

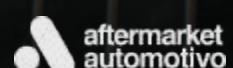
novovarejo

a mídia do aftermarket **automotivo**



AUTOPEÇAS EM FALTA

Investigamos as diferentes causas do desabastecimento de produtos no mercado de reposição, situação que tem trazido problemas para o varejo mas que, aparentemente, nem todos têm enfrentado

 aftermarket
automotivo



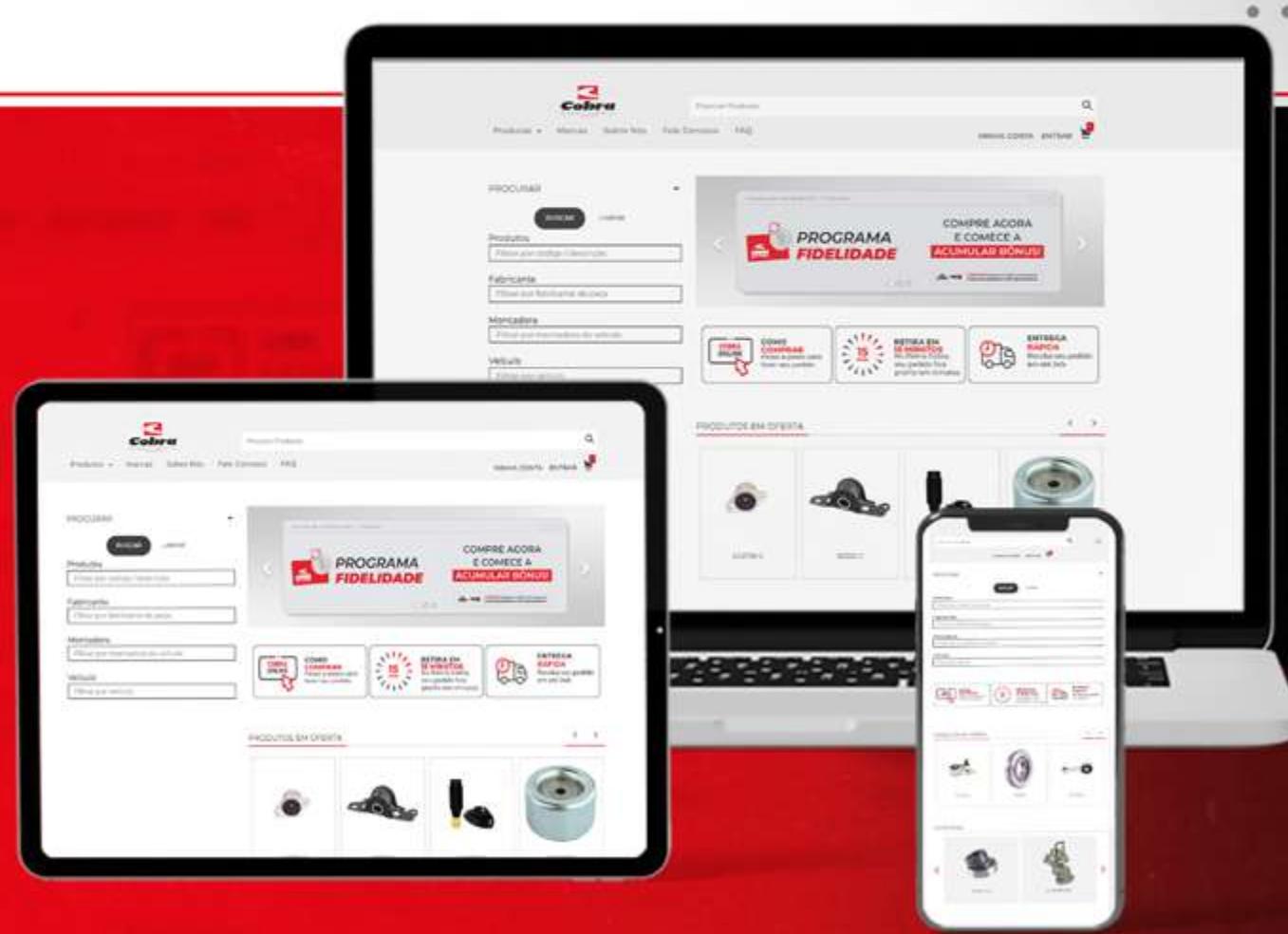
Fale com nossos revendedores
e acelere seu estoque com
Discos de Embreagem
para Motos



  authomix

Acesse o site e confira
authomix.com.br

AUTHOMIX
Qualidade Original



LOJA ONLINE COBRA

SEU PEDIDO A POUcos
CLIQUEs DE DISTÂNCIA

www.cobrarolamentos.com.br | sac@cobrarolamentos.com.br
0800 016 3333 [@](https://www.instagram.com/cobrarolamentos) [f](https://www.facebook.com/cobrarolamentos) @cobrarolamentos

>>> **MODELO DE RETIRA COBRA,
GARANTA SUAS
COMPRAS EM ATÉ**



ONLINE E NO OFFLINE



Acesse:
loja.cobrarolamentos.com.br



ESCANEIE
O QR CODE
E FAÇA SEU
AUTOCADASTRO

15 minutos a partir do fechamento do pedido, podendo variar de acordo
com a quantidade de itens. Consulte condições com a sua filial.

Não é preciso entrar em pânico – só um pouquinho

Temos visto nos últimos meses um processo de aceleração não apenas no desenvolvimento da inteligência artificial, mas também em sua aplicação aos mais diferentes setores. O assunto vem merecendo reportagens periódicas neste Novo Varejo e também nas entrevistas que temos feito no podcast Diálogo Automotivo, da A.TV, o canal de conteúdo em vídeo do nosso aftermarket, que você acessa por aqui: youtube.com/c/ATVmidia

A razão é simples. A IA já está presente no dia a dia do mercado de reposição, naturalmente em diferentes graus de aplicação. A indústria, como é esperado, tem os exemplos mais consistentes, mas o varejo, especialmente online, também já se beneficia desta impressionante evolução tecnológica. Como o assunto aqui não diz respeito a estas aplicações, sugiro que você assista aos diversos e mais recentes episódios do Diálogo Automotivo.

Nossa conversa hoje segue por outro caminho. Ao mesmo tempo em que temos destacado os valiosos avanços proporcionados pela IA, temos também feito algumas provocações quanto aos diversos riscos que esta 'entidade' pode representar para a sociedade como um todo. Teorias da conspiração? Eu não gosto delas, e, neste caso, definitivamente não.

Em editoriais antigos tratamos de indícios de que a inteligência artificial poderia adquirir alguns 'sentimentos' e começar a se aproximar do comportamento humano.

Pois bem. Neste mês de março, um relatório encomendado – atenção – pelo Departamento de Estados dos Estados Unidos alertou para a necessidade urgente de criar mecanismos efetivos para controlar o desenvolvimento da inteligência artificial. O estudo foi desenvolvido pela Gladstone AI, especializada na tecnologia.

E o que diz o texto? Simplesmente que a inteligência artificial pode representar uma ameaça de extinção para a espécie humana e é capaz de oferecer riscos similares aos de uma arma de destruição em massa. Ao entrevistar 200 sumidades no assunto, a Gladstone concluiu que a crescente urgência por competitividade tem feito com que a tecnologia seja desenvolvida sem a necessária observância de padrões de segurança.

Moral da história, ainda segundo o relatório: do jeito que a coisa vai, é real a possibilidade de transformar a inteligência artificial em uma arma e perder o controle sobre ela. Teme-se que a IA possa em algum momento começar a pensar como os seres humanos. Se você é um dos abnegados que costumam ler este editorial, talvez se lembre do texto em que citamos o filme '2001, Uma Odisseia no Espaço'. Se você nunca assistiu, aí está uma boa oportunidade. A realidade cada vez mais se aproxima da ficção. O resultado você vai encontrar lá, na tela. E tome um spoiler: não é nada aprazível.

No que tudo isso vai dar? Esta é a pergunta de bilhões de dólares e – tomara que não – vidas. O fato é que a IA é uma inovação irreversível. Mas isso não pode torná-la um de nós. Aqui no Brasil, por exemplo, o Projeto de Lei 303/24 permite que uma patente seja requerida em nome do sistema de inteligência artificial em caso de invenções geradas de forma autônoma por ele. Com isso, a IA será considerada o inventor e o titular dos direitos de sua criação.

Criação? Muito cuidado. Que não sejam atribuídos poderes indevidos àquilo que não pode ocupar tal posição na hierarquia da humanidade.

Nhm
www.novomelo.com.br

Publisher
Ricardo Carvalho Cruz
(rccruz@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. Araguaiá 2044 Torre II
salas 1201 - 1214
Centro Empresarial
Alphaville
CEP 06455-906
Barueri - SP

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

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

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

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

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

Ano 31 - #425 15 de Março de 2024

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

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

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

Direção
Ricardo Carvalho Cruz
Jornalismo (jornalismo@novomeio.com.br)
Claudio Milan
Lucas Torres
Christiane Benassi

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

Arte
Lucas Cruz
Amanda Sangalli

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)

QUEM ESCOLHE COFAP

ESTÁ SEMPRE BEM ACOMPANHADO

Líder de mercado, o amortecedor Cofap garante maior segurança, mais conforto e máxima durabilidade. Escolha a confiança da marca preferida por mecânicos e motoristas.

www.mmcofap.com.br
No trânsito, escuta a vida!

cofap
Siga a Cofap nas redes sociais:



Rodrigo Carneiro, presidente da Andap, analisa o momento do Aftermarket Automotivo brasileiro, o Right to Repair, que terá novidades, e a concorrência com as montadoras.

08

16 Nossa reportagem investiga os fatores que têm gerado picos de desabastecimento em toda a cadeia do mercado de autopeças. A conjuntura vem sendo flagrada pela pesquisa ONDA e encontramos as causas.

26



Proprietários de veículos elétricos têm demonstrado insatisfação com a infraestrutura para recarga e a pouca disponibilidade de peças de reposição. Problemas afetam também os brasileiros.

24

BMW i7 M70 xDrive é uma representação de diferentes inovações que vêm sendo implementadas aos automóveis e, de certa forma, espelha o que podemos esperar dos carros em curto prazo.

40

Indústria da reparação, por meio de nota, endossa os questionamentos da Procuradoria Geral da República sobre a Lei Ferrari. Questão está sendo analisada pelo Supremo Tribunal Federal.

Lições contábeis para varejistas de diferentes portes e segmentos

Necessidade de rigidez no controle de custos e receitas, bem como da independência na atuação das auditorias, mereceu destaque na edição 325 do Novo Varejo

Há 100 edições destacávamos que a economia brasileira havia recebido com surpresa e preocupação a notícia de que a Americanas S.A. estava com um rombo contábil de proporções catastróficas. As proporções do caso abriam oportunidade para que nossa reportagem ampliasse o foco para todo o setor varejista apurando atitudes necessárias para que os gestores mantivessem seus negócios em dia. Uma importante providência apontada pelos especialistas entrevistados era o rígido controle financeiro do negócio, preferencialmente a partir da adoção de uma auditoria independente – uma estratégia em geral mais comum nos grandes varejos. “Nas empresas menores, temos um cenário ainda obscuro, pois elas não são obrigadas a auditar nem publicar seus balanços e muitas vezes operam em ramos que ainda não têm regulamentação”, relatou Fabio Garcez, especialista contábil do NW Group.

Embora essa obscuridade possa até hoje dar uma sensação de liberdade para os gestores das pequenas e médias empresas, acaba motivando uma falta de controle corriqueira entre custos e receitas, cenário que, muitas vezes, resulta no motivo central da curta vida destes negócios varejistas. “Vale lembrar que essas empresas ainda precisam lidar com a dificuldade de obtenção de crédito no mercado financeiro, negociação com fornecedores além de se manterem competitivas frente às empresas maiores muito mais capitalizadas e com capacidade de investimento”, contextualizou Garcez. Além desta profissionalização na gestão, outros pontos importantes devem ser observados pelo empresário do varejo: procedimentos adequados e amplamente divulgados na cultura da empresa; processos focados na mitigação de riscos e boas práticas contábeis e tributárias; e comunicação clara dos resultados às partes interessadas.

LINHA PESADA
PERTINHO DE VOCÊ.



tá na
mão
tá na
pellegrino

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

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

Pellegrino
Conte com nossa gente.



Presidente da Andap avalia que chegada de competidores como Stellantis pode impulsionar evolução do aftermarket

Rodrigo Carneiro minimizou clima de preocupação, mostrou confiança na resiliência do setor e antecipa que movimento Right to Repair terá novidades em abril

Nos últimos anos, o aftermarket automotivo tem sido provocado a se reorganizar. Inúmeras novidades tecnológicas, mudanças na dinâmica da cadeia e novos comportamentos do consumidor formaram por muito tempo um tripé que exigiu adaptações importantes dos players em todos os elos da cadeia de negócios do setor.

Mais recentemente, porém, segmentos como a distribuição e a reparação passaram a se ver diante de um desafio cuja repercussão ainda é incerta: ações concretas das montadoras em busca de uma fatia maior da reposição.

Para repercutir este cenário, que tem a aquisição da DPaschoal pela Stellantis como pano de fundo, conversamos com exclusividade com o presidente da Andap - Associação Nacional dos Distribuidores de Autopeças, Rodrigo Carneiro.

Na entrevista, o executivo refletiu sobre os impactos que todas estas transformações têm tido e ainda podem vir a ter sobre o mercado, bem como a maneira com que iniciativas de união como a Aliança do Aftermarket podem impulsionar o setor a novos patamares de eficiência.

Novo Varejo - Dados do último anuário do Sincopéças Brasil capturaram um movimento de consolidação no aftermarket automotivo simbolizado pela diminuição da proporção entre varejo e atacado no mercado. Como representante dos distribuidores, a Andap também identifica este movimento?

Rodrigo Carneiro - Olha, o principal cliente do distribuidor sempre foi e continuará sendo o varejo. Especialmente no Brasil, onde a capilaridade é a característica mais marcante e positiva do mercado independente de reposição. Eu já comentei isso inúmeras vezes, mas é importante repetir: essa característica, a capilaridade, dá à reposição independente cerca de 80% de marketshare na manutenção da frota de veículos do país. Não contesto os números do anuário do Sincopéças. Muito pelo contrário. Mas dou exemplos práticos do

CONTROLE TOTAL PARA ESTRADAS DESAFIADORAS!



Monroe Linha Pesada comemora décadas mantendo o mundo em movimento. **Além de impulsionar a eficiência dos caminhões, estamos comprometidos em impulsionar o futuro.** Cada compra não só sustenta a força de sua frota, mas também contribui com o **Instituto Ayrton Senna**, capacitando vidas de crianças e adolescentes através da educação. Juntos, somos a força que move o mundo para um amanhã melhor.

MONROE
AMORTECEDORES



A PRIMEIRA



PARA O MUNDO



PARA VOCÊ

Contribuímos com o

Instituto
Ayrton
Senna



Fique por dentro das novidades!



/MonroeBR



@monroeamortecedores



@MonroeBrasil



www.monroe.com.br

quanto o varejo de autopeças alcança lugares em que ele é, muitas vezes, a única opção. Na cidade em que nasci, por exemplo, em Piraí do Sul (PR), não existe nenhuma concessionária. Mas tem loja de autopeças e, claro, tem oficina.

NV - Em resumo, você não se preocupa com uma eventual redução da demanda em determinados elos da cadeia do aftermarket no futuro próximo, fruto de um rearranjo do mercado?

RC - Claro, estamos atentos. O Brasil tem na logística um dos seus principais desafios. Não temos, por exemplo, ferrovias ou hidrovias suficientes para escoar a produção. O país ainda caminha por rodas! Um caminhão que sai da região Sul e vai, por exemplo, ao interior do Maranhão poderá precisar de algum tipo de socorro no trajeto. E o nosso mercado oferece esse socorro por meio do varejo, que é suportado pela distribuição e abastece uma rede de aplicadores. O que acontece atualmente é o que eu chamo de reorganização do mercado, em que as empresas estão trocando de CNPJ por diferentes razões e interesses: questões tributárias, cíveis, de sucessão e por aí vai. Quando falamos de reorganização do mercado, também, é bom pontuar algumas mudanças que o setor promoveu para ser mais eficiente. Se reinventar. Antigamente, um varejista de regiões mais distantes do país, por exemplo, tinha de ter um estoque enorme, pois, por vezes, não contava com nenhum distribuidor na região. Ele comprava de São Paulo e a peça demorava muitos dias para chegar. Hoje, ele consegue ser atendido inúmeras vezes no mesmo dia. Temos também os varejos que abriram centros de distribuição para abastecer as suas lojas colocadas estrategicamente em determinada região depois de um estudo de geomarketing, identificando claramente a dimensão da frota do local. Essa profissionalização, ou reorganização, já havia acontecido em outros setores. Antigamente, as farmácias ficavam na parte debaixo e os seus donos no sobrado, em cima da loja. São mudanças de 'autorregulação' e não ameaças.

NV - Qual é, então, o principal desafio do aftermarket automotivo em meio a essas mudanças que são, acima de tudo, demandadas por uma sociedade que vive um momento de transformação com os avanços cada vez maiores da tecnologia digital?

RC - Eu acho que temos de investir mais, muito mais, em qualificar a cadeia. Nossa cadeia não é suficientemente atualizada. E, que fique claro, estou falando da cadeia produtiva como um todo e não de um outro ou outro elo. Um dos pontos que toco bastante é fato de ainda não termos uma gestão de informação suficientemente clara do varejo para o aplicador, o que é um problema por si só e gera uma série de gargalos que nem cabe citar aqui. Retornamos à questão da reorganização. Quem tem de se preocupar é quem não está se qualificando para competir.

NV - Outro ponto que impacta o funcionamento tradicional da cadeia do aftermarket é o aumento das compras online, sobretudo por parte do consumidor final. As distribuidoras têm se relacionado com este avanço do ambiente digital?

RC - Realmente, a digitalização tem transformado muita coisa e o distribuidor não está isento deste furacão. Todos têm de encontrar formas de participar, multicanalidade é uma realidade. O que eu acho importante dizer, porém, é que a transformação não ocorrerá da noite para o dia. Quando esse processo começou, muita gente disse que iria migrar tudo para o digital e ainda não migrou. O ambiente físico tem uma grande participação na Europa, nos Estados Unidos e seguirá tendo. No nosso mercado temos ainda uma particularidade que é a especificidade das peças. Não por acaso um percentual muito grande das vendas pelo canal e-commerce ainda retorna por incompatibilidade ou erro – não esqueçam também que a maior parte dessas vendas é de pneus e acessórios. O digital ainda vai evoluir e buscar uma fatia maior do mercado. Mas, de novo, na reposição e em outros segmentos o ambiente físico seguirá sendo protagonista. Vejamos, por exemplo, o caso de redes da linha branca. Eles fizeram um grande processo para priorizar o digital, inclusive fechando várias lojas e transformando outras em showroom. Em pouco tempo, descobriram que as coisas não se substituem. Afinal, a pessoa quer ver a geladeira, o ar-condicionado e etc. Da mesma maneira, o cliente da reposição, incluindo o dono do automóvel, entende razoavelmente de carro, e quer ver o disco de freio, a pastilha do 'modelo XPTO'. São produtos que interferem diretamente na segurança veicular. Então, resumindo, eu acho que o digital chegou, inclusive com uma intensificação das vendas via WhatsApp. Mas a dinâmica do mercado ainda faz com que as lojas físicas sejam protagonistas.

NV - Em meio a todas essas nuances que comentamos até agora, acredito que o papel das entidades e associações ganha ainda mais relevância no direcionamento dos diversos players do mercado independente. De que maneira a Aliança do Aftermarket pode contribuir?

RC - Em primeiro lugar, esse movimento de união nos fortalece e nos dá maior representatividade. Além disso, cria uma cultura de colaboração mútua entre os diferentes players do mercado. Não podemos ficar brigando entre a gente para conseguir um espacinho ou outro. Temos de valorizar aquilo que, juntos, fazemos de bom. Essa nova postura promovida pela Aliança nos tem permitido sentarmos juntos para discutir temas que não vinham sendo discutidos na profundidade suficiente. Isso levando em conta que estamos apenas aquecendo os tambores e ainda longe de fazer o som que pretendemos fazer. Conseguimos, com este início de trabalho, avançar em pautas fundamentais como o Right to Repair, movimento que, inclusive, devemos ter novidades oficiais para

Mulheres na direção, sucesso constante em ação.

Para empresas mais resilientes, criativas e igualitárias, a liderança feminina é a chave.

08 de março - Dia Internacional da Mulher



Acesse o nosso site:
www.disape.com.br



Posicione a câmera do seu smartphone para acessar:

Conheça nossas redes sociais

@disapedistribuidora Disape Distribuidora

»Disape Distribuidora de Autopeças

anunciar publicamente entre março e abril. Estes avanços estão sendo possíveis porque, juntos, temos podido alcançar parcerias e articulações com entidades internacionais e, de alguma maneira, aumentar nossa influência junto ao poder político do Brasil. Outra missão que temos é capacitar a cadeia como um todo, algo que ainda precisamos avançar com ações como a Universidade do Aftermarket.

NV - Recentemente, vimos a ofensiva da Stellantis na aquisição da DPaschoal. De que maneira o interesse e os investimentos das montadoras no pós-venda podem modificar a dinâmica do aftermarket?

RC - Ainda não sabemos quais são os planos da Stellantis e como ela vai atuar para que eu possa te dar uma resposta assertiva sobre de que maneira essa chegada à distribuição independente irá afetar não só este elo, mas a cadeia como um todo. O que eu posso dizer é que vai afetar de alguma maneira. Como eu disse lá no começo da nossa conversa, cerca de 80% do marketshare da manutenção automotiva pertence ao mercado independente e é natural que as montadoras queiram participar desse bolo. Mesmo porque, se olharmos os números das vendas de veículos novos não só no Brasil, como na Europa e nos Estados Unidos, observamos uma queda significativa – o que aumenta a pressão sobre as montadoras para buscarem novas formas de receita. Não podemos olhar, no entanto, apenas pela ótica da ameaça. O maior

envolvimento dessas montadoras com o nosso mercado irá contribuir para que ganhemos em tecnologia e gestão, bem como acesso a informações, em desenvolvimento e etc. É um player importante que chega ao nosso mercado e merece toda a nossa atenção. E, embora não saibamos de maneira exata como, sabemos que ele vai nos provocar e, provavelmente, acelerar ainda mais aquilo que falamos anteriormente sobre reorganização.

NV - Para fechar, gostaria que você falasse um pouco sobre os planos da Andap para os próximos meses.

RC - Há muitas coisas em que estamos trabalhando, mas você já deve ter percebido que o nosso principal foco é a capacitação. Estamos formalizando um movimento sério de fortes investimentos em geração de conteúdo e informação com o intuito de desenvolver competência nos processos de gestão de negócio. Outro ponto muito relevante: estamos finalizando a estruturação de um programa de sucessão e governança. Não dá mais para ignorar essas questões. Nossa ideia é formar um grupo de trabalho para que as novas gerações se organizem, sem pauta definida, para debaterem seus planos para as empresas e seus acionistas. O papel da Andap será dar suporte e provocar: o futuro do negócio é deles, como pretendem conduzi-lo? Tudo já está muito bem estruturado e pretendemos anunciar oficialmente em breve.

Foto: divulgação



Rodrigo avalia que nova postura promovida pela Aliança do Aftermarket tem permitido aos segmentos do mercado tratarem juntos de temas que não vinham sendo discutidos na profundidade necessária

FURACÃO 35 ANOS

CONVENÇÃO NACIONAL DE VENDAS

No período de 07 a 10 de Março/24, na cidade de Itapeva, em Minas Gerais, cerca de 500 participantes puderam vivenciar quatro dias intensos de pura imersão, sinergia e união junto as maiores e melhores indústrias do setor automotivo do país, em nossa Convenção de Vendas comemorativa dos 35 anos da Furacão - Somos Todos Peças do Mesmo Motor. Gratidão às nossas indústrias parceiras por toda dedicação e confiança à Furacão.

Energia, paixão, determinação e superação marcaram este encontro e trouxeram inspiração para que os próximos 35 anos sejam ainda melhores!

VENDAS: 0300 788 8115
www.furacao.com.br

@furacaodistribuidora

furacaodistribuidoradeautopecas

Lado a lado com você, em todo o Brasil

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



Rapidez na entrega
em todo o Brasil.



Variedade e qualidade
do nosso portfólio.



Compromisso com
a sua empresa.

29
FILIAIS



Conheça a
filial mais
perto de você.

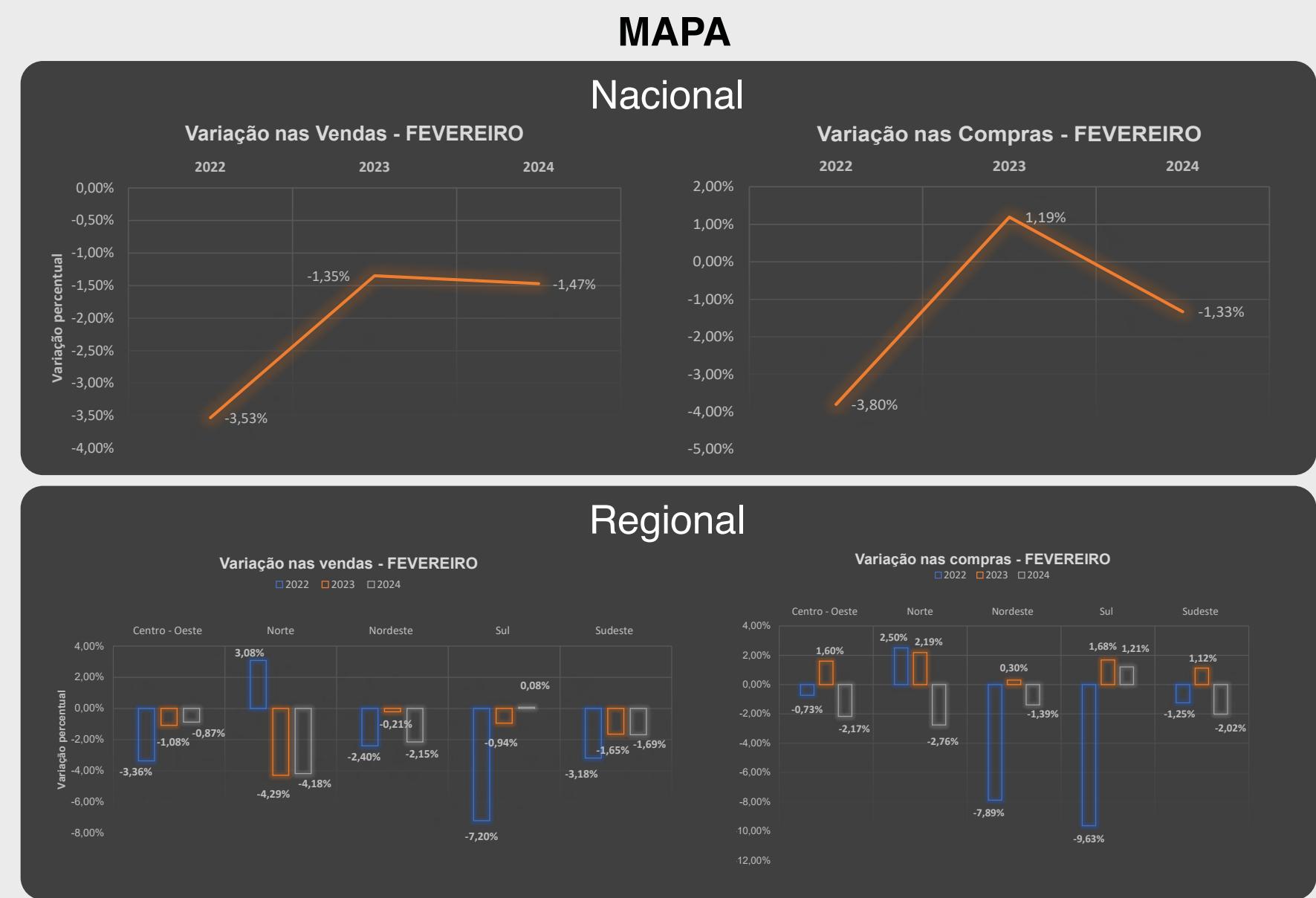
Sama
Autopeças

VIES - Variações nos Índices e Estatísticas Fevereiro de 2022, 2023 e 2024

A nova edição da pesquisa VIES – Variação nos Índices e Estatísticas, produzida a partir dos dados apurados pelos estudos semanais MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e ONDA - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços realizados pelo AfterLab, a empresa de inteligência de mercado com foco no Aftermarket Automotivo, traz o comparativo do desempenho das lojas de autopeças entre os meses de fevereiro dos anos de 2021, 2022 e 2023.

Os gráficos nacionais mostram que, em geral, o mercado varejista regrediu em relação aos indicadores de 2023. O desabastecimento que vem sendo sentido nas últimas semanas mais uma vez aparece na pesquisa, o que acaba resultando em alta nos preços e redução nas vendas e na reposição dos estoques.

Na pesquisa MAPA, a média nacional das vendas mostrou queda de 1,47%, discreta piora em comparação a fevereiro do ano passado, que registrou -1,35%. Já nas compras o



tombo foi bem maior: -1,33% ante alta de 1,19% em 2023. No que se refere aos dados abrangidos pela pesquisa ONDA, aí apenas se confirmam as megatendências que compõem longa trajetória iniciada na pandemia, mas com piora significativa neste ano em comparação a 2023. O abastecimento do varejo continua sinalizado queda: -6,88%, 1,8 ponto percentual acima do fechamento de fevereiro do ano passado na comparação com janeiro. Finalmente, o histórico de alta nos preços tem se mantido,

agora agravado pela menor oferta de produtos, resultando num índice de 3,96%, tratado pela pesquisa como indicador de tendência.

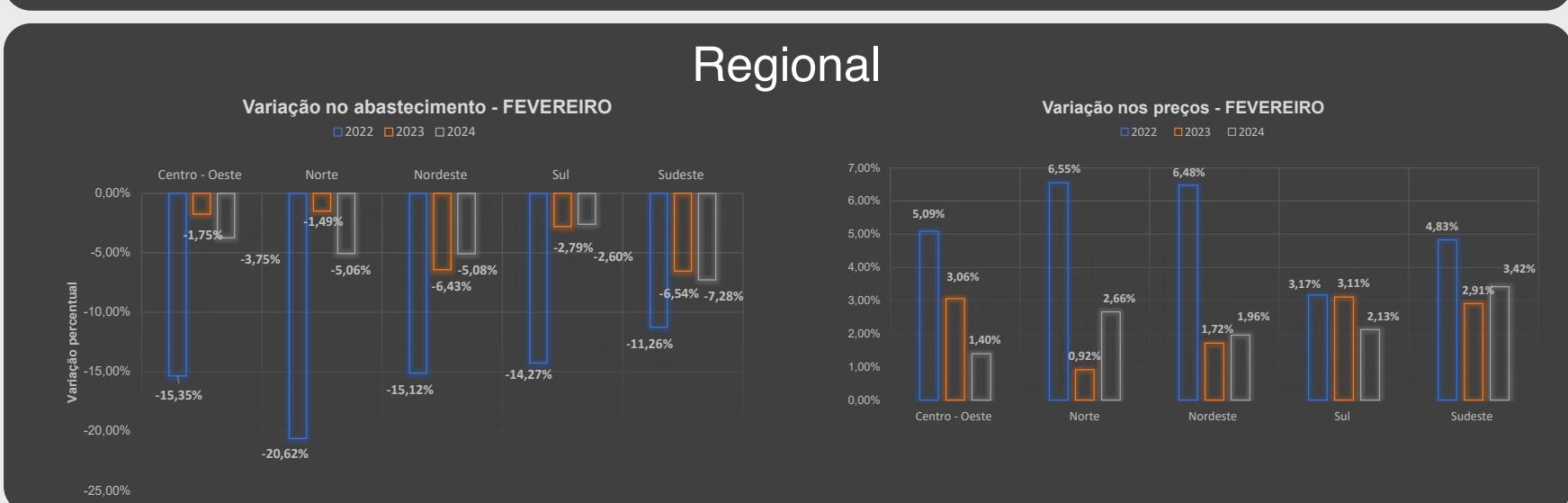
Acompanhe nos gráficos também os resultados regionais das vendas, compras, abastecimento e preços e compare o desempenho das lojas de autopeças em 2022, 2023 e 2024 nos meses de fevereiro. E, semanalmente, nas plataformas digitais do Novo Varejo Automotivo, todos os resultados atualizados das pesquisas MAPA e ONDA.

ONDA

Nacional



Regional



Só quem é especialista em fabricar e comercializar Rolamentos de Roda e Cubos de Roda sabe utilizar a tecnologia a favor do máximo desempenho. De 7 a cada 10 modelos de veículos utilizam produtos NTN-SNR com tecnologia japonesa-francesa.

NTN | **SNR** | Brands of NTN Group





Dificuldades globais no abastecimento de autopeças ainda persistem mais de três anos após pandemia

Cenário nacional tem sido agravado por greves de diversas categorias envolvidas no processo de importação

“Quem disser que não está faltando peça, está mentindo”. A afirmação, forte, foi feita à nossa reportagem por uma importante fonte da indústria de componentes automotivos. Nas últimas semanas, temos ouvido informações contraditórias sobre este assunto tão importante para o bom andamento dos negócios no Aftermarket Automotivo. E, conforme íamos nos aprofundando no debate, mais percebíamos uma certa insegurança de algumas pessoas para falar sobre o tema. Afinal, está ou não havendo desabastecimento além do normal no mercado, movimento que ganhou força em razão da hoje já superada pandemia da covid-19?

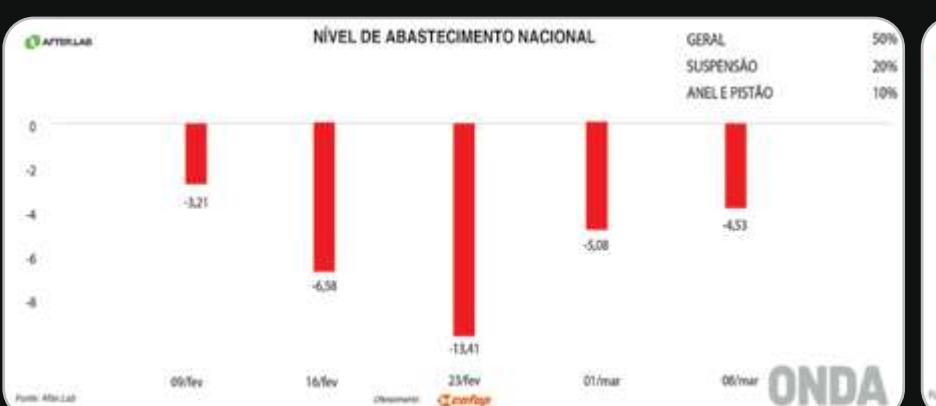
Parece que já faz muito tempo. Mas a quase-paralisação da cadeia produtiva mundial causada pela crise sanitária global aconteceu há menos de quatro anos. Para quem atua no Aftermarket Automotivo, a proximidade temporal com este pe-

riodo de exceção, somada às profundas transformações que ele promoveu, pode ser sentida em um problema que tem se mostrado recorrente desde então: o desabastecimento de autopeças.

Realizada com exclusividade pelo After.Lab, núcleo de inteligência de mercado da Nhm Novomeio Hub de Mídia, a pesquisa ONDA - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços tem medido semanalmente este cenário desde que foi decretada a emergência global e, é claro que o estudo detecta aquele residual que os fornecedores do varejo não conseguem entregar, o que é absolutamente normal no mercado, sempre foi assim. No entanto, desde janeiro, além dos índices negativos por vezes muito elevados, temos ouvido constantemente queixas de uma quebra no abastecimento maior do que a esperada.

Em sua última apuração até o fechamento desta edição, que contemplou a semana de 4 a 8 de março, o levantamento ONDA mostrou queda de 4,53% na média nacional do abastecimento, índice que sucedeu os ainda maiores 5,08%, exorbitantes 13,41% e 6,58% nas semanas anteriores. Um dos efeitos lógicos a serem esperados neste ambiente de escassez é, claro, o aumento dos preços dos produtos, algo que a ONDA também tem constatado de maneira recorrente. Desde outubro de 2023, os varejistas de autopeças do país não experimentaram um só mês em que os preços dos produtos não tivessem subido.

Na soma das duas primeiras semanas do mês de março, por exemplo, os preços médios das autopeças subiram 3,56%, alta que sequenciou uma elevação robusta de 8,49% na última semana de fevereiro. E aqui vale a mesma ressalva que fazemos sempre nas páginas finais de cada edição: esta não é necessariamente uma apuração científica, pois resultada percepção dos varejistas entrevistados. Assim, as oscilações para mais ou para menos são adotadas por nós com meros indicadores de tendência muito além dos índices propriamente relatados.



É fato, afinal, que o cenário identificado pelos pesquisadores do After.Lab está sendo sentido na pele por alguns players do mercado, sobretudo aqueles que transitam entre a distribuição e o varejo – caso da Rocha Autopeças, de Campinas-SP.

Em conversa com nossa reportagem, o proprietário da empresa, Roberto Rocha, afirmou que a falta de peças é algo generalizado no momento. Segundo ele, o problema não é exclusividade de um fabricante ou outro, já que todos têm apresentado faltas e, quando se recorre a um outro fabricante para suprir uma lacuna, a estratégia acaba promovendo um descompasso na produção do ‘fabricante alternativo’, corroborando para uma falta futura também desta marca.

“Esta semana, conversando com um distribuidor, fui informado de que eles estão bloqueando no sistema dar descontos em itens que estão em falta ou que a fábrica avisou que não vai entregar por um determinado período. Isto pode gerar um aumento de 10% no custo de um produto, refletindo na ponta diretamente”, relatou o empresário, antes de complementar com mais um acontecimento prático: “Tive um exemplo claro esses dias com uma embreagem que consegui comprar num dia por um preço e, no dia seguinte, o vendedor avisou que tinha recebido mais 40 peças, me perguntando se eu queria.

Quando ele tentou passar o pedido, acabou não conseguindo fazer pelo mesmo preço. Achei caro e optei por não comprar, mas, no dia seguinte, ele avisou que as peças tinham sido vendidas todas pelo preço 10% acima do que ele havia me passado em razão da carência do mercado”.

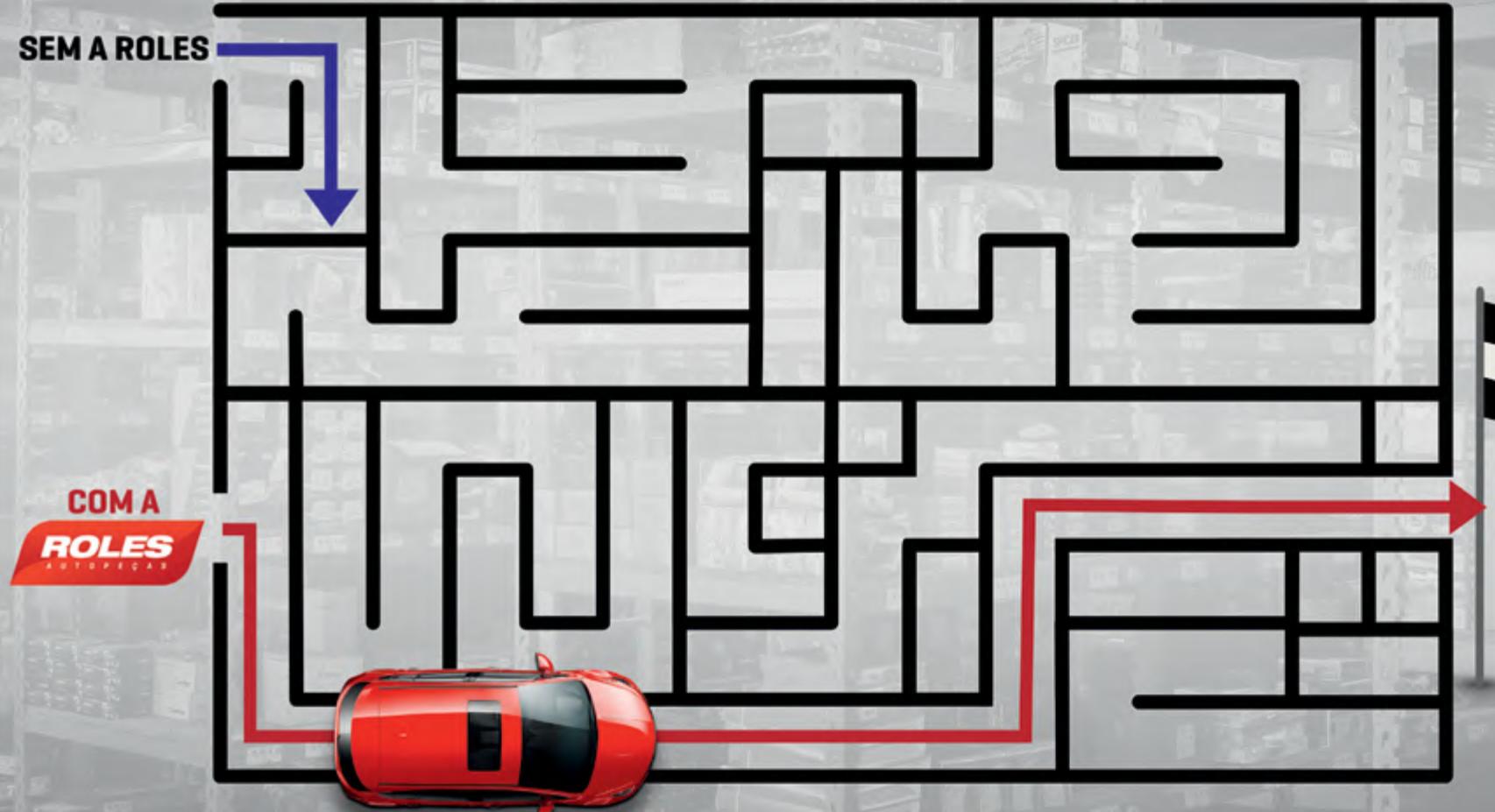
Apesar da consistência dos números da pesquisas ONDA e dos relatos da vida prática do mercado feitos por Roberto Rocha, é necessário dizer que nem todos os players do mercado confirmam o cenário de escassez.

Dentre aqueles que conversaram com nossa reportagem a respeito do assunto, a distribuidora Cobra e o atacarejo gaúcho Ramos e Copini negaram estarem enfrentando dificuldades neste aspecto. Nuances do relato do proprietário da segunda, porém, indica que suas equipes de compras estão tendo de usar a criatividade para driblar obstáculos no caminho. Segundo Flávio Ramos, a empresa tem explorado diversas marcas para manter o estoque preparado para as demandas do mercado.

Outras empresas que têm na importação o principal core de seus negócios – provavelmente as mais afetadas pelo problema –, caso da Lupo, preferiram não se manifestar sobre o assunto quando procurados pela nossa reportagem.

O MELHOR CAMINHO PARA ABASTECER A SUA
LOJA COM UM AMPLO PORTFÓLIO É NA ROLES!

Acesse o site



Um **lojista** preparado para o mercado deixa
a sua **loja pronta** com tudo que seus clientes
precisam, para isso, conte sempre com a **Roles**!

Temos um amplo **portfólio** à sua disposição,
com as **melhores marcas e produtos**, sempre
com **alta qualidade, excelente custo-benefício**
e constantemente atualizado com os melhores
lançamentos do mercado das **autopeças**.

Escolha o melhor caminho, escolha a Roles.
Porque Juntos Fazemos Melhor!



(11) 3155-7540

Roles Autopeças

roles.com.br

JUNTOS FAZEMOS MELHOR

ROLES
AUTOPEÇAS



Três greves nos últimos quatro meses contribuíram para o desabastecimento que o mercado vem enfrentando. Entre elas, a dos auditores fiscais

Greves agravam desabastecimento no país

Embora seja um problema intermitente desde 2020, ano em que eclodiu a pandemia da Covid-19, o desabastecimento de autopeças – de acordo com números da pesquisa ONDA – está vivendo em 2024 alguns de seus momentos mais insistentes e agudos, movimento que, na verdade, começou ainda em dezembro do ano passado.

Ao observarmos o quadro de uma maneira conjuntural, isto é, expandindo a análise para outros segmentos cujas importações também desempenham papel fundamental, é possível fazer uma associação direta entre o desabastecimento de peças em âmbito nacional e pelo menos três greves significativas de categorias ligadas ao comércio exterior no último quadrimestre. A primeira – e talvez a principal delas – foi a paralisação dos Auditores Fiscais da Receita Federal. Entre novembro de 2023 e o dia 8 de fevereiro deste ano, os servidores da categoria paralisaram suas atividades para pleitear um reajuste chamado de 'bônus de eficiência', causando uma morosidade incompatível na entrada de produtos no país.

Em uma análise sobre os impactos do movimento, o Instituto Brasileiro de Comércio Internacional e Investimentos (IBCI) o apontou como causa de casos de desabastecimento em diversos segmentos da indústria. Isso porque, segundo o IBCI, as cargas passaram a levar quatro vezes o tempo usual para serem liberadas dos embaraços aduaneiros.

Outro ponto que contribuiu para a maximização do impacto negativo da mobilização dos auditores sobre a celeridade da liberação das importações foi o timing escolhido para o movimento. Novembro, por exemplo, é um mês tradicional para a

realização da Black Friday, período em que as compras B2C são intensificadas.

A segunda greve a impactar diretamente a indústria brasileira foi a dos trabalhadores do Instituto Brasileiro do Meio Ambiente (Ibama), iniciada no último mês de janeiro.

Dentre outros segmentos, o movimento impactou diretamente as montadoras de automóveis que não possuem fábricas ativas no Brasil – casos de BYD, Volvo, Kia e Mercedes. De acordo com apuração da Folha de S. Paulo, a greve causou o represamento de mais de 30 mil veículos nos pátios devido à espera das liberações do órgão.

Ainda no escopo das greves, pesa uma terceira, possivelmente ainda mais relevante para o mercado de autopeças: a dos portuários. Iniciada no fim do último mês a greve reivindica que todos os trabalhadores que operem em funções como capatazia, estiva, conferência e conserto de carga, entre outras, tenham de ter como obrigatório no Órgão Gestor de Mão-de-Obra (Ogmo), administrado pelos Operadores Portuários.

Vista como crucial para a salvaguarda dos direitos dos profissionais do setor por seus respectivos sindicatos representativos, a pauta já mobilizou mais de 27 mil trabalhadores e tem sido como resultado direto o atraso de navios em portos como o de Santos.

Um dos exemplos dos impactos causados pelo impasse junto à categoria foi aferido por meio de estudo logístico realizado pelo Conselho dos Exportadores de Café do Brasil. Segundo a entidade, os atrasos de porta-contêineres que transportam café atingiram a marca de 85% no início deste ano.

Com a potência da **liderança feminina**, elas são o motor que *acelera a evolução.*

Inspirando **mudanças positivas** no mercado de trabalho, as mulheres **impulsionam a inovação**, promovendo a colaboração e reduzindo preconceitos.



08 de março – Dia Internacional da Mulher

►►► Acesse o nosso site:

🌐 www.rmp.com.br

Conheça nossas redes sociais

Instagram: @rmpdistribuidora Facebook: RMP Distribuidora

Posicione a câmera do seu smartphone e
acesse a loja online da RMP pelo QR CODE



RMP

Guerra na Ucrânia vem contribuindo para desestabilizar cadeias produtivas de peças e matérias-primas

Desabastecimento é realidade global

Os problemas conjunturais brasileiros certamente têm afetado o abastecimento de autopeças, conforme registrado pelo AfterLab. É importante notar, no entanto, que a cadeia global como um todo não apenas não equacionou ainda o processo de reorganização das relações comerciais e cadeias produtivas resultante da pandemia da covid-19, como também tem sofrido impactos diretos de conflitos regionais, como a Guerra da Ucrânia.

Em reportagem veiculada pelo tradicional veículo britânico 'The Guardian' a 'National Body Repair Association' (NBRA), principal organização do Reino Unido no âmbito do Aftermarket Automotivo, afirmou que os motoristas do país estão tendo que esperar uma média de cinco semanas a mais do que a média pré-pandemia para reparar seus automóveis.

O problema relatado pela NBRA foi confirmado pela Associação das Seguradoras Britânicas que justificaram os atrasos para atender seus clientes com o seguinte relato: "Tal como muitos outros setores, as seguradoras de automóveis enfrentam desafios significativos devido à inflação, à perturbação da cadeia de abastecimento e à escassez global".

Além do Reino Unido, outro mercado que tem se queixado da

falta tanto de componentes quanto de matérias-primas para fabricá-los é os Estados Unidos.

Segundo o centro automotivo californiano 'Cline Collision Center', o mercado não se recuperou desde 2020 e, em razão dos efeitos já mencionados, como a pandemia e a guerra ucraniana, "muitos fabricantes de peças tiveram problemas para adquirir matérias-primas usadas em autopeças, como aço, espuma, plástico e silício". "Até mesmo os aditivos no óleo de motor têm sido mais difíceis de obter", acrescentou o estabelecimento.

Como se sabe, o mercado asiático é um dos principais fornecedores globais de autopeças e matérias-primas para esses componentes. Por este motivo, estudos sobre a indústria de autopeças como o divulgado pelo Krungsri, um dos maiores bancos tailandeses, ganham relevância global. No documento, nomeado "Industry Outlook 2023-2025: Auto Parts Industry", os especialistas da instituição financeira projetaram uma escassez persistente até meados de 2024 – sobretudo no que diz respeito a componentes tecnológicos como chips e semicondutores. Ao que tudo indica, o assunto não se encerra por aqui.



Acelere suas vendas com
Discos de Embreagem para Motos



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

 **novovarejo**
automotivo  Acesse o site e confira
authomix.com.br

AUTHOMIX
Qualidade Original



Donos de carros elétricos expressam descontentamento no Brasil e nos EUA

Infraestrutura e disponibilidade de peças lançam dúvidas sobre potencial de massificação dos BEVs no curto prazo

Os carros elétricos estão ganhando mercado. Mês após mês, dados da Associação Brasileira do Veículo Elétrico (ABVE) têm apontado o crescimento progressivo das vendas destes automóveis, tanto no escopo dos híbridos quanto nos chamados 'puros' (BEV).

No último mês de fevereiro, por exemplo, foram vendidos 10.451 veículos destas categorias, número que representa uma alta de robustos 143% na comparação com o mesmo período do ano passado. Além disso, chama a atenção o fato de os BEVs estarem se mantendo, pelo terceiro mês consecutivo, como os preferidos do consumidor brasileiro na comparação com as outras alternativas tecnológicas deste segmento de mercado. O último levantamento divulgado pela ABVE mostrou que as vendas de elétricos puros corresponderam a mais de 1/3 do total comercializado na categoria eletrificados, com 3.639 emplacamentos.

Este cenário pujante dos eletrificados no país – que conta ainda com a inauguração da fábrica da BYD no estado da Bahia e a chegada do primeiro carro 'mais popular' da montadora, o 'Dolphin Mini', lançado oficialmente no dia 28 de fevereiro ao custo de

R\$ 119,8 mil –, porém, chega num momento em que crescem as reclamações de clientes a respeito da viabilidade desses modelos, ao menos por enquanto.

Recentemente, um levantamento mostrou que o site ReclameAqui recebeu um total de 1.051 reclamações a respeito da má qualidade do atendimento no pós-venda da BYD e, talvez mais importante que isso, da falta de peças de reposição.

Entre as reclamações registradas, existem relatos de que carros estão há mais de um mês parados pela ausência de peças e por aquilo que chamaram de 'descaso da concessionária'.

Embora não pareça um volume absurdo de reclamações, as queixas impressionam quando contextualizadas com a frota de carros BEV no Brasil, atualmente na casa das 16 mil unidades.

Questionada pela imprensa sobre o cenário, a montadora chinesa negou um possível problema sistêmico e afirmou que seu centro de distribuição localizado na cidade de Cariacica, no Espírito Santo, possui estoque e área suficiente para armazenagem de peças de todos os modelos atualmente comercializados.

Insatisfação se repete entre consumidores norte-americanos

O marketing de que os veículos elétricos serão o futuro da mobilidade individual mundial tem sido suficiente para alavancar as vendas desses modelos. Por outro lado, a experiência de usuários que já compraram a ideia tem mostrado que a realidade ainda está distante da expectativa.

Recentemente, um estudo conduzido pela consultoria J.D. Power revelou que aproximadamente 40% dos consumidores estadunidenses que compraram seu primeiro carro BEV nos últimos anos já cogitam trocá-lo por um veículo híbrido ou mesmo por um com motor a combustão.

O curioso é que, nos Estados Unidos, a maior queixa reside na falta de cobertura de carregadores públicos – algo que não só não tem evoluído como o esperado, mas que, segundo o levantamento da consultoria, tem ficado pior na percepção dos proprietários. Em 2023, a avaliação a respeito da infraestrutura necessária para

os BEVs neste quesito foi 32 pontos pior em relação ao ano anterior na escala criada pelo estudo.

A reclamação sobre a falta de infraestrutura chama a atenção. Afinal, segundo o site InsideEVs, os EUA possuem atualmente 169.330 carregadores disponíveis em mais de 65 mil localidades – número que suplanta com muita folga os pouco menos de 4 mil pontos de recarga que, segundo a ABVE, existem no Brasil.

Outro descontentamento que surgiu na virada de 2023 para 2024 foi o mal funcionamento dos elétricos em temperaturas muito baixas, como ocorreu em diversos estados americanos. Muitos motoristas ficaram a pé com seus carros inativos e cobertos de neve. E os que saíram de casa foram surpreendidos com uma forte redução na autonomia, que, segundo pesquisas, pode chegar a até 25%.

Com o rigoroso inverno dos Estados Unidos nesta virada de ano, autonomia dos elétricos caiu até 25% em razão do frio





Carro e tecnologia: a que ponto chegamos

Motores elétricos potentes, autonomia estendida, infoentretenimento de primeira classe e condução autônoma nível 3 estão entre os atrativos da Série 7 da BMW

Na década de 1960 do século passado, uma novidade revolucionou a cultura automotiva nos Estados Unidos. De olho no público mais jovem, as montadoras começaram a equipar seus carros médios com motores gigantes originários de modelos muito maiores e pesados. Esta foi a receita básica para um dos maiores orgulhos dos aficionados norte-americanos até hoje: os chamados muscle cars, os “carros musculosos”, de altíssimo desempenho.

Muitos puristas da tendência certamente se enfureceram com o recente anúncio do lançamento do primeiro muscle car elétrico: o Dodge Charger Daytona Scat Pack 2024. Se aqui no Brasil todos os envolvidos com o universo do automóvel sabem do peso da grife Dodge Charger, lá nos EUA a lenda é ainda mais venerada. Agora, para espanto e desespero de muitos, o ícone chega com propulsão 100% elétrica e potência de 670 cavalos. Sacrilégio?

O novo Dodge nada mais é do que um passo esperado no processo disruptivo que a indústria do setor vem experimentando. Um muscle car elétrico é, por definição, disruptão pura, mas o Charger não está sozinho na eletrificação de carros velozes e/ou luxuosos. Na verdade, o objeto deste texto nada tem a ver com o modelo americano, mas parte dele para ilustrar a força da tendência também em automóveis muito mais sofisticados e desejados.

POTÊNCIA ALEMÃ

O foco aqui é outro ícone, do lado de lá do Atlântico: o BMW série 7, uma referência global em sofisticação e desempenho. Lançado na versão EV em diferentes países ao longo do segundo semestre de 2023, o sedã entrega a maior potência já oferecida por um modelo totalmente elétrico da marca alemã. E isso se deve a muita, mas muita mesmo, tecnologia. Vamos a ela.

Comecemos dando nome ao boi: BMW i7 M70 xDrive. Apesar do excesso de letras, os mais atentos devem ter notado a presença do ‘M’, o que não deixa dúvidas sobre as pretensões esportivas do modelo. O ‘M’ significa Motorsport, divisão da marca responsável pela preparação das versões de alto desempenho. É equivalente, por exemplo, à AMG na Mercedes.

O i7 M70 xDrive é equipado com dois motores elétricos, um em cada eixo – é, portanto, um carro de tração nas quatro rodas. O traseiro é o mais potente produzido pela BMW e a montadora justifica essa qualidade pelo uso de seis bobinas no estator do motor em vez das três usuais. O resultado é uma potência máxima de 360 kW/489 cv. Ela é coordenada com precisão cirúrgica com o motor instalado no eixo dianteiro de 190 kW/258 cv. O torque do sistema

é de 1.015 Nm (748 lb-ft) no modo Esporte e até 1.100 Nm (811 lb-ft) quando o Controle de Lançamento M ou a função M Sport Boost são ativados. Números impressionantes que não deixam dúvida sobre a brutalidade do desempenho que o feliz comprador vai encontrar. Mas, para traduzi-los segundo a métrica “corpo lançado violentamente contra o encosto do banco”, anote aí em sua memória: o carro acelera de 0 a 100 km/h em impressionantes 3,7 segundos. E nem se preocupe com a velocidade máxima. Ela é limitada eletronicamente a “apenas” 250 km/h.

Com a função M Sport Boost, o controle de tração é integrado à unidade de controle do motor. Isso garante que a potência gerada pelos motores elétricos seja dosada com extrema precisão e que as acelerações brutais ocorram sem perda de tração.

E agora um detalhe interessante: para aqueles que se incomodam com o silêncio no rodar de um carro elétrico – especialmente nos modelos de alta potência – a BMW reserva o padrão Iconic Sounds Electric by Hans Zimmer. Se o nome pomposo reflete uma provável manhã inspirada do marketeiro da área, o efeito também é muito inspirador. O ruído emitido pelo carro – que a BMW chama de “caráter da trilha sonora” – varia de acordo com a configuração de desempenho selecionada. A diferença entre o modo pessoal My e o modo Esporte é muito perceptível – neste último, o “ronco” é forte e poderoso. Ao acelerar o i7, os motoristas menos puritanos provavelmente se sentirão ao volante de um legítimo muscle car americano. Movido a gasolina, claro.

Autonomia suficiente e carga rápida

A autonomia de rodagem é assunto ainda crítico para os carros 100% elétricos. O i7 M70 xDrive oferece recursos para não deixar ninguém a pé nas viagens mais longas. Como, por exemplo, a recuperação adaptativa de energia de frenagem e a tecnologia de bomba de calor usada no sistema integrado de aquecimento e resfriamento da cabine e do trem de força.

O mais importante, no entanto, é a densidade de energia da bateria de alta voltagem. Localizada no assoalho do veículo, a bateria fornece 101,7 kWh de energia utilizável. Isso dá ao carro uma autonomia de 488 a 560 quilômetros. Achou pouco? Então veja: a unidade de carregamento combinado conta com um software projetado para carregar a bateria de alta voltagem de forma mais rápida e eficiente. Com isso, a autonomia pode ser estendida em

até 170 quilômetros em apenas dez minutos numa estação de carregamento de alta potência.

Ainda acha pouco? Rapaz, como você viaja hein? Então terá de acionar, ao toque de um botão, o modo de operação Max Range. Com este recurso, a autonomia do carro pode ser estendida em movimento. Neste modo, a potência de tração e a velocidade máxima são restritas e as funções de conforto são reduzidas, permitindo aumentar a autonomia em cerca de 15 a 25%. Ao mesmo tempo, o sistema de controle climático da cabine é desativado e o aquecimento do vidro traseiro passa para uma configuração mais baixa, enquanto o aquecimento dos bancos, a ventilação dos bancos e o aquecimento do volante também são desligados.

Novo i7 elétrico vai longe com uma carga completa





Passageiros do banco traseiro viajam com muito conforto e entretenimento

Primeira classe com direito a cinema

Se no texto anterior possivelmente chegamos a um acordo sobre as condições de autonomia para uma viagem longa, agora falemos sobre as acomodações que o carro oferece durante esse deslocamento. Saiba que, para os ocupantes do banco traseiro, elas praticamente reproduzem a primeira classe de uma boa companhia aérea. Materiais e acabamentos premium num ambiente de alta tecnologia.

Basta dizer que o habitáculo traseiro é chamado pela BMW simplesmente de 'Lounge Executivo'. Chique, não? Os passageiros podem desfrutar de uma variedade de funções de conforto e entretenimento, controladas a partir de uma tela sensível ao toque montada no apoio de braço central traseiro.

Então escolha a melhor posição no banco reclinável porque a seção de cinema está para começar. E não se trata de uma figura de linguagem. O i7 dispõe de uma enorme tela que é associada a um sofisticado sistema de som Surround Bowers & Wilkins com reprodutores opcionais no encosto do banco. Você nem vai sentir o tempo passar.

Se o motorista não conta com o mesmo privilégio, é desnecessário dizer que um carro deste nível oferece tudo o que existe de mais avançado em controle dinâmico para uma condução segura e impecavelmente estável. O i7 M70 xDrive é o primeiro modelo a apresentar a Barra de Interação BMW como padrão. Trata-se de uma barra de luz estendida localizada sob o visor de controle, que

é ativada por gestos de mão ou pelo toque de um dedo. O que torna o componente inovador é a interação contínua entre o controle de voz natural e a operação do toque na tela do controle. Quando a Barra de Interação está ativada, o motorista pode ver uma representação visual da interação desejada – por exemplo, ajustar o volume do sistema de áudio. Isso torna possível operar sistemas no carro sem olhar para a tela do controle.

Terminado o percurso, o Assistente de Estacionamento e o Assistente de Manobra podem ser controlados remotamente usando o My BMW App. Isso permite que os clientes entrem e saiam de espaços de estacionamento apertados com muito mais facilidade. Também é possível em alguns países abrir e fechar as portas automáticas opcionais individualmente do lado de fora do carro e a uma distância de até seis metros usando o My BMW App.

A porta do motorista abre automaticamente quando o smartphone em que o BMW Digital Key Plus está instalado se aproxima do carro. Depois de entrar, o motorista pode fechar a porta novamente pressionando o pedal do freio. Além disso, a BMW Digital Key Plus se conecta com as funções integradas de proteção contra colisões para as portas automáticas para interromper o movimento da porta se um obstáculo for detectado. Se você mora em um condomínio construído neste século, torça para que seus vizinhos de vaga comprem um i7 M70 xDrive.

MAIORES & MELHORES
em distribuição de autopeças

REGIONAL

MAIORES E MELHORES REGIONAL JÁ TEM DATA MARCADA

O evento que vai anunciar os vencedores da terceira edição da pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças Regional será realizado em 25 de abril. A partir das 19 horas, a A.TV inicia a transmissão exclusiva, com abertura da cerimônia às 19h30.

O estudo é uma iniciativa do After.Lab – empresa de inteligência de negócios do Aftermarket Automotivo – e investiga o desempenho empresarial dos distribuidores que atuam com foco nas cinco regiões do Brasil a partir da avaliação de quase 1.500 varejistas de autopeças para veículos leves de todo o país. Estes clientes atribuem notas de zero a dez para as empresas locais em cada um dos 21 quesitos de avaliação e a média de todas as notas somadas resulta na classificação geral por região.

PATROCÍNIO:



Continental COBREQ

Tecfil WEGA

REALIZAÇÃO

Nhm30

AFTER.LAB

N

a.TV

DIVULGAÇÃO

Condução autônoma nível 3 a caminho

Parte da gama BMW Série 7 começa a ganhar na Alemanha o sistema de condução autônoma nível 3. A principal diferença entre os níveis 2 e 3 é que no primeiro (direção parcialmente automatizada), a responsabilidade continua com o motorista, que precisa estar atento o tempo todo à estrada para reassumir a direção a qualquer momento. Isso é continuamente monitorado usando uma câmera de atenção inteligente. Com a inserção do nível 3, o motorista poderá tirar as mãos do volante e desviar temporariamente sua atenção da estrada graças ao controle autônomo de atributos como a velocidade do carro, a dis-

tância para o veículo à frente e o posicionamento na faixa em viagens a até 60 km/h. Graças aos seus sensores sofisticados, este é o primeiro sistema do tipo que também pode ser usado no escuro. Desta forma, o sistema Personal Pilot L3 se torna uma opção perfeita para aproveitar o tempo gasto no trânsito lento ou engarrafamentos durante os deslocamentos. Sinais visuais e acústicos avisam o motorista quando for preciso retomar o controle. Se ele não responder conforme o necessário, o veículo é levado a uma parada controlada.

Praticidade para deslocamentos em até 60 km/h



Fotos: divulgação

**O MAIOR ACERVO DE INFORMAÇÃO
DO SEGMENTO EMPRESARIAL DA REPARAÇÃO**

WWW.MAISAUTOMOTIVE.COM.BR

CONFIRA AS NOSSAS REDES SOCIAIS

YouTube LinkedIn Facebook Instagram



Gol continua sendo um campeão de vendas no mercado brasileiro, mesmo fora de linha

Fevereiro fecha com mais de 1,1 milhão de carros usados vendidos

O mais recente relatório da FENAUTO, com o resultado das vendas de veículos usados no mês de fevereiro, mostrou mais um número expressivo. Foram **1.142.978** unidades comercializadas. O setor ainda comemora dois outros bons resultados: o primeiro, mostrando que o acumulado deste ano já é **14,2%** maior do que o mesmo período de 2023 (com **2.344.155** unidades contra **2.052.550**), e o segundo, com um incremento de 15,3% em fevereiro, sobre o mesmo mês do ano passado (com **1.142.978** unidades contra **990.899**).

No mês houve um recuo do volume de vendas, em termos absolutos, quando comparado a janeiro de 2024, de **-4,8%**. Porém, se observado o resultado em termos de dias úteis, o que no mês de fevereiro é um dado bem relevante, temos um salto favorável de **16,3%**.

Para o presidente da FENAUTO, Enilson Sales, “é importante ressaltar que o resultado de fevereiro foi bom, apesar de termos apenas 18 dias úteis, desconsiderando a 4ª feira de Cinzas que pouco movimenta o mercado, contra 23 em janeiro. O setor está mostrando que o índice de confiança do consumidor continua em uma trajetória ascendente, confirmando nossa expectativa positiva para 2024”.

Ranking dos modelos mais procurados no mês

AUTO

VW GOL - 55.745 unidades.
FIAT UNO - 31.584 unidades.
FIAT PALIO - 30.335 unidades.

COMERCIAIS LEVES

FIAT STRADA - 24.455 unidades.
VW SAVEIRO - 16.356 unidades.
GM S10 - 11.662 unidades.

MOTOS

HONDA CG150 - 62.165 unidades.
HONDA BIZ - 30.273 unidades.
HONDA CG 125 - 25.861 unidades.



Grupo Comolatti anuncia aquisição da ORBID

O Grupo Comolatti, através da BR AutoParts, anunciou a aquisição da ORBID, renomada empresa com atuação na região sul do Brasil. A transação foi assinada no dia 07 de março de 2024. Criada em 1955, a ORBID iniciou suas operações na cidade de Pelotas como uma oficina especializada no conserto de bombas injetoras diesel. Desta primeira atividade surgiu o nome da empresa, Oficina de Regulagem de Bombas e Injetores Diesel (ORBID). Com 9 filiais na região sul do Brasil, trabalhando com as mais renomadas marcas do mercado, a empresa oferece um portfólio completo de produtos com foco na linha pesada. “A aquisição da ORBID é um marco da BR AutoParts. Trata-se de uma importante empresa de reposição de autopeças, com mais de 60 anos de atuação no país e 150 colaboradores. Com a experiência e o conhecimento de mercado da ORBID S.A., a BR AutoParts poderá ampliar sua presença na região sul e seguir oferecendo um serviço de excelência a seus clientes”, destaca Conrado Comolatti Ruivo, presidente do Grupo Comolatti. Já Claudio Sperini e Roberto Sperini, sócios proprietários da ORBID, através de sua holding, destacam: “Após cuidadosa avaliação de oportunidades futuras, esta decisão tem como base capitalizar os sucessos alcançados

até o momento, assim como a continuidade de uma história de mais de 60 anos de sucesso, levando a empresa a novos patamares de crescimento.”

A ORBID continuará a operar de forma independente e mantendo a sua atual marca assim como suas atividades operacionais e ramos de atuação, valorizando o relacionamento com seus fornecedores, clientes e colaboradores. “Nosso objetivo é somar forças e continuar a investir na diversificação das ferramentas de venda e no contato com o cliente, de forma a atender às crescentes exigências do mercado”, explica Conrado Comolatti Ruivo.

Com 66 anos de história no setor automotivo e mais de 4.000 colaboradores, o Grupo Comolatti é hoje referência no aftermarket automotivo através de suas logomarcas Sama, Laguna, Matrix, Pellegrino, Roles e RPR, presente em todo território nacional e conta com mais de 75 mil itens no portfólio, representando as marcas líderes de mercado, além da Rede Pitstop com mais de 2.200 lojas de varejos associadas.

A operação ainda depende de aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE).

Três décadas de transformação: a evolução do Brasil e seu impacto no mercado de reposição automotiva

Em homenagem aos 30 anos da Novomeio Hub de Mídia e do Novo Varejo, iniciamos nesta edição uma retrospectiva do Aftermarket Automotivo, começando por 1994

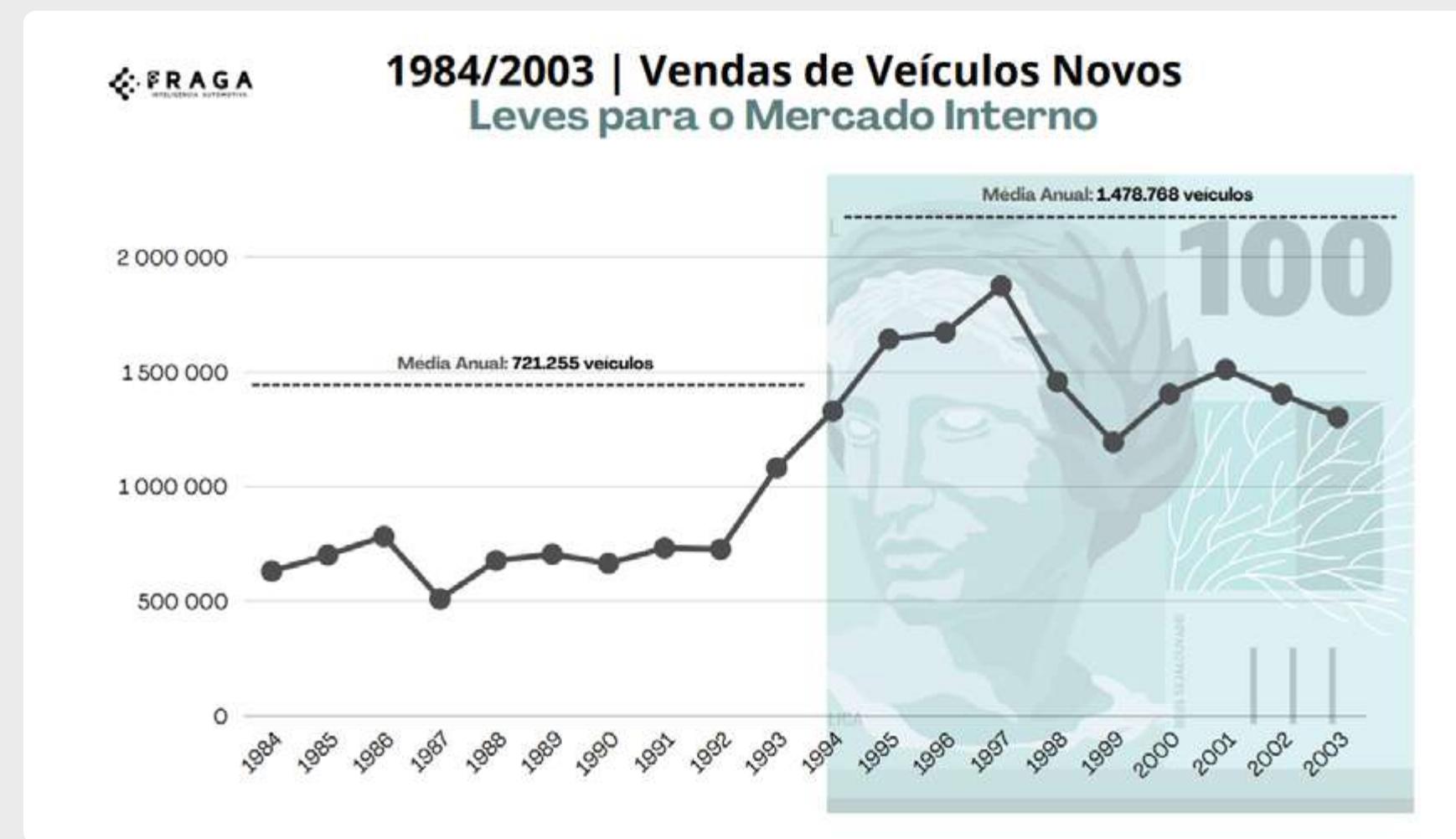
Por Danilo Fraga

Os últimos 30 anos foram marcados por diversos marcos históricos no Brasil. Vivenciamos mudanças estruturais significativas na economia política do país, começando pela facilitação das importações em 1990 e seguindo com o Plano Real de 1994. Paralelamente, o Brasil foi palco de eventos marcantes, como Jogos Olímpicos e Copa do Mundo, além de testemunhar feitos extraordinários em sua economia, como as descobertas do pré-sal, recordes na produção agrícola e mineral, avanços notáveis na transição energética e no desenvolvimento tecnológico, incluindo a produção de tecnologias avançadas como satélites nacionais, aviões e aceleradores de partículas.

De fato, o Brasil transformou-se profundamente, e o mercado de reposição acompanhou essa evolução. Neste artigo, temos o pri-

vilégio de destacar algumas das mudanças mais notáveis na indústria automobilística, que certamente impactaram o mercado de reposição de autopeças até os dias de hoje. Esta retrospectiva não é meramente um exercício de nostalgia, mas também uma justa homenagem da Fraga Inteligência Automotiva ao trigésimo aniversário da Novomeio Hub de Mídia e do Novo Varejo Automotivo. A instituição desempenha um papel estratégico ao documentar essas transformações e gerar conhecimento para o ecossistema de reparação automotiva, consolidando-se como uma fonte qualificada e representativa para os tomadores de decisão deste importante mercado, sobretudo aos balonistas e distribuidores de autopeças no Brasil.

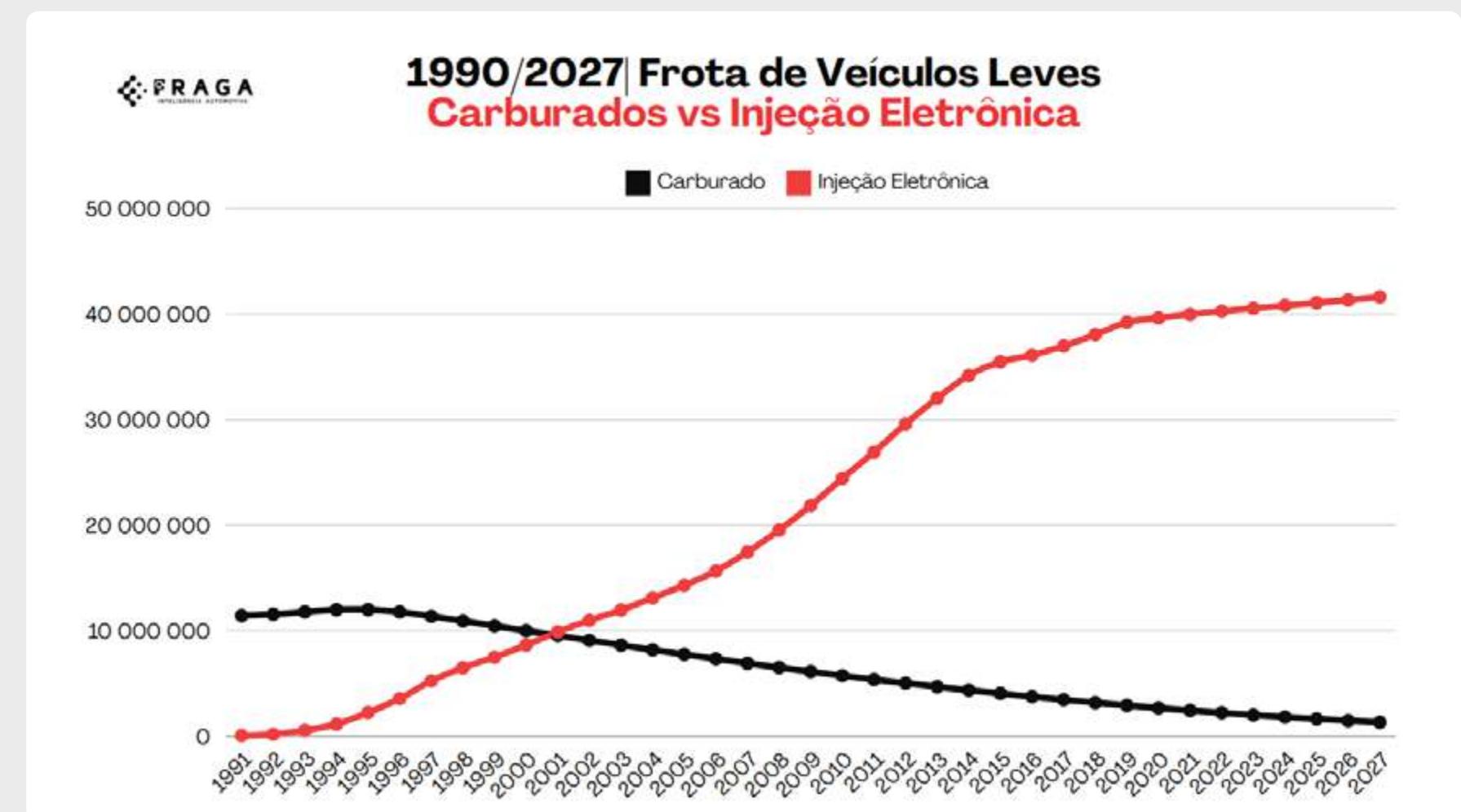
DÉCADA DE 1994



Na década de 1994, a fundação da Novomeio coincidiu com um período de grandes transformações no Brasil. Uma nova matriz macroeconômica foi implantada, prometendo pôr fim ao fenômeno inflacionário que minava a renda dos brasileiros e desafiava os empreendedores nacionais com a tarefa quase impossível de planejar frente aos custos e investimentos de longo prazo. O Plano Real foi, de fato, marcante para o Brasil moderno, trazendo mais estabilidade econômica, mas não eliminou completamente as graves distorções da nossa economia, que enfrentou sérios desafios relacionados à competitividade sistêmica da indústria nacional. Neste contexto conturbado, o governo federal incentivou um dos fatos mais irreverentes da indústria automobilística nacional: a volta da produção do Volkswagen Fusca (o popular Fusca Itamar), que havia sido descontinuado no país em 1985 e retornou à produção quase dez anos depois, atingindo 45 mil unidades produzidas durante seu retorno à atividade.

Os anos de 1994 até 2003 também foram marcados por grandes feitos históricos, principalmente por terem sido um período

decisivo no processo de pulverização da frota brasileira. A rápida transição das plataformas carburadas para novos projetos com injeção eletrônica permitiu a apresentação de veículos que se tornaram verdadeiros ícones nacionais, como o Gol 1000, o Uno Mille e o Palio, veículos que lideraram por décadas a preferência do brasileiro por veículos de baixa cilindrada e consumo de combustível e que até hoje estão no top 3 da frota nacional. A forte preferência por projetos de hatches de entrada não foram os únicos fenômenos de popularidade. Este período também foi marcante para a popularização das marcas asiáticas (em escalares inferiores, é verdade) com o Honda Civic e Toyota Corolla iniciando suas produções locais e conquistando o coração do público brasileiro. A soma dessas tendências resultou até então no recorde de vendas no ano de 1997 com o total de 1,9 milhões de veículos comercializados este ano e 15 milhões de veículos na década (1994 até 2003), pavimentando caminhos estratégicos para as novas políticas industriais que se sucederam ao longo dos anos 2000.





Conhecendo o varejo: AutoZone e seu apetite sem fronteiras

Há pouco mais de 10 anos no Brasil, multinacional já chegou à marca de 100 lojas no país

Para você, qual o modelo ideal de uma loja de autopeças? Seja qual for a sua resposta, é muito provável que ela tenha alguma influência do modelo 'AutoZone' de atuação.

Isso porque, fundada em 1979, nos Estados Unidos, a gigante multinacional modificou paradigmas do segmento ao retirar o varejo de reposição automotiva de um lugar underground para colocá-lo em pé de igualdade com supermercados e outras lojas de departamento.

"Pitt Hyde (fundador da empresa) acreditava que as características encontradas nos supermercados – lojas limpas e bem organizadas, produtos acessíveis e um excelente serviço ao cliente – poderiam ser aplicadas ao negócio de peças para automóveis", afirma a organização.

Essa visão de negócios, que hoje influencia o mercado internacionalmente e tem sido levada a um outro nível por 'shoppings de autopeças', como o MercadoCar no Brasil,

mostrou-se acertada e, apenas 8 anos após sua fundação, a elevou ao status de referência no mercado estadunidense, graças a outras inovações como o pioneiro catálogo eletrônico de peças.

Os próximos passos da ascensão meteórica da gigante do aftermarket foram a entrada na Bolsa de Nova Iorque, em 1991, e a abertura da milésima loja (isso mesmo!) no território dos Estados Unidos – território este que 'ficou pequeno' para a fome do negócio.

Já em meados dos anos 2000, a AutoZone rompeu as fronteiras dos EUA e expandiu sua atuação para os vizinhos México e Porto Rico – movimentos que, em 2012, culminaram em um dos passos mais estratégicos e ousados da companhia desde sua fundação: a expansão para o mercado brasileiro.

Modelo de negócio decolou rapidamente no Brasil

A filosofia da AutoZone de dar às suas lojas de autopeças um aspecto de 'supermercado', tanto no âmbito da organização quanto do atendimento, desembarcou no Brasil na cidade de Sorocaba, no interior de São Paulo.

De lá para cá, a empresa se estabeleceu como um verdadeiro 'tubarão' do segmento e se espalhou rapidamente pelo território nacional. Primeiro, se expandindo por todo o estado de São Paulo, depois chegando a outras localidades como o norte do Paraná, o sul de Minas Gerais e o estado de Goiás, formando uma malha que recentemente alcançou a marca de 100 estabelecimentos.

O sucesso do modelo, somado ao potencial de um mercado cercado de uma frota que ultrapassa os 40 milhões de veículos, motivou a AutoZone a elevar a réguia da sua atuação no Brasil para além das lojas.

Como fruto dessa nova visão estratégica, a empresa criou um grande centro de distribuição na cidade de Paulínia, interior de São Paulo, e um escritório central nacional na capital paulista.

Em entrevista exclusiva ao programa 'Diálogo Automotivo', da A.TV, o presidente da companhia no Brasil, Maurício Braz, afirmou que os planos da AutoZone para o Brasil não param por aí.

Segundo o executivo, primeiro 'autozoner' do Brasil, a gigante pretende inaugurar 50 novas lojas no Brasil ao longo de 2024, marca que representaria a incrível média de uma loja por semana.

Para alcançar e superar esta meta, a empresa aposta na importação da cultura 'faça você mesmo' que ajudou a implementar nos Estados Unidos. Segundo Braz, a AutoZone tem investido na capacitação e no incentivo de seus clientes para a execução de pequenos reparos em seus automóveis.

"Temos alguns serviços gratuitos que fazemos junto com os consumidores finais", afirmou o executivo, enfatizando que a estratégia não apenas oferece autonomia para este perfil de cliente, como também fortalece sua conexão com a AutoZone, estreitando os laços de fidelização.

Assuma seu próprio desenvolvimento

Por Luiz Marins

Fico espantado ao ver a ingenuidade de muitas pessoas que ficam esperando que as empresas ou organizações nas quais trabalham assumam a responsabilidade total pelo seu desenvolvimento profissional e pessoal.

Com essa ilusão na cabeça, elas não investem em si próprias. Não tomam um pouco do pouco dinheiro que possuem; um pouco do pouco tempo que possuem e um pouco da energia que possuem para fazer novos cursos, conseguir estágios, comprar e ler bons livros, participar etc. Ficam esperando que alguém ofereça a elas essas oportunidades de desenvolvimento.

Fico espantado ao ver que essas pessoas acreditam que a responsabilidade pelo seu desenvolvimento profissional e pessoal não é delas e sim de seus empregadores e com essa mentalidade antiga não procuram novas oportunidades de aprendizagem, de crescimento por conta própria e, na maioria das vezes, nem mesmo solicitam de seus empregadores essas oportunidades.

Acomodadas nesse passivismo inerte elas ficam sempre fora

das listas de promoções e das oportunidades, pois ninguém investe numa pessoa que não está disposta a investir em si mesma por conta própria em primeiro lugar.

Vejo também que essas pessoas evitam participar de programas e projetos novos de sua organização porque isso "dá trabalho" e "eu não ganho mais por participar" e sem participar ficam sempre do lado de fora se sentindo injustiçadas.

Para fazer um simples exame, responda:

Qual foi a última vez que você investiu em seu desenvolvimento profissional por conta própria?

Você ainda acredita que a total responsabilidade pelo seu futuro profissional depende de seu empregador de hoje?

Você agarra todas as oportunidades de desenvolvimento profissional e pessoal que aparecem?

Assim, meu conselho é que você não espere que seu empregador ou outras pessoas invistam em você e em seu desenvolvimento profissional e pessoal. Assuma você esse protagonismo e você verá que muitas portas se abrirão.

Pense nisso. Sucesso!

Fevereiro surpreende com alta na produção, vendas e exportações

Os três dias úteis a menos não foram empecilho para que fevereiro superasse janeiro nos três principais indicadores da indústria automobilística brasileira. Produção, vendas e exportações cresceram, sinalizando um mercado em aquecimento, de acordo com os dados divulgados pela Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA).

A produção de 189,7 mil autoveículos superou em 24,3% o volume de janeiro, e em 17,4% o de fevereiro de 2023. O bimestre acumula alta de 8,9% sobre o ano anterior. "Este é o resultado mais importante para a indústria. Depois de alguns meses de alta consistente do mercado interno, finalmente a produção começa a subir degraus importantes de consolidação", comemorou o presidente da ANFAVEA, Márcio de Lima Leite.

Outro destaque do último mês foi a média diária de 8,7 mil autoveículos vendidos, a melhor para um mês de fevereiro desde 2020, ainda antes da pandemia. Ela foi 18,2% mais alta que a de janeiro. No total de automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus, 165,2 mil unidades foram licenciadas, 2,2% a mais que em janeiro e 27,1% acima de fevereiro do ano passado. O

acumulado de vendas é 19,8% superior ao dos primeiros dois meses de 2023.

A exportação acumulada está 28% abaixo na comparação com 2023, embora tenha apresentado crescimento de 62,7% em fevereiro, graças à retomada do ritmo de embarques para a maioria dos nossos parceiros comerciais.

RECORDE DE INVESTIMENTOS

Pelo segundo mês consecutivo a ANFAVEA comemorou os anúncios de investimento de suas associadas, que já configuram recorde histórico. Até então, o período do programa InovaRAuto, de 2012 a 2018, era o de maior volume de aportes, com R\$ 85 bilhões. O ciclo atual já contempla mais de R\$ 117 bilhões de investimentos ativos desde 2021, sem contar os do setor de autopeças. "Após as medidas anunciadas pelo poder público, que proporcionam previsibilidade às empresas, o volume de investimentos anunciados vem batendo seguidos recordes para o setor automotivo, com grande possibilidade de novos anúncios nos próximos meses", pontuou Márcio de Lima Leite.



Automóveis - Passenger Cars / Automóviles

► Licenciamento

Vehicle registration / Matriculación de vehículos

	Unidades Units / Unidades
FEV 24 - FEB 24/FEB 24	120,3 mil Thousands/Mil
JAN 24 - JAN 24/ENE 24	118,5 mil Thousands/Mil
FEV 24/JAN 24 FEB 24/JAN 24 - FEB 24/ENE 24	1,5 %
FEV 23 - FEB 23/FEB 23	95,9 mil Thousands/Mil
FEV 24/FEB 23 FEB 24/FEB 23 - FEB 24/ENE 23	25,5 %
JAN-FEV 24 - JAN-FEB 24 - ENE-FEB 24	238,9 mil Thousands/Mil
JAN-FEV 23 - JAN-FEB 23 - ENE-FEB 23	199,7 mil Thousands/Mil
JAN-FEV 24 / JAN-FEV 23 JAN-FEB 24 / ENE-FEB 23 - JAN-FEB 24 / ENE-FEB 23	19,6 %

► Exportação

Export / Exportaciones

	Unidades Units / Unidades
FEV 24 - FEB 24/FEB 24	21,5 mil Thousands/Mil
JAN 24 - JAN 24/ENE 24	14,6 mil Thousands/Mil
FEV 24/JAN 24 FEB 24/JAN 24 - FEB 24/ENE 24	47,5 %
FEV 23 - FEB 23/FEB 23	28,4 mil Thousands/Mil
FEV 24/FEB 23 FEB 24/FEB 23 - FEB 24/ENE 23	-24,2 %
JAN-FEV 24 - JAN-FEB 24 - ENE-FEB 24	36,1 mil Thousands/Mil
JAN-FEV 23 - JAN-FEB 23 - ENE-FEB 23	55,4 mil Thousands/Mil
JAN-FEV 24 / JAN-FEV 23 JAN-FEB 24 / ENE-FEB 23 - JAN-FEB 24 / ENE-FEB 23	-34,7 %

► Produção

Production / Producción

	Unidades Units / Unidades
FEV 24 - FEB 24/FEB 24	140,7 mil Thousands/Mil
JAN 24 - JAN 24/ENE 24	117,0 mil Thousands/Mil
FEV 24/JAN 24 FEB 24/JAN 24 - FEB 24/ENE 24	20,2 %
FEV 23 - FEB 23/FEB 23	123,7 mil Thousands/Mil
FEV 24/FEB 23 FEB 24/FEB 23 - FEB 24/ENE 23	13,7 %
JAN-FEV 24 - JAN-FEB 24 - ENE-FEB 24	257,7 mil Thousands/Mil
JAN-FEV 23 - JAN-FEB 23 - ENE-FEB 23	248,8 mil Thousands/Mil
JAN-FEV 24 / JAN-FEV 23 JAN-FEB 24 / ENE-FEB 23 - JAN-FEB 24 / ENE-FEB 23	3,6 %

Fonte: Renavam/Denatran



 **Licenciamento de autoveículos novos nacionais**

New vehicle registration – locally manufactured / Matriculación de vehículos nuevos - nacionales

	► 2024		► 2023										
	FEV FEB/FEB A	JAN JAN/ENE B	JAN-FEV JAN-FEB/ENE-FEB C	FEV FEB/FEB D	JAN-FEV JAN-FEB/ENE-FEB E	A/B %	A/D %	C/E %					
Unidades - Total / Units / Unidades	137.139	130.132	267.271	112.445	234.855	5,4	22,0	13,8					
Veículos leves / Light vehicles / Vehículos livianos	127.920	121.216	249.136	103.037	213.859	5,5	24,1	16,5					
Automóveis / Passenger cars / Automóviles	101.491	96.395	197.886	85.748	177.471	5,3	18,4	11,5					
Comerciais leves / Light commercials / Comerciales livianos	26.429	24.821	51.250	17.289	36.388	6,5	52,9	40,8					
Caminhões / Trucks / Camiones	7.882	7.765	15.647	7.473	17.350	1,5	5,5	-9,8					
Semileves / Semi-light / Semilivianos	82	83	165	74	153	-1,2	10,8	7,8					
Leves / Light / Livianos	604	515	1.119	765	1.508	17,3	-21,0	-25,8					
Médios / Medium / Medianos	625	635	1.260	691	1.324	-1,6	-9,6	-4,8					
Semipesados / Semi-heavy / Semipesados	2.237	2.061	4.298	2.386	4.814	8,5	-6,2	-10,7					
Pesados / Heavy / Pesados	4.334	4.471	8.805	3.557	9.551	-3,1	21,8	-7,8					
Ônibus / Buses / Ómnibus y Colectivos	1.337	1.151	2.488	1.935	3.646	16,2	-30,9	-31,8					
mil unidades thousand units / miles de unidades	JAN JAN/ENE	FEV FEB/FEB	MAR MAR/MAR	ABR APR/ABR	MAI MAY/MAY	JUN JUN/JUN	JUL JUL/JUL	AGO AUG/AUG	SET SEP/SET	OUT OCT/OCT	NOV NOV/NOV	DEZ DEC/DIC	TOTAL
2021	155,0	153,7	172,0	158,0	169,2	158,1	151,0	149,5	133,2	140,4	148,3	177,9	1.866,1
2022	108,4	117,1	129,1	128,4	164,2	151,2	159,3	184,5	168,8	158,9	174,0	187,2	1.831,0
2023	122,4	112,4	171,4	138,1	149,1	161,6	195,9	173,9	167,8	183,6	176,8	203,7	1.956,7
2024	130,1	137,1											267,3

Fonte/Source/Fuente: Renavam/Denatran

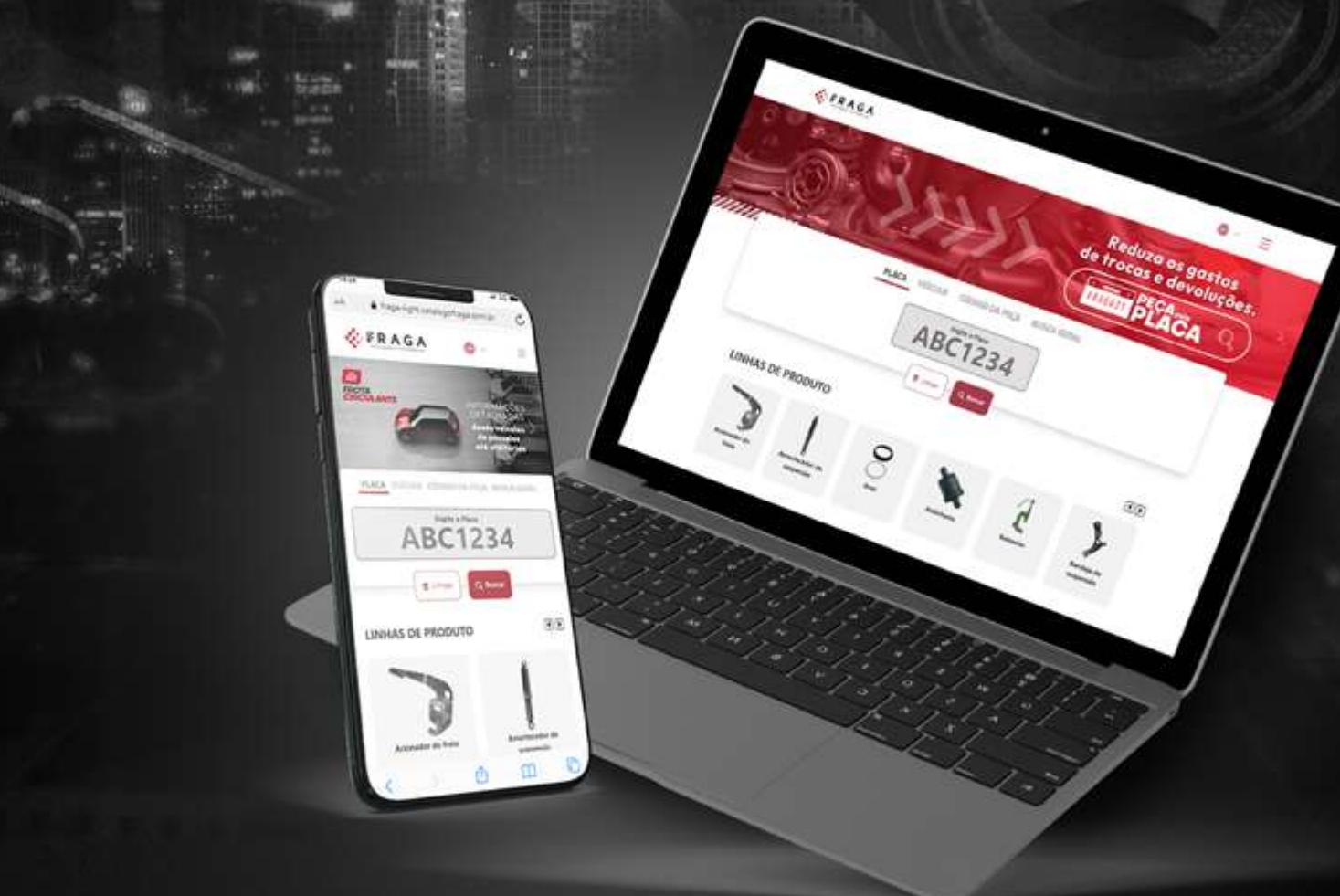
 **Licenciamento de autoveículos novos importados**

New vehicle registration – imported / Matriculación de vehículos nuevos - importados

	► 2024		► 2023										
	FEV FEB/FEB A	JAN JAN/ENE B	JAN-FEV JAN-FEB/ENE-FEB C	FEV FEB/FEB D	JAN-FEV JAN-FEB/ENE-FEB E	A/B %	A/D %	C/E %					
Unidades - Total / Units / Unidades	28.086	31.483	59.569	17.504	37.946	-10,8	60,5	57,0					
Veículos leves / Light vehicles / Vehículos livianos	27.591	31.031	58.622	16.869	36.728	-11,1	63,6	59,6					
Automóveis / Passenger cars / Automóviles	18.846	22.128	40.974	10.115	22.278	-14,8	86,3	83,9					
Comerciais leves / Light commercials / Comerciales livianos	8.745	8.903	17.648	6.754	14.450	-1,8	29,5	22,1					
Caminhões / Trucks / Camiones	494	452	946	635	1.215	9,3	-22,2	-22,1					
Semileves / Semi-light / Semilivianos	454	422	876	561	1.115	7,6	-19,1	-21,4					
Leves / Light / Livianos	23	3	26	55	71	666,7	-58,2	-63,4					
Médios / Medium / Medianos	15	20	35	12	21	-25,0	25,0	66,7					
Semipesados / Semi-heavy / Semipesados	0	1	1	1	2	0,0	0,0	-50,0					
Pesados / Heavy / Pesados	2	6	8	6	6	-66,7	-66,7	33,3					
Ônibus / Buses / Ómnibus y Colectivos	1	0	1	0	3	-	-	-66,7					
mil unidades thousand units / miles de unidades	JAN JAN/ENE	FEV FEB/FEB	MAR MAR/MAR	ABR APR/ABR	MAI MAY/MAY	JUN JUN/JUN	JUL JUL/JUL	AGO AUG/AUG	SET SEP/SET	OUT OCT/OCT	NOV NOV/NOV	DEZ DEC/DIC	TOTAL
2021	16,2	13,7	17,4	17,1	19,4	24,4	24,5	23,3	21,9	22,0	24,7	29,2	253,8
2022	18,1	15,2	17,8	18,9	22,8	26,9	22,7	24,1	25,2	22,0	30,0	29,7	273,5
2023	20,4	17,5	27,5	22,7	27,5	27,9	29,7	33,8	30,0	34,3	35,8	44,8	352,0
2024	31,5	28,1											59,6

Fonte/Source/Fuente: Renavam/Denatran

**SIMPLIFIQUE,
ATUALIZE,
SEJA MASTER.**



(19) 97118-1895

fraga.com.br

O melhor e mais completo
catálogo automotivo do país
com pesquisa pela placa.

FRAGA
INTELIGÊNCIA AUTOMOTIVA



Reparação automotiva endossa questionamento da PGR sobre Lei Ferrari

A indústria da reparação de veículos se posicionou favorável ao entendimento da Procuradoria Geral da República de que a Lei Ferrari promove desequilíbrio mediante protecionismo às montadoras e concessionárias. A PGR questiona, no Supremo Tribunal Federal, dispositivos da Lei 6.729, de 1979, que regulamenta a concessão comercial entre fabricantes e distribuidores de veículos automotores.

Em seu site, o Sindirepa Brasil emitiu um posicionamento do setor sobre o assunto:

"A Lei Federal nº 6.729 de 28/11/1979 que dispõe sobre a concessão comercial entre produtores e distribuidores de veículos automotores de via terrestre, conhecida como "Lei Ferrari" voltou a cena e encontra-se no STF - Supremo Tribunal Federal, após petição encaminhada pela Procuradoria-Geral da República que enxerga indícios de protecionismo, impedindo que outras legislações venham atingir montadoras e concessionárias de veículos no Brasil.

Pelo entendimento da indústria da reparação de veículos os aportamentos da Procuradoria Geral da República fazem muito sentido,

pois o comportamento de mercado tanto de montadoras como de concessionárias no que tange ao mercado de reposição automotivo reforçam a tese de um desequilíbrio mediante o protecionismo.

Na lei original, nº 6.729 de 28/11/1979 existia um capcioso artigo que impedia as montadoras de veículos de manterem relações diretas com as oficinas independentes e com o comércio de autopeças,

sendo necessário tratar com a rede de concessionárias, qualquer movimento nesta direção, ou seja, nomeação de serviço autorizado

ou mesmo a nomeação de revendedor de autopeças da marca.

Art. 28 – As contratações do concedente que tenham por ob-

jeto exclusivamente a prestação de assistência técnica ou a comercialização de componentes dependerão de ajuste com a rede de distribuição de veículos automotores e deverão, em qualquer caso, respeitar os direitos e interesses desta.

O setor da reparação independente de veículos unido em torno do Sindirepa e através da liderança do então falecido Dr. Geraldo Luiz Santo Mauro manteve conversações respeitosas por anos com as montadoras e concessionárias para que este artigo fosse alterado e permitisse então que a indústria montadora pudesse manter relacionamento direto com as oficinas independentes e assim estabelecer um equilíbrio de forças no que tange a manutenção dos veículos, beneficiando assim os consumidores finais, valendo destacar que naquele momento nem se cogitava tratar da autorização da realização das revisões de garantias dos veículos zero km, prática comum na Europa a anos. Foi quando em 26/12/1990 publicou-se a lei nº 8.132 que alterou a redação do artigo 28, passando a permitir o relacionamento direto das montadoras com as oficinas independentes e com o comércio de autopeças, conforme redação abaixo:

Art. 28 – O concedente poderá contratar, com empresa reparadora de veículos ou vendedora de componentes, a prestação de serviços de assistência ou a comercialização daqueles, exceto a distribuição de veículos novos, dando-lhe a denominação de serviço autorizado.

Bem, após todos estes anos de esforços tentando manter um relacionamento de contribuição efetiva com as marcas, tivemos alguns lapsos de nomeações por parte de algumas montadoras, sendo que uma em especial comprovou a total aptidão e comprometi-

mento da oficina independente como serviço autorizado, já que a referida montadora aplicou o sistema de serviço autorizado puro, com a identificação da marca da montadora na faixada da oficina e inclusão da mesma nos livretos de garantia, inclusive realizando a revisão de garantia, desbancando todos os índices de satisfação do cliente e da qualidade medidos pela montadora em comparação com a própria rede de concessionárias, mas que lamentavelmente não teve um final feliz por pressão da própria rede, que resultou no fim das nomeações; passamos por uma grande experiência com a realização de uma reunião na sede de outra montadora, com diretores de seu país de origem determinados a criar o serviço autorizado a exemplo do que acontecia no continente da matriz, e mais uma vez patinou quando a associação de marca não aprovou a ideia, mesmo com a lei permitindo a nomeação por parte da referida montadora; uma outra montadora ainda mantinha alguns serviços autorizados, inclusive de grande porte que quase pareciam estruturas de concessionárias, mas lograram fim na sequência e não prosperou; mais recentemente outra montadora também ascendeu com o projeto mas de rede e não serviço autorizado com a marca diferenciada, mas encerrou suas intenções de continuidade. O que torna o tema ainda mais interessante, intrigante é que nestes últimos anos as redes de serviços voltaram, mas não nomeando oficinas independentes e valorizando o emprego e renda em micro e pequenas empresas no Brasil, mas de propriedade das montadoras, e operadas pela sua rede de concessionárias, ou seja, multinacionais de veículos automotores mesmo com a lei Ferrari permitindo a nomeação de oficinas independentes, elegendo a própria rede de

TEM NOVIDADES NA MOTORS IMPORTS!

Lançamento
36706 - BRONZINA MANCAL MERCEDES A200B200 13... STD

Lançamento
36866 - ARTICUL. AXIAL FORD RANGER 17...

Lançamento
37258 - FILTRO COMBUST. 8M9 X5 3.0 19/20

Lançamento
37928 - RADIADOR ÓLEO SPRINTER 2.2/3.2 12...

Lançamento
37983 - DISCO FREIO DIANTE TESLA MODEL 3 (5Y8) 18...

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

Ganhadores do Prêmio Maiores e Melhores 2023

www.motorsimports.com.br

motorsimportsbr

Itajaí/SC 47 3404-5803 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 3772-3100 Rio de Janeiro/RJ 21 3037-1237 Brasília/DF 61 3048-0600

Portfólio de válvulas recebe componentes para March e Versa



AFTERMARKET



Produtos atendem Hilux e diversos modelos de caminhões Constellation



Linha foi reformulada após pesquisas com profissionais da reparação automotiva

Eaton lança novas aplicações da linha ECOBox e de válvulas para motores

A Eaton está ampliando o portfólio de caixas de câmbio ECO-Box neste mês com mais 11 novas aplicações para veículos da frota circulante da Volkswagen Caminhões e Ônibus. O portfólio de válvulas para motores também está crescendo e receberá mais dois itens que vão equipar o March e Versa, da Nissan. Para 2024, o Aftermarket da empresa permanece focado nas estratégias de expansão de portfólio, penetração em novos segmentos, além de fortalecimento do time de vendas e implementação de ferramentas digitais.

Portfólio de válvulas recebe componentes para March e Versa

Kits de embreagem SACHS para aplicações Toyota e Volkswagen

A ZF Aftermarket lança Kits de embreagem SACHS para aplicações Toyota e Volkswagen. Para Toyota, com o kit 3000 954 575, o produto atende a Hilux 2.4L DIESEL 4WD (GUN125) ano 2015; e 2.8L 16V DOHC L4 1GDFTV DIESEL 4WD (GUN126) ano 2012. Já o kit 3400 001 618 para a Volkswagen atende os caminhões CONSTELLATION V-TRONIC 19.330; 19.360; 19.420; 24.330; 25.360; 25.420; 26.420; 30.330; e 32.360. Também se aplica para CONSTELLATION, modelos 19-360 4X2; 25-360 6X2; 24-330 6X2; 30-330 8X2; 32-360 6X4; 19.380 4X2; 25.380 6X2; 32.380 6X4.

Já com o Kit de Embreagem SACHS 001 610, produto atende os 3400 modelos CONSTELLATION 13.190 D08 34 190 FS-5406A; 14.190 D08 34 190 FS-5406A; 15.190 D08 34 190 FS-5406A; 17.190 D08 34 190 FS-5406A; 17.190 Robust D08 34 190 FS-5406A; 17.230 D08 34 230 FS-6406A; 23.230 D08 34 230 FS-6406A; além do Worker 15.190 D08 34 190 FS-5406A.

Norton Abrasivos apresenta nova linha de polidores automotivos

A Norton Abrasivos anuncia o lançamento da linha de polidores Norton Norclean, indicada para o polimento de vernizes automotivos, composta por cinco produtos: polidor refino, polidor lustro, polidor ativador de brilho, cera protetora e a cera cristalizadora que forma uma película de proteção resistente à poluição e raios solares U.V.

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 & MELHORES
EM DISTRIBUIÇÃO DE AUTOPARTEMAIORES & MELHORES
EM DISTRIBUIÇÃO DE ALUMÍNIOS
REGIONALPrêmio
INNOVA **MAPA** **ONDA** **VIES** **META** **LUPA**

Varejo cresce 0,5% em fevereiro

Bens Não Duráveis puxaram o resultado; supermercados e varejo alimentício especializado foram os segmentos que mais contribuíram

As vendas no Varejo em fevereiro de 2024 cresceram 0,5%, descontada a inflação, em comparação com o mesmo mês de 2023. Em termos nominais, que espelham a receita de vendas observadas pelo varejista, o Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA) registrou alta de 4,7%. Efeitos de calendário beneficiaram o comércio do mês em relação ao ano passado. Por se tratar de um ano bissexto, o mês de fevereiro de 2024 teve um dia adicional de atividade comercial. O destaque foi o macrossetor de Bens Não Duráveis, com crescimento de 2,5%. Os segmentos de Supermercados e Hipermercados e Varejo Alimentício Especializado alavancaram o resultado do macrossetor. Já os faturamentos dos outros dois macrossetores — Bens Duráveis e Semiduráveis e Serviços — apresentaram queda. O macrossetor de Bens Duráveis caiu 2,1%, com o segmento de Vestuário e Artigos Esportivos puxando o desempenho para baixo. O macrossetor de Serviços teve retração de 1,9%. Nesse caso, o setor de Estética e Cabeleireiros registrou a queda mais acentuada. “Os cenários dos meses de fevereiro de 2023 e 2024 são similares. Ambos foram integralmente afetados pelo feriadão de carnaval — diferente de 2022, por exemplo, quando parte do feriado caiu no início de março. No entanto, o dia adicional de portas abertas para o comércio fez diferença para alavancar o desempenho positivo de fevereiro deste ano”, diz Carlos Alves, vice-presidente de Tecnologia e Negócios da Cielo. “O resultado expressivo das vendas no setor de Varejo Alimentício Especializado é um indicativo de que os consumidores anteciparam as compras

de ovos de Páscoa e produtos afins. Os Supermercados e Hipermercados, locais onde a exposição e vendas de chocolates são comuns, também se aproveitaram desse movimento”.

E-COMMERCE E VENDAS PRESENCIAIS

Em termos nominais, ou seja, que reflete a receita observada pelo varejista, o e-commerce cresceu 6,4% em fevereiro. Já as vendas presenciais subiram 4,2% em relação ao mesmo mês de 2023.

INFLAÇÃO

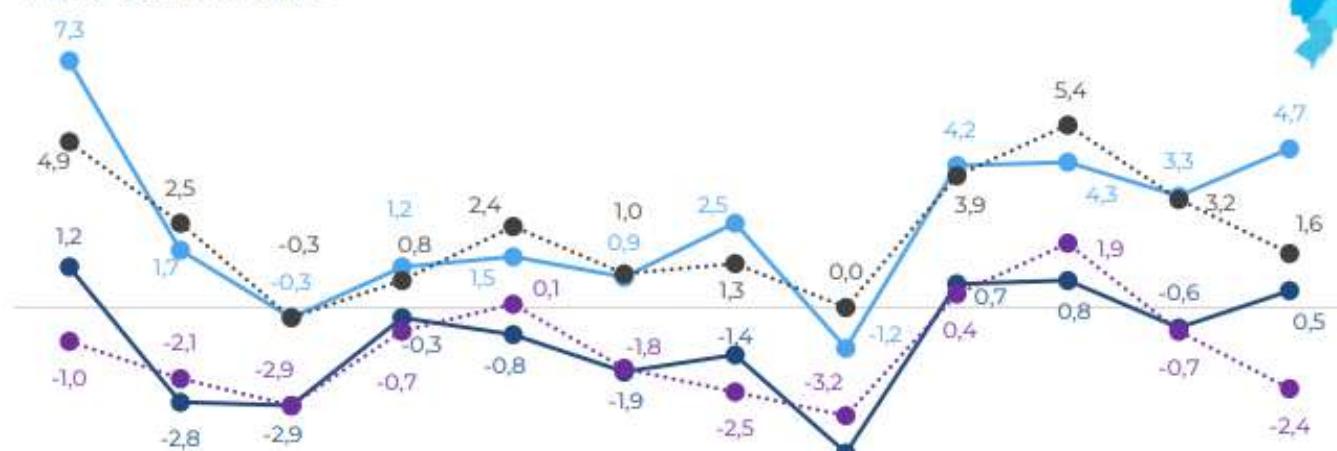
O Índice de Preços ao Consumidor Amplo 15 (IPCA-15), prévia do IPCA divulgada pelo IBGE, registrou alta de 0,78% para o mês de fevereiro. Segundo o instituto, o principal impacto de alta vem do grupo de educação. Ao ponderar o IPCA e o IPCA-15 pelos setores e pesos do ICVA, a inflação do varejo ampliado acumulada em 12 meses em fevereiro foi de 4,1%.

REGIÕES

De acordo com o ICVA deflacionado e com ajuste de calendário, os resultados de cada região em relação a fevereiro de 2023 foram: Sul (-1,4%), Sudeste (-2,6%), Norte (-3,0%), Nordeste (-3,1%) e Centro-Oeste (-4,1%). Pelo ICVA nominal — que não considera o desconto da inflação — e com ajuste de calendário, os destaques foram as regiões Sudeste (+2,2%), Sul (+1,8%), Norte (+1,1%), Nordeste (+0,2%) e Centro Oeste (+0,1%).

Crescimento da Receita de Vendas no Brasil

Ano contra ano



*Deflação pelo IPCA e IPCA15 ajustado ao mix e pesos dos setores contidos no ICVA

— ICVA Nominal
— ICVA Nominal c/ ajuste calendário
— ICVA Deflacionado*
— ICVA Deflacionado* c/ ajuste calendário

ICVA

cielo

Índice Cielo de Varejo Ampliado

Período analisado: 01/02/24 – 29/02/24



Crescimento ano contra ano, deflacionado e sem ajuste de calendário.



em comparação com o mesmo período de 2023.



em comparação com o mesmo período de 2023.



em comparação com o mesmo período de 2023

Macrossetores | Crescimento na passagem anual:

Serviços -1,9%



Recreação e Lazer
Estética e cabeleireiros

Bens não duráveis 2,5%



Varejo alimentício especializado
Livrarias, papelarias e afins

Bens duráveis -2,1%



Móveis, eletro e departamento
Vestuário + artigos esportivos

Desempenho deflacionado do varejo por regiões

Norte 0,5%
Nordeste 0,3%

Centro-Oeste -1,0%
Sudeste 0,2%

Sul 1,4%

“ Os cenários dos meses de fevereiro de 2023 e 2024 são similares. Ambos foram integralmente afetados pelo feriadão de carnaval — diferente de 2022, por exemplo, quando parte do feriado caiu no início de março. No entanto, o dia adicional de portas abertas para o comércio fez diferença para alavancar o desempenho positivo de fevereiro deste ano. O resultado expressivo das vendas no setor de Varejo Alimentício Especializado é um indicativo de que os consumidores anteciparam as compras de ovos de Páscoa e produtos afins. ”

Semana de 04 a 08 de março

É hora de conhecer os resultados dos estudos **MAPA** - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e **ONDA** - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços da semana de 04 a 08 de março.

MAPA

Começando o detalhamento pelo **MAPA**, os profissionais do After. Lab apuraram reversão na queda das vendas na semana anterior, havendo alternância em quatro semanas. A média nacional ponderada foi de 1,54%.

A variação nas vendas por região apontaram as seguintes variações: 4% no Norte; 0,75% no Nordeste; 0,2% no Centro-Oeste; 1,14% no Sudeste; e 3,21% no Sul.

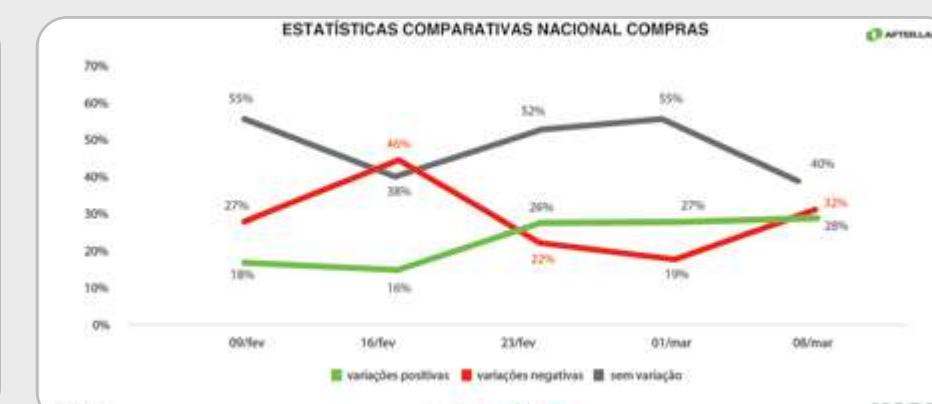
As compras seguiram as vendas subiram, porém em ritmo menor: 0,29% na média nacional ponderada.

Na divisão regional das compras, 11,67% no Norte; -2,5% no Nor-

deste; -4,8% no Centro-Oeste; variação zero no Sudeste; e 2,86% no Sul.

O MAPA apurou que 51% dos varejistas entrevistados não indicaram variação no volume de vendas. Os que apontaram crescimento foram 28% dos entrevistados. Já para 22% dos varejistas as vendas caíram na comparação com a semana anterior.

O comportamento de compras registrou estabilidade para 40% dos varejistas, que não relataram alteração em seus volumes; o índice dos que compraram mais foi de 28%, sendo que 32% reduziram suas compras no período.



ONDA

Passemos agora às informações do **ONDA**. O dado interessante é que, ao que tudo indica, o abastecimento vem se recuperando nos varejos. Embora o índice permaneça negativo desde a pandemia, a curva descendente foi reduzida na semana.

O abastecimento apresentou média nacional ponderada de -4,53% no período em análise.

Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do Brasil apontaram as seguintes variações: zero no Norte; -1,81% no Nordeste; -4,2% no Centro-Oeste; -6,73% no Sudeste; e -2,86% no Sul.

Os itens em geral representaram a maior falta de produtos, apontados por 50% dos entrevistados, seguidos por componentes de suspensão, com 20% das respostas, e anéis e pistões, com 10%.

No sentido contrário do gráfico de abastecimento, a percepção dos varejistas acerca dos preços mantém elevações pontuais. Por

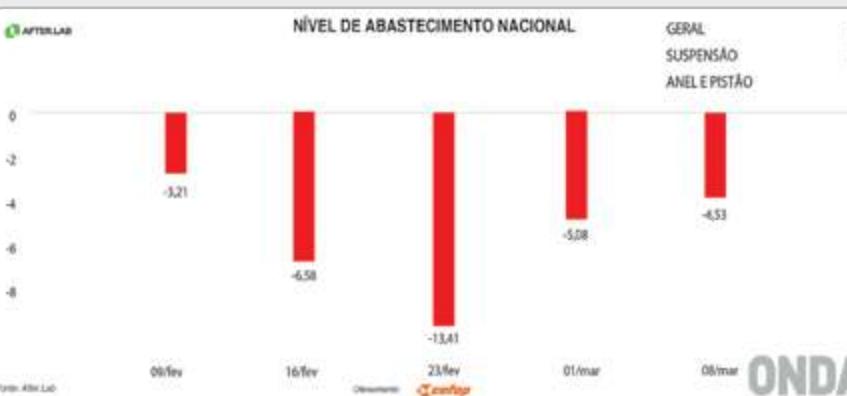
ser esta uma avaliação apenas subjetiva por parte dos varejos, o índice é tratado como mero indicador de tendência. O viés nacional de alta foi de 2,4% no período.

Em relação ao comportamento dos preços por região, variação zero no Norte, 1,69% no Nordeste; 1% no Centro-Oeste; 3,41% no Sudeste; e 1,86% no Sul.

Os itens em geral responderam por 77,8% das percepções de alta nos preços, seguidos por baterias, com 16,7% das respostas, e componentes de suspensão, com 5,6%.

O abastecimento se manteve estável para 65% dos entrevistados, subindo 10 pontos percentuais em relação à semana anterior. Quanto aos preços, a curva de estabilidade caiu para 72%.

Acompanhe semanalmente nas plataformas digitais do Novo Varejo Automotivo os índices atualizados das pesquisas Mapa e Onda realizadas pelo After.Lab.



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.**

VIES

Variação 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.**

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.**



Nhm[®]

The logo for 2MC, featuring the letters '2MC' in a bold, white, sans-serif font. The '2' is positioned above the 'MC', and the letters are slightly slanted to the right. The logo is set against a dark, textured background that appears to be a wall or a sign.

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.



2MC.COM.BR