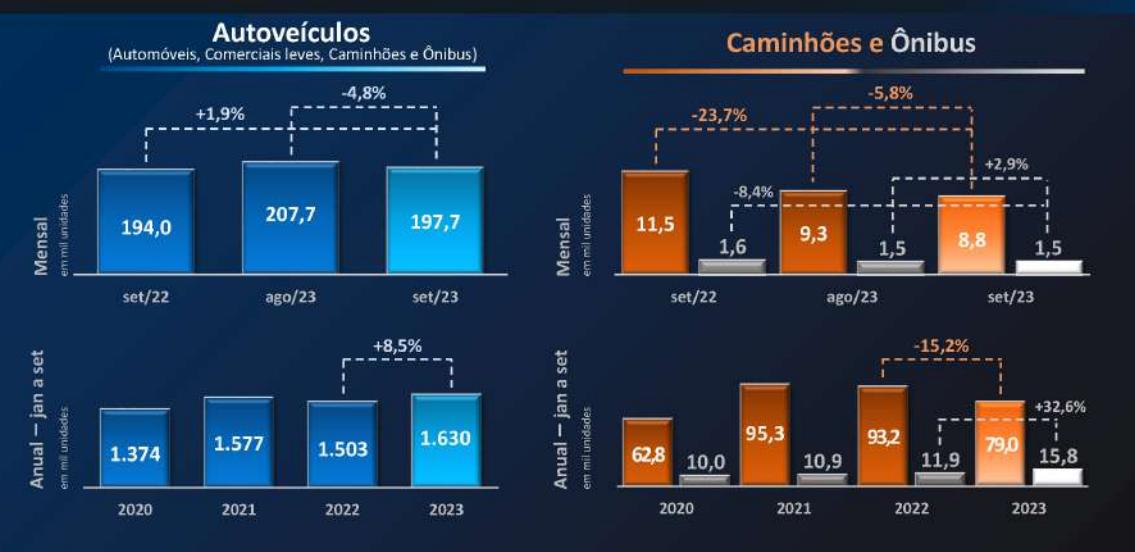


Revisão das projeções 2023

	2022	JANEIRO 2023	OUTUBRO 2023
	mil unidades	mil unidades	2023 / 2022
Emplacamento:	2.104	2.168	3,0%
LEVES:	1.960	2.040	4,1%
PESADOS:	144	128	-11,1%
Exportação:	481	467	-2,9%
LEVES:	450	439	-2,5%
PESADOS:	31	28	-8,7%
Produção:	2.370	2.421	2,2%
LEVES:	2.176	2.267	4,2%
PESADOS:	194	154	-20,4%

Fonte: ANFAVEA

Emplacamento



Revisão das projeções 2023



Dois terços (67%) do aumento da demanda estão sendo incorporados pela importação

Semana de 25 a 29 de setembro

Apresentamos agora os resultados das pesquisas **MAPA** - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e **ONDA** - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços relativos ao período de 25 a 29 de setembro. Os estudos medem o desempenho em tempo real dos negócios no varejo para veículos leves em todo o país, trabalho do After.Lab, núcleo de pesquisas e inteligência de negócios da Novomeio Hub de Mídia.

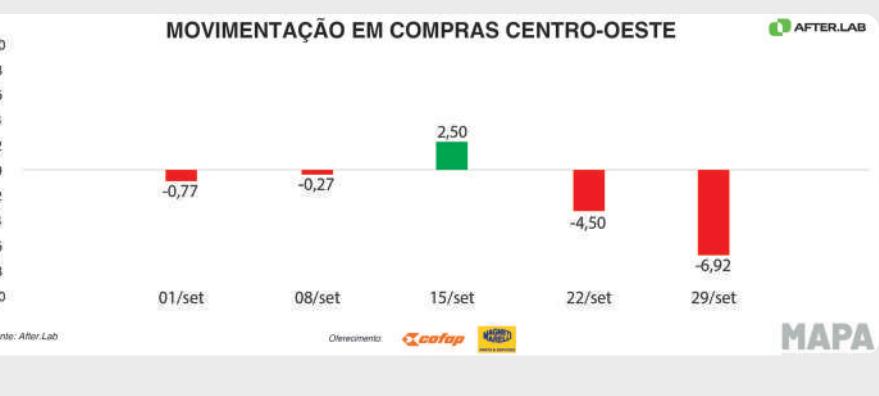
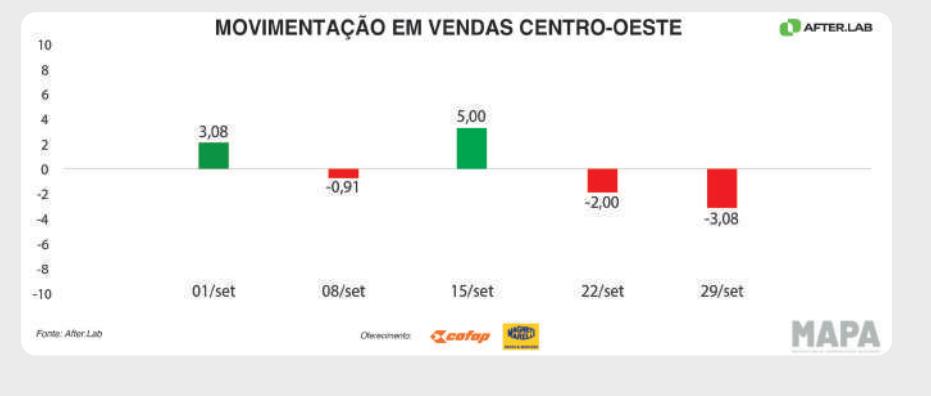
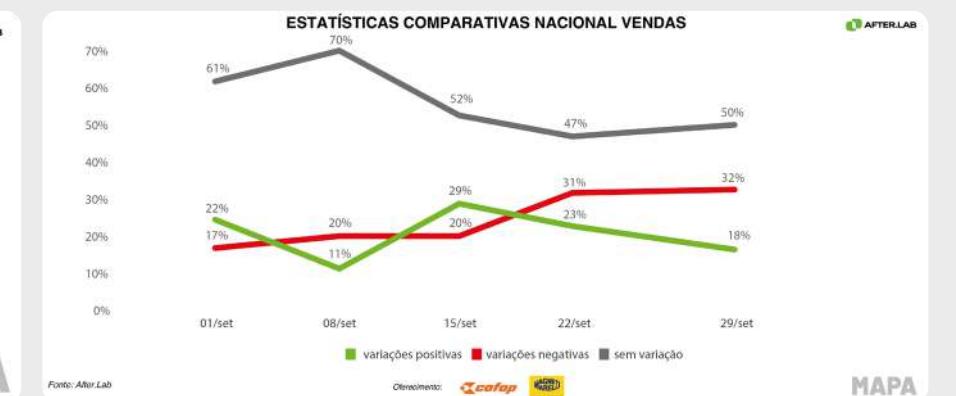
MAPA

Começando pelo **MAPA**, que apurou a nova queda nas vendas do varejo, com média nacional ponderada na semana em análise de -2,09%.

Os gráficos regionais das vendas apresentaram os seguintes resultados na semana: -14,44% no Norte; -8,5% no Nordeste;

-3,08% no Centro-Oeste; 0,29% no Sudeste; e 1,43% no Sul. O **MAPA** apurou que 50% dos varejistas entrevistados não indicaram variação no volume de vendas. Os que venderam mais foram 18% da amostra e os que venderam menos representaram 32% dos entrevistados. O índice de compras apurado pelos profissionais do After.Lab também mostrou queda. Agora, a média nacional ponderada em relação à semana anterior foi de -1,66%. Quanto aos resultados regionais de compras, -13,33% no Norte; -8% no Nordeste; -6,92% no Centro-Oeste; -0,71% no Sudeste; e 7,14% no Sul.

Os gráficos de estatísticas comparativas mostraram que 55% dos varejos entrevistados mantiveram o volume de compras da semana anterior. Nos demais índices, prevaleceu o crescimento para apenas 13% dos varejistas e a redução no volume para 32%.



MOVIMENTO DAS ATIVIDADES EM PEÇAS E ACESSÓRIOS

ONDA

Passemos agora às informações do ONDA. A média nacional de abastecimento fechou a semana com índice de -5,28%. Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do país também continuaram apontando para baixo: -6,25% no Norte; -5% no Nordeste; -7,5% no Centro-Oeste; -3,81% no Sudeste; e -7,86% no Sul.

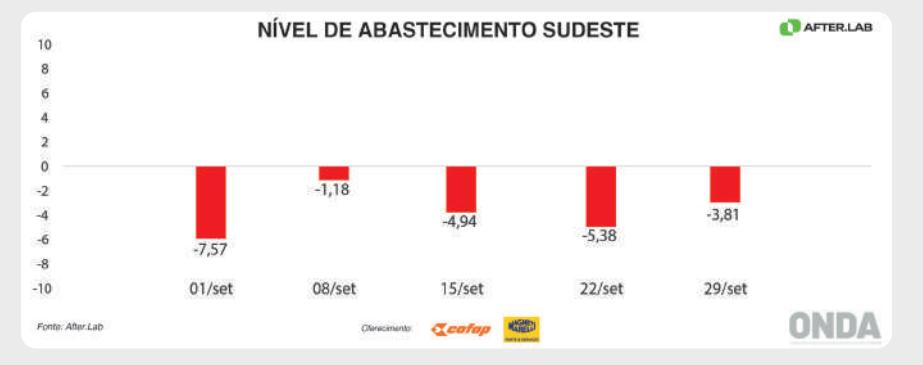
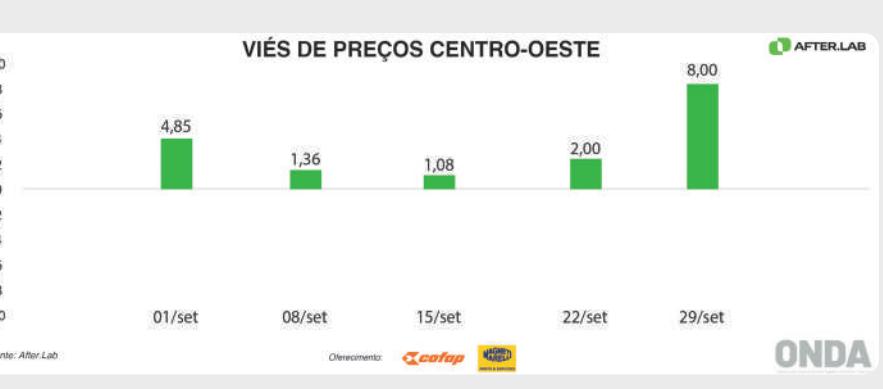
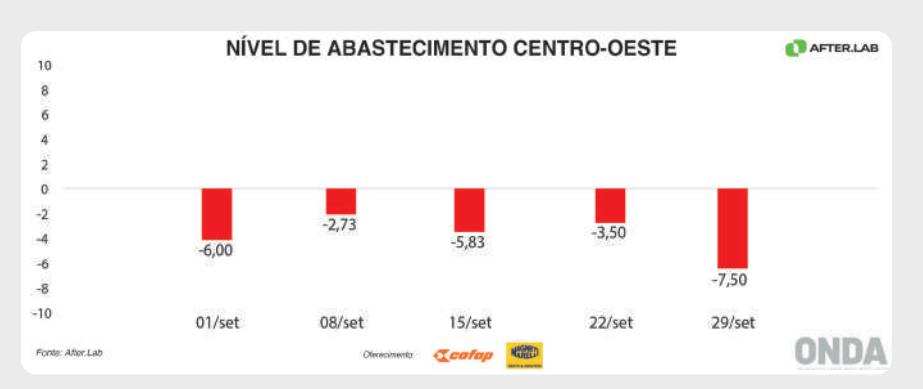
Itens em geral aparecem na liderança do ranking da falta de produtos com 40,7% das respostas, componentes de suspensão, com 14,8%; e componentes de motor, com 11,1%. Em sentido contrário aos índices de abastecimento, os varejistas

entrevistados continuaram apontando percepção de alta nos preços, com viés de 3,38% na média nacional. Por ser esta uma avaliação apenas subjetiva por parte dos varejos, o índice é tratado na metodologia do After.Lab como mero indicador de tendência. A percepção regional da variação nos preços foi a seguinte na semana em análise: 2,5% no Norte; 6,25% no Nordeste; 8% no Centro-Oeste; 1,9% no Sudeste; e 2,57% no Sul. Os itens em geral responderam por 41,7% das citações dos varejistas quanto à alta nos preços, seguidos por componentes de suspensão, com 16,7%; e amortecedores, com 13,3%.



ONDA

OSCILAÇÕES NOS NÍVEIS DE ABASTECIMENTO E PREÇOS





2MC

você prefere,
você exige.

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

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

