



novovarejo

automotivo



MAIORES E MELHORES 2023

Aftermarket Automotivo se reúne em clima de festa e confraternização na elegante Casa Bossa para conhecer os vencedores da 27ª edição da pesquisa em que os varejistas de autopeças apontam seus fornecedores de destaque em portfólio de produtos e desempenho empresarial



Fale com nossos revendedores
e acelere seu estoque com
**Discos de Embreagem
para Motos**



 [authomix](#)

Acesse o site e confira
authomix.com.br

AUTHOMIX
Qualidade Original



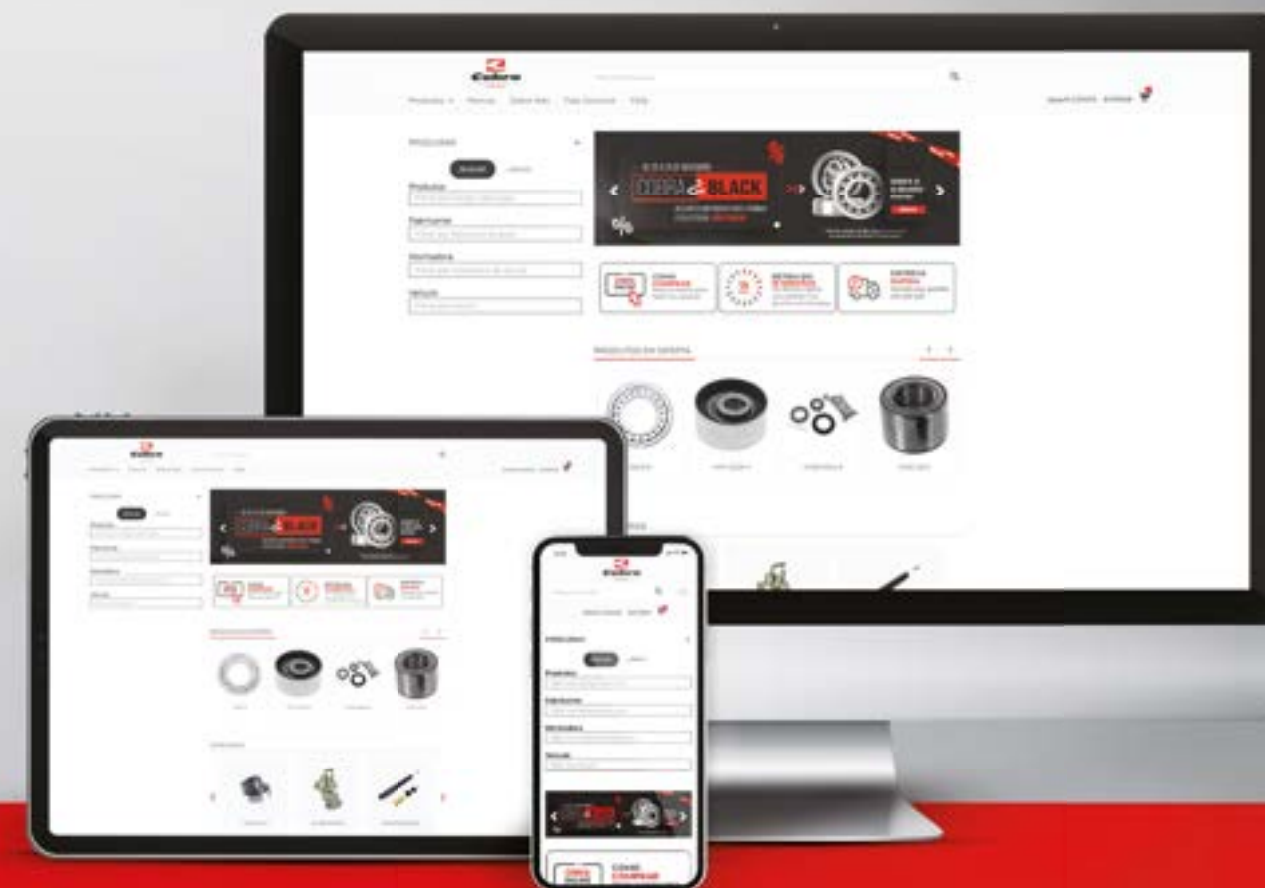
Nº 1 EM ROLAMENTOS

@cobrarolamentos cobrarolamentos.com.br



loja.cobrarolamentos.com.br

LOJA ONLINE COBRA CONEXÃO QUE MOVIMENTA SEU NEGÓCIO



Abasteça seu estoque
de onde estiver.



RÁPIDO



FÁCIL



SEGURO

Cadastre-se e conheça as vantagens



Escaneie
o QR Code
e faça seu
autocadastro.



Fim de ano com festa e furo de reportagem

Esta edição é basicamente dedicada aos Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças. Mas, abrimos também um necessário parêntese para tratar de um dos assuntos mais impactantes para o Aftermarket Automotivo nos últimos anos: a aquisição das operações automotivas do Grupo DPaschoal pela Stellantis, a maior montadora do Brasil. Começamos pelo grande evento que reuniu as principais lideranças da reposição independente na noite de 23 de novembro. A pesquisa realizada ininterruptamente desde 1996 já se tornou uma referência absoluta para a construção de estratégias tanto de indústrias quanto dos distribuidores. Chegamos a ouvir de um dos convidados que o mercado não pode mais viver sem este trabalho idealizado pela NovoMeio e, hoje, realizado pelo After.Lab. Isso é reconhecimento e só podemos agradecer. Os resultados da 27ª edição da pesquisa você encontra nas próximas páginas. E aqui vale uma máxima que tem sido ouvida com frequência nestes tempos de big data: dados só fazem sentido para quem sabe usá-los. As tabelas comparativas que trazemos aqui oferecem indicativos muito valiosos, mas é preciso estudá-los e interpretá-los. Fica aqui nossa sugestão pra você. Voltando ao evento, cabe o registro de uma grande festa, com ambiente leve, de confraternização e alegria, até um pouco diferente das cerimônias anteriores. Parte da descontração certamente se deveu ao local escolhido este ano, a Casa Bossa, elegante e ao mesmo tempo moderna, jovem e cativante. Ficamos felizes em oferecer ao mercado uma grande celebração de final de ano. Também para registro, o fato de mais uma vez a cerimônia ter sido transmitida ao vivo pela A.TV, que vem ganhando cada vez mais força como o canal em vídeo do Aftermarket Automotivo brasileiro. Para encerrar esta reflexão, não posso deixar de mencionar o enorme esforço de reportagem para que a redação do Novo Varejo pudesse dar em primeiríssima mão em todo o mundo – aquilo que no jornalismo se chama furo – a aquisição das operações automotivas do Grupo DPaschoal pela Stellantis. Também nas próximas páginas você vai conhecer os detalhes disponíveis até o momento – é claro que as partes envolvidas preferem o mínimo possível de manifestações oficiais, que devem vir agora com a aprovação do negócio pelo CADE.

Mas, nosso papel como jornalistas não é depender destas manifestações. A informação chegou na noite de sexta-feira, 24 de novembro, dia e horário absolutamente ingratos para uma checagem responsável antes da publicação de um fato tão importante para o mercado brasileiro. Foi necessário um trabalho intenso para que, afinal, conseguíssemos a segurança necessária para divulgar esta bomba ainda no sábado pela manhã em todas as nossas plataformas digitais e nosso grupo de WhatsApp – e com enorme repercussão. Em pleno fim de semana, sacudimos o Aftermarket Automotivo com uma informação impactante e que atesta o quanto de fato é disruptivo o momento que o setor automotivo – ou, como teremos de nos acostumar, o setor da mobilidade – atravessa. O movimento coordenado da Stellantis certamente terá desdobramentos que conheceremos quando a montadora anunciar suas novas e futuras estratégias para o mercado de reposição brasileiro. Enquanto isso, seguimos aqui com nossa missão de praticar, de fato, um jornalismo de verdade.

Nhm
www.novomeio.com.br

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

Diretor Geral
Claudio Milan

(claudio@novomeio.com.br)

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

Diretor de Criação
Gabriel Cruz
(gabriel.cruz@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. Acesso:
www.novovarejo.com.br

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

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

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

Ano 30 - #415 1 de Dezembro de 2023

Distribuição para mailing eletrônico 35.000

Audiência estimada em views no site 45.000

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

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

Direção
Ricardo Carvalho Cruz

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

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

Arte
Alice Tuchapesch
Lucas Cruz

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

Audiovisual
Giovanna Bovi

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

Jornalista Responsável:
Claudio Milan (MTb 22.834)

UM 2024 DE NOVOS CAMINHOS



Assista aqui nosso site



O final do ano é sempre um momento de reflexão. Pensar no que passou, nos desafios que estão por vir e, é claro, traçar uma rota rumo aos novos objetivos.

Porque cada um tem seu ponto de partida. Mas o importante é que que estaremos juntos do início ao fim do seu destino.

Desejamos que esse percurso seja cheio de conforto, segurança e tranquilidade.

Feliz ano novo, amigos.

Ass,
Cofapinho.

www.mmc cofap.com.br
No trabalho, escolha a vida!

cofap

Siga a Cofap nas redes sociais:





Jefferson Kiyora, especialista em compliance e sustentabilidade, aprofunda o debate sobre o ESG nas empresa e indica meios para que a implementação do conceito seja feita de modo que os resultados esperados possam ser obtidos.

08

20 Conheça os resultados da pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças 2023 e veja como foi o evento na Casa Bossa em homenagem às empresas que mais se destacaram no estudo.

Tribunal de Justiça Europeu avança em favor da concorrência no mercado de reparação de veículos da UE com decisões sobre o acesso seguro para diagnóstico de veículos através da porta OBD e para informações de reparação.

61



O acesso à internet cresceu entre 2015 e 2023 no Brasil, sendo que a conectividade passou de 51% para 84%, respectivamente, acima do patamar de 80% encontrado no ano de 2022.

64

12 Como parte de uma estratégia global, Stellantis adquire operações automotivas do Grupo DPaschoal, estendendo tentáculo sobre o mercado de reparação e a distribuição de autopeças.

Tecnologia e diversidade da frota são fatores de disrupção no aftermarket

Após décadas de evolução lenta, as transformações em andamento não oferecem margem de manobra para quem não agir na velocidade das mudanças. O tema foi destaque na edição 315

Em 1976, por meio de decreto-lei, o governo brasileiro banuiu as importações de uma série de produtos sob a justificativa de incentivar a indústria nacional. Entre eles estavam os automóveis. Foi a senha para que as montadoras instaladas no país se acomodassem a um mercado fechado, de concorrência restrita e, portanto, muito menos competitivo. A proibição durou até o início da década de 1990, quando o então presidente Fernando Collor instituiu algumas medidas modernizadoras importantes, como o fim da esdrúxula reserva de mercado na informática e a abertura dos portos brasileiros aos automóveis produzidos no exterior. A queda das fronteiras à importação de veículos escancarou a defasagem tecnológica de nossos carros – o próprio Collor gerou polêmica ao chamá-los de “carroças”. A concorrência fez bem ao país. A produção nacional subiu de patamar e tecnologias po-

pulares no primeiro mundo começaram a ganhar espaço também aqui. Na mesma zona de conforto em que atuavam nossas quatro principais montadoras – Volkswagen, General Motors, Fiat e Ford – também navegava o Aftermarket Automotivo. A partir da década de 1990, com a chegada dos importados e a popularização da injeção eletrônica nos carros nacionais, o quadro mudou radicalmente para o Aftermarket Automotivo. A diversificação da frota tornou-se um desafio permanente para a gestão dos estoques no mercado de reposição e os reparadores tiveram que reaprender a trabalhar. Ao contrário do que ocorreu por um longo período no mercado de reposição, não haverá mais zona de conforto. Daqui pra frente, a evolução tecnológica e o número de modelos da frota circulante só crescerão. A necessidade de adequação do Aftermarket Automotivo a carros cada vez mais complexos será permanente. E não vai esperar quem perder o bonde – ou, melhor dizendo – o Uber da História.

MAIORES & MELHORES
em distribuição de autopeças

PRÊMIOS EM APOIO TÉCNICO
E SISTEMAS DE DIREÇÃO?

Graças
a VOCÊ,
tá na
mão
tá na
pellegrino

A todos que escolheram e votaram na Pellegrino, no Prêmio Maiores & Melhores em Distribuição, nosso muito obrigado!

A Pellegrino acaba de conquistar o Prêmio Maiores & Melhores em Distribuição de Autopeças nas categorias Apoio Técnico e Sistemas de Direção e você tem tudo a ver com isso. Por isso, queremos agradecer a confiança e reconhecimento de todos os clientes e parceiros que votaram na Pellegrino.

E podem continuar contando com nossa gente, hoje e sempre!

APOIO
TÉCNICO

SISTEMAS
DE DIREÇÃO

Pellegrino
Conta com nossa gente.



Um bom ponto de partida é ter o patrocínio da alta liderança e iniciar os trabalhos com um bom diagnóstico, indica o especialista

É Sobre Gente: conheça melhor o ESG e saiba como implantar essa cultura no seu negócio

Especialista reforça que investimentos na área são essenciais para a longevidade de uma empresa nos dias atuais

Na edição 2023 dos Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças descobrimos que, acima de qualquer definição, a sigla ESG é sobre gente.

Para levá-la ao dia a dia de uma empresa, no entanto, é necessário compreender os diversos elementos que compõem este conceito que, cada vez mais, é chave na criação de uma conexão real junto a consumidores e parceiros.

Sabendo disso, nossa reportagem convidou o diretor de Compliance & Sustentabilidade da Protiviti – empresa especializada em soluções para gestão de riscos, compliance, ESG –, Jefferson Kiyooara, para uma imersão não apenas nos aspectos teóricos do tema, mas também a respeito de sua aplicabilidade prática e dos caminhos para fazê-lo. Ao longo da entrevista, o especialista afirmou que um dos passos mais importantes para que empresas virem de fato a chave rumo a uma postura ESG é o entendimento de que os investimentos em sustentabilidade não são sinônimos de penduricalhos que encarecem a operação do negócio, mas sim garantias de longevidade lucrativa. Leia o bate-papo exclusivo abaixo e fique mais perto de dar passos sustentáveis no ano que se aproxima!

Novo Varejo - No que consiste a sigla ESG e como ela se aplica no contexto prático das empresas?

Jefferson Kiyooara - A sigla ESG representa os pilares ambiental, social e governança (em inglês, environment, social and governance). Em maior ou menor grau, todas as empresas dependem de pessoas e de recursos naturais. O ESG traz uma visão de como perenizar os negócios de forma sustentável, com responsabilidade e boa governança, e relações duradouras com as pessoas e o meio ambiente. Muitas crises corporativas impactam negativamen-

te os negócios e empresas colapsam por falhas nos aspectos ESG.

NV - Quando falamos de ESG, muitas pessoas ainda atrelam o conceito estritamente à questão ambiental. Isso acontece também nas empresas? Por que isso acontece?

JK - Cada vez menos as pessoas atrelam o ESG apenas à questão ambiental. Isso graças ao empenho de profissionais, empresas, mercado financeiro, reguladores e, sem sombra de dúvidas, a mídia, que tem buscado esclarecer e promover o tema. Nas empresas, é comum as pessoas confundirem ter iniciativas nos pilares ESG com ter um programa de sustentabilidade genuíno. A maioria das empresas tem iniciativas, mas poucas têm de fato o programa de sustentabilidade. Por isso, é fundamental entender que ações desconectadas do negócio e da estratégia, com pouca relevância, a falta de essência e propósito e a falta de métricas, entre outros, levam a esforços que serão infrutíferos e não permitirão obter os benefícios esperados. Um bom ponto de partida é ter o patrocínio da alta liderança e iniciar os trabalhos com um bom diagnóstico. Elaborar a matriz de materialidade é fundamental para construir um plano de ação robusto e efetivo.

NV - Recentemente, a FIESP divulgou um estudo que constatou o fato de os varejistas já estarem avaliando os compromissos dos fabricantes na hora de escolherem seus fornecedores. Você acredita que isso acontece pelo fato de os varejos estarem na ponta e, portanto, sentindo uma demanda direta do consumidor final por propósitos mais sustentáveis?

JK - O varejo tem um papel fundamental na economia e na vida das pessoas. Ele dita tendências e é influenciado pelos consumidores. Certamente há movimentos pensando em atender às necessidades

Tecnologia para a vida



Linha de Iluminação Bosch

Durabilidade e alta qualidade

Com produtos de 12 e 24 volts, a Bosch proporciona uma linha completa de iluminação para os veículos dos seus clientes, com **qualidade original** e muito **mais durabilidade**. Tudo isso com a tecnologia de quem é **líder mundial** no mercado de autopeças. Então, nada melhor do que garantir toda a linha e disponibilizar na sua oficina.

Procure um distribuidor Bosch da sua preferência e saiba mais em: autopecasbosch.com

Procure um Distribuidor Bosch de sua preferência:



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



do consumidor. Por exemplo, quando falamos de saudabilidade de alimentos. Ou de oferecer produtos que caibam no orçamento e permitam atender às necessidades de alimentação, higiene e limpeza de uma família, contribuindo para a dignidade e inclusão de pessoas. O varejo exerce importante papel para a segurança alimentar e para garantir a origem de proteínas animais, vegetais e frutos. Também é importante quando cuida de sua cadeia de fornecedores, garantindo que direitos humanos e trabalhistas sejam respeitados, que comunidades locais sejam inseridas economicamente por meio de uma renda mínima e justa e que o meio ambiente seja preservado, entre outros. E as ações podem se dar por propósito. A Dengo, que possui lojas de chocolate, mas também fabrica e faz a gestão da cadeia de fornecedores, é um bom exemplo prático. Pensando em impacto social, as ações da RaiaDrogasil do varejo farma com o Grupo MOL são exemplares. É possível dar lucro para os acionistas e retorno para a sociedade, como um hospital para o GRAACC (Grupo de Apoio ao Adolescente e Criança com Câncer, que foi construído com o dinheiro obtido com a venda de revistas e outros itens. Outro exemplo é a Bemol, rede varejista da região Norte, que, com sua logística, consegue atender diversas pessoas em regiões de difícil acesso do Brasil, além dos investimentos para dar acesso à internet e ao sistema financeiro.

NV - Voltando aos três pilares da sigla ESG, qual deles você acredita que está mais presente na operação prática das empresas brasileiras?

JK - Na prática, os três pilares se fazem presentes nas empresas brasileiras. Mas falta ainda amplitude, profundidade, proporcionalidade, efetividade e conexão com o negócio e a estratégia.

NV - Para além da 'aura sustentável', que benefícios tangíveis o compromisso com a pauta ESG pode trazer para as empresas? Pergunto isso porque, muitas vezes, ainda existe a percepção de que investir em ESG significa encarecer a operação de um negócio.

JK - O ESG demanda investimentos, sim. Mas, o que deve ser avaliado é o retorno ou o impacto na inação. Pensando no pilar de governança, no varejo precisamos falar de prevenção de perdas, por exemplo. Prevenção de perdas envolve custos com pessoas, software e tecnologias de segurança, entre outros. Contudo, não ter a prevenção de perdas gera custos ainda maiores, o que muitas vezes inviabiliza financeiramente a operação de uma loja. A mesma lógica se aplica aos programas de compliance, que demandam investimentos. Mas a falta dele pode gerar custos ainda maiores, resultantes de fraudes e de multas e sanções oriundas de casos de assédio, racismo e discriminação. O ESG deve ser pensado como uma lente, que direciona o olhar do acionista/dono do varejo para como garantir que o negócio continue existindo, de forma lucrativa, no futuro. Muitos varejistas, por exemplo, descobriram nichos de atuação ao identificar públicos que não estavam sendo devidamente atendidos, prática que conversa com a visão de DEI (Diversidade, Equidade e Inclusão). Outros varejistas perceberam que podiam lucrar e atender um mercado com a revenda de produtos usados, como roupas, o que conversa com o conceito de economia circular. O principal benefício do ESG é dar diretrizes para a empresa se preparar para o futuro. E pode ser um aliado na inovação e na criação de novos mercados.

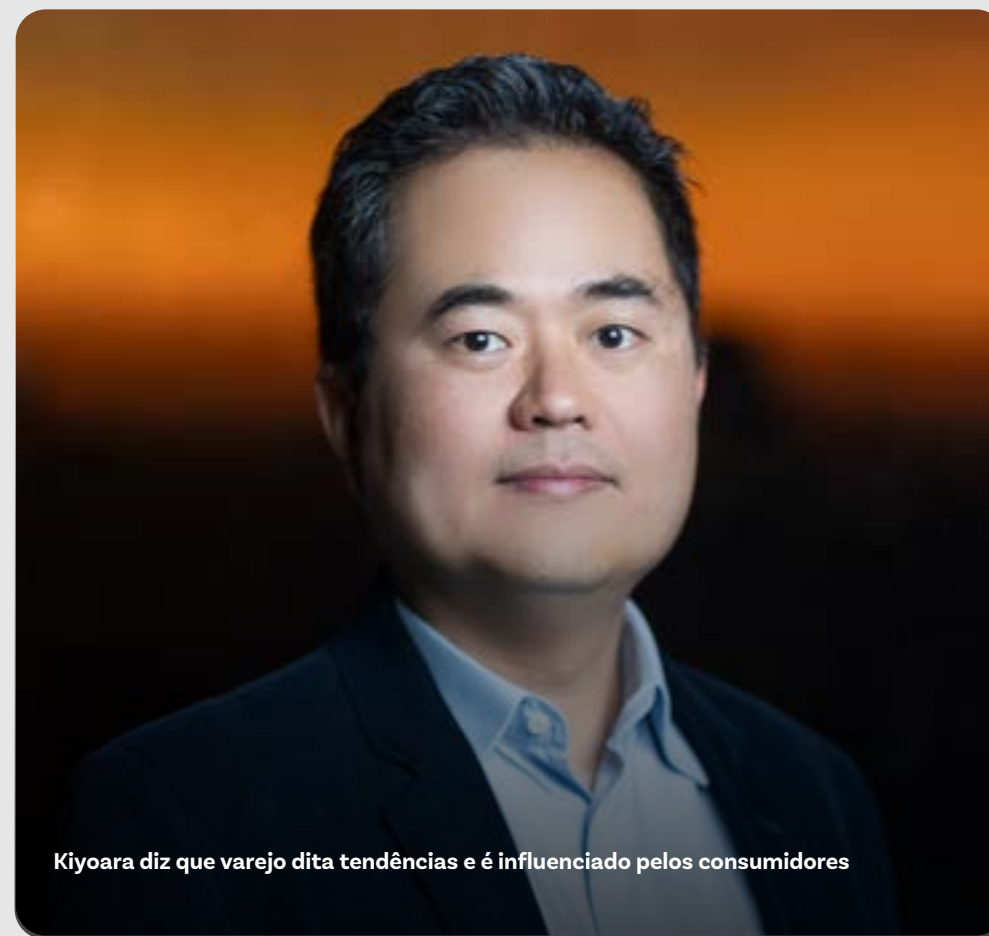
NV - Existe um gap entre as grandes corporações e as PMEs em relação aos compromissos com a pauta ESG? Qual o

papel das esferas governamentais e das associações representativas diminuí-lo?

JK - O compromisso com a pauta ESG não tem relação com o tamanho da organização. Obviamente as grandes corporações possuem mais recursos. O próprio sistema B é um bom exemplo, tendo pequenas, médias e grandes empresas certificadas e reconhecidas por boas práticas que conversam com os pilares ESG. Inclusive muitas startups (PMEs) surgem para resolver problemas que as grandes não sabem como. A iniciativa Arena Amcham, por exemplo, ajuda a colocar os holofotes nestas startups. A atuação conjunta é fundamental para resolvermos os grandes problemas da humanidade, como a limitação de recursos naturais, a proteção da biodiversidade, dos mares e biomas, os extremos climáticos e o tratamento adequado de resíduos, entre outros. E, desta forma, as associações representativas têm um papel importante na conscientização e na mobilização de empresas e o governo de avançar nas leis, regulamentações, incentivos e penalidades para que a agenda ESG de fato progrida.

NV - Quais soluções a Protiviti disponibiliza para o mercado no âmbito do ESG? Quais têm sido as principais dificuldades para implementá-las na prática?

JK - A Protiviti e o Grupo ICTS, do qual ela faz parte, atua com consultoria, serviços, plataformas, treinamentos e revenda de software em GRC (Governança, Risco e Conformidade) e ESG, e apoio de um amplo ecossistema de parceiros. Temos a felicidade de atuar com empresas e líderes comprometidos com a pauta ESG. Olhando o mercado, as principais dificuldades para implantar a pauta ESG são insuficiência de recursos para as ações, baixa conscientização sobre o que de fato é o ESG, desconexão da estratégia e do negócio com a pauta ESG, não aplicação de metodologia, visão de curto prazo e realidade de ESG washing.



Kiyora diz que varejo dita tendências e é influenciado pelos consumidores

O AMORTECEDOR PERFEITO PARA O SEU CARRO



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



TUDO DIA UM LANÇAMENTO NOVO EM NOSSO CATÁLOGO ACESSE AGORA E CONFIRA!

PERFECT
AUTOMOTIVE



FOTO: Divulgação

Stellantis adquire gigante da distribuição brasileira

Processo para compra de até 100% da operação automotiva do Grupo DPaschoal já está aprovado sem restrições pelo CADE. Negociação foi antecipada com exclusividade global pela reportagem do Novo Varejo

A Stellantis – Fiat, Peugeot, Jeep e Citroën – finalizou o processo de aquisição, por meio da rede de oficinas Euro Repar Car Service do Brasil S.A., da Comercial Automotiva, unidade do Grupo DPaschoal que controla a distribuidora de autopeças DPK, a DKP e a RecMaxx, mas também a tradicional rede de centros automotivos que conta hoje com mais de 120 lojas no país, principalmente no estado de São Paulo, o e-commerce AutoZ e a plataforma digital KMAXX. A reportagem do Novo Varejo antecipou com absoluta exclusividade global a negociação e teve acesso à íntegra da versão pública do Formulário de Procedimento Sumário do CADE – Conselho Administrativo de Defesa Econômica, órgão que analisa o processo de aquisição para efeito de autorização, conforme determina a legislação brasileira. Na documentação enviada ao CADE, a Stellantis informa que “A Operação consiste na aquisição, pela Compradora, de até 100% (cem por cento) das ações representativas do capital social da Empresa-Alvo” e justifica: “A Operação representa uma boa oportunidade para o Grupo Stellantis diversificar sua atuação, bem como agregar valor e aprimorar as ofertas em termos de produtos, de forma complementar ao modelo de negócio atual, que proporcionará melhor performance, conforto ou preço, ou uma combinação dos três, a seus clientes. Para a Vendedora, a Operação VERSÃO PÚBLICA 15 representa, além da continuidade do negócio, uma oportunidade de capitalização e investimento em suas demais atividades”.

A análise foi rápida e o Diário Oficial da União publicou na edição de 1º de dezembro o Despacho SG Nº 1.581, de 30 de novembro de 2023, assinado por Alexandre Barreto de Souza, Superintendente-Geral Superintendente Geral do Conselho Administrativo de Defesa Econômica, aprovando sem restrições o Ato de Concentração nº 08700.007823/2023-85.

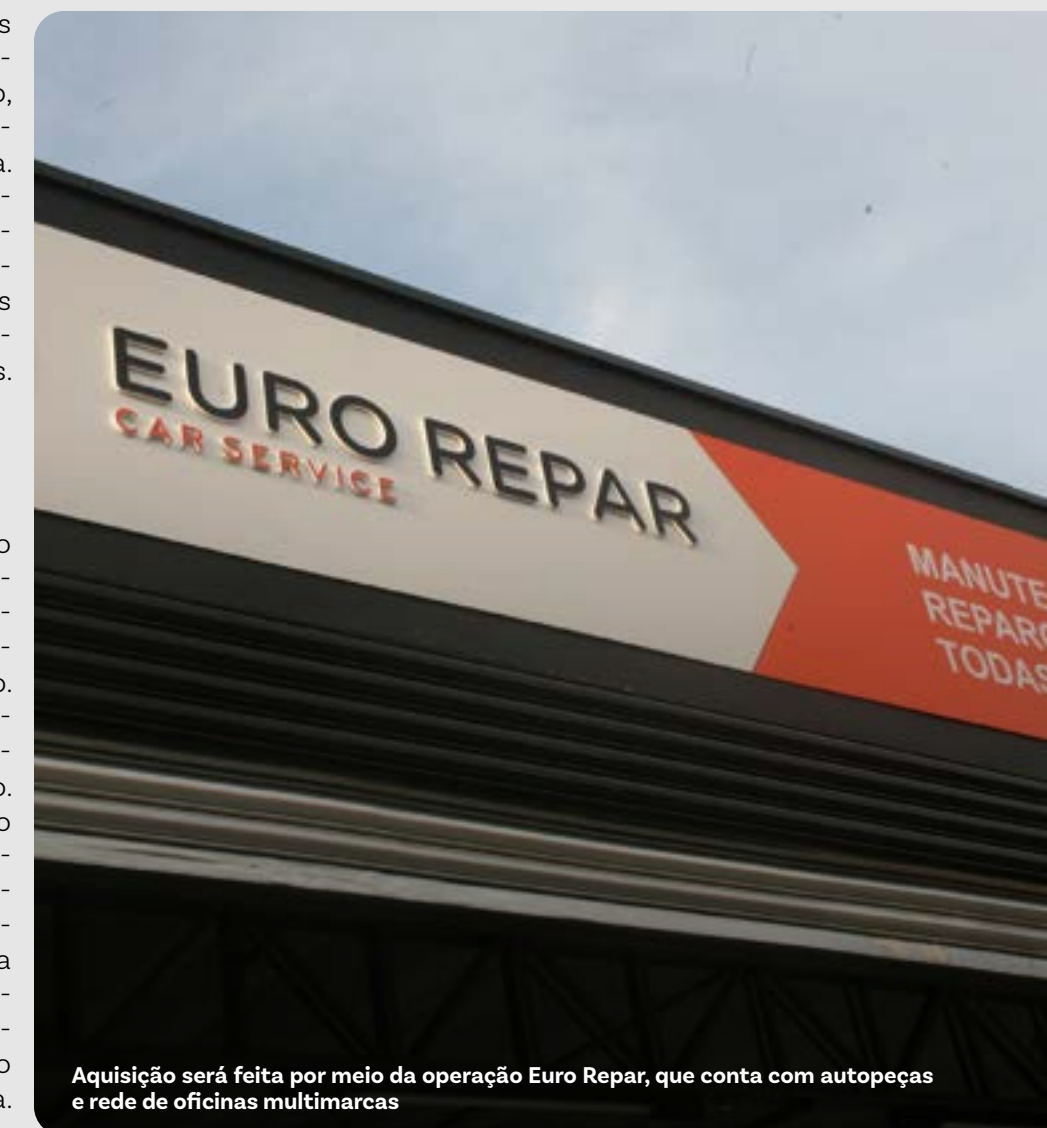
REPERCUSSÃO

A compra de uma das grandes empresas de distribuição de autopeças nacional, a DPK, por uma montadora naturalmente repercutiu no Aftermarket Automotivo independente, ainda que, neste primeiro momento, não tenha causado apreensão, especialmente entre os distribuidores que, futuramente, terão um novo perfil de parceiro para interagir na Andap. Segundo fontes do Aftermarket Automotivo ouvidas pela reportagem do Novo Varejo, o movimento da Stellantis é coordenado e faz parte de uma estratégia global visando a um futuro próximo em que as vendas de veículos serão feitas essencialmente pela internet. Na Europa, inclusive, a Euro Repar conta com canal próprio de distribuição. Com a formação de redes de distribuição de autopeças e oficinas

de serviços, as montadoras pretendem continuar oferecendo aos consumidores uma estrutura para cobertura em garantia e realização de serviços posteriores a esse período. No Brasil, no entanto, a Lei Ferrari por enquanto protege as concessionárias que, mesmo assim, vêm reduzindo sistematicamente sua estrutura física. E não é só isso: a exemplo do que já vem ocorrendo com a General Motors – que há anos fornece peças ACDelco para veículos de diferentes marcas e agora abriu também oficinas generalistas ACDelco controladas pelos donos das concessionárias – a Stellantis se estrutura para avançar no mercado de autopeças de reposição e serviços automotivos também generalistas.

PROSPECÇÃO

Em sua prospecção para adquirir um distribuidor com atuação nacional no Aftermarket Automotivo brasileiro, a Stellantis teria procurado duas outras grandes empresas do segmento, segundo fontes ouvidas pela nossa redação, sendo elas um gigante já consagrado e outra ainda em processo de expansão. Toda essa movimentação é consequência do momento disruptivo que o setor automotivo como um todo atravessa, com reflexos também nos mercados de reposição em todo o mundo. Por aqui, embora no momento não haja expectativa de um novo avanço de montadora no segmento da distribuição, provavelmente assistiremos a novas movimentações em um futuro não muito distante, podendo, inclusive, resultar em processos de abertura de capital na Bolsa de Valores, embora não haja até agora nenhuma movimentação oficial na CVM relacionada às empresas do segmento no Aftermarket Automotivo. Inegavelmente viveremos novos tempos e modelos consagrados até então serão revistos por uma questão de competitividade e sobrevivência.



Aquisição será feita por meio da operação Euro Repar, que conta com autopeças e rede de oficinas multimarcas

Veja a posição oficial da Stellantis

A reportagem do Novo Varejo procurou a Stellantis para confirmar a informação e obter mais detalhes sobre a transação. Como nenhuma notícia sobre o assunto havia sido divulgada pela montadora, provavelmente não havia planejamento para tornar a questão pública antes da conclusão do processo pelo CADE. Porém, como antecipamos a negociação com absoluta exclusividade global, a empresa teve de preparar uma nota oficial, que reproduzimos abaixo na íntegra:







“A Eurorepar, rede de peças e serviços automotivos, formalizou a intenção de se associar à Comercial Automotiva, empresa brasileira que presta serviços automotivos especializados e distribui peças e pneus das linhas leve e pesada. A conclusão da transação está sujeita à aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) e já está sob avaliação do órgão regulador. Comentários adicionais só serão concedidos após a conclusão do processo no CADE”. Nossa reportagem também procurou a Comercial Automotiva / DPaschoal, que preferiu não se manifestar neste momento.

Nosso maior prêmio é comemorar com você cada conquista.

MAIORES & MELHORES
em distribuição de autopeças

Um reconhecimento que nos dá orgulho de compartilhar: por mais um ano, a Sama está entre as vencedoras do Prêmio Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças 2023.

1º LUGAR em
Portfólio de produtos:

-  Correia
-  Filtro
-  Sistema de Câmbio e Diferencial
-  Sistema de Freio
-  Sistema de Motor
-  Suspensão

1º LUGAR em
Classificação Geral de
Portfólio de Produtos.

1º LUGAR em Desempenho
Empresarial na categoria
Market Share.

Queremos agradecer a todos os parceiros e clientes que nos ajudaram nessa conquista!

www.samaautopecas.com.br



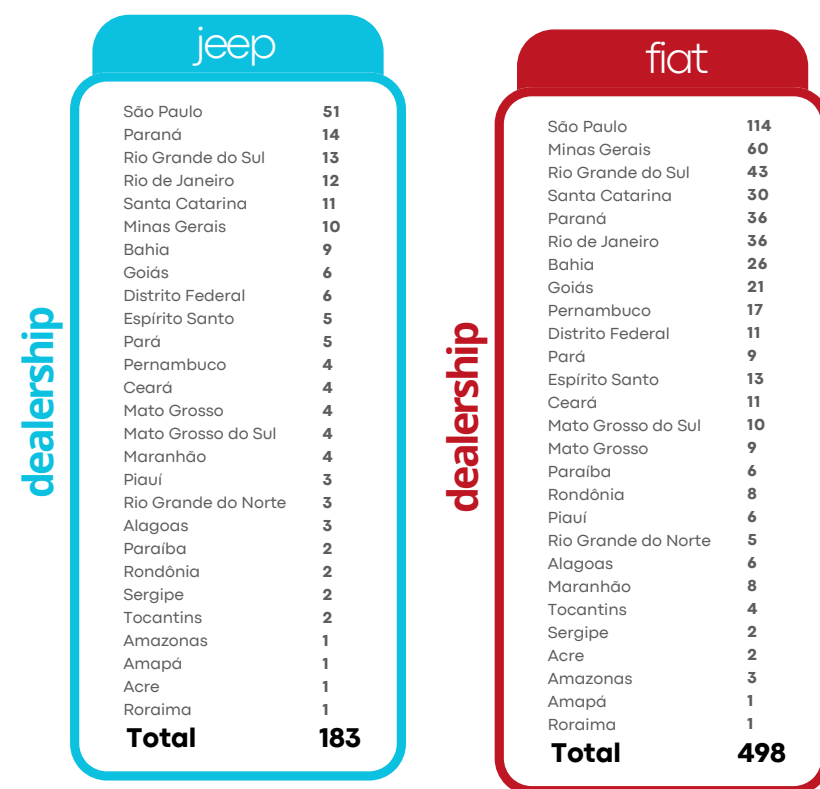
Movimentação estratégica no mercado de reposição: A aquisição da DPK pela Stellantis

Por Danilo Fraga

O último final de semana de novembro agitou o universo das autopeças com a notícia da compra da renomada distribuidora de autopeças DPK pela Stellantis, grupo franco-italo-americano dono de marcas de destaque como Fiat, Jeep, Peugeot e Citroën. Em 2023, a Stellantis consolidou sua liderança no mercado de automóveis leves, vendendo mais de 555 mil no Brasil. Segundo projeções da Fraga Inteligência Automotiva, essa posição de destaque continuará firme, com a expectativa de ultrapassar 2.7 milhões de veículos até 2028. Durante o recente congresso da revista Auto Data, o CFO da Stellantis, Carlos Kitagawa, revelou um ousado plano de investimento no Brasil, destacando a produção nacional da plataforma Bio-Hybrid. Essa plataforma, compatível com motores flex, híbridos e elétricos, oferece três opções de hibridização: híbrido-leve

(MHEV), híbrido convencional (HEV) e híbrido plug-in (PHEV). Enquanto a Stellantis projeta avanços significativos em seu core business, centrado na fabricação e venda de automóveis, chama a atenção a movimentação estratégica do grupo no mercado de reposição de autopeças. Esse setor, cada vez mais aquecido, tem sido alvo de investimentos, aquisições e parcerias, evidenciando sua crescente importância econômica. A compra da DPK parece fazer parte da estratégia da Stellantis para expandir sua rede de distribuição de peças próprias no Brasil (Eurorepar, Mopar e Bproauto). De acordo com a Fraga Inteligência Automotiva, o país tem mais de 681 concessionários das marcas líderes do grupo (Fiat e Jeep). A integração da DPK a esse contexto sugere uma abordagem "faça você mesmo", visando consolidar o sucesso no mercado por meio de suas próprias empresas ou concessionários.

••• Número de concessionárias por estado



Acelere suas vendas com **Discos de Embreagem para Motos**

LANÇAMENTO



Projetados para transferir o torque do motor para a transmissão de maneira suave e precisa, esses discos apresentam tecnologia que garante durabilidade e resistência, sendo ideais para uso frequente, contribuindo para uma operação eficiente da motocicleta.



Fale com nossos revendedores e acelere seu estoque com a AuthoMix



Acesse o site e confira authomix.com.br



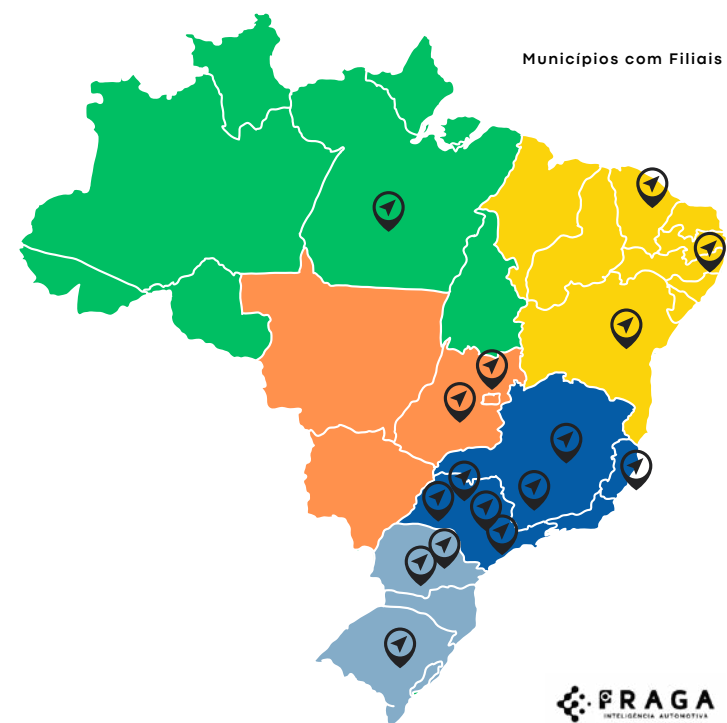
Essa estratégia, embora ousada, enfrenta desafios no competitivo mercado de reposição. A DPK, com suas 18 filiais, está presente nos municípios que representam 42,42% do mercado, atendendo a mais de 846 cidades nas quatro grandes regiões do Brasil. No entanto, a estratégia da Stellan-

tis arrisca limitar as oportunidades de formar uma rede de distribuição mais ampla, envolvendo múltiplos distribuidores e com uma cobertura de mercado maior, uma vez que naturalmente irá aumentar significativamente a resistência dos demais agentes comerciais as marcas do grupo.

..... Potencial de Consumo nas regiões com filiais da DPK

Potencial de mercado refere-se à capacidade total de consumo de autopeças nas cidades e regiões objeto desse estudo. É uma avaliação do "tamanho do bolo" que naturalmente é disputado por todos os agentes comerciais do setor.

Região de abrangência	Potencial de Mercado da Região	
	R\$	%
REGIÃO DO DISTRITO FEDERAL	1.836.035.935	1,76
REGIÃO DE GOIÂNIA	3.218.636.469	3,08
REGIÃO DE CAMPO GRANDE	1.317.806.545	1,26
REGIÃO DE SALVADOR	1.955.047.428	1,87
REGIÃO DE FORTALEZA	2.009.251.768	1,92
REGIÃO DE RECIFE	1.700.498.708	1,63
REGIÃO DE BELÉM	1.500.769.425	1,44
REGIÃO DE POUSO ALEGRE	229.567.664	0,22
REGIÃO DO RIO DE JANEIRO	4.781.165.922	4,58
REGIÃO DE CAMPINAS	2.548.716.443	2,44
REGIÃO DE PRESIDENTE PRUDENTE	459.589.450	0,44
REGIÃO DE RIBEIRÃO PRETO	1.099.922.463	1,05
REGIÃO METROP. DE SÃO PAULO	12.718.320.616	12,17
REGIÃO DE BELO HORIZONTE	3.151.647.976	3,02
REGIÃO DE VITÓRIA	1.119.166.014	1,07
REGIÃO DE LONDRINA	639.458.457	0,61
REGIÃO DE CURITIBA	2.650.588.909	2,54
REGIÃO DE PORTO ALEGRE	1.395.946.000	1,34
Total do Mercado Potencial	R\$39.6bi	42,42%



Fontes:
Filiais: <https://institucional.dpk.com.br/estados>
Potencial de Mercado: Fraga Inteligência Automotiva
Região de Abrangência: IBGE

Apesar da tradição da DPK, a formação de uma rede mais diversificada, com distribuidoras nacionais e atacarejos regionais, poderia oferecer uma capilaridade maior com esforços equivalentes ou menores por parte da montadora.

Outro ponto que requer atenção dos executivos das empresas envolvidas na transação diz respeito à percepção de mercado em relação às marcas Eurorepar, Mopar e BPROAUTO sob o guarda-chuva do grupo Stellantis. Com a atual movimentação, além da resistência mencionada entre os distribuidores nacionais, essas marcas podem encontrar dificuldades de aceitação nos varejos e entre os reparadores, sendo vistas apenas como marcas próprias da DPK, e não necessariamente como marcas "originais de montadora". Embora as marcas próprias dos agentes comerciais estejam em ascensão, seu faturamen-

to ainda se limita a 5% a 10% nos grandes agentes comerciais. Enquanto as especulações sobre os motivos e estratégias por trás dessa transação proliferam, a realidade dos fatos e a verdadeira estratégia por trás desse xadrez permanecerão reservadas aos executivos das companhias envolvidas. O que se torna cada vez mais evidente é que o segmento de reposição no Brasil atrai a atenção não apenas de players locais, mas também de grandes montadoras globais, indicando uma mudança notável no cenário automotivo que era difícil de imaginar em um passado recente. Desejo os mais sinceros votos de sucesso aos novos proprietários e aos profissionais da DPK, que a empresa continue trilhando o caminho da inovação e criatividade que sempre lhe foram características. Que essa nova fase seja marcada por mais investimentos e avanços no mercado de reposição brasileiro.

FELIZ DIA DO MECÂNICO

Parabéns para aqueles que transformam desafios em soluções e mantêm os motores do mundo em movimento.

Vem conferir as novidades no nosso catálogo.



Maiores e Melhores em clima de festa e cheio de novidades

Configuração da Casa Bossa trouxe mais descontração aos convidados, que conheceram em primeira mão os vencedores da 27ª edição da pesquisa mais tradicional do mercado e novas iniciativas da Nhm NovoMeio Hub de Mídia

Um espaço de eventos premium localizado no Shopping Cidade Jardim, com vista para um dos cartões postais mais bonitos da capital paulista. É assim que a Casa Bossa se apresenta ao público. Foi exatamente isso que encontraram os mais de 270 convidados que participaram presencialmente da cerimônia de premiação aos Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças, realizada na noite de 23 de novembro. A Casa Bossa, a casa dos Maiores e Melhores 2023, foi uma das principais atrações da 27ª edição do evento que reúne anualmente os principais formadores de opinião do Aftermarket Automotivo para uma noite de confraternização, novidades e festa. Nada disso faltou nas quase cinco horas em que empresários, execu-

tivos e profissionais de todos os elos da cadeia de negócios do setor estiveram juntos celebrando o talento e a excelência dos maiores e melhores distribuidores do Brasil. Para isso colaborou a configuração do local de eventos escolhido este ano, que proporcionou às pessoas espaço para circulação e relacionamento. Foi, de fato e de direito, a grande festa de encerramento de 2023 para o mercado. Além dos grandes momentos proporcionados àqueles que compareceram presencialmente, o setor como um todo teve, mais uma vez, a oportunidade de acompanhar em tempo real a programação criada para a noite de gala da distribuição. Isso porque a A.TV – o canal de conteúdo em vídeo do Aftermarket Automotivo, disponível no Youtube – transmitiu a cerimônia ao vivo na íntegra.

**COMPARTILHAR COM VOCÊ
TODAS AS PEÇAS PARA JUNTOS,
ENCONTRARMOS O CAMINHO
PARA A *felicidade.***

2023 foi um ano de muitas
conquistas e realizações.
Que 2024 traga um caminho
repleto de **quilômetros de
sucesso e prosperidade
para todos nós.**

Boas Festas



Acesse
o nosso
site:



Conheça nossas redes sociais:

@gruporealdistribuidor Grupo Real

RMP » **Disape** Divisão Especial de Assistência **PER** **MIDE** PARTS



CELEBRAÇÃO

“Uma jornada, uma história, uma celebração desse espetacular Aftermarket Automotivo, muito bom estar com vocês para mais um capítulo que conta com a sua participação, a elite empresarial e executiva dessa vigorosa cadeia de negócios. Um setor que encerra as incertezas do primeiro ano de um novo governo, as turbulências surgidas entre graves acontecimentos internacionais na área econômica e, sobretudo, política, sempre com números surpreendentes”, destacou logo na abertura do evento o jornalista Celso Zucatelli, apresentador de TV e um dos mestres de cerimônia da noite, sendo imediatamente complementado pela jornalista e apresentadora Adriana Reid, com quem divide o palco dos Maiores e Melhores há mais de uma década: “Um setor que movimenta bilhões de reais, e milhões de carros, todos os dias por esses milhões de quilômetros quadrados do território nacional, fazendo chegar aos mais de 5 mil e 500 municípios desse Brasil gigantesco os componentes automotivos que garantem o uso e a se-

gurança da frota circulante. Um mercado que retorna dos desafios sempre à sua propriedade ideal, ao seu formato original, mesmo após as deformações impostas ao funcionamento dos negócios”. Ano passado, a cerimônia em homenagem aos Maiores e Melhores deu destaque ao modelo de gestão ESG, três letras que destacam as disciplinas de compromisso com o meio ambiente, responsabilidade social e governança. “Hoje, o ESG já integra a missão, a visão e os valores de muitas empresas do setor, especialmente nas indústrias. Mas, e como vai a aplicação prática deste conceito entre os distribuidores de autopeças, os grandes homenageados desta noite?”, perguntou Adriana Reid na sequência de sua apresentação. E a resposta foi uma das grandes novidades trazidas ao longo da cerimônia, a partir de uma apuração inédita e exclusiva da Nhm NovoMeio Hub de Mídia com apoio técnico do IQA - a ação foi detalhada no palco pelo diretor superintendente do IQA, Alexandre Xavier (veja mais no box na sequência desta reportagem).

Ainda com foco no ESG, Celso Zucatelli e Adriana Reid abriram espaço para mais uma surpresa da noite, a exposição de Luiza Serpa, do Instituto Phi, e Maysa Gil do Instituto JCA. Ambas anunciaram uma ação social em tempo real em benefício da formação de mão de obra para a reparação automotiva realizada pelo JCA, que atende as comunidades carentes em Niterói, no Rio de Janeiro. O Instituto é um investimento social familiar, fundado em 2004 pelo empresário do setor de transportes Jelson da Costa Antunes. Por acreditar que a desigualdade social é uma questão a ser superada, a organização trabalha na área de educação com projetos que melhorem as oportunidades de jovens para que se projetem para um futuro com mais possibilidades de escolha e mais chances de construir um percurso profissional e pessoal de realização, cidadania e felicidade. A entidade já impactou positivamente mais de 4.000 adolescentes e jovens de origem popular incentivando o seu protagonismo e estimulando-os na criação e concretização de seus sonhos e projetos. Por meio de um QR Code disponibilizado a cada um dos convidados nas mesas, foi possível realizar uma doação ao JCA. O mesmo recurso foi exibido na tela da A.TV para quem quisesse contribuir remotamente com a entidade. A gestão desta ação social ficou

a cargo do Instituto Phi, de filantropia inteligente, entidade vinculada à plataforma ‘para quem doar’ das Organizações Globo. Durante a cerimônia, foram anunciados os vencedores dos 20 quesitos da primeira fase da pesquisa, referente ao portfólio de produtos de todos os distribuidores que atuam no mercado brasileiro. Na sequência, a Sama foi premiada como a vencedora na classificação geral desta etapa. O anúncio dos vencedores dos 21 atributos da segunda fase do estudo, que reconhece o desempenho empresarial das sete empresas finalistas, encerrou a fase de premiação. Na classificação geral por desempenho empresarial, a Real recebeu o principal troféu da noite - veja os resultados completos na próxima reportagem. “Nossos agradecimentos por podermos entregar ao mercado mais uma vez um estudo e um evento a altura da sua evolução constante e do apoio incondicional que temos recebido”, despediu-se Celso Zucatelli. “São esses incentivos que nos movimentam para que sigamos perseguindo o novo e trazendo inspirações, e revoluções, para esse Aftermarket Automotivo. Como o ESG, a sigla das novas disciplinas de orientação para a gestão sustentável das empresas como vimos aqui nessa noite, a nova referência de avaliação anual nos comportamentos das maiores marcas do setor que pretendemos seguir construindo”, finalizou a apresentadora Adriana Reid. Porque **ESG É Sobre Gente**.



Luiza Serpa, do Instituto Phi, e Maysa Gil, do IJCA, conduziram uma ação social em benefício da formação de mão de obra para a reparação



NOSSOS AGRADECIMENTOS

É com imensa alegria e orgulho que recebemos o prêmio de campeão Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças. Esse prêmio é o reconhecimento do nosso trabalho, da nossa dedicação e da nossa excelência em oferecer autopeças premium para carros importados, com qualidade, rapidez e confiança.

Queremos agradecer a todos que contribuíram para essa conquista: aos nossos clientes, que confiam em nós e nos escolhem como seus fornecedores; aos nossos fornecedores, que nos abastecem com os melhores produtos e serviços; aos nossos parceiros, que nos apoiam e nos incentivam; e, principalmente, aos nossos colaboradores, que são a nossa força e equipe. Esse prêmio é de todos vocês, que fazem parte da nossa história e do nosso sucesso. Vocês são a nossa motivação e a nossa inspiração para inovar, diferenciar e excelir no nosso ramo de atuação. Ficamos muito felizes e honrados em receber esse reconhecimento, que nos motiva a continuar buscando a excelência e a satisfação dos nossos clientes. Somos a Motors Imports, a sua distribuidora de autopeças de confiança. E somos campeões Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças.

Muito obrigado!

@motorsimportsbr

Itajaí/SC 47 3404-5863	São José/SC 48 3249-4000	Curitiba/PR 41 3028-3333	Porto Alegre/RS 51 3368-3300	São Paulo/SP 11 3738-3738	Campinas/SP 19 3772-3150	Rio de Janeiro/RJ 21 3037-1237	Brasília/DF 61 3048-6600
---------------------------	-----------------------------	-----------------------------	---------------------------------	------------------------------	-----------------------------	-----------------------------------	-----------------------------



PRÊMIO MAIORES E MELHORES: CONFIRA OS NOSSOS DESTAQUES!

1º LUGAR EM EMBREAGEM

1º LUGAR EM MOTOR

3º LUGAR EM DESEMPENHO
EMPRESARIAL – VENCEDOR
NA CATEGORIA COMPROMISSO

Hoje, compartilhamos com vocês, clientes, colaboradores e parceiros, nossas conquistas no **Prêmio Maiores e Melhores!**

Com muito orgulho, alcançamos o primeiro lugar com os produtos **Embreagem** e **Motor**, e fomos **Top 3** em **Desempenho Empresarial**, com destaque na categoria **Compromisso**, onde recebemos a maior nota da premiação.

Seguimos juntos por mais, sempre honrando o compromisso em ouvir vocês, entregando apenas o melhor, seja produtos, marcas, atendimento e o que mais vocês precisarem.

Agradecemos a todos que fazem parte da nossa história e dessas conquistas.

Contem sempre com a Roles, porque Juntos Fazemos Melhor!

MAIORES & MELHORES
em distribuição de autopeças



JUNTOS FAZEMOS MELHOR



Iniciativa inédita leva ESG à distribuição

Após tratar a teoria do sistema de gestão ESG - Environmental, Social and Governance (meio ambiente, responsabilidade social e governança) no ano passado, a edição 2023 dos Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças adotou como objetivo expandir a discussão sobre o tema trazendo-o para a prática do mercado, especialmente o segmento homenageado no evento. Para isso, a Nhm NovoMeio Hub de Mídia buscou o apoio técnico do IQA DS - Desenvolvimento Sustentável para Mobilidade e institucional da Andap/Sicap para realizar uma consulta aos grandes distribuidores do mercado a fim de apurar o estágio em que o segmento se encontra na aplicação dos conceitos relativos ao ESG. No palco dos Maiores e Melhores, Alexandre Xavier, diretor superintendente do IQA, compartilhou reflexões sobre o que ele definiu como um 'termômetro' que mede o comprometimento de organizações com as práticas ambientais, sociais e de governança. A consulta representou mais uma estreia na premiação e, ainda em caráter preliminar, envolveu a análise de uma amostra representativa de grandes players do mercado de pós-venda automotivo visando a um futuro reconhecimento nesse sentido. Para realizar o diagnóstico, a equipe técnica do IQA elaborou perguntas alinhadas às diretrizes globais de sustentabilidade, adaptada para a realidade do setor automotivo brasileiro. As respostas coletadas foram submetidas à análise especializada dos profissionais da instituição, agregando uma abordagem técnica. Os dados revelados oferecem uma visão promissora, destacando tanto conquistas significativas quanto áreas de aprimoramento. "Parabenizo a NovoMeio pela iniciativa e a sensibilidade para um tema que é tão relevante para os dias atuais. Seja na nossa vida pessoal, seja no âmbito profissional, não tem ninguém que, de alguma forma, não esteja mergulhando, se preocupando ou mesmo sendo questionado, abastecido e envolvido em todas as questões pertinentes aos pilares ESG". Alexandre destacou que uma das missões do IQA é entender diariamente e de forma contínua quais são os temas relevantes para o setor automotivo em relação à qualidade. "Uma questão simples: onde um instituto com essa estrutura e esse papel de apoiar a qualidade para toda a cadeia - OEM e aftermarket - pode fazer diferença? Nos tempos atuais a principal resposta envolve os grandes desafios, as grandes tendências que afetam o setor automotivo. Muitos especialistas dizem que nunca passamos por um período de tantas mudanças significativas em tão pouco tempo. São questões como a descarbonização, transformação digital, novos modelos de negócios e, sem sombra de dúvidas, a sustentabilidade, que vem influenciando desde já a legislação e requisitos de clientes para quem atua na cadeia OEM e para quem está no aftermarket. A sensibilidade do consumidor em relação a isso e o diferencial de mercado que essa questão acaba sendo". Embora o levantamento tenha sido um primeiro passo para uma iniciativa mais abrangente no futuro, Xavier encontrou bons indicativos nas respostas enviadas voluntariamente pelos distribuidores. "O primeiro ponto é a oportunidade de melhoria neste contexto, que envolve a mudança cultural que trata a questão de sustentabilidade dentro da agenda ESG. Um dos fantasmas deste



No palco dos Maiores e Melhores, Alexandre Xavier destacou oportunidades para os distribuidores no ambiente ESG e o engajamento das lideranças

tema é chamado usualmente de greenwashing e socialwashing, o risco de estar comunicando ou abordando algum aspecto ligado à sustentabilidade de uma maneira que não seja entendida pelo consumidor como verdadeira ou não totalmente verdadeira, porque não é só uma questão binária de sim ou não", fazendo com que, portanto, as empresas tenham que demonstrar de forma autêntica para o consumidor a veracidade de suas práticas. O superintendente do IQA destacou, também, oportunidades valiosas de melhoria. "Podemos perceber dentro desse levantamento junto à amostra que a organização como um todo ainda não está envolvida quando falamos da distribuição. Não há implementação de um sistema, de uma estratégia de sustentabili-

dade real em toda a organização. Os colaboradores, os processos envolvidos e a cadeia de fornecedores de alguma maneira não estão sensíveis ao que está sendo desenvolvido diretamente. Ao lado dessa oportunidade de melhoria significativa, foram vistos pontos também muito interessantes no nível de maturidade, adequado dentro do segmento. A sustentabilidade, dentro dessa amostra, já faz parte das discussões, da estratégia, já é considerada no dia a dia dos distribuidores. E foi nítida a percepção de que a alta liderança está envolvida. Não falaríamos de estratégias se não houvesse a alta liderança. E se a gente aponta que toda organização precisa estar envolvida, não há envolvimento de toda a organização sem o envolvimento da alta liderança como princípio".

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?



Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças 2023





MAIORES & MELHORES em distribuição de autopeças

2023

ESG CONCEPT

Maiores e Melhores de 2023

Conheça aqui os principais resultados da 27ª edição da pesquisa em que 500 lojistas de componentes para veículos leves em todo o Brasil avaliaram o trabalho dos distribuidores de autopeças com informações comparativas com os dois estudos anteriores

Depois de saber como foi a cerimônia que, em 23 de novembro, anunciou presencialmente e ao vivo pela A.TV os vencedores da 27ª pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças, é hora de conhecer com mais detalhes as empresas que se destacaram em cada um dos quesitos avaliados pelos 500 varejistas de autopeças para veículos leves nas cinco regiões do Brasil. O trabalho foi realizado pelo After.Lab, núcleo de inteligência de negócios da Novomeio Hub de Mídia. Desde 1996, a pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de autopeças investiga a evolução do segmento de distribuição de componentes automotivos a partir

da opinião dos clientes varejistas, medindo a satisfação dos empresários ou profissionais responsáveis pelas compras nas lojas com seus principais fornecedores. O trabalho é dividido em duas fases. Na primeira, os proprietários ou responsáveis por compras das lojas de componentes automotivos para veículos leves em todo o país são entrevistados por telefone e respondem a um questionário para avaliar os distribuidores a partir da segmentação do portfólio. Esse questionário conta com 20 quesitos de análise e divide com clareza as perguntas entre “produtos” e “componentes para os sistemas”, respeitando as demandas de mercado e a tradição do setor:

Qual é o melhor distribuidor no seguinte segmento de PRODUTO:

- | | |
|----------------|---------------------|
| 1. Acessório | 7. Filtro |
| 2. Amortecedor | 8. Fixação |
| 3. Borracha | 9. Pastilha |
| 4. Correia | 10. Peça importada |
| 5. Embreagem | 11. Rolamento |
| 6. Ferragem | 12. Vela de ignição |

Qual é o melhor distribuidor para os componentes dos seguintes SISTEMAS:

- | | |
|--------------------------|------------------------|
| 13. Arrefecimento | 17. Freio |
| 14. Câmbio e diferencial | 18. Injeção eletrônica |
| 15. Direção | 19. Motor |
| 16. Elétrico | 20. Suspensão |



O vencedor em cada um desses 20 quesitos é determinado anualmente pela soma simples de todos os votos obtidos pelas empresas. As 12 distribuidoras que obtiveram as melhores colocações na soma total dos votos da primeira fase foram pré-classificadas para a segunda etapa do estudo. A partir de 2022, o mercado ganhou a pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças Regional, que abriu espaço para que o segmento de varejo avalie também as empresas consagradas por sua atuação com foco regional, ainda que com certa presença em outros estados. Este desmembramento determinou à edição nacional se concentrar nos gigantes do mercado, que atuam com enorme abrangência e são, efetivamente, reconhecidos por sua cobertura para a maior parte do Brasil.

Foram, assim, definidas as sete empresas participantes da segunda fase, quando voltamos a conversar com os varejistas que responderam às 21 questões de avaliação pela segmentação por produtos. No caso da impossibilidade de participação de algum destes lojistas, outra loja na mesma cidade foi procurada para substituição. Desta vez, os proprietários ou responsáveis por compras são convidados a atribuir, para cada um dos distribuidores finalistas, uma nota de 0 a 10 relativa a cada um dos 21 atributos concentrados em sete grupos principais, conforme metodologia estabelecida pela Ipsos, uma das três maiores empresas de pesquisas do mundo, e aprimorada pelo After.Lab, conforme a tabela. Na segunda etapa, os vencedores foram determinados a partir das médias das notas atribuídas pelos varejistas entrevistados.

PRODUTO	QUALIDADE DAS MARCAS <i>Somente marcas idôneas e reconhecidas</i>
	VARIEDADE DAS MARCAS <i>Trabalha com diferentes marcas para um mesmo item</i>
	DISPONIBILIDADE <i>Tem os produtos em estoque</i>
COMERCIAL	ATENDIMENTO <i>Cordialidade e resolução rápida e eficaz dos problemas</i>
	ENTREGA <i>Prazo e quantidade combinados</i>
	EQUIPE DE VENDAS <i>Preparo técnico e capacidade de solucionar problemas</i>
RELACIONAMENTO	APOIO TÉCNICO <i>Informação técnica disponível</i>
	GARANTIA <i>Rapidez na resolução de problemas envolvendo garantia</i>
	SUPORTE PROMOCIONAL <i>Materiais promocionais e campanhas de incentivo às vendas</i>
IMAGEM	INOVAÇÃO <i>Apresentação de novas soluções novas para o varejo</i>
	EVOLUÇÃO <i>Melhoria nos últimos 12 meses</i>
	ADMIRAÇÃO <i>Sentimento de admiração</i>

IMPORTÂNCIA	FREQUÊNCIA DE COMPRA <i>Periodicidade de colocação de pedidos</i>
	PARCERIA <i>Proximidade de relacionamento</i>
	CONFIANÇA <i>Comprometimento nas relações comerciais</i>
PRESENÇA	COMPETÊNCIA <i>Avaliação de comportamento e desempenho</i>
	COMUNICAÇÃO <i>Ações de relacionamento e interações</i>
	COMPROMISSO <i>Valores que determinam fidelização</i>
RESPEITO	LEGALIDADE <i>Adequação às exigências tributárias e legislativas</i>
	ÉTICA <i>Conduta justa e moral perante clientes e mercado</i>
	TRANSPARÊNCIA <i>Ações e procedimentos claros e visíveis ao público</i>

Nesta segunda etapa, os vencedores não são mais determinados a partir da soma dos votos obtidos, mas sim de acordo com as médias de todas as notas atribuídas pelos varejistas entrevistados.



Agradecemos nossos clientes, fornecedores, colaboradores e parceiros por mais esse prêmio.



Prêmio de Maior e Melhor Distribuidor de Ferragens em 2023

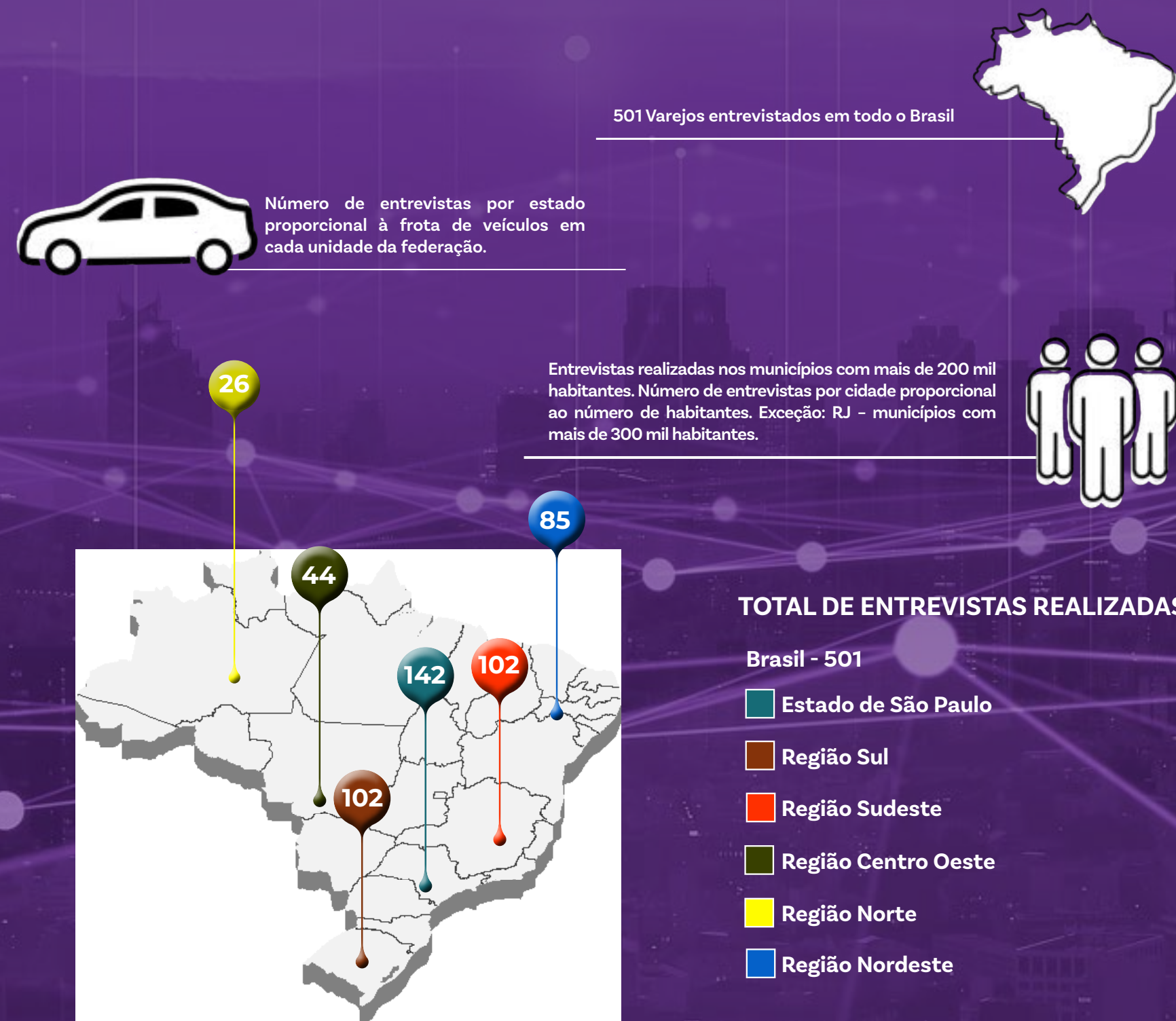


UNIVERSAL
SOLUÇÕES AUTOMOTIVAS

Varejistas ouvidos nas cinco regiões do Brasil

A pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças tem abrangência nacional. Anualmente, 500 varejistas opinam sobre os produtos e serviços oferecidos por seus principais fornecedores. A cada edição este número pode sofrer pequenas adequações em razão das exigências metodológicas, sempre para mais. Em 2023, um total de 501 varejos de autopeças para veículos leves foram selecionados aleatoriamente no mailing de leitores do Novo Varejo.

O número de lojas entrevistadas por estado é proporcional à participação de cada unidade federativa na frota total de veículos estimada pelo IBGE. Dentro dos estados, as entrevistas são realizadas nos municípios com 200 mil ou mais habitantes – com exceção do Rio de Janeiro, onde, devido à elevada concentração populacional na capital, o critério foi ajustado para 300 mil habitantes. A divisão das entrevistas por município é proporcional ao número de habitantes.



PRIMEIRA FASE - PRODUTOS

CLASSIFICAÇÃO PELA SOMA TOTAL DE VOTOS DOS QUESITOS QUE AVALIAM A SEGMENTAÇÃO POR PRODUTOS

COLOCAÇÃO	EMPRESA	%
1º	SAMA	6,07
2º	EMBREPAR	4,98
3º	COBRA	4,95
4º	REAL	4,62
5º	ROLES	4,36
6º	PELLEGRINO	3,73
7º	DPK	3,27
8º	FURACÃO	3,03
9º	JAHU	2,74
10º	VESPOR	2,46
11º	SK	2,18
12º	COMDIP	1,94

OS MAIS VOTADOS NOS QUESITOS QUE AVALIAM A SEGMENTAÇÃO POR PRODUTOS

ACESSÓRIO

EMPRESA	2023		2022		2021	
	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
CHG	1º	12,7	1º	13,7	2º	12,1
NEW KAR	2º	10,1	2º	9,8	1º	17,6
CENTER PARTS	3º	2,2	4º	4,6	4º	4,2

AMORTECEDOR

EMPRESA	2023		2022		2021	
	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
COBRA	1º	9,7	5º	6,4	5º	5,9
SAMA	2º	8,9	1º	12,4	1º	9,1
PELLEGRINO	3º	7,7	4º	6,8	6º	5,1

BORRACHA

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
JAHU	1º	33,9	1º	27,8	1º	27,7
MATAL SYSTEM	2º	3,7	2º	3,5	8º	2,3
REAL	3º	3,5	2º	3,5	2º	4,6

CORREIA

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
SAMA	1º	9,3	1º	13,1	1º	12,3
EMBREPAR	2º	7,7	2º	9,0	3º	6,1
DPK	3º	6,7	4º	5,1	9º	3,2

EMBREGEM

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
ROLES	1º	9,7	4º	7,8	6º	5,2
DPK	2º	7,9	3º	8,7	9º	3,2
COBRA	3º	7,7	7º	5,4	5º	5,8
SAMA	3º	7,7	1º	10,9	3º	8,2

FERRAGEM

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
UNIVERSAL	1º	17,9	1º	29,0	1º	30,6
PELLEGRINO	2º	2,2	4º	2,9	13º	1,4
PADRE CÍCERO	2º	2,2	3º	3,7	2º	3,3

FILTRO

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
REAL	1º	8,5	2º	7,2	2º	6,1
SAMA	1º	8,5	1º	9,7	1º	6,7
EMBREPAR	3º	8,1	3º	5,7	4º	4,4

FIXAÇÃO

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
JAHU	1º	7,5	2º	5,8	1º	5,6
SAMA	2º	4,3	1º	7,2	3º	4,0
NEW KAR	3º	3,5	12º	2,0	3º	4,0

Somos pelo 12º ano a **transportadora campeã!**

Nossa busca pela Excelência e pelo compromisso com vocês, nossos parceiros e clientes, se multiplicam a cada ano.

MAIORES & MELHORES
em distribuição de autopeças

A Rodonaves é para você também!
Na hora de enviar, vai de Rodonaves:

rodonaves.com.br

f l i n t

RTE RODONAVES

PASTILHA DE FREIO

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
COBRA	1º	9,1	6º	5,3	5º	5,3
REAL	2º	8,1	2º	8,3	1º	7,8
SAMA	2º	8,1	1º	9,2	2º	6,8

PEÇA IMPORTADA

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
MOTORS IMPORTS	1º	14,7	2º	8,5	1º	16,6
ISAPA	2º	7,7	1º	11,7	2º	6,6
PADRE CICERO	3º	2,5	3º	5,6	4º	4,3

ROLAMENTO

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
COBRA	1º	36,5	1º	20,9	1º	30,9
ROLES	2º	7,9	2º	6,5	3º	5,1
REAL	3º	4,5	7º	3,6	7º	3,8
SK	3º	4,5	7º	3,9	4º	4,9

VELA DE IGNIÇÃO

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
EMBREPAR	1º	13,3	1º	6,7	2º	9,8
COBRA	2º	11,1	3º	5,3	1º	10,5
ROLES	3º	7,7	1º	6,7	5º	5,3

ARREFECIMENTO

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
EMBREPAR	1º	6,5	7º	2,5	4º	4,2
SK	2º	6,3	1º	4,2	1º	6,2
SAMA	3º	5,3	2º	3,5	3º	4,7

CÂMBIO E DIFERENCIAL

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
SAMA	1º	7,9	1º	6,3	1º	14,8
REAL	2º	4,1	2º	3,8	4º	3,5
PELLEGRINO	3º	3,9	3º	3,1	2º	11,8

DIREÇÃO

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
PELLEGRINO	1º	9,1	2º	4,3	3º	5,1
SAMA	2º	8,9	1º	7,8	1º	9,9
EMBREPAR	3º	6,1	3º	3,9	5º	4,5
REAL	3º	6,1	5º	3,0	2º	7,4

ELÉTRICO

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
FURACÃO	1º	33,1	1º	18,0	1º	28,7
ELETROPAR	2º	3,9	2º	6,3	2º	5,9
TOLI	3º	3,1	7º	2,3	11º	1,4

FREIO

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
SAMA	1º	10,9	1º	8,9	1º	8,6
EMBREPAR	2º	7,9	2º	7,4	3º	5,1
ROLES	3º	6,9	13º	1,8	6º	3,2

INJEÇÃO

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
FURACÃO	1º	19,7	1º	7,8	1º	12,1
SAMA	2º	4,9	2º	4,3	4º	4,8
REAL	3º	4,5	10º	2,3	2º	8,1

MOTOR

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
ROLES	1º	9,3	3º	4,6	4º	3,9
SAMA	1º	9,3	1º	8,8	1º	11,1
REAL	3º	8,3	2º	4,9	2º	10,1

SUSPENSÃO

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
SAMA	1º	9,1	1º	6,3	2º	6,8
EMBREPAR	2º	8,9	2º	5,7	3º	6,2
ROLES	3º	6,7	5º	3,1	7º	10,1

Segunda fase da pesquisa avalia desempenho empresarial dos distribuidores

Desde 2012, a pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças é realizada em duas etapas. Após a apuração dos quesitos relativos ao portfólio de produtos, a equipe de profissionais do After.Lab volta a conversar com os 500 varejistas de autopeças em todo o Brasil para convidá-los a opinar sobre o desempenho empresarial de seus fornecedores a partir de quesitos focados em serviços, imagem e compliance.

Esta metodologia foi desenvolvida pela NovoMeio em parceria com a Ipsos, uma das três maiores empresas de pesquisa do mundo, e aprimorada pelo After.Lab, empresa de inteligência de mercado e pesquisas. Os vencedores da segunda fase da pesquisa – que apresentamos nas tabelas a seguir – foram as empresas que obtiveram as melhores notas médias em cada um dos atributos e na soma total das notas – neste caso, para determinar o vencedor na classificação geral.

TROFÉU MARKET SHARE É NOVIDADE PARA 2023

A 27ª edição da Pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças trouxe uma importante inovação com o objetivo de prestar serviços cada vez mais relevantes ao mercado por meio do aprimoramento constante do estudo. A partir de 2023, passa a ser premiada em categoria especial a empresa com o maior percentual de avaliações entre os 500 varejistas de autopeças entrevistados na segunda fase do estudo, que apura o de-

sempenho empresarial dos distribuidores. Na prática, trata-se da empresa com maior market share no varejo de autopeças para veículos leves brasileiro entre aquelas sete pesquisadas na segunda fase do estudo. Essa categoria, portanto, não leva em consideração as notas médias, mas o número de lojas em que cada um dos sete gigantes da distribuição nacional foi avaliado, traduzido na tabela de resultados pela participação percentual.

SEGUNDA FASE – DESEMPENHO EMPRESARIAL

CLASSIFICAÇÃO GERAL SEGUNDO A MÉDIA FINAL PONDERADA DE TODAS AS NOTAS ATRIBUÍDAS PELO VAREJO NOS QUESITOS QUE AVALIAM O DESEMPENHO EMPRESARIAL

COLOCAÇÃO	EMPRESA	%
1º	REAL	8,38
2º	COBRA	8,27
3º	ROLES	8,26
4º	PELLEGRINO	8,25
5º	DPK	8,20
6º	SAMA	8,14
7º	SK	7,93

CLASSIFICAÇÃO PELA MÉDIA FINAL DAS NOTAS PARA CADA UM DOS ATRIBUTOS DE AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO EMPRESARIAL

PRODUTO

QUALIDADE DAS MARCAS

EMPRESA	2023		2022		2021	
	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
REAL	1º	8,96	1º	9,12	1º	8,88
PELLEGRINO	2º	8,94	6º	8,96	3º	8,81
SAMA	3º	8,93	2º	9,08	2º	8,86

VARIEDADE DAS MARCAS

EMPRESA	2023		2022		2021	
	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
REAL	1º	8,63	1º	8,76	1º	8,66
SAMA	2º	8,49	3º	8,65	2º	8,59
PELLEGRINO	3º	8,47	4º	8,54	3º	8,39

DISPONIBILIDADE

EMPRESA	2023		2022		2021	
	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
REAL	1º	8,37	1º	8,12	2º	8,26
COBRA	2º	8,18	5º	7,92	5º	7,89
ROLES	3º	8,10	3º	7,99	4º	8,07

COMERCIAL

ATENDIMENTO

EMPRESA	2023		2022		2021	
	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
REAL	1º	9,00	1º	9,11	1º	8,84
COBRA	2º	8,97	4º	8,98	3º	8,75
PELLEGRINO	3º	8,85	6º	8,92	4º	8,71

ENTREGA

EMPRESA	2023		2022		2021	
	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
COBRA	1º	8,57	1º	8,54	1º	8,56
DPK	2º	8,51	6º	8,33	7º	8,38
REAL	3º	8,50	3º	8,47	5º	8,40

EQUIPE DE VENDAS

EMPRESA	2023		2022		2021	
	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
REAL	1º	8,88	2º	9,00	2º	8,84
COBRA	2º	8,87	5º	8,91	4º	8,75
ROLES	3º	8,81	1º	9,01	3º	8,77

RELACIONAMENTO**APOIO TÉCNICO**

EMPRESA	2023		2022		2021	
	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
PELLEGRINO	1º	7,66	7º	7,58	5º	7,60
REAL	2º	7,65	1º	7,81	2º	7,80
COBRA	3º	7,49	3º	7,75	6º	7,58

GARANTIA

EMPRESA	2023		2022		2021	
	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
REAL	1º	7,47	4º	7,62	4º	7,71
COBRA	2º	7,39	1º	7,78	1º	7,87
PELLEGRINO	3º	7,38	6º	7,58	5º	7,70

SUPORTE PROMOCIONAL

EMPRESA	2023		2022		2021	
	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
REAL	1º	7,14	2º	6,94	1º	7,09
PELLEGRINO	2º	6,75	7º	6,69	6º	6,81
ROLES	3º	6,69	1º	7,08	2º	7,05

IMAGEM**INOVAÇÃO**

EMPRESA	2023		2022		2021	
	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
REAL	1º	7,74	1º	8,05	4º	6,94
ROLES	2º	7,60	2º	7,96	5º	6,93
DPK	3º	7,55	6º	7,80	1º	7,05

EVOLUÇÃO

EMPRESA	2023		2022		2021	
	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
REAL	1º	7,43	1º	8,06	2º	7,33
PELLEGRINO	2º	7,35	6º	7,87	4º	7,26
ROLES	3º	7,33	2º	7,98	5º	7,23



Tecnologia Alemã. Produto Original

A SEG Automotive parabeniza os indicados e vencedores do Prêmio Maiores e Melhores Nacional.

Reconhecemos a excelência e dedicação dos parceiros distribuidores de autopeças em todo o Brasil. Nos orgulhamos de contribuir para o sucesso dessas empresas, destacando nosso compromisso e confiança no mercado de reposição automotiva nacional.

Estamos empenhados em continuar impulsionando a inovação e o progresso, fortalecendo assim o desenvolvimento contínuo dessa indústria crucial para o crescimento econômico do país.



ADMIRAÇÃO

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
REAL	1º	8,36	1º	8,53	1º	8,25
ROLES	2º	8,29	2º	8,51	3º	8,15
COBRA	3º	8,20	3º	8,46	5º	7,82

IMPORTÂNCIA**FREQUÊNCIA DE COMPRA**

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
COBRA	1º	7,29	4º	8,01	5º	6,85
REAL	2º	7,13	1º	8,11	1º	7,72
DPK	3º	7,03	7º	7,86	6º	6,80

PARCERIA

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
REAL	1º	8,18	1º	8,42	1º	7,82
ROLES	2º	8,10	3º	8,29	2º	7,78
COBRA	3º	8,09	2º	8,32	5º	7,36

CONFIANÇA

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
COBRA	1º	9,00	4º	8,98	3º	8,55
REAL	2º	8,87	2º	9,04	1º	8,70
PELLEGRINO	3º	8,92	6º	8,90	5º	8,47

PRESENÇA**COMPETÊNCIA**

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
REAL	1º	8,78	1º	8,84	1º	8,55
ROLES	2º	8,77	3º	8,81	3º	8,41
COBRA	3º	8,76	4º	8,76	5º	8,38

COMUNICAÇÃO

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
REAL	1º	8,40	1º	8,60	1º	8,17
ROLES	2º	8,33	2º	8,51	3º	8,12
PELLEGRINO	3º	8,28	7º	8,35	6º	7,83

COMPROMISSO

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
ROLES	1º	8,70	3º	8,63	2º	8,38
REAL	2º	8,68	2º	8,65	3º	8,36
COBRA	3º	8,65	4º	8,60	4º	8,18

RESPEITO**LEGALIDADE**

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
DPK	1º	9,41	7º	9,14	6º	8,97
ROLES	2º	9,36	4º	9,21	1º	9,10
REAL	3º	9,35	2º	9,22	2º	9,07

ÉTICA

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
COBRA	1º	9,19	3º	9,05	3º	8,71
REAL	2º	9,18	2º	9,06	1º	8,77
ROLES	3º	9,14	4º	9,02	2º	8,76

TRANSPARÊNCIA

2023			2022		2021	
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%	COLOCAÇÃO	%
REAL	1º	8,97	1º	9,11	2º	8,79
PELLEGRINO	2º	8,96	5º	9,03	6º	8,63
ROLES	3º	8,92	2º	9,10	3º	8,78

TROFÉU MARKET SHARE

2023		
EMPRESA	COLOCAÇÃO	%
SAMA	1º	21,2
PELLEGRINO	2º	17,9
SK	3º	17,5

Varejistas elegem a melhor transportadora

Além de investigar em detalhes a satisfação dos varejos de autopeças com os distribuidores, a pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças também vem apurando ao longo dos anos, em categoria especial, a percepção dos lojistas de componentes automotivos em relação à qualidade dos serviços prestados pelas transportadoras. Embora o varejista em geral não seja contratante

dos serviços oferecidos por estas empresas, ele é destinatário dos produtos entregues e, assim, em muitas ocasiões depende e conta com a eficiência dos frotistas para o adequado abastecimento de seus estoques. Com isso, tem repertório para fazer uma avaliação do resultado final do trabalho, o que, inclusive, pode servir de parâmetro para orientar também a contratação por parte dos distribuidores.

AS MELHORES TRANSPORTADORAS – 2023

COLOCAÇÃO	EMPRESA	%
1º	RODONAVES	10,78
2º	BRASPRESS	3,19
3º	EXPRESSO SÃO MIGUEL	1,60

PATROCINIO



PLANETA MASTER
O CENTRO DA INFORMAÇÃO
SOBRE OS PRODUTOS DO
MERCADO AUTOMOTIVO

ESTEJA NO CENTRO DO MERCADO DE REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA.

A MASTER DE PRODUTOS É O MAIS COMPLETO BANCO DE DADOS DE PEÇAS PARA O SETOR DE REPOSIÇÃO BRASILEIRO. SÃO MAIS DE 560.000 PRODUTOS CADASTRADOS E 6 MILHÕES DE APLICAÇÕES VEICULARES! TUDO PRONTO PARA USAR.

MASTER de PRODUTOS

FRAGA INTELIGÊNCIA AUTOMOTIVA

CONTACTO

fraga.com.br

MAPA

Movimento das Atividades em Peças e Acessórios. MAPA consulta semanalmente varejistas de componentes para veículos leves das cinco regiões do Brasil sobre o comportamento em compras e vendas de cada loja, uma investigação relacionada exclusivamente às variações comparativas com a semana anterior a da realização de cada edição da pesquisa, gerando informação quente sobre a oscilação percentual no volume financeiro vendido e comprado pelo entrevistado naquela semana quando confrontada com os números da semana anterior. **MAPA, o indicador das atividades de vendas e compras mais preciso do Aftermarket Automotivo.**

ONDA

Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços. ONDA é uma pesquisa semanal que mede índices de abastecimento e oscilações de preços no setor, segundo varejistas de componentes para veículos leves das cinco regiões do Brasil, o que torna o estudo um balizador do eventual volume de faltas naquela semana em relação a exatamente anterior, com apontamento dos itens mais faltantes, e ainda com avaliações sobre o comportamento dos preços naquela semana, segundo a mesma referência da semana anterior, com destaque para os produtos listados com maior aumento. **ONDA, a medição semanal de carências e inflação no Aftermarket Automotivo.**

LUPA

Lubrificantes em Pesquisa no Aftermarket Automotivo. O estudo apura a participação dos óleos de motor, transmissão, direção, diferencial, além de fluido de freio em oficinas mecânicas independentes, uma pesquisa realizada mensalmente e consolidada semestralmente, com investigação sobre os serviços de troca de lubrificantes realizados, as marcas mais utilizadas e os volumes trocados por mês, enquanto para os varejos de autopeças a pesquisa pergunta sobre os tipos de produtos vendidos, o perfil dos clientes compradores, as marcas mais vendidas e os volumes comercializados a cada mês. **LUPA, um olhar inédito sobre o mercado de lubrificantes no Aftermarket Automotivo.**

META

Montadoras em Estatísticas e Tendências no Aftermarket. O avanço do interesse das marcas de peças genuínas sobre a reposição determinou a criação desse estudo que mede mensalmente a sua presença no trade independente, com resultados totalizados, consolidados e analisados para divulgação semestral, fragmentados por tópicos mês a mês, com informações contínuas e detalhadas sobre o consumo nas concessionárias, motivos da compra, oscilações de volume, marcas de preferência, itens adquiridos e ainda dados sobre o consumo segmentado entre a frota nacional e de importados. **META, uma nova visão sobre a presença das Montadoras no Aftermarket Automotivo.**

VIES

Varição em Índices e Estatísticas. VIES analisa, ao fechamento de cada mês, com base nos dados das pesquisas MAPA e ONDA, o desempenho do varejo de autopeças brasileiro nos atributos de compra, venda, abastecimento e preços, alinhando números do mês em relação comparativa ao mesmo mês dos dois anos anteriores, compondo uma curva exclusiva para a análise dos estrategistas do mercado, com dados nacionais e também individualizados para as cinco regiões do Brasil, formando um gráfico sobre as oscilações do setor segundo as mais sensíveis disciplinas de negócios do mercado. **VIES, um olhar estatístico sobre o comportamento do Aftermarket Automotivo.**

AFTER.LAB

aftermarket
automotivo

novovarejo
automotivo

MAIS
AUTOMOTIVE

CTV

MAIORES & MELHORES
EM EXCELÊNCIA NA ENTREGA

INOVA
FORÇA AO AUTOMOTIVO

CTV

Nhm



Unidade foi definida como o novo Centro de Engenharia Américas para Filtros, que atenderá as operações em todas as Américas

MAHLE inaugura seu Centro de Engenharia Américas para Filtros em Jundiaí

O Tech Center de Jundiaí (SP), que completou 15 anos em 2023, está ampliando sua estrutura para receber um novo Centro de Engenharia Américas para Filtros, que atenderá, além da América do Sul e Central, também a América do Norte. A operação, inaugurada em novembro, inclui o desenvolvimento completo de produtos para o mercado de componentes, como sistemas de filtração do ar, coletores de admissão, tampas de válvulas, evaporadores de emissões (carbon canister), cárter plásticos, filtros de ar, óleo e combustível, entre outros produtos específicos, bem como tecnologias para aplicações em veículos elétricos e movidos a célula de combustível. A concentração do desenvolvimento da família de filtros e periféricos para Brasil e Estados Unidos em Jundiaí é resultado desta iniciativa. Esses produtos já eram desenvolvidos no País, mas apenas para o mercado nacional em utilizações que atendem automóveis de passeio, caminhões, ônibus e veículos agrícolas. “Promovemos uma transformação na empresa nos últimos anos, com foco em ampliar a participação no mercado e nos tornar cada

vez mais competitivos. O estabelecimento desse centro de engenharia para as Américas é um importante indicador do sucesso dessa estratégia”, ressalta Sérgio Sá, Presidente e CEO da MAHLE América do Sul. Para a MAHLE, a América do Sul é a região onde o motor a combustão permanecerá como solução tecnológica por muito tempo em função da disponibilidade de combustíveis renováveis, como o Etanol. “Nosso centro tecnológico em Jundiaí possui conhecimento e experiência no desenvolvimento completo de tecnologias para motores, incluindo desde o desenvolvimento de materiais básicos, passando por design, novos combustíveis e validação, de acordo com as especificações dos diversos mercados e, com isso, posicionando a estrutura brasileira como um hub de desenvolvimento global”, destaca Everton Lopes, Diretor do Tech Center da MAHLE. O local já possui estrutura completa de validação virtual e física, além de uma ampla área para teste de componentes. Para a criação do Centro de Engenharia Américas para Filtros, o quadro de colaboradores do tech center foi ampliado. Inicialmente, foram contratados mais 30 profissionais altamente qualificados ao quadro já existente.



Evento firma parceria entre GWM e Senai para realização de curso para profissionais das concessionárias da marca

GWM e Senai-SP se unem para capacitação de profissionais em eletrificação veicular

A GWM Brasil e a Escola e Faculdade SENAI “Conde José Vicente de Azevedo”, localizada no bairro do Ipiranga, em São Paulo, firmaram contrato de parceria para a realização de um curso voltado para os profissionais técnicos das concessionárias da autotech. A ação faz parte da recém-lançada estrutura de treinamentos da montadora, a GWM Academy, que tem como principais objetivos proporcionar transferência de conhecimento e formação profissional à sociedade e garantir um atendimento de excelência no pós-venda das suas concessionárias. “A capacitação da rede GWM é um aspecto fundamental da nossa operação. Por isso, nos unimos ao Senai Ipiranga, que também é reconhecido nacionalmente por sua excelência em desenvolvimento e aplicação de cursos técnicos, para oferecer a melhor formação em eletrificação. Este momento é um marco social, devido à transferência de know-how entre China e Brasil sobre novas tecnologias e inovações, em especial sobre eletrificação”, ressalta Daniel Conte, Diretor de Pós-Vendas da GWM. O primeiro módulo contará com a participação de 64 técnicos e líderes de oficina – quatro turmas com 16 integrantes cada –, com pelo menos um representante de cada concessionária GWM que possua oficina. Os carros que farão parte do curso são o GWM Haval H6 HEV, Haval H6 PHEV, ORA 03 GT e o Ora 03 Skin Copacabana. A primeira e a segunda turmas iniciaram o curso em 23 de novembro e encerrarão no dia 1 de dezembro. A terceira e a quarta farão o treinamento de 7 a 11 de dezembro. “É uma grande satisfação firmar esse contrato com a GWM a fim de contribuir para que mais pessoas estejam preparadas para atuarem, no aspecto da eletrificação veicular, com os carros da marca”, destaca o Diretor do Senai-SP, Adelmo Belizário.

CONTEÚDO DO CURSO

A primeira fase do treinamento, com o tema “Instruções de Segurança para Veículos Eletrificados”, tem carga horária de 8 horas, distribuídas em dois dias, e é realizada on-line. O objetivo é desenvolver competências relativas à conscientização dos riscos ao trabalhar com um sistema de alta tensão, reconhecendo os perigos e identificando quais trabalhos e níveis de competência profissional requerem cada tipo de atividade, seguindo normas e procedimentos técnicos. Na sequência, os profissionais participam do treinamento presencial no Senai Ipiranga, na cidade de São Paulo, com duração de 40 horas, ao longo de uma semana. Com o tema “Técnicas de Manutenção em Sistemas e Componentes Desenergizados em Veículos Eletrificados, Ferramentas de Diagnóstico GWM e Módulo Técnico (GDMC)”, este treinamento tem como objetivo a realização de intervenções, testes e diagnósticos no sistema elétrico de potência desenergizado de veículos elétricos e híbridos, identificando os componentes do sistema e o funcionamento dos principais componentes da tração elétrica, seguindo normas e procedimentos de segurança. Neste treinamento, também serão apresentadas as ferramentas de diagnóstico GWM, bem como o módulo do sistema técnico no portal GDMC. Os profissionais da rede que forem aprovados na avaliação final receberão certificação do Senai e serão elegíveis ao certificado do treinamento, que faz parte da formação do profissional GWM e base para a certificação dos Concessionários.



Centro de Distribuição Aftermarket Eaton localizado na unidade de Valinhos (SP)

Aftermarket da Eaton expande atuação no mercado internacional e exportação representa 20% dos negócios

Para manter o crescimento acelerado dos últimos anos, o Aftermarket da Eaton está expandindo sua atuação e apostando em ampliar presença em toda a América do Sul. Com uma estratégia consolidada e portfólio específico para as necessidades locais, a representatividade em exportação atingiu mais de 20% na reposição – um crescimento acima de 10%, considerando os últimos anos. Assim como no Brasil, a linha agrícola tem demonstrado um alto potencial para os negócios. E, apenas neste segmento, a área cresceu mais de 20% fora do país. Para garantir o fornecimento de peças originais, além do mercado independente, a multinacional atua no pós-venda para as principais montadoras, tanto no Brasil quanto nos demais países da América do Sul. “Existe uma grande diversificação de frota para caminhões e ônibus no mercado exterior e a Eaton está se movendo para atender todas as especificidades dessas aplicações”, comenta Gustavo Orrú, diretor geral do Aftermarket da Eaton.

Atualmente, a Eaton exporta praticamente todo o portfólio doméstico e, há cerca de dois anos, lançou uma linha dedicada para a exportação, que contempla platô e disco de embreagem para demais aplicações, como para a Isuzu. Neste ano, a multinacional marcou presença na Expopartes Colômbia, maior feira de reposição automotiva do mercado andino e pôde apresentar as últimas novidades para a região. “Com esses lançamentos, nosso objetivo é atingir países como Bolívia, Equador, Peru, Colômbia e Venezuela, que possuem características mais diversificadas de frota. Em breve lançaremos a ampliação dessa linha”, destaca Orrú. A EAP (Eaton Aftermarket Parts), marca que alia a qualidade e expertise centenária da multinacional com preços mais acessíveis, também tem ganhado mais espaço internacionalmente e possui muita sinergia com as necessidades deste mercado. A Eaton projeta ainda planos para ampliação desta linha com soluções específicas para aplicações no exterior.



FOTO: Divulgação

Unidade de Piracicaba é certificada desde 2016 pelo Great Place to Work

Delphi é reconhecida entre Melhores Empresas para se Trabalhar pela sétima vez consecutiva

A PHINIA, por meio de sua marca Delphi, conquistou pela sétima vez consecutiva o certificado GPTW (Great Place to Work), que reconhece mundialmente as melhores organizações para se trabalhar, de acordo com a avaliação dos colaboradores. A certificação ocorreu em outubro de 2023, para a operação localizada em Piracicaba (SP), onde são produzidos e distribuídos os produtos Delphi, uma das marcas mais tradicionais e respeitadas de componentes automotivos em todo o mundo. Reafirmando a trajetória de sucesso desde 2016, os funcionários, por meio de uma pesquisa anônima e confidencial, mais uma vez reconheceram a PHINIA como um excelente lugar para se trabalhar. A pesquisa identificou como principais fortalezas:

- **Respeito:** 94% consideram que a empresa oferece um local fisicamente seguro para o trabalho e 91% reconhecem que recebem os equipamentos e recursos necessários para desempenharem suas funções;
- **Orgulho:** 91% têm orgulho de contar a outras pessoas que fazem parte da organização;
- **Camaradagem:** 91% dos que responderam à pesquisa disseram que se sentiram bem-vindos quando entraram na empresa.

Em relação à pesquisa anterior, o índice de favorabilidade, que mensura a satisfação geral com o ambiente de trabalho, avançou seis pontos percentuais, alcançando 83%. “Estes resultados nos permitem identificar os pontos fortes e as oportunidades de melhoria em nossas atividades e aprimorar nossos processos, contribuindo com o fortalecimento de sentimentos positivos e o orgulho de todos com a organização da qual fazem parte”, explica Amaury Oliveira, Vice-Presidente de Aftermarket da PHINIA para a América do Sul. “É uma atividade contínua, que mantemos em constante evolução e que é intensificada pelas diferentes ações que realizamos durante o ano todo”, acrescenta. O certificado GPTW é concedido pela consultoria Global Great Place to Work (Excelente Lugar para se Trabalhar), uma instituição presente em 97 países e referência no reconhecimento das melhores empresas para se trabalhar no mundo. Em 2023 a instituição já certificou mais de 2.300 corporações, impactando mais de 2 milhões de profissionais ao redor do globo. Entre as principais medidas em andamento estão ações de inclusão e diversidade, presença feminina em posições de chefia, segurança do trabalho e incentivo ao voluntariado e cuidados com a saúde.



Anúncio foi feito pelo vice-presidente e ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, Geraldo Alckmin

Governo libera R\$ 270 milhões para inovação em cadeia automotiva

Recursos financiarão projetos do Rota 2030 ligados à indústria 4.0

Destinado a financiar projetos de inovação na indústria automotiva, o Rota 2030 teve R\$ 270 milhões liberados pelo governo, conforme anunciou na última semana de novembro o vice-presidente e ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, Geraldo Alckmin. Os recursos vêm de fundos administrados pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) e pela Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial (Embrapii) destinados à transformação tecnológica do setor. A verba será destinada à indústria 4.0, de processos de manufatura digital. Os recursos beneficiarão projetos de inovação tanto em montadoras como na indústria de autopeças. O dinheiro será gerido pelo Senai e pela Embrapii, que escolherão os projetos a serem financiados. Essa foi a segunda liberação de recursos em menos de um mês. Em 24 de outubro, o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços assinou um acordo de cooperação técnica com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) para incluir o banco de fomento entre os operadores dos fundos dos programas prioritários do Rota 2030. Na ocasião, foram destinados R\$ 200 milhões para a redução de emissões de carbono de novos veículos. “Os recursos se juntarão a uma série de outras medidas de redução de custo, estímulo à inovação e fomento ao desenvolvimento sustentável que o governo está implementando”, disse o vice-presidente Geraldo Alckmin durante o anúncio da liberação do dinheiro, na sede da Confederação Nacional da Indústria (CNI), em Brasília. Segundo o diretor executivo da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), Igor Calvet, a parceria entre

o Senai e a Embrapii ajudará a acelerar o desenvolvimento industrial. Já o presidente da Associação de Engenharia Automotiva, Marcus Vinicius Aguiar, disse que o Rota 2030 é importante para manter empresas e profissionais no país.

Para o presidente da CNI, Ricardo Alban, o Brasil precisa fazer uma revolução no setor automotivo de forma sustentável. “Precisamos aproveitar a riqueza do Brasil e investir em tecnologia para impulsionar e desenvolver a ainda mais a indústria automotiva no país”, defendeu.

AÇÕES

Entre as ações previstas com os novos recursos, está o lançamento de um edital conjunto de R\$ 133 milhões para projetos estruturantes, destinado a propostas de parcerias entre empresas e institutos de pesquisa. As propostas apresentadas deverão ter valores entre R\$ 10 milhões e R\$ 60 milhões, considerando recursos do Rota 2030. Os R\$ 270 milhões liberados contemplam mais quatro ações: R\$ 70,4 milhões do Senai para estimular alianças industriais com empresas habilitadoras de tecnologias 4.0; R\$ 30 milhões da Embrapii para projetos em pesquisa, desenvolvimento e inovação de micro, pequenas e médias empresas com até 100% de recursos não reembolsáveis; R\$ 34 milhões do Senai para consultorias para aumentar a digitalização e a produtividade em 190 empresas fornecedoras da cadeia automotiva; e R\$ 2,6 milhões para o lançamento de cursos MBI e de oficinas online para incentivar as discussões em relação a aplicação de tecnologias 4.0 e mobilidade.



Right to Repair avança na UE após últimas decisões do Tribunal

CLEPA comemora orientações da Justiça sobre a interpretação da legislação de RMI

Entidade europeia entende que últimas decisões foram favoráveis ao Aftermarket Automotivo e seguem na direção do Right to Repair

O Tribunal de Justiça Europeu deu recentemente um passo significativo para promover a concorrência no mercado de reparação de veículos na União Europeia com as suas recentes decisões sobre os procedimentos de acesso seguro para diagnóstico de veículos através da porta OBD e acesso a informações de reparação – leia reportagem completa na edição digital 414 do Novo Varejo Automotivo, que você encontra no site da publicação. A CLEPA – Associação Europeia de Fornecedores Automóvel que representa mais de 3.000 empresas – acolheu com satisfação a orientação do Tribunal sobre a interpretação da legislação RMI - Repair & Maintenance Information (Informações sobre Reparo e Manutenção) existente, especificamente o artigo 61º e o anexo X relacionado do Regulamento de Homologação UE 858/2018, em vigor desde 2020. O acesso aos conteúdos necessários para os procedimentos de reparação, peças de reposição e informações de diagnóstico é pré-requisito para a manutenção adequada dos veículos e os profissionais independentes enfrentam frequentemente limitações na obtenção de tais informações dos fabricantes de veículos. Por conseguinte, os dois acórdãos do Tribunal de Justiça Europeu reforçam a competitividade das oficinas de reparação independentes no interesse dos consumidores. Após a publicação das decisões, a CLEPA destacou quatro pontos-chave importantes para o Aftermarket Independente:

1. ACESSO A INFORMAÇÕES COMPLETAS SOBRE VEÍCULOS

A decisão do TJE garante que os operadores independentes tenham acesso a todas as informações necessárias sobre reparação e manutenção de veículos num formato que permita a utilização eletrônica direta. Isto inclui o Número de Identificação do Veículo (VIN), antes frequentemente omitido, deixando aos operadores independentes informações incompletas e ambíguas sobre peças sobressalentes. Esta decisão contribui para catálogos de peças de reposição mais precisos, reduzindo a carga de trabalho para identificação de peças por parte de fornecedores, editores de dados e distribuidores.

2. O VIN COMO DADO NÃO PESSOAL

A Justiça esclarece que o VIN não é de natureza pessoal, sublinhando

que, mesmo quando combinado com as informações do proprietário do veículo, o RGPD (Regulamento Geral de Proteção de Dados) não exclui os fabricantes de veículos da obrigação de disponibilizar os VIN aos operadores independentes. A CLEPA apoia esta decisão, confirmando que o VIN faz parte integrante da informação técnica de reparação e manutenção, que deve ser fornecida pelo fabricante do veículo.

3. CONFORMIDADE COM SEGURANÇA CIBERNÉTICA

A decisão reafirma o princípio fundamental de que as medidas de cibersegurança não devem substituir os quadros legislativos existentes, especialmente aqueles que permitem o acesso irrestrito à informação sobre reparação e manutenção de veículos (RMI) e o acesso não discriminatório à informação OBD, conforme descrito no artigo 61º, nºs 1 e 4, e Anexo X, ponto 2.9 do Regulamento de Homologação 858/2018 (TAR). Embora reconhecendo a importância da cibersegurança para garantir a operação segura de veículos conectados e automatizados, a CLEPA aprecia a posição do tribunal contra restrições de acesso que excluiriam terceiros do mercado de reparação e serviços.

4. FORTALECIMENTO DO MERCADO DE REPAROS INDEPENDENTES

O compromisso do TJE em reforçar o mercado de reparação independente é evidente nas suas decisões. O tribunal fornece orientações valiosas sobre a implementação contínua do Regulamento UN155 na Europa. A CLEPA sublinha que, mesmo para a cibersegurança, os fabricantes de veículos devem conceder aos operadores independentes acesso a informações essenciais para diagnósticos, substituição de peças e operações de reparação e manutenção sem condições não mencionadas no Regulamento de Homologação. Estas decisões marcam um momento crucial na promoção da concorrência leal, garantindo que os operadores independentes tenham as ferramentas necessárias para prosperar no cenário em evolução da reparação e manutenção de veículos. A CLEPA permanece aberta a um diálogo construtivo com todas as partes interessadas para explorar soluções técnicas que garantam a conformidade com o Regulamento UN155 e as disposições RMI conforme descrito no Regulamento de Homologação.



Gigante americana dá continuidade ao crescimento no interior paulista e abre vagas de trabalho para o público da região

AutoZone investe em SP e anuncia 3 novas lojas no Estado

A AutoZone inaugurou três novas lojas no estado de São Paulo em novembro, nas cidades de Itapevi (Rod. Engenheiro Renê Benedito da Silva), Santo André (Av. Pereira Barreto) e Araraquara (Av. Maurício Galli). As novas unidades fazem parte do plano de expansão da marca no interior de São Paulo, com o objetivo de ampliar ainda mais o leque de opções de serviços e peças automotivas na região. Ao todo, já são mais de 78 lojas no estado paulista. As três novas unidades contam com um catálogo de mais de 60 mil itens entre peças e acessórios, disponíveis para carros e motos. O público poderá contar ainda com serviços gratuitos diferenciados como scanner de motor, teste, recarga e troca de bateria, troca de palheta, dentre outros, tornando a compra de autopeças uma experiência ágil, resolutive e confiável. Para as novas lojas, a AutoZone está com vagas abertas para diferentes cargos, como: especialista de peças, gerente de loja, supervisor comercial e representante de vendas.

De acordo com o presidente da rede no Brasil, Mauricio Bráz, a previsão da AutoZone é de continuar investindo no estado de São Paulo em 2024. "Este ano, ultrapassamos a marca de 100 lojas no Estado e nossa meta é continuar investindo na região. Sabemos do potencial do interior paulista e nosso foco é levar um novo conceito para o mercado de autopeças em toda a região, assim como gerar empregos e renda para o público local", conta o executivo. Presente em várias cidades brasileiras, a rede norte-americana chegou no país há mais de 10 anos e, atualmente, conta com mais de 100 lojas no território nacional. Além da apresentação visual, limpeza, organização e layout dos produtos, visando atender às necessidades do cliente final, a rede também oferece atendimento exclusivo dedicado às oficinas, com entrega rápida sem valor mínimo, empréstimos de ferramentas para o mecânico realizar o reparo do automóvel do cliente, além da oportunidade de experimentar e testar a qualidade dos produtos das marcas exclusivas da AutoZone, como Duralast e Valucraft.

ANUÁRIO DO COMÉRCIO DE AUTOPEÇAS DO BRASIL 2023/2024

FOTO: Divulgação

Sincopeças Brasil lança segunda edição do Anuário do Comércio de Autopeças

Publicação traz um fiel retrato com exclusivas projeções do comércio de autopeças, motopeças, pneumáticos e câmaras de ar do Brasil

O Sincopeças Brasil já colocou no ar a versão digital da 2ª edição do Anuário do Comércio de Autopeças do Brasil 2023/2024, com dados exclusivos sobre o mercado automotivo, comércio de autopeças, motopeças, pneumáticos e câmaras de ar, além de dados socioeconômicos apurados pela Fraga Inteligência Automotiva, Alvarenga Projetos Automotivos e Latin America For Business - LA4B. No editorial "Uma década de ouro para o mercado automotivo de reposição", o presidente do Sincopeças Brasil, Ranieri Palmeira Leitão, afirma que a queda e estagnação no volume de licenciamentos de veículos novos no Brasil beneficiou fortemente o mercado automotivo de reposição, seja no canal original, seja no canal independente. "Devido a agilidade da logística do comércio de autopeças e proximidade das oficinas e lojas com os consumidores finais, o canal independente tem avançado sobremaneira", assegura. O presidente aborda ainda a participação do Sincopeças Brasil na Aliança Aftermarket Automotivo Brasil, juntamente com as entidades Afer, Andap, Anfape, Asdap, Conarem e Sindirepa Brasil, e o engajamento com o movimento Right to Repair (Direito de Reparar) para garantir a liberdade de escolha dos consumidores de onde realizar a manutenção do veículo, bem como as conquistas alcançadas, como a publicação na Norma ABNT 16.999 - Qualificação do Profissional Vendedor de Autopeças, a criação da Certificação de Vendedores de Autopeças pelo IQA, e a renovação do website www.sincopecasbrasil.org.br.

DADOS AUTOMOTIVOS

- Evolução anual da frota de veículos automotores (2015/2027) - linha leve / linha pesada / linha duas rodas
- Evolução real e prevista da pulverização da frota circulante (1992/2027) - linha leve / linha pesada / motocicletas
- Vendas de veículos por categoria - linha leve (2010/2027)
- Distribuição da frota circulante por categoria de veículo - linha leve (2010-2027)
- Frota real e prevista de veículos em circulação por motorização (2021/2027)
- Frota brasileira em circulação por origem da montadora (2015/2027) - linha leve / linha pesada / motocicletas
- Frota brasileira em circulação dos 25 veículos mais populosos | por região - linha leve / linha pesada / motocicletas
- Quantidade de produtos ativos disponíveis no mercado brasileiro de reposição (2023)

DADOS DO COMÉRCIO AUTOPEÇAS

- CNAE 45.307-01 COMÉRCIO ATACADO AUTOPEÇAS
- CNAE 45.307-03 comércio varejo autopeças
- Número e projeção atacado autopeças
- Número e projeção varejo autopeças

DADOS DO COMÉRCIO MOTOPEÇAS

- CNAE 45.412-02 comércio atacado motopeças
- CNAE 45.412-06 comércio varejo motopeças
- Número e projeção atacado motocicletas
- Número e projeção varejo motocicletas

DADOS DO COMÉRCIO PNEUMÁTICOS E CÂMARAS DE AR

- CNAE 45.307-02 comércio atacado pneumáticos e câmaras de ar
- CNAE 45.307-05 comércio varejo pneumáticos e câmaras de ar
- Número e projeção atacado pneumáticos e câmaras de ar
- Número e projeção varejo pneumáticos e câmaras de ar

CONTEÚDO ESTATÍSTICO

DADOS SÓCIOECONÔMICOS E DEMOGRÁFICOS

- Produto interno bruto (PIB) por unidades da federação em % (2012-2020)
- Índice nacional de preços ao consumidor amplo (IPCA)
- Sistema especial de liquidação de custódia (Selic)
- População estimada índice de desenvolvimento econômico (IDH)



Acesso à internet cresce e chega a 84% da população brasileira

Os dados são da pesquisa sobre uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros e mostram que 156 milhões de pessoas estão conectadas

O acesso à internet no país cresceu entre 2015 e 2023. A conectividade passou de 51% para 84%, respectivamente. Em 2022, o patamar estava em 80%. Os dados são da pesquisa sobre uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros, a TIC Domicílios 2023, elaborada pelo Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (Cetic.br) e divulgada na segunda quinzena de novembro. Em relação ao acesso por indivíduos, a pesquisa mostra que um total de 156 milhões de pessoas usam a internet. Há ainda 29 milhões de pessoas não usuárias, revelou a pesquisa. As classes C e D/E impulsionaram crescimento da conectividade nos domicílios brasileiros, passando de 56% para 91% e de 16% para 67%, respectivamente, entre os anos de 2015 e 2023. As classes A e B passaram de 99% para 98% e de 88% para 98%, respectivamente. No entanto, a velocidade de conexão piora quanto menor é o po-

der econômico das classes, revelou a pesquisa. Já o compartilhamento com domicílio vizinho é maior na classe D/E, com 25% do total de lares com acesso à internet. Na classe C, o índice é de 15%; na B, 9%; e na A, 1%.

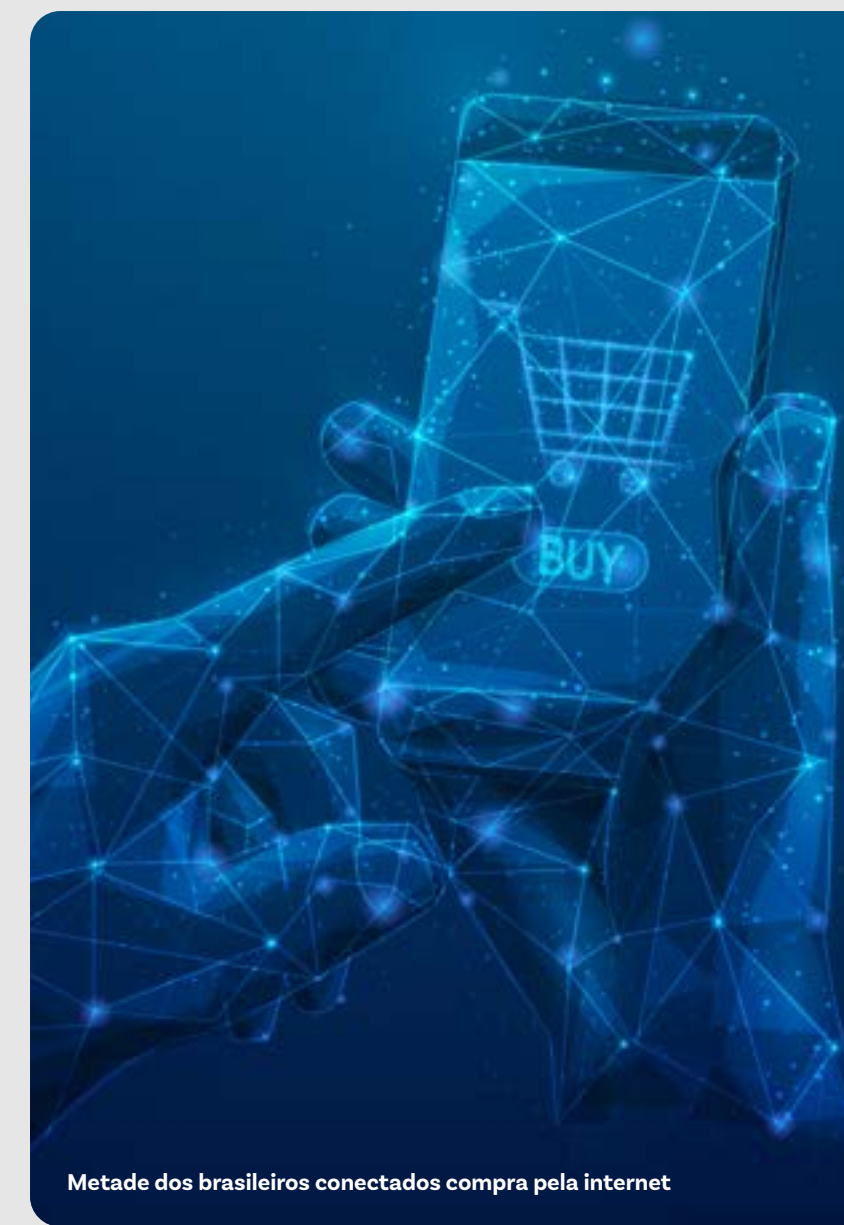
Do total de usuários, 24 milhões residem em áreas urbanas, 17 milhões se declararam pretos ou pardos e 17 milhões pertencem às classes DE, apontando para a exclusão digital nas periferias urbanas do país. Ainda conforme o estudo, 24 milhões têm até o ensino fundamental, e 16 milhões têm 60 anos ou mais, superando a soma de não-usuários das demais faixas etárias. “Apesar do recuo, o número de brasileiros desconectados ainda é preocupante, na medida em que muitas atividades e serviços são disponibilizados exclusiva ou preferencialmente no ambiente online. Não ter acesso à Internet pode significar estar excluído de inúmeras oportunidades”, avalia Alexandre Barbosa, gerente do Cetic.br|NIC.br.

QUALIDADE DO ACESSO

Quase a totalidade (99%) dos usuários de Internet brasileiros com 10 anos ou mais conectou-se à rede pelo telefone celular, que segue como o dispositivo mais utilizado para essa finalidade. Em segundo lugar, aparece a televisão (58%), dispositivo cujo uso vem aumentando há uma década. Já a conexão via computador permaneceu estável, com 42%. Ainda de acordo com a pesquisa, 58% disseram ter se conectado pelo telefone celular, mas não pelo computador, e 41% afirmaram usar ambos os dispositivos. Nas classes DE, 87% acessaram a rede exclusivamente pelo telefone celular, e 12% usaram ambos os dispositivos. O acesso exclusivo por celular também foi maior entre as mulheres (64%) do que entre os homens (52%), e entre pretos (64%) e pardos (63%) do que entre brancos (49%). O dispositivo de acesso também está associado à presença de habilidades digitais, conforme sinalizam os indicadores da pesquisa.

Entre os que se conectaram à rede tanto pelo computador quanto pelo telefone celular, por exemplo, 71% disseram ter buscado verificar informações encontradas na Internet. Já entre os que acessaram exclusivamente pelo celular, a proporção foi de apenas 37%.

Entre os que possuem telefone celular, 60% têm um plano pré-pago e 36%, pós-pago. No que diz respeito à conexão, 97% dos usuários de Internet pelo celular da classe A acessam a Internet tanto por Wi-Fi quanto pela rede móvel, enquanto nas classes DE, 36% acessam exclusivamente por Wi-Fi e 11% somente pela rede móvel. “Neste ano, voltamos a observar um aumento de conectividade no país, mas a TIC Domicílios também mostra que a qualidade do acesso ainda é desigual entre a população, o que restringe o desenvolvimento de habilidades digitais e a fruição plena dos benefícios que a Internet tem a oferecer”, afirma Barbosa.



SERVIÇOS E COMPRAS ONLINE

Em 2023, 73% dos usuários de Internet com 16 anos ou mais utilizaram serviços de governo eletrônico, o que representou um crescimento de oito pontos percentuais em relação a 2022. Entre 2021 e 2023, houve um crescimento significativo na realização de serviços relativos ao pagamento de impostos e taxas de forma 100% online, sem a necessidade de finalizar o serviço presencialmente. “Os órgãos públicos vêm aumentando a oferta de serviços digitais, como mostra a pesquisa TIC Governo Eletrônico. O aumento verificado em 2023 do número de pessoas que acessaram serviços públicos pela Internet é algo positivo, tanto para os cidadãos quanto para os governos”, comenta Fabio Storino, coordenador da TIC Domicílios. A pesquisa mostrou ainda que metade (50%) dos usuários de internet no Brasil realizou compras no ambiente digital nos últimos doze meses anteriores ao levantamento, o que equivale a 78 milhões de pessoas. Embora tenha variado dentro da margem de erro na comparação com 2022, esse indicador vem se mantendo num patamar superior ao observado antes da pandemia COVID-19, mostrando que o consumo online de produtos ou serviços passou a fazer parte dos hábitos de um contingente maior de brasileiros. “A pesquisa TIC Domicílios identifica temas emergentes e novas tendências, sempre em consonância com pautas do desenvolvimento social sustentável. É uma fonte de referência essencial para a elaboração de políticas públicas e para o debate qualificado sobre os impactos socioeconômicos do acesso e uso da Internet na sociedade brasileira”, ressalta Renata Mielli, coordenadora do CGI.br.

Metade dos brasileiros conectados compra pela internet



Indústria automobilística da UE enfrenta perdas de empregos com o acirramento da concorrência global

Na sequência de anos marcados por perturbações na cadeia de abastecimento e outros desafios, um número crescente de fornecedores do setor automotivo mostra fortes sinais de recuperação. Impulsionados pelo aumento da produção de veículos globalmente e na União Europeia, e por medidas estratégicas de redução de custos, muitos fornecedores estão experimentando um ressurgimento da rentabilidade – uma condição essencial para a sua capacidade de investir. Aproximadamente um terço destes fornecedores navega com sucesso no competitivo mercado chinês, ao mesmo tempo que abastece os mercados locais e globais. No entanto, segundo análise da CLEPA, as perspectivas da indústria são mistas, com mais de metade dos fornecedores ainda abraçados com uma realidade menos otimista. Fatores como os persistentes desafios de rentabilidade, os volumes de produção mais baixos da UE em comparação com os níveis pré-pandemia e uma delicada posição europeia no vital mercado chinês mostram uma ameaça maior do que há apenas quatro anos. Apesar dos investimentos contínuos e dos esforços de criação de emprego por parte dos fornecedores do setor automotivo, as perdas de emprego começaram a ultrapassar a criação de postos de trabalho no último trimestre. Dados divulgados pela CLEPA mostram que em 2022, 76% dos fornecedores registraram um nível de rentabilidade abaixo do que pode sustentar a capacidade de investimento no longo prazo. O cenário parece melhor este ano, com 44% operando em ní-

veis mais saudáveis, incluindo 18% com lucros até superiores a 10%. Apesar deste avanço, 56% dos fornecedores ainda operam com nível de rentabilidade inferior a 5%. A rentabilidade operacional é um indicador crucial nos mercados de capitais. Empresas com rentabilidade operacional acima de 5% têm maior probabilidade de manter investimentos na transformação. Essencial, tendo em conta os mais de 20 mil milhões de euros de investimento anual necessários apenas na transição para a mobilidade elétrica. Nos primeiros nove meses de 2023, os fornecedores do setor automotivo geraram 9.040 empregos em toda a União Europeia, ultrapassando ligeiramente os 5.750 empregos perdidos devido a reorganizações. No entanto, o terceiro trimestre testemunhou um ponto de viragem, uma vez que a criação líquida de emprego se tornou negativa, com mais 3.900 empregos afetados por reorganizações – o ritmo mensal mais elevado de perda de emprego desde 2021. Até agora, os fornecedores do setor automotivo criaram 53.850 empregos desde 2019, mas este efeito positivo é ofuscado pela perda de 96.870 empregos durante o mesmo período. As previsões de 2021 sugeriam uma criação líquida de 101.000 empregos até 2025, impulsionada pela eletrificação e por uma regulamentação Euro 7 mais rigorosa. No entanto, a realidade fica aquém das expectativas, com o atual crescimento do emprego revelando uma lacuna significativa, especialmente no domínio dos VE, onde as projeções antecipavam 93.700 empregos – sublinhando claramente o desafio de cumprir os dados de referência de emprego esperados.



Mateus Magno é CEO da Sambatech

Hiperpersonalização: como o varejo tem gerado mais eficiência e resultados

Por Mateus Magno

Nos últimos anos, o setor varejista tem vivenciado mudanças fundamentais em suas estratégias para atrair e manter clientes. Com a popularização das redes sociais e de ferramentas como o Social Commerce e Live Commerce, ficou ainda mais claro que as empresas precisam focar seus esforços para intensificar sua presença nesses ambientes digitais e criar conexões diferentes com o público. Segundo um levantamento realizado pela consultoria McKinsey, cerca de 71% dos consumidores esperam que as companhias proporcionem interações personalizadas e 76% ficam desapontados quando essas necessidades não são atendidas. Outros dados do estudo “Tendências do Varejo 2023”, realizado pela Opinion Box em parceria com a Dito com mais de duas mil pessoas, mostram ainda que 69% dos entrevistados consideram comprar de marcas que oferecem um atendimento personalizado, e 73% optam por realizar compras com empresas com as quais já tiveram experiências personalizadas. É nesse contexto que surge o conceito de hiperpersonalização, uma estratégia que visa atender mais intensamente às necessidades individuais de cada consumidor. Esse não é apenas um termo que está na moda, mas sim uma resposta direta às novas expectativas do público, que atualmente não querem mais ter experiências genéricas. Agora, eles desejam que suas interações com as marcas sejam cada vez mais relevantes e se conectem com suas necessidades e preferências específicas. E o varejo tem se adaptado a essa demanda e conseguido ótimos resultados a partir dessa estratégia. Nesse sentido, é importante entender que a aplicação da hiperpersonalização vai além de simplesmente utilizar o nome dos clien-

tes nos e-mails e outros contatos virtuais: ela se baseia em captar e analisar dados significativos para entender o comportamento e as preferências do público. Tecnologias como a inteligência artificial desempenham um papel fundamental nesse processo, permitindo que as companhias analisem grandes volumes de informações e entreguem recomendações altamente personalizadas. De acordo com o relatório Connected Shoppers Report, elaborado pela Salesforce, a IA generativa já foi utilizada por 31% dos consumidores brasileiros para inspiração. Além disso, 69% possuem interesse em usar a tecnologia como fonte de inspiração em pesquisas para adquirir roupas e 77% para obter eletrodomésticos e eletrônicos. Em paralelo, 96% dos varejistas brasileiros afirmaram que estão investindo em IA. Essa abordagem diferenciada está redefinindo a experiência do cliente. Quando ele acessa um e-commerce, por exemplo, é apresentado a produtos com base em seu histórico de compras, pesquisas anteriores e até mesmo comportamento de navegação. Mas é importante destacar que essa personalização não se limita ao ambiente online, pois as lojas físicas também estão adotando tecnologias que identificam os clientes e oferecem recomendações direcionadas. Portanto, fica evidente que a hiperpersonalização é uma estratégia altamente eficaz. As empresas que a adotaram relatam crescimento nas taxas de conversão, redução nas taxas de abandono de carrinho e aumento significativo na fidelidade do cliente. E à medida que a IA e as tecnologias de análise de dados se tornarem mais sofisticadas, as experiências dos consumidores serão ainda mais satisfatórias, relevantes e envolventes, contribuindo significativamente para o desenvolvimento do setor.

Semana de 20 a 24 de novembro

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 20 a 24 de novembro. 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 -2,97%. Os gráficos regionais das vendas apresentaram os seguintes resultados na semana: 5,56% no Norte; -5% no Nordeste; -0,42% no Centro-Oeste; -4,14% no Sudeste; e 1,79% no Sul.

O MAPA apurou que 42% dos varejistas entrevistados não indicaram variação no volume de vendas. Os que venderam mais foram 25% da amostra e os que venderam menos representaram 33% 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 -3,59%. Quanto aos resultados regionais de compras, 5,56% no Norte; -9,23% no Nordeste; -3,33% no Centro-Oeste; -0,95% no Sudeste; e 7,71% no Sul.

Os gráficos de estatísticas comparativas mostraram que 41% dos varejos entrevistados mantiveram o volume de compras da semana anterior. Nos demais índices, prevaleceu o crescimento para apenas 22% dos varejistas e a redução no volume para 38%.



MOVIMENTO DAS ATIVIDADES EM PEÇAS E ACESSÓRIOS



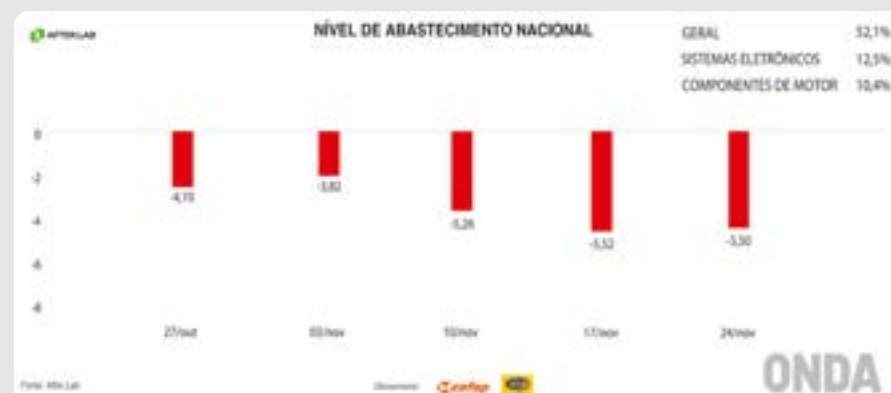
ONDA

Passemos agora às informações do ONDA. A média nacional de abastecimento fechou a semana com índice de -5,5%. Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do país também continuaram apontando para baixo: -3,33% no Norte; -4,69% no Nordeste; -11% no Centro-Oeste; -4,38% no Sudeste; e -6,93% no Sul.

Itens em geral aparecem na liderança do ranking da falta de produtos com 52,1% das respostas; sistemas eletrônicos, com 12,5%; e componentes de motor, com 10,4%.

Em sentido contrário aos índices de abastecimento, os varejistas

entrevistados continuaram apontando percepção de alta nos preços, com viés de 3,03% 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: 1,67% no Norte; 1,15% no Nordeste; 1,25% no Centro-Oeste; 4,67% no Sudeste; e 1,86% no Sul. Os itens em geral responderam por 45,5% das citações dos varejos quanto à alta nos preços, seguidos por sistemas eletrônicos, com 27,3%; e óleos lubrificantes, com 18,2%.



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.

