



Entidades do aftermarket se mobilizam para garantir qualidade na manutenção de eletrificados

A frota de híbridos e elétricos está em forte crescimento. Embora o total de veículos em circulação ainda seja pouco relevante, a curva de expansão se acentua e os carros mais antigos já demandam peças e serviços.

PÁGINA 16



Fabricante chinesa de smartphones Xiaomi apresenta seu primeiro automóvel e anuncia metas que balançarão estruturas das montadoras

PÁGINA 28



Sergio Fabiano, gerente do IQA, conta o que o instituto tem feito a fim de preparar mecânicos e oficinas para o atendimento aos eletrificados

PÁGINA 08

Presidentes dos Sincopeças Brasil e São Paulo analisam o momento vivido pelo varejo e as perspectivas para um ano que começou bem

PÁGINA 32



Nova pesquisa global apura tendências para a indústria automotiva junto aos executivos do setor e revela importância da experiência do cliente.

PÁGINA 44



FRASLE
MOBILITY

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

PORQUE É

NAKATA®

HG
NAKATA



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



TUDO AZUL. TUDO NAKATA. Reg.

Par no trânsito começa por você.



O MOVIMENTO DO MERCADO COMEÇA AQUI

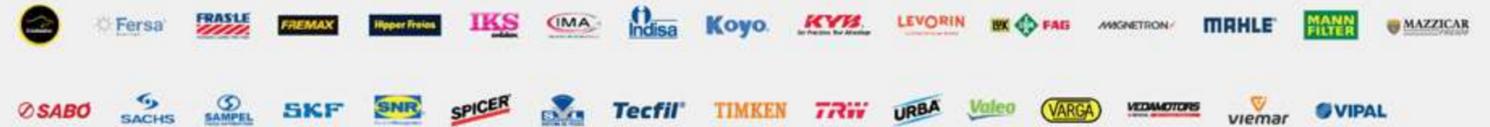
Só a N°1 em rolamentos poderia criar uma data tão importante.

02 DE MAIO, DIA DO ROLAMENTO

Com você movimentamos o mercado!



 loja.cobrarolamentos.com.br



Transformações cobram evolução rápida e permanente do aftermarket

Políticas de sustentabilidade, avanços tecnológicos e quadros regulatórios em evolução são transformações que vêm desafiando o aftermarket automotivo nos países da União Europeia. Foram temas tratados, em março, ao longo da 15ª Conferência de Reposição da CLEPA, a associação que reúne os fornecedores automotivos do bloco.

Num passado não muito distante, as preocupações do chamado primeiro mundo não refletiam de forma impactante no setor automotivo brasileiro. Vivíamos nossa realidade própria, circunscrita a uma bolha marcada pelo atraso tecnológico e a eficiência de práticas seculares.

A abertura de nosso mercado às importações de veículos e a queda da reserva de informática mudaram drasticamente esse quadro. Mesmo assim, a adequação do mercado de reposição às inovações subsequentes não foi alarmantemente traumática.

Mas, hoje, vivemos um momento totalmente diferente de tudo o que experimentamos até aqui. A ponto de as preocupações das principais nações europeias fazerem eco e sentido também em nosso mercado. Lá como cá, políticas de sustentabilidade, avanços tecnológicos e quadros regulatórios em evolução têm merecido atenção e esforços de entidades, empresas e profissionais do aftermarket automotivo.

Podemos não ter, por enquanto, políticas de sustentabilidade tão rígidas como tem, por exemplo, a China e a União Europeia. Mas não estamos mais fora deste mundo. Está aí o Mover, nosso Programa de Mobilidade Verde e Inovação, que prioriza a eficiência energética, incentivando a reciclagem e a redução da carga tributária para quem polui menos. Por tabela, abraçamos assim também a expansão dos quadros regulatórios que, cada vez mais, terão de olhar para o setor da mobilidade como um todo – e aí se insere o debate sobre o Right to Repair e o Right to Connect, questão que só será bem endereçada com uma legislação específica.

E o que dizer sobre os avanços tecnológicos? Diariamente lemos a respeito de alguma evolução surpreendente no campo da Inteligência Artificial – o domínio desta será fundamental para a operação nas empresas de todos os segmentos da economia. Já se preparou?

Nesta edição, nossa reportagem de capa mostra um impacto prático dos avanços tecnológicos no aftermarket automotivo: a necessária adequação do trade às exigências de manutenção dos carros híbridos e elétricos. O texto dá destaque ao ambiente da reparação automotiva, mas desnecessário lembrar que o mercado funciona como uma cadeia de negócios, informações e relacionamentos. Você terá razão se argumentar que a eletrificação da frota ainda é quase incipiente no Brasil, mas errará se acreditar que tal condição se eternizará em nossas ruas e estradas.

E não se esqueça: carros eletrificados representam apenas o ápice da evolução tecnológica dos automóveis. Um pouquinho abaixo deles estão os automóveis conectados. Aqueles mesmo que provavelmente você vai encontrar na sua própria garagem e que igualmente cobram do mercado evolução rápida e permanente. Dia após dia.

Nhm
www.novomelo.com.br

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Ano 31 - #427 Abril 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 autopeças. Tem como objetivo divulgar notícias, opiniões e informações que contribuam para o desenvolvimento do setor.

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

Direção
Ricardo Carvalho Cruz

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

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

Arte
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)

FRASLE
MOBILITY



PENSOU DESEMPENHO SUPERIOR, FRAS-LE ADVANCED.

As **pastilhas da linha Advanced** vão muito além da segurança na hora de frear. Sua qualidade e formulação exclusiva garantem **máximo controle de ruído e alta durabilidade**, contribuindo para o aumento do conforto e da vida útil de todo o sistema de freio. Seus clientes vão te agradecer por ter pensado **Fras-le Advanced**.

Tecnologias exclusivas:



PENSOU FREIO,

70
anos

FRASLE



Confira todas as aplicações, incluindo os últimos lançamentos.

f Frasleoficial @Frasleoficial v Frasleoficial

Paz no trânsito começa por você.



Sergio Fabiano, gerente de serviços automotivos do IQA, fala sobre as ações de adequação necessárias para que o aftermarket automotivo brasileiro possa se qualificar para atender as futuras demandas dos carros eletrificados.

08

Fabricante chinesa de smartphones Xiaomi anuncia lançamento de seu primeiro carro elétrico e escancara os rumos de um setor automotivo que vai passar por ruptura radical e desafiar montadoras tradicionais.

28

32

Diferentes fatores têm impulsionado o crescimento do setor de varejo como um todo nos primeiros meses de 2024. Presidentes de dois Sincopeças brasileiros avaliam se cenário favorável também vale para o comércio de autopeças.



Em conteúdo exclusivo para o Novo Varejo, professores da FEA USP e porta-vozes do Ibevar fazem uma análise do texto da reforma tributária e suas implicações para a gestão das empresas varejistas.

38

16

As vendas de veículos eletrificados vêm crescendo mensalmente no Brasil e os primeiros problemas com a manutenção desses carros já estão acontecendo. Como as oficinas devem se preparar para essa demanda?

Um grande passo para a qualificação dos balconistas de autopeças

A edição 327 do Novo Varejo trazia em detalhes a conclusão dos trabalhos da Comissão de Estudos da ABNT para criação da norma técnica da profissão de Vendedor de Peças e Acessórios para Veículos

A evolução dos profissionais de vendas dos varejos de autopeças tem sido uma bandeira para o Novo Varejo Automotivo. A publicação, inclusive, criou o Dia do Balconista de Autopeças, data que entrou para o calendário oficial da capital de São Paulo a partir de projeto de lei aprovado pela Câmara Municipal, também por iniciativa do Novo Varejo em parceria com o Sincopeças-SP e o então vereador Celso Jatene. Nesse sentido, nossas edições acompanharam com intensidade a elaboração da norma

ABNT para os vendedores de autopeças – na verdade, mais do que isso, participamos da Comissão de Estudos da ABNT que construiu o texto levado à consulta pública. Foi exatamente este material que antecipamos em detalhes na edição 327. O projeto, deflagrado pelo Sincopeças-SP e coordenado pelo presidente do Sincopeças Brasil, Ranieri Leitão, com secretaria de Luiz Sérgio Alvarenga, diretor da Alvarenga Projetos Automotivos, contou com apoio de profissionais do

mercado, varejistas, atacadistas, indústrias de autopeças, instituições de capacitação, entidades, profissionais da imprensa especializada, que contribuíram para o sucesso desse importante trabalho em prol do comércio de autopeças no Brasil. Em entrevista à nossa reportagem, o presidente do Sincopeças-SP, Heber Carvalho, destacava a importância de uma norma específica para os profissionais do segmento. “Através da regulamentação da ABNT -Associação Brasileira de

Normas Técnicas, proporcionaremos a esses profissionais segurança e assertividade para o exercício do trabalho, com objetivo premente de buscar resultados promissores para as empresas de autopeças. Afinal, nosso país tem uma frota de veículos que precisa de cuidados. Veículos que a cada dia ficarão mais modernos e com mais tecnologia, garantindo aos usuários maior mobilidade e segurança”.

Tecfil®

O FILTRO ORIGINAL DO BRASILEIRO

ESCOLHA O ORIGINAL

Tecfil®

NA MAIOR FÁBRICA DE FILTROS DA AMÉRICA LATINA, FABRICAMOS EQUIPAMENTOS ORIGINAIS PARA AS PRINCIPAIS MONTADORAS DO PAÍS. PORQUE NÃO HÁ NADA MAIS BRASILEIRO DO QUE SER ORIGINAL, ÚNICO, AUTÊNTICO.

E SÓ A TECFIL TEM O FILTRO ORIGINAL DO BRASILEIRO.

#VÁ MAIS LONGE

FABRICANTE DE EQUIPAMENTOS ORIGINAIS

Indústria Brasileira



IQA mapeia ações para responder às demandas dos carros elétricos na reposição independente

Gerente de serviços automotivos do instituto, Sergio Fabiano pede união de poder público, entidades e indústria em torno da pauta

Ainda que representem menos de 1% da frota nacional de veículos leves, os carros eletrificados têm colocado em alerta todos os elos envolvidos na cadeia automotiva do Brasil.

O aftermarket independente não está isento, é claro, deste contexto. Isso porque, tradicionalmente, o segmento carrega com ele a missão de entregar capilaridade e sustentação para os carros que rodam no país tão logo estes ultrapassem o chamado período de garantia.

Por este motivo, entidades integrantes da Aliança Aftermarket estão unindo esforços para preparar os diferentes elos da manutenção automotiva para lidarem com os desafios específicos dos carros elétricos e híbridos. Entre os pontos de maior ênfase neste contexto está certamente a capacitação de reparadores e oficinas, bem como a garantia de um arcabouço legal e regulatório para impedir que as novas tecnologias possam conferir um 'monopólio da vida útil do veículo' às montadoras.

Uma das organizações mais engajadas nessas discussões tem sido o Instituto da Qualidade Automotiva (IQA). A entidade, que tem encabeçado diversas ações normativas e padronizadoras dentro do aftermarket nacional, incluindo a inédita certificação para os balconistas de autopeças, trabalha também para o desenvolvimento dos padrões técnicos para a manutenção de carros elétricos, visando a garantir segurança e qualidade dos serviços prestados

pelos reparadores.

Para saber mais detalhes desta e de outras ações-base para a consolidação de um pós-venda sustentável dos carros elétricos, conversamos com exclusividade com o gerente de Serviços Automotivos do IQA, Sergio Fabiano.

Novo Varejo - Como você tem visto a preparação dos reparadores para um possível boom dos carros eletrificados?

Sergio Fabiano - O IQA tem observado com atenção a preparação dos reparadores para o possível boom dos carros elétricos no Brasil. O instituto reconhece que essa mudança tecnológica exigirá uma adaptação significativa dos profissionais da área de reparação automotiva, tanto em termos de conhecimento técnico quanto de ferramentas e equipamentos. Por isto, estamos há três anos trabalhando no desenvolvimento de ações que auxiliem o setor no desenvolvimento da qualidade para auxiliar nesse processo de adaptação, como: criação de treinamentos específicos sobre tecnologia híbrida e elétrica com o objetivo de fornecer aos reparadores os conhecimentos e habilidades necessárias para trabalhar com qualidade e segurança; apoio ao desenvolvimento de normas e padrões técnicos para a manutenção de carros elétricos junto a ABNT/CB05, com normas que visam garantir a segurança e a qualidade dos serviços prestados pelos reparadores; realização de eventos e workshops para divulgar

informações sobre a tecnologia eletrificada – o IQA promove a troca de conhecimentos e experiências entre os profissionais do setor automotivo; parcerias com entidades do setor para colaborar e identificar as dores e promover o desenvolvimento de materiais técnicos para a preparação do mercado na eletrificação, mesmo que parcial, da frota brasileira.

NV - Qual seria o caminho para a criação de uma capilaridade significativa neste sentido: a expansão do escopo das oficinas habituadas a reparar carros a combustão ou o aumento do número de oficinas especializadas em automóveis elétricos?

SF - O IQA reconhece que não será simples e fácil o processo de expansão e a capilaridade da reparação de carros elétricos no Brasil, pois para isto as oficinas terão que: buscar treinamento e certificação de profissionais em tecnologias híbrida e elétrica; adaptar a infraestrutura para atender às normas de segurança, que são mais rígidas; investir em infraestrutura, ferramentas e equipamentos específicos; ofertar serviços especializados, como diagnósticos específicos para as baterias. A expansão das oficinas tradicionais para o escopo de veículos eletrificados pode ser mais rápida e econômica, enquanto a criação de oficinas especializadas pode oferecer um serviço mais especializado e de alta qualidade. O IQA está comprometido em contribuir para a qualificação dos profissionais e a preparação do mercado para a eletrificação, mesmo que parcial, da frota.

NV - Como as entidades têm se engajado para garantir que o mercado independente também seja protagonista na reparação dos carros elétricos?

SF - O IQA como organismo especializado, fundado e dirigido pelas principais entidades do

setor como Anfavea, Sindipeças e Sindirepa, sendo esse último o representante das oficinas, está atuando conjuntamente para garantir que o mercado independente também seja protagonista no nicho, qualquer que seja a proporção que significará, relativo a veículos elétricos. Iniciativas e produtos citados anteriormente são importantes para garantir que o mercado independente de reparação esteja preparado para atender às novas demandas e tenha um rápido crescimento.

NV - De que maneira você tem observado o engajamento das montadoras na oferta de informações e treinamento para os reparadores diante da sensibilidade e do risco envolvido com o reparo de motores elétricos?

SF - O engajamento das montadoras na oferta de informações e treinamento para reparadores de carros elétricos é heterogêneo, com variações entre marcas e modelos. Algumas montadoras demonstram maior disponibilidade enquanto outras ainda se adaptam à nova realidade, mas todas com ações positivas para sustentabilidade e qualidade no setor. Quanto mais informação e treinamentos com referência robusta, mais segurança para profissionais e qualidade dos serviços prestados – fatores essenciais para o futuro da eletrificação.

NV - Nesta edição, noticiamos a insatisfação de clientes de veículos elétricos quanto ao pós-venda, sobretudo no que diz respeito à disponibilidade de autopeças. Como vocês têm observado este cenário?

SF - O IQA acompanha de perto essa questão e observa pontos de atenção e desafios como a proporção da rede de oficinas, especialmente em regiões fora dos grandes centros: a cadeia de fornecimento de autopeças para veículos elétricos, a escala de produção e a disponibilidade



Engajamento das montadoras na causa do mercado independente é heterogêneo, conforme relata o gerente do IQA

de mão de obra qualificada. O IQA acredita que a situação do pós-venda de carros elétricos tende a melhorar com o decorrer do tempo, com o crescimento da frota eletrificada, o desenvolvimento da cadeia de fornecimento de autopeças e a qualificação da mão de obra. O instituto está comprometido em contribuir para esse processo e garantir que os clientes de carros elétricos tenham acesso a um serviço de pós-venda de qualidade, por isso atuamos fortemente ao lado das montadoras, das concessionárias e de oficinas independentes com auditorias especializadas e profissionais altamente capacitados.

NV - Quando falamos de pós-venda de carros elétricos, qual é o fator que mais te preocupa?

SF - O IQA entende que um fator muito relevante é a disponibilidade de peças de reposição. Sendo outros pontos também relevantes e não menos importantes: cadeia de fornecimento em desenvolvimento, em que a produção de peças para carros

elétricos ainda é relativamente nova; carros elétricos possuem peças mais complexas do que as de carros a combustão, o que influencia o custo de produção e torna a fabricação diferenciada; falta de padronização de alguns itens e com diferentes tecnologias. Para que o Brasil possa aproveitar ao máximo o potencial da eletrificação da frota, é necessário um esforço conjunto do governo, da indústria automotiva, dos fabricantes de autopeças, das empresas de energia e da sociedade civil. Através de investimentos em infraestrutura, pesquisa e desenvolvimento, políticas públicas de incentivo, ações de conscientização e, fundamental, a implementação plena de um sistema de infraestrutura da qualidade – regulamentação, acreditação, normalização, certificação, inspeção, ensaios laboratoriais, vigilância de mercado – o país poderá se tornar um protagonista na nova era de propulsões alternativas, que inclui a mobilidade eletrificada.

Fabiano conta que IQA trabalha há três anos em ações de adequação do aftermarket à nova demanda

VIES - Variações nos Índices e Estatísticas

Março de 2022, 2023 e 2024

A pesquisa VIES – Variação nos Índices e Estatísticas, produzida a partir dos dados apurados pelos estudos semanais MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e ONDA - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços realizados pelo After.Lab, a empresa de inteligência de mercado com foco no Aftermarket Automotivo, traz o comparativo do desempenho das lojas de autopeças entre os meses de março dos anos de 2022, 2023 e 2024.

Os gráficos nacionais mostram que, mesmo no caso dos

índices desfavoráveis, o mercado varejista se comportou melhor em março de 2024 na comparação com os dois anos anteriores.

Na pesquisa MAPA, a média nacional das vendas fechou com queda de -0,38% sobre o mês anterior, desempenho ainda abaixo do desejado, mas melhor quando comparado com os meses imediatamente anteriores em cada ano. A reposição dos estoques acompanhou a tendência, com resultado final para o mês de -0,08%, índice que também representou evolução

no comparativo, especialmente em relação ao fechamento do período em 2022, conforme mostra o gráfico abaixo.

No que se refere aos dados abrangidos pela pesquisa ONDA, continuam prevalecendo as tendências que compõem longa trajetória iniciada na pandemia. Os indicadores, no entanto, mostram melhora na comparação com os anos anteriores. A inflação arrefeceu, caindo de elevados 6,46% em 2022 para 1,93% mês passado. Já o abastecimento do varejo, embora discretamente melhor

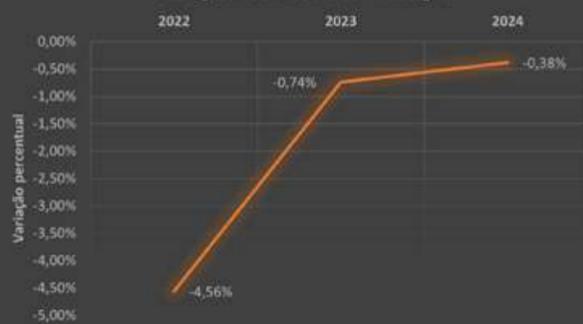
no comparativo com 2023, continua sinalizado queda: -5,19%.

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 março em suas respectivas evoluções na comparação com os meses de fevereiro em cada ano. E, semanalmente, nas plataformas digitais do NovoVarejo Automotivo, todos os resultados atualizados das pesquisas MAPA e ONDA.

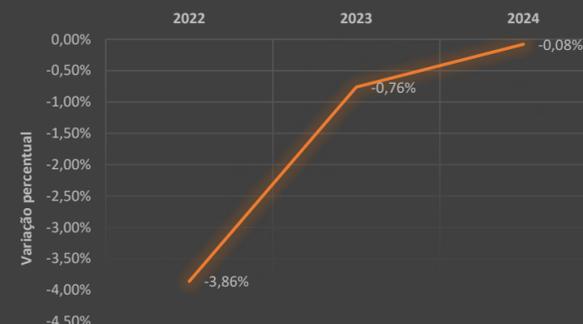
MAPA

Nacional

Variação nas Vendas - MARÇO



Variação nas Compras - MARÇO



Regional

Variação nas Vendas - MARÇO



Variação nas Compras - MARÇO



LANÇAMENTOS DE SAPATAS DE FREIO

BPSA 0094685

GM
ONIX 1.0 LS/LT/LTZ/PLUS 2020>>
ONIX 1.0 TURBO/PREMIER/PLUS 2020>>
Dim. 200x35mm



BPSA 0096900

GM
TRAILBLAZER
LTZ 4X4 3.6 GASOLINA 2012>2020
LT 4X2 2.8 DIESEL 2012>2020
4X4 2.8 DIESEL 2012>2020
AUTOMÁTICO
Dim. 208,8X37mm



MAZZICAR
FREIOS

BPSA 0096071

HYUNDAI
HB20 1.0/1.6 2020>>
HB20 1.0 TURBO 2020>>
SENSE/VISION/EVOLUTION/DIAMOND/PLATINUM
Dim.203,2x32mm



EMPRESA CERTIFICADA ISO 9001:2015
PRODUTO HOMOLOGADO PELO INMETRO

WWW.MAZZICAR.COM.BR

mazzicar@mazzicar.com.br

(11) 4991-1454

mazzicar



Catálogo

LANÇAMENTOS DE BOMBAS DE VÁCUO



VLBV-0000550
BOMBA DE VÁCUO
CHEVROLET
ONIX 1.0 2020>>
3 CILINDROS



VLBV-0000551
BOMBA DE VÁCUO
CHEVROLET
ONIX 1.0 TURBO 2020>>
MONTANA 1.2 TURBO 2023>>
TRACKER 1.0/1.2 TURBO 2020>>
3 CILINDROS



ESCANEE O QR CODE E CONFIRA
O CATÁLOGO COMPLETO

ONDA

Nacional



Regional



YIMING PARTS
SÓ QUEM FABRICA GARANTE!

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

PRESEÇA CONFIRMADA!
AUTOOPAR
08 A 11 MAIO | 2024
EXPOTRADE PINHAIS, CURITIBA - PR
TE ESPERAMOS NO STAND - R152

- TRANSMISSÃO
- DIREÇÃO
- SUSPENSÃO
- BOMBA D'ÁGUA
- AMORTECEDOR E MOLA A GÁS
- ELETROVENTILADOR E MOTOR
- SENSORES E CINTA DE AIRBAG
- CABEÇOTE DO FILTRO DE COMBUSTÍVEL

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

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

JUNTAS PRO

LINHA LEVE

LANÇAMENTO!

RESPEITE A SINALIZAÇÃO DE TRÂNSITO

A Corteco, uma marca do Grupo Freudenberg, apresenta para o mercado de reposição uma linha de produtos com qualidade original. As novas **JUNTAS PRO** para **linha leve** foram desenvolvidas com tecnologia alemã, de Profissional para Profissional.

Visite:

[f](#) [v](#) [@](#) [in](#) Corteco Brasil
www.corteco.com.br

Assistência Técnica, Garantia:

[11 95033.8809](https://api.whatsapp.com/send?phone=11950338809)
cortecocomvoce@corteco.com.br

a brand of
FREUDENBERG-NOK

CORTECO

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

Os últimos 30 anos foram marcados por diversos momentos 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 avan-

çadas 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 privilégio 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 balconistas 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 fenô-

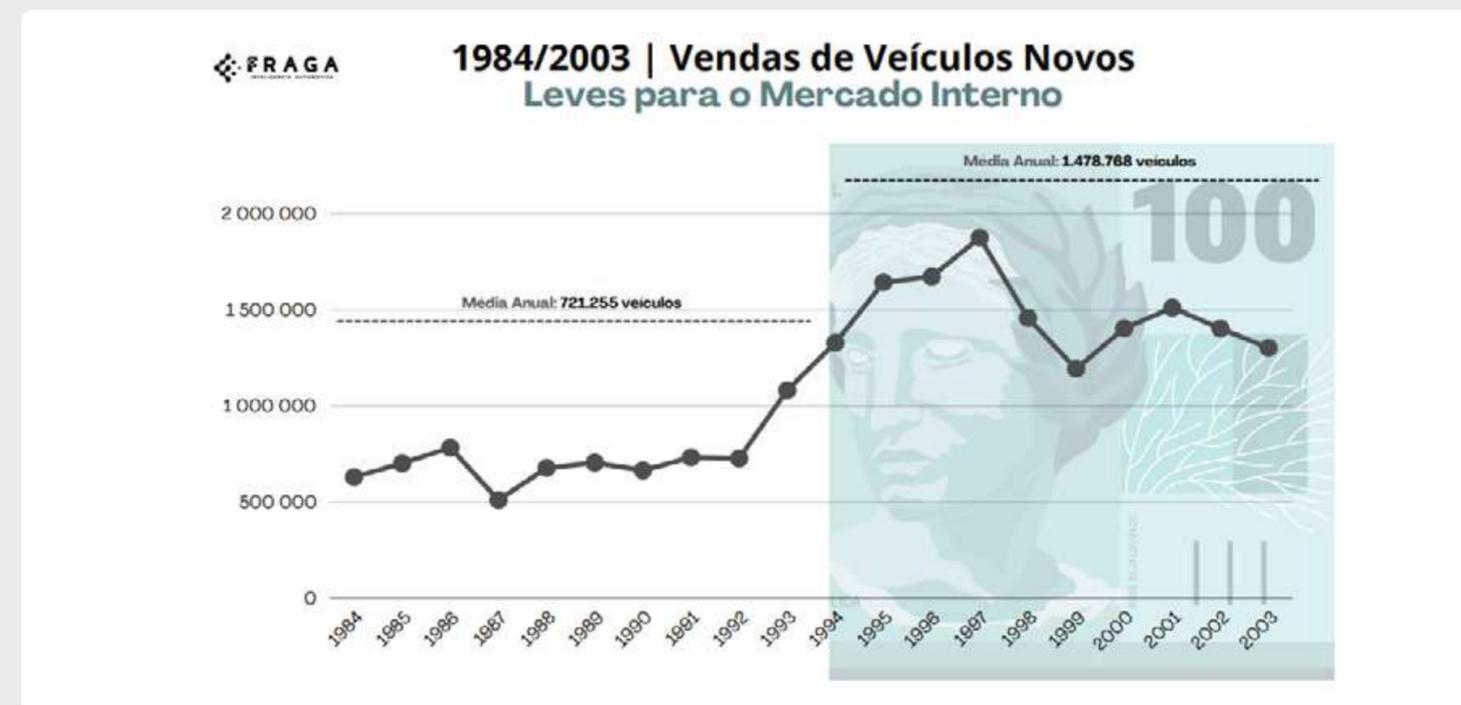
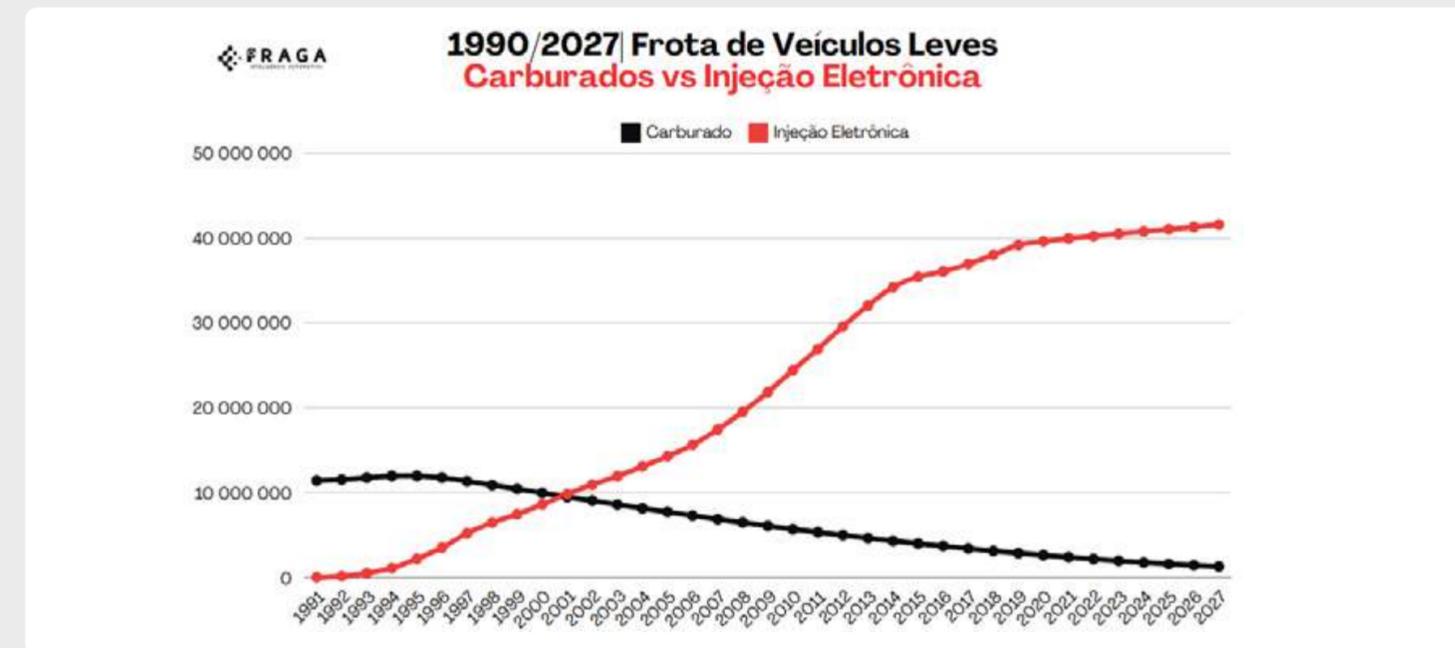
meno inflacionário que minava a renda dos brasileiros e desafiava os empreendedores nacionais com a tarefa quase impossível de planejar frente aos custos e investimentos de longo prazo. O Plano Real foi, de fato, marcante para o Brasil moderno, trazendo mais estabilidade econômica, mas não eliminou completamente 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 com-

bustível 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.



TEM NOVIDADES NA MOTORS IMPORTS!

36706 - BRONZINA MANCAL MERCEDES A200/B200 1.3... STD

36866 - ARTICUL AXIAL FORD RANGER 17...

37258 - FILTRO COMBUST. BMW X5 3.0 19/20

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

37983 - DISCO FREIO DIANT. TESLA MODEL 3 (5Y13) 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

Itajaí/SC 47 3404-5863
São José/SC 48 3249-4000
Curitiba/PR 41 3028-3333
Porto Alegre/RS 51 3368-3300
São Paulo/SP 11 3758-3738
Campinas/SP 19 3772-3150
Rio de Janeiro/RJ 21 3037-1237
Brasília/DF 61 3048-6600



Os caminhos para garantir um pós-venda sustentável dos carros eletrificados

Iniciativa privada e entidades do aftermarket intensificam esforços para capacitar profissionais e oficinas de reparação

Se existe uma característica marcante dos tempos atuais, é o fato das coisas mudarem muito rápido. Não faz nem 20 anos, por exemplo, que o primeiro smartphone chegou ao Brasil. E hoje, sabemos, não conseguimos viver sem ele nas esferas pessoal ou profissional.

No setor automotivo, esta dinâmica social nos ajuda a direcionar o olhar para os dados que realmente importam quando analisamos as demandas que o mercado fará para as empresas no futuro imediato.

No âmbito dos carros eletrificados, por exemplo, o fato do

número de elétricos puros e híbridos ter crescido 787,5% entre 2019 e 2023 pesa muito mais do que a constatação de que os 291.089 veículos destes modais representam apenas 0,2% da frota nacional, segundo a Secretaria Nacional de Trânsito. Informações levantadas pela Empresa de Pesquisa Energética, por exemplo, já projetam que até 2033 os veículos híbridos e elétricos vão representar respectivamente 13,3% e 2,4% da frota brasileira.

A boa notícia é que, embora ainda longe de estar preparado para lidar com a demanda que

se apresenta iminente, o aftermarket automotivo independente está ciente do trabalho que precisa ser feito para ser protagonista também neste nicho. Por iniciativa de especialistas na área e entidades representativas, a iniciativa privada e as próprias entidades têm somado esforços para criar avenidas de capacitação para profissionais e oficinas de reparação.

Dentro deste contexto, empresas como a AutoEletrônica de Campinas (SP) vêm se consolidando no mercado – chamando a atenção, inclusive, das montadoras pela estrutura física de

suas escolas e pela profundidade técnica de seus profissionais e cursos.

Diretor do negócio, engenheiro eletrônico e mestre em microeletrônica Alécio Pontes Fernandes conversou com nossa reportagem a respeito dos detalhes técnicos que desafiam a construção de um ecossistema de reparação de eletrificados com capilaridade suficiente para atender o boom de veículos deste modal que se apresenta ao país.

Segundo ele, embora algumas áreas de um veículo elétrico tenham complexidade semelhante

às de um carro a combustão moderno – como parte elétrica de baixa tensão, sistemas de cabine, incluindo segurança e auxílio à condução, e componentes do undercar, como freios a disco e suspensão –, há diferenciações significativas nos componentes essenciais.

“Um reparador que esteja acostumado a trabalhar com carros a combustão precisará passar por um treinamento especializado para entender com mais profundidade esses componentes essenciais dos veículos elétricos. Essa adaptação envolve aprender sobre o funcionamento dos motores elétricos, os métodos de carregamento das baterias, o sistema de gerenciamento da bateria e como lidar com problemas elétricos de alto nível. O reparador precisará também ter conhecimentos em sistemas de alta tensão, já que carros elétricos operam em uma voltagem bem maior do

que carros a combustão. Esses conhecimentos são necessários para garantir que o trabalho seja realizado de forma segura e eficiente”, analisa o especialista, antes de complementar com apontamentos sobre as necessidades de adaptação dos estabelecimentos.

“As oficinas mecânicas que desejam atender carros elétricos enfrentam desafios específicos. Esses veículos requerem espaço adequado e seguro para a manutenção das baterias, além de equipamentos especializados para diagnosticar e reparar os elétricos e híbridos. Por causa do alto nível de tensão dos carros elétricos, as oficinas devem ter áreas designadas seguras para evitar qualquer acidente elétrico. Em muitos casos, os mecânicos precisam usar equipamentos de proteção especiais quando trabalham nesses carros. No entanto, mesmo com essas necessidades, é possível

que uma oficina atenda a ambos, elétricos e a combustão, desde que ela tenha pessoal treinado, ferramentas e procedimentos necessários. O importante é garantir a segurança na reparação dos veículos elétricos e a correta manutenção e reparação deles e dos convencionais”. A maior parte dos analistas de mercado indica que o universo dos carros eletrificados no Brasil terá os carros híbridos como protagonistas em detrimento dos elétricos puros – muito em razão da possibilidade singular que o país oferece ao disponibilizar em larga escala um combustível ambientalmente sustentável como o etanol.

Segundo Pontes Fernandes, apesar de, sob as perspectivas do meio ambiente e da experiência do usuário, essa característica representar uma vantagem, quando se fala de reparação e manutenção automotiva, a ‘hibridização da frota’ representa

um desafio adicional. Isso porque, de acordo o diretor da AutoEletrônica, os veículos híbridos são mais complexos do que os veículos elétricos puros devido à presença de dois sistemas de propulsão (motor a combustão interna e motor elétrico), bem como a complexidade adicional dos sistemas de gerenciamento que permitem a transição entre eles.

“Além disso, os híbridos plug-in acrescentam outra camada de complexidade, uma vez que têm a capacidade de operar no modo totalmente elétrico por um determinado alcance, exigindo sistemas adicionais de gerenciamento tanto para a eletricidade como para a combustão. Isso significa que a reparação e a manutenção de veículos exigem um conhecimento mais abrangente e especializado em comparação com os veículos elétricos puros”, finaliza.



Alécio Pontes Fernandes descreve adequações necessárias às oficinas para realizar a manutenção dos eletrificados



Fiola destaca esforço conjunto para obtenção de bons resultados para o setor independente



IQA lista quatro pontos fundamentais no processo de preparação das oficinas independentes para atender os eletrificados

- 1) Buscar treinamento e certificação de profissionais em tecnologias híbrida e elétrica.
- 2) Adaptar a infraestrutura das oficinas para atender às normas de segurança, que são mais rígidas.
- 3) Investir em infraestrutura, ferramentas e equipamentos específicos.
- 4) Ofertar serviços especializados, como diagnósticos específicos para as baterias.

Entidades se mobilizam para garantir capilaridade do aftermarket independente na reparação dos carros eletrificados

Recentemente, as entidades representativas do aftermarket nacional fizeram um movimento importante para garantir que as empresas independentes sejam tão protagonistas no mercado de eletrificados quanto são historicamente no universo dos veículos a combustão. Por meio da união de esforços, Instituto da Qualidade Automotiva (IQA) e Sindrepa Brasil apoiaram o desenvolvimento de normas e padrões técnicos para a manutenção de carros elétricos junto à ABNT/CB05, com normas que visam a garantir a segurança e a qualidade dos serviços prestados pelos reparadores.

“O Comitê tem uma visão que facilita a criação de infraestrutura para os Veículos Elétricos e Híbridos - VEH. São coleções de normas voltadas para a segurança na operação, manutenção e carregamento de VEH”, conta Antonio Fiola, presidente do Sindrepa, antes de detalhar a estrutura do grupo. “Participam dele empresários, engenheiros e representantes de entidades de órgãos de certificação, dos sindicatos, das montadoras e das concessionárias, todos dedicados a estabelecer um padrão voltado à reparação dos veículos elétricos”. De acordo com o dirigente, a estruturação de movimentos como

esses é fundamental para garantir o avanço sustentável dos carros eletrificados no país no que diz respeito à manutenção e ao reparo. Isso porque, corroborando a visão do diretor da AutoEletrônica, o fato destes automóveis terem uma alta tensão (em torno de 400V), exige não apenas capacitação específica dos profissionais reparadores, mas também das oficinas em si, já que até mesmo equipamentos como o elevador devem ser diferentes do convencional. Diante do contexto apontado por Fiola, o gerente de Serviços Automotivos do IQA, Sergio Fabiano, aponta que sua entidade reconhece a comple-

xidade do trabalho de criar uma capilaridade significativa para a manutenção da frota de carros elétricos que se apresenta no horizonte e que ainda não chegou à conclusão se a forma ideal para fazê-lo está na adaptação de oficinas tradicionais ou na criação de estabelecimentos especializados apenas em automóveis eletrificados. “A expansão das oficinas tradicionais para o escopo de veículos eletrificados pode ser mais rápida e econômica, enquanto a criação de oficinas especializadas pode oferecer um serviço mais especializado e de alta qualidade”, apontou.

aut star

LANÇAMENTO: NOVAS HOMOCINETICAS



A30K027	DESIZANTE - VIRTUS 1.6 MS - 2016L - NOVO PCCO 1.6 - 2016L - 36 ESTERAS INTERNA
A3K028	COLF 1.0 12V TSI - 2016/028 - 33 ESTERAS INTERNA / 36 ESTERAS EXTERNA ML
A3K029	GOLF 1.6 16V TSI TURBO HIGHLINE - 2016/029 - 33 ESTERAS INTERNA / 36 ESTERAS EXTERNA ML
A3K030	VIRTUS 1.6 - 10/20 - 36 ESTERAS EXTERNA x 24 ESTERAS INTERNA ML
A3K031	PCCO 1.0 - 2016L - 36 ESTERAS INTERNA / 36 ESTERAS EXTERNA ML
A3K032	PCCO 1.0 AUTOMÁTICO / L - 24 ESTERAS INTERNA / 36 ESTERAS EXTERNA. DIAMETRO EXTERNO DO SEM EIXO 25,00 mm ML
A3K033	ONIX 1.0 TURBO AUTOMÁTICO - 2020L - TRACKER 1.0 TURBO AUTOMÁTICO 2020L - 33 ESTERAS EXTERNA x 32 ESTERAS INTERNA ML
A3K034	EQUINOX 2.0 16V CÂMBIO AUTOMÁTICO - 2016L - 34 ESTERAS INTERNA / 33 ESTERAS EXTERNA ML
A3K035	ONIX 1.0 16V CÂMBIO MECÂNICO - 2020/2021 - 33 ESTERAS EXTERNA / 33 ESTERAS INTERNA ML
A3K036	TORO 2.0 16V 444 DIESEL CÂMBIO MANUAL 2016L - 36 ESTERAS INTERNA / 37 ESTERAS EXTERNA SL
A3K037	TORO 2.4 16V FLEX - 2016L - 27 ESTERAS EXTERNA x 35 ESTERAS INTERNA ANEL TABUAS INTERNA
A3K038	TORO 2.4 16V FLEX - 2016L - 27 ESTERAS EXTERNA x 35 ESTERAS INTERNA ANEL TABUAS INTERNA
A3K039	TORO 2.4 16V FLEX - 2016L - 27 ESTERAS EXTERNA x 35 ESTERAS INTERNA ANEL TABUAS INTERNA
A3K040	TORO 2.4 16V FLEX - 2016L - 27 ESTERAS EXTERNA x 35 ESTERAS INTERNA ANEL TABUAS INTERNA
A3K041	ONIX 1.0 16V AUTOMÁTICO - 2016/2018 - 33 ESTERAS INTERNA / 33 ESTERAS EXTERNA ML

A3K042	C4 CACTUS 1.6 16V TSI - 2016L - 27 ESTERAS EXTERNA / 28 ESTERAS INTERNA SL
A3K043	C4 CACTUS 1.6 16V TSI - 2016/2019 - 27 ESTERAS EXTERNA / 28 ESTERAS INTERNA ML
A3K044	KANOO 2016/2019 - MEGANE 1.6 16V - 2016/2019 - 27 ESTERAS EXTERNA / 28 ESTERAS INTERNA SL
A3K045	LOGAN 1.6 16V - 2016L - SANDERO 1.6 16V - 2016L - 27 ESTERAS EXTERNA / 28 ESTERAS INTERNA SL
A3K046	SANDERO/LOGAN 1.6 16V MANUAL/AUTOMÁTICO - 2016/2020 - 27 ESTERAS EXTERNA / 28 ESTERAS INTERNA ML
A3K047	PCCO 1.6 - 2016/2020 - 27 ESTERAS EXTERNA x 24 ESTERAS INTERNA - ML
A3K048	EVUSION 2.0 16V - HANDB - 2016/2019 - 27 ESTERAS EXTERNA / 28 ESTERAS INTERNA ML
A3K049	ARERA 1.6 - 2016L - 27 ESTERAS EXTERNA / 28 ESTERAS INTERNA ML
A3K050	HYD 1.6 - COM ABS - 2016L - 27 ESTERAS EXTERNA / 28 ESTERAS INTERNA COROA DO ABS COM 44 DENTES ML
A3K051	SOLA 1.6 16V - 2016L - COM CÂMBIO AUTOMÁTICO - 27 ESTERAS EXTERNA / 28 ESTERAS INTERNA ML. COROA DO ABS COM 44 DENTES 1
A3K052	OUTLANDER 2.0 16V - 2016L - 33 ESTERAS INTERNA / 33 ESTERAS EXTERNA SL
A3K053	ASX 2.0 2006/016 OUTLANDER 2.4 - 2016/2017 - 33 ESTERAS INTERNA / 33 ESTERAS EXTERNA SL
A3K054	ARX 2016L - 28 ESTERAS EXTERNA x 32 ESTERAS INTERNA COM COROA DO ABS 44 DENTES - SL

SHOCKBRAS
PREMIUM

NOVAS EMBREAGENS SOHCKBRAS PREMIUM, QUALIDADE É TUDO!



NÃO ATENDEMOS VAREJOS E SERVIÇOS, FAVOR CONTATAR UM DISTRIBUIDOR NA SUA REGIÃO. Baixe nosso catálogo www.autofastar.com.br



Crescimento da frota vai acelerar preparação de empresas e profissionais independentes

Dirigentes mostram confiança no aprimoramento do pós-venda de eletrificados

Na página 26 deste Novo Varejo, destacamos a insatisfação de clientes no Brasil e nos Estados Unidos em relação ao pós-venda dos carros eletrificados no contexto de um cenário que, entre outros números, inclui 1.051 reclamações no site 'Reclame Aqui' sobre o atendimento e a disponibilidade de peças da BYD. Questionados, Antonio Fiola e Sergio Fabiano disseram reconhecer as dificuldades do atual momento. O presidente do Sindirepa Brasil ressaltou a falta de preparação das concessionárias para a realização dos reparos, a escassez de peças e a rápida desvalorização dos eletrificados em razão dos custos da bateria como os elementos de maior preocupação. Já o gerente do IQA complementou

a lista de preocupações com questões como a baixa proporção da rede de oficinas – especialmente em regiões fora dos grandes centros – e a falta de mão de obra qualificada. Ambos os dirigentes, no entanto, acreditam ser questão de tempo para que o mercado como um todo se adapte e diminua os gargalos existentes na reposição. “O IQA acredita que a situação do pós-venda de carros elétricos tende a melhorar com o decorrer do tempo, com o crescimento da frota eletrificada, o desenvolvimento da cadeia de fornecimento de autopeças e a qualificação da mão de obra”, prevê Fabiano. “Essa situação tende a ser amenizada, principalmente com o crescimento da concorrência nesse nicho e chegada de mais

montadoras no Brasil”, corrobora Fiola. Vale ressaltar que as entidades já têm se movimentado para mitigar alguns desses problemas, sobretudo no que diz respeito à capacitação da rede independente de manutenção e reparo. Além do já mencionado comitê de normatização de padrões de reparo, o setor conta com movimentos articulados para a promoção de cursos de treinamento. Em uma dessas capacitações oferecidas, o Sindirepa-SP se juntou à Faculdade SENAI-SP Campus Conde José Vicente de Azevedo para promover um programa de pós-graduação para formar especialistas com uma visão atualizada dos conceitos gerais da eletromobilidade e das tecnologias dispo-

níveis no segmento de veículos elétricos e híbridos. “O curso presencial tem duração de 18 meses e é composto pelos seguintes módulos curriculares: Eletromobilidade; Segurança em Eletrificação Veicular; Infraestrutura de Recarga para Eletromobilidade; Metodologia do Trabalho Científico; Eletricidade e Eletrônica de Potência em Veículos Elétricos e Híbridos; Baterias e Gerenciamento de Energia em Veículos Elétricos e Híbridos; Motores Elétricos e Sistemas de Controle em Veículos Elétricos e Híbridos; Diagnósticos em Sistemas de Propulsão de Veículos Elétricos e Híbridos e Projeto Integrador”, descreve Fiola.

parceiro forte

Escaneie o QR Code para acessar o portal B2B.

Conte com o atendimento especializado por whatsapp, telefone, no balcão e também pelo portal B2B.

Fácil de comprar, com mais possibilidades de pagar.

Desde 1955, RS e SC sabem que podem confiar na Soccol Barbieri.

Mais de **40 mil** itens em estoque à sua disposição.

Debate reforça importância do Right to Repair e Right to Connect para garantir espaço do aftermarket independente

Conforme a tecnologia dos automóveis avança, aumentam as ameaças em relação à autonomia da cadeia independente na esteira de manutenção e do reparo dos automóveis. Isso porque a introdução de componentes de conectividade tem sido acompanhada de sistemas de segurança que bloqueiam o acesso a informações imprescindíveis para o diagnóstico de problemas relacionados aos diferentes com-

ponentes do automóvel. Este cenário tem impulsionado movimentos internacionais como o Right to Repair e o Right to Connect que visam, acima de tudo, a garantir o direito do consumidor à liberdade de escolha em relação ao reparo, algo crucial para a utilização do produto que adquiriu não fique atrelada de maneira perene ao fabricante do automóvel e seus diferentes braços.

“Além da capacitação, sem dúvida a questão preocupante está relacionada ao problema de acesso às informações técnicas para o diagnóstico. As montadoras estão restringindo cada vez mais. Junto com o carro elétrico temos de pensar também no elétrico blindado. Mas é importante ressaltar que as oficinas independentes estão se preparando. Nós, do Sindirepa Brasil – junto com as entidades Andap, Sicap, Sincopeças Brasil e Conarem – formamos a Aliança do Aftermarket Automotivo para criar o movimento Right to Repair no Brasil, o direito do consumidor reparar o veículo onde deseja. Iniciativa que já está mais avançada na Europa e Estados Unidos e agora começa a ganhar força por aqui. É uma conquista para todos os elos da cadeia na defesa de nosso negócio. Vamos trabalhar para que exista uma lei para o Right to Repair e Right to Connect no Brasil. Tivemos já um avanço importante com apresentação de proposta de legislação específica voltada para o Right to Repair e o Right to Connect que foi debatida em uma primeira audiência pública na Câmara dos Deputados em Brasília com intuito que o consumidor escolha o local onde deseja fazer a reparação do seu veículo. A proposta do Right to Repair e Right to Connect consiste nos pilares da representação institucional, do desenvolvimento técnico e tecnológico, da sustentabilidade (econômica, social e ambiental), das pessoas, e o fomento de ações para formação e capacitação de mão de obra para o mercado de reposição automotiva de forma ampla, em consonância com o pilar fundamental da associação, que são as pessoas; como ponto de irradiação dos conceitos, das premissas e das pautas conjuntas e integradas da aliança das entidades. A proposta visa garantir o desenvolvimento do aftermarket com um projeto amplo que o Right to Repair propõe uma série de ações importantes”.

Antonio Fiola
Presidente do Sindirepa
Brasil e Sindirepa São Paulo



Peça pela PLACA

Encontre as peças certas com a placa do veículo:

Passo 1:

Acessar o Catálogo da Fraga ✓

Passo 2:

Digitar a placa do veículo ✓

Passo 3:

Consultar as informações do veículo ✓



(19) 97118-1895

fraga.com.br

FRAGA

Portfólio After.Lab de Estudos de Mercado

Maior acervo de pesquisas em tempo real sobre o Aftermarket Automotivo

MAPA

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

ONDA

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

LUPA

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

META

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

VIES

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.**

AFTER.LAB



Nhm



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 compra-

ram 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 respei-

to 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 poucos 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%.

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 primeiro trimestre de 2024, por exemplo, foram vendidos 36.090 veículos destas categorias, número que representa uma alta de robustos 145% na comparação com o mesmo período do ano passado. Além disso, chama a atenção o fato de os BEVs estarem se mantendo, pelo quarto 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 plug-in corresponderam a mais de 1/3 do total comercializado na categoria eletrificados, com 24.766 emplacamentos no trimestre.

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, ainda bastante modesta.

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.

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





Xiaomi SU7: a dura realidade das montadoras

Por que o consagrado fabricante chinês de smartphones está lançando um carro? Porque o mundo não é mais aquele que você conheceu um dia

“Num prazo de 15 a 20 anos, a Xiaomi pretende se tornar uma das cinco principais fabricantes de automóveis globais”. Em outros tempos, a afirmação de Lei Jun, fundador, presidente e CEO do Grupo Xiaomi, soaria como uma piada. Afinal, ele está falando de uma empresa conhecida e consagrada pela produção de smartphones. Então, do alto de sua convicção, você perguntaria: como uma empresa de aparelhos celulares pode ter a pretensão de fazer um automóvel e, mais do que isso, entrar para o seleto grupo de líderes mundiais do setor?

A resposta é simples e, ao mesmo tempo, complexa: é porque o mundo mudou espetacularmente e o setor automotivo cada vez mais vai se distanciar daquela configuração secular das montadoras que todos nós nos acostumamos a conhecer e que, durante décadas, forneceram os carros que usamos ainda hoje. Mas o que tudo isso tem a ver com o celular? Eu tenho certeza que você, que atua no setor automotivo, já ouviu alguém falar que os carros estão se tornando smartphones sobre rodas. Acredite, isso não é uma figura de linguagem. É a mais absoluta

verdade. “Se nós desmontarmos hoje um painel multimídia ou uma OBU - Onboard Unit e analisarmos os blocos que estão ali dentro, vamos encontrar um elemento de alta capacidade de processamento, como existe no smartphone; um sistema de recepção de sinal de câmera, como as câmeras de ré ou outras que ajudam na condução; sistema de áudio de altíssima qualidade, com comando de voz; e, o ponto crucial, a conectividade – a conectividade celular hoje é indispensável para tudo isso. Novas propostas de valor estão sendo ofertadas aos consumidores graças

a esse advento do smartphone sobre rodas”, detalhou o especialista José Palazzi, diretor da Qualcomm, indústria de alta tecnologia que fornece recursos de conectividade para as montadoras, durante recente participação no podcast Diálogo Automotivo, da A.TV, o canal de conteúdo em vídeo no Youtube do aftermarket automotivo. Então começamos a entender melhor a analogia entre os smartphones e os carros. Mas, isso ainda não explica como um fabricante de celulares desenvolveu expertise para fabricar automóveis. Fique tranquilo, não

vamos deixar essa questão sem resposta. Para isso, recorreremos mais uma vez ao Palazzi: “Essa proliferação tecnológica permitiu que novos players aparecessem e, agregando isso ao fato de o veículo 100% elétrico ter uma quantidade de peças móveis menor, há uma natural tendência de fabricação – óbvio que eu respeito muito todos os fabricantes em todas as suas vertentes, tenho grande admiração por aqueles que têm às vezes séculos de uma qualidade incrível, mas também observo com respeito os novos entrantes, que têm tido competência de fazer bons projetos e escolher bons fornecedores de tecnologia”.

ARQUITETURA

Para fechar essa equação, é importante lembrar as condicionantes que ao longo de décadas foram determinantes para a fabricação de um automóvel: essencialmente motor e transmissão. “A gente sempre comprou carro confiando no

motor e no câmbio. As montadoras adquiriram a capacidade de engenharia para construir motores e câmbios confiáveis. Só podia fabricar carro quem tinha motor e câmbio”, expôs Gerson Prado, presidente da Nexus Internacional, em sua palestra de inauguração da feira Autop 2022, em Fortaleza (CE). Só que o carro elétrico não tem powertrain. “Muda tudo. O carro elétrico tem rodas, chassi – que são as baterias – e um motor elétrico. O que vai definir o carro daqui pra frente? Software. E com o baita mercado de 5 trilhões que teremos, as montadoras desesperadamente saíram com investimentos bilionários em desenvolvimento de software para veículos elétricos”, expôs com clareza o executivo.

Aí está! Agora a equação se fecha com perfeição. Para fabricar um carro, a indústria vai precisar de fornecedores de baterias, motores elétricos e componentes undercar. O restante – e mais importante – é definido

pelo software. E disso a Xiaomi entende. Assim nasceu o SU7, o smartph..., quer dizer, o carro elétrico da Xiaomi, que começa a ser vendido em 2025. “Muda o eixo do poder de fabricação do carro no mundo, que era Estados Unidos e Europa, mas vai se movimentar para a China. E olha quem está entrando no carro elétrico: Sony, Huawei, Google, Microsoft e Apple. Todas terão carros elétricos porque eles serão definidos por software e esses caras dominam tudo de software. Já que o carro ficou fácil de fazer, um monte de gente nova está fabricando ou vai fabricar carro elétrico”, sentenciou Gerson Prado em sua apresentação.

Aquilo que o executivo da Nexus disse em 2022 já é, portanto, realidade. “Tem mudado substancialmente a forma como as pessoas selecionam seus veículos. Hoje, quando vão a uma concessionária – e eu ouço isso de montadoras – elas não perguntam mais com tanta veemência qual é a po-

tência do motor. A pergunta mais comum é o que roda no multimídia, se ele é atualizável, que Android está ali dentro, se ele roda sem fio, ou seja, se posso entrar com meu smartphone no bolso e sincronizar as informações sem a necessidade de uma conexão por cabo”, contou José Palazzi.

Então prepare-se para um mundo totalmente novo. As marcas de automóveis com que nos acostumamos por décadas estão prestes a enfrentar uma concorrência que jamais poderiam imaginar num passado não muito distante. E, por incrível que pareça, esses novos competidores chegam capacitados a oferecer um carro até melhor do que quem passou a vida inteira aprendendo a projetar e fabricar automóveis. Bom, se de fato em 15 ou 20 anos a Xiaomi se tornar uma das cinco maiores indústrias de automóveis do mundo, alguém muito famoso e conceituado até agora terá ficado para trás...

Os carros estão virando smartphones sobre rodas, e isso não é figura de linguagem





SU7 é definido como um sedã de alta performance ecológica

Pronto pra briga: o carro da Xiaomi

Os veículos elétricos Xiaomi se sustentam em cinco tecnologias principais estabelecidas pela fabricante: e-motor, bateria, fundição, piloto autônomo e cabine inteligente. Vejam como estes pilares em grande medida se alinham com todo o raciocínio desenvolvido em nosso texto até aqui.

Vamos, afinal, trazer alguns detalhes sobre o carro – ou smartphone sobre rodas – que concretizará uma das mais disruptivas transformações da indústria de veículos desde 1886, quando os alemães Gottlieb Daimler e Karl Benz apresentaram os primeiros veículos aceitos como automóveis.

Posicionado como um sedã de alta performance ecológica – outro sintoma dos novos tempos – o SU7 representa, segundo o CEO da Xiaomi, um passo crucial em direção ao fechamento do ciclo do ecossistema inteligente Humano x Carro x Casa. Repare que tal afirmação foge totalmente de tudo o que sempre ouvimos por ocasião da apresentação de modelos lançados pelas monta-

doras tradicionais. A Xiaomi defende que os veículos elétricos inteligentes caminham rumo à integração da indústria automobilística com eletrônicos de consumo e ecossistemas inteligentes, um passo necessário para a evolução da indústria, ainda segundo a fabricante. A cobertura do ecossistema se estende a mais de 95% dos cenários diários dos usuários, permitindo que a inteligência sirva intrinsecamente a cada indivíduo.

Os conceitos são tão revolucionários que quase estou esquecendo de falar do carro. Então vamos lá.

Começando pelos denominados e-motores, desenvolvidos e fabricados independentemente, são identificados como HyperEngine V6, V6s e HyperEngine V8s. Já dá pra perceber que eles têm a pretensão de entregar rendimento compatível como similares a combustão de 6 e 8 cilindros em V. O HyperEngine V8s gira a impressionantes 27.200 rpm, tem 425 kW de potência de saída e torque

máximo de 635 N/m.

Sem querer exagerar aqui nas informações técnicas, a Xiaomi destaca ainda a tecnologia de célula invertida, a intercâmara elástica multifuncional e um sistema de fiação minimalista – resultando em eficiência de integração de bateria de 77,8%, a mais alta entre as baterias CTB em todo o mundo, uma melhoria geral de desempenho de 24,4% e uma redução de altura de 17mm, com capacidade máxima de bateria de até 150 kWh e alcance teórico de recarga CLTC superior a 1200 km.

Uma rápida passada no quesito fundição, tido como um diferencial: a empresa apresentou o cluster Xiaomi Hyper Die-Casting T9100 autodesenvolvido e um novo material de liga de fundição sob medida, Xiaomi Titans Metal. O cluster permite à fabricante pesquisar simultaneamente fundição em grande escala e materiais. E também propiciou um feito importante com o underbody traseiro integrando 72 componentes em um, reduzindo as juntas soldadas em 840, dimi-

nuindo o peso total do carro em 17% e baixando as horas de produção em 45%.

Mas, voltando ao mundo normal, e para quem vai dirigir? Vai necessariamente entrar na Cabine Inteligente EV que oferece um console central de 16,1 polegadas 3K, um display HUD head-up de 56 polegadas, um painel de instrumentos giratório de 7,1 polegadas e dois suportes de extensão de encosto de assento que permitem a montagem de dois dispositivos tablet. Um chip para carros com poder de computação de IA possibilita experiência interativa final com a interligação de cinco telas diferentes. Em termos de integração de hardware, o SU7 suporta mais de 1000 dispositivos domésticos inteligentes Xiaomi para integração sem esforço com o veículo, permitindo descoberta automática, acesso sem senha e capacidade de configurar cenários de automação, criando um robusto ecossistema CarIoT.

Outro entre os cinco pilares é o Piloto Automático Autônomo. Aqui já entramos na tecnologia

Xiaomi HyperEngine V6/V6s
In mass production, on board

21000rpm

Xiaomi HyperEngine V8s
In mass production, on the road by 2025

27200rpm

Xiaomi HyperEngine
Pre-research Carbon-Sleeved Rotor

35000rpm

Motor elétrico “V8” gira a 27 mil rpm, mas outro ainda mais poderoso está em desenvolvimento e pode chegar a 35 mil rpm



Não é lá muito espaçoso, mas o porta-malas ainda existe num carro que é quase uma nave espacial

de software inteligente, em que a fabricante está muito à vontade. São três recursos em destaque: Tecnologia Adaptativa BEV, Modelo Fundacional de Mapeamento de Estradas e Tecnologia de Rede de Ocupação Super-Res. A primeira invoca algoritmos de percepção com base no cenário e, com alcance de reconhecimento de 5 cm a 250 m, garante visibilidade mais ampla em cenários urbanos, visão estendida em cenários de alta velocidade e mais precisão em cenários de estacionamento. O Modelo Fundacional de Mapeamento de Estradas não só reconhece as condições da via em tempo real e muda inteligentemente para uma trajetória de direção mais adequada, como também pode navegar suavemente em cruzamentos complexos sem depender de mapas de alta definição, graças ao aprendizado de cenários e hábitos do motorista. Em termos de reconhecimento de obstáculos, a Tecnologia de Rede de Ocupação Super-Res simula todos os objetos visíveis, como superfícies curvas contínuas. Isso melhora a

CTB Integrated Battery Technology

- 120mm Battery + floor thickness
- 91%↓ Wiring harness reduced
- 3%↓ Space taken up by battery pack reduced

Mais baixa e mais eficiente, a bateria do SU7 também está entre os destaques do sedã

precisão de reconhecimento para até 0,1m.

Além do Modelo Fundacional de Mapeamento de Estradas, a Xiaomi também desenvolveu independentemente o primeiro “Modelo de IA de Sensação e Tomada de Decisão de Ponta a Ponta” para estacionamento automatizado que proporciona observação em tempo real e ajuste dinâmico ao estacionar em cenários desafiadores, como estacionamentos que incluem elevadores.

Já o ecossistema Xiaomi CarIoT é totalmente aberto a terceiros, apresentando interfaces padronizadas, extensos padrões de protocolo de comunicação e solu-

ções de retrofit leves para dispositivos existentes. Lei Jun afirmou que a etapa final dos veículos elétricos inteligentes é a fusão de avanços tecnológicos e a integração perfeita das necessidades do usuário e de seus veículos, onde dirigir se torna intuitivo. O ecossistema inteligente Human x Car x Home permite colaboração e evolução mútuas entre indivíduos, dispositivos e serviços inteligentes dentro do ecossistema. Aproveitando a conectividade cruzada HyperConnect entre dispositivos, o Xiaomi HyperOS integra perfeitamente mais de 200 categorias de produtos, incluindo o Xiaomi EV.

Mas, afinal de contas, estamos falando sobre um carro ou um smartphone? Sinceramente, não sei mais dizer. Nada do que você leu até aqui nos remete àquilo que aprendemos sobre os automóveis. Para encerrar este texto no campo da familiaridade que criamos – e que agora teremos de rever completamente – com o mundo das quatro rodas, fica uma informação que hoje talvez seja apenas uma anotação nostálgica. O Xiaomi SU7 Max acelera de 0 a 100 km/h em quase inacreditáveis 2,78 segundos e atinge a velocidade máxima de 265 km/h.



Ancorado em conjuntura favorável, varejo começa 2024 com o pé direito

Presidentes dos Sincopeças de São Paulo e Rio Grande do Sul analisam resultados do setor pela perspectiva do aftermarket automotivo

Depois de um 2023 marcado por crises de grandes empresas e um crescimento modesto de 1,7%, o setor de varejo brasileiro começou o calendário atual surpreendendo positivamente. Com um avanço de 2,5% em janeiro na comparação com o mês anterior, não apenas superou largamente a expectativa de expansão de apenas 0,2% projetada pelo mercado para o enquadramento, como o fez em um período que é, em geral, desfavorável, já que os números de dezembro são historicamente inflados por ocasiões como o Natal e os

eventos de 'amigo secreto'. Como resultado, o setor varejista opera hoje em 5,7% acima do patamar pré-pandemia e em apenas 0,8% abaixo de seu nível recorde, registrado em outubro de 2020. De acordo com os analistas econômicos, o momento de alta – embora surpreenda pela intensidade – encontra razões consistentes na conjuntura econômica nacional. Atualmente com taxa de desocupação média de 7,4%, o país tem sua menor marca para o quesito desde 2014, fator que, somado ao curso da diminuição da taxa básica

de juros, atualmente em 10,75%, traz um ciclo favorável ao consumo somando o maior poder de compra das famílias a melhores condições de aquisição de crédito e parcelamento. Junto desses dois fatores, analistas de casas como a Genial Investimentos afirmam que a forte recuperação do varejo ainda está intimamente atrelada aos impactos do 'Desenrola Brasil', programa do Governo Federal que negociou mais de R\$ 35 bilhões em dívidas dos cidadãos. Para além do cruzamento dos números gerais com os

indicadores promissores da economia do país, o desempenho do mercado de consumo brasileiro anima por uma espécie de homogeneidade em que se apresenta. Se considerarmos o varejo ampliado como uma categoria por ela mesma, o último levantamento divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE) registrou que seis dos nove segmentos varejistas mapeados avançaram no primeiro mês de 2024. Quando isolamos apenas os números do varejo ampliado, categoria que inclui veículos, motos, partes e

peças e material de construção, a alta no volume de vendas foi de 2,4%, número praticamente idêntico ao registrado pela soma dos nichos do varejo restrito. Outro ponto importante de se notar é que, depois de ser, segundo o gerente da Pesquisa Mensal de Comércio do IBGE, Cristiano

Santos, o principal motor do varejo ampliado em 2023, o segmento de veículos, motos, partes e peças seguiu sendo o carro-chefe do enquadramento da pesquisa em janeiro apresentando uma alta de 2,8%. Para apreender uma perspectiva dos resultados mais restrita ao varejo de autope-

ças, convidamos os presidentes dos Sincopeças de São Paulo e Rio Grande do Sul, respectivamente Heber Carvalho e Marco Antônio Vieira Machado, para a comentar os números com exclusividade. Além de analisar os índices em si, os dirigentes apontaram ainda ações do after-

market que podem impulsionar o setor para além da dinâmica conjuntural, bem como desafios regionais e nacionais que merecem atenção tanto das entidades quanto dos gestores e empreendedores do comércio de autopeças. Confira a análise a seguir.

O varejo, como um todo, tem mostrado boa recuperação neste 1º trimestre do ano. Vocês também têm observado essa melhora quando falamos do varejo de autopeças?

Heber Carvalho - O varejo de autopeças também acompanha a evolução dos outros setores, com uma evolução progressiva abaixo da expectativa. No entanto, de maneira geral, com o investimento de grandes grupos econômicos no setor, nosso mercado está fortalecido.

Marco Machado - O setor de autopeças tem uma característica diferenciada. Entre 2011 e 2014, houve um pico de vendas de veículos novos. A frota que está rodando vem envelhecendo sistematicamente. Por outro lado, a reposição independente de autopeças e motopeças é resiliente. Aquele empreendimento que é competente, adaptativo, que vem se modernizando, tanto em estoque e oferta de produtos, quanto em ferramentas de gestão,

marketing e comunicação, consegue sustentar suas vendas. Mas ainda há um espaço gigantesco de melhora. Existem obstáculos em nosso setor, entre eles: tributação complexa e arcaica, que não incentiva a exportação para fora do estado e complicadores tributários, que geram custos adicionais. Temos a questão da mão de obra, não só em termos de qualidade, mas também de quantidade. A mão de obra está envelhecendo e há muita dificuldade de captação de jovens com a qualificação exigida para o mercado, por conta da tecnologia que anda a passos largos. O Sincopeças-RS atua nestas duas frentes, na luta por melhores condições tributárias, acompanhando e apoiando as ações da Fecomércio-RS; e na questão da mão de obra, exemplo disso, a promoção do curso "Vendedor de Autopeças", em duas regiões do Estado.

A redução dos juros e o consequente barateamento

do crédito tende a contribuir para o aftermarket como um todo, como o tem feito para o varejo de modo geral?

Heber Carvalho - Claro que sim. A diminuição de juros sempre ajuda o setor varejista de autopeças, haja vista que o segmento tem algumas características diferenciadas do varejo em geral. Por exemplo, o giro das peças nem sempre acontece dentro do tempo esperado. Justamente por isso, as empresas do comércio de autopeças, com apoio do Sincopeças, têm procurado se adequar às novas modalidades de vendas, principalmente pela internet. Nesse aspecto, temos buscado sempre estar ao lado dos empresários e de seus colaboradores, oferecendo cursos, treinamentos e orientação para o sucesso empresarial, como aconteceu recentemente com o Programa Loja Legal de capacitação, realizado em parceria com o Sebrae, bem como com a criação da Norma ABNT para Qualificação do Profissional

Vendedor de Autopeças, e a Certificação Profissional que é realizada pelo IQA, todas ações que visam a promover o desenvolvimento do setor em seus aspectos gerenciais e profissionais.

Marco Machado - Embora possa existir uma redução em juros e barateamento de crédito, o consumidor gaúcho, no geral, está mais cuidadoso na hora de efetivar novas aquisições, por conta do endividamento e consequente inadimplência. O percentual de famílias gaúchas endividadadas é de 89,1%. Ainda conforme o PEIC-RS, destas, 27,3% afirmaram estar muito endividadadas, percentual que estava em 22,6% no mesmo mês do ano passado. Este dado resulta em mais cautela na hora de fazer nova dívida. A Fecomércio-RS divulgou os resultados da edição de fevereiro de 2024 da Pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias Gaúchas (ICF-RS), da CNC. Embora a perspectiva de consumo tenha aumentado em 3,7% (quarta alta consecutiva), o acesso ao crédito teve baixa de -5,4%, renovando os índices de queda.



Heber Carvalho



Marco Machado



Número de lojas virtuais cresce 16,5% e alcança mais de 1,9 milhão em 2023

Pesquisa da BigDataCorp analisou mais de 23 milhões de sites no Brasil. Nesse universo, apenas 8% representam sites de varejo online

O setor de e-commerce no Brasil apresentou um crescimento forte em relação ao ano anterior. O número de lojas virtuais também aumentou em 17%, chegando a mais de 1,9 milhão. Os dados são da nova edição da "Perfil do E-Commerce Brasileiro", pesquisa anual realizada pela BigDataCorp, principal empresa de dados da América Latina, que avalia o cenário do comércio eletrônico no país. A pesquisa foi realizada em 2024, com base em uma amostra de mais de 23 milhões de sites brasileiros. "A décima edição revela que o comércio eletrônico no Brasil segue em alta, mesmo com a retomada das atividades pre-

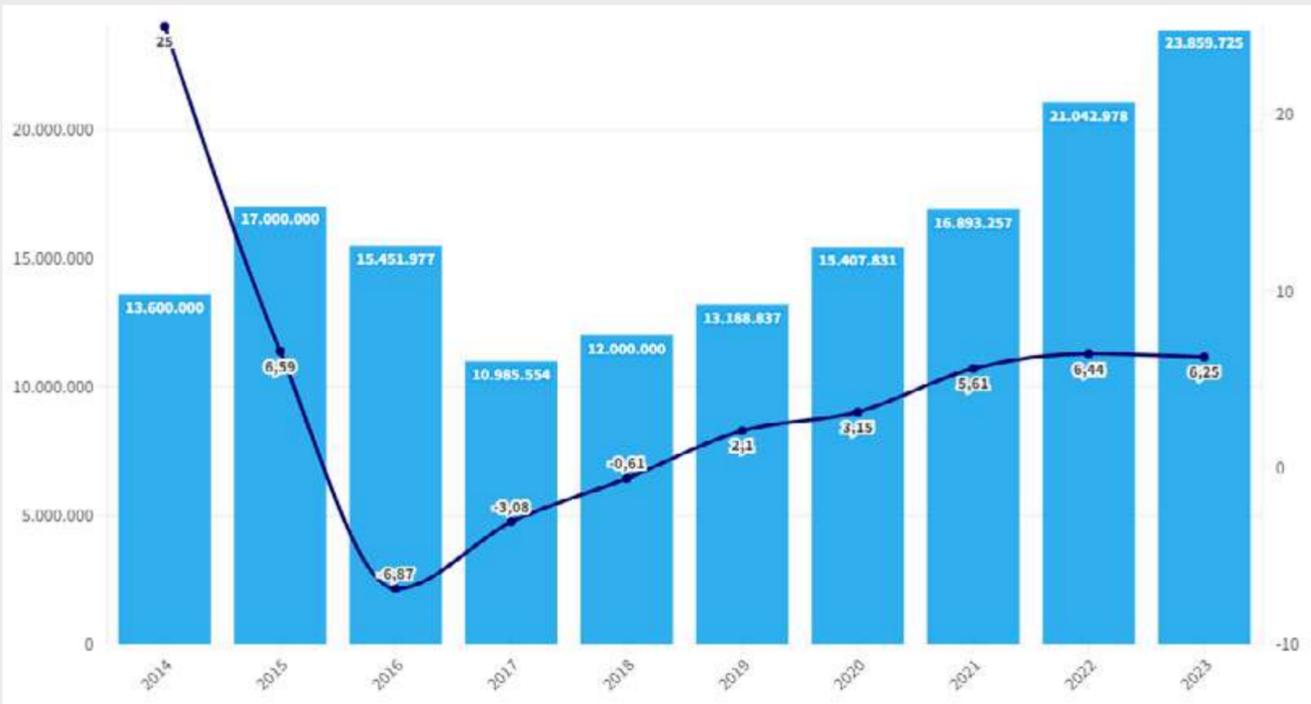
senciais. O setor se consolidou como uma opção conveniente, segura e diversificada para os consumidores, oferecendo uma variedade de produtos, serviços e formas de pagamento. A pesquisa também mostra que o e-commerce brasileiro está cada vez mais democrático, atendendo a diferentes públicos e regiões", afirma Thoran Rodrigues, CEO da BigDataCorp. A pesquisa aponta um crescimento significativo nas empresas de pequeno porte, aquelas que têm um faturamento anual de até R\$ 5 milhões. Esse aumento veio junto com uma queda na parcela de empresas que têm faturamento mais elevado, que hoje totalizam apenas 2,7%

do total. O estudo "Perfil do E-Commerce Brasileiro" destaca também uma redução na integração dos canais de venda físicos: a proporção de e-commerces que possuem loja física caiu para 16,5%, contra cerca de 19% em 2022. Os marketplaces, por outro lado, seguem cada vez mais relevantes. O número de e-commerces presentes em pelo menos um marketplace teve um aumento de 61% nos últimos 2 anos, saltando de 14,8% para 23,8%. Ainda para o especialista, a pesquisa evidencia um cenário promissor para o comércio eletrônico no Brasil. "Esse aumento reflete a resiliência e adaptação do setor em um con-

texto pós-pandemia. Interessantemente, pequenos negócios estão ganhando destaque, o que mostra uma democratização do e-commerce. A queda na integração com lojas físicas e o aumento significativo em marketplaces realçam a eficácia do comércio eletrônico." comenta. Nas lojas online são oferecidos, principalmente, produtos e serviços com preço menor do que R\$ 100 (72,3%). Já itens com valores acima de R\$ 1 mil tiveram uma queda acentuada de 2022 a 2023 (20,5% vs. 15%). Uma grande parcela dos e-commerces (68,4%), possui uma variedade de até 10 produtos à disposição do consumidor.

A quantidade de sites continua crescendo

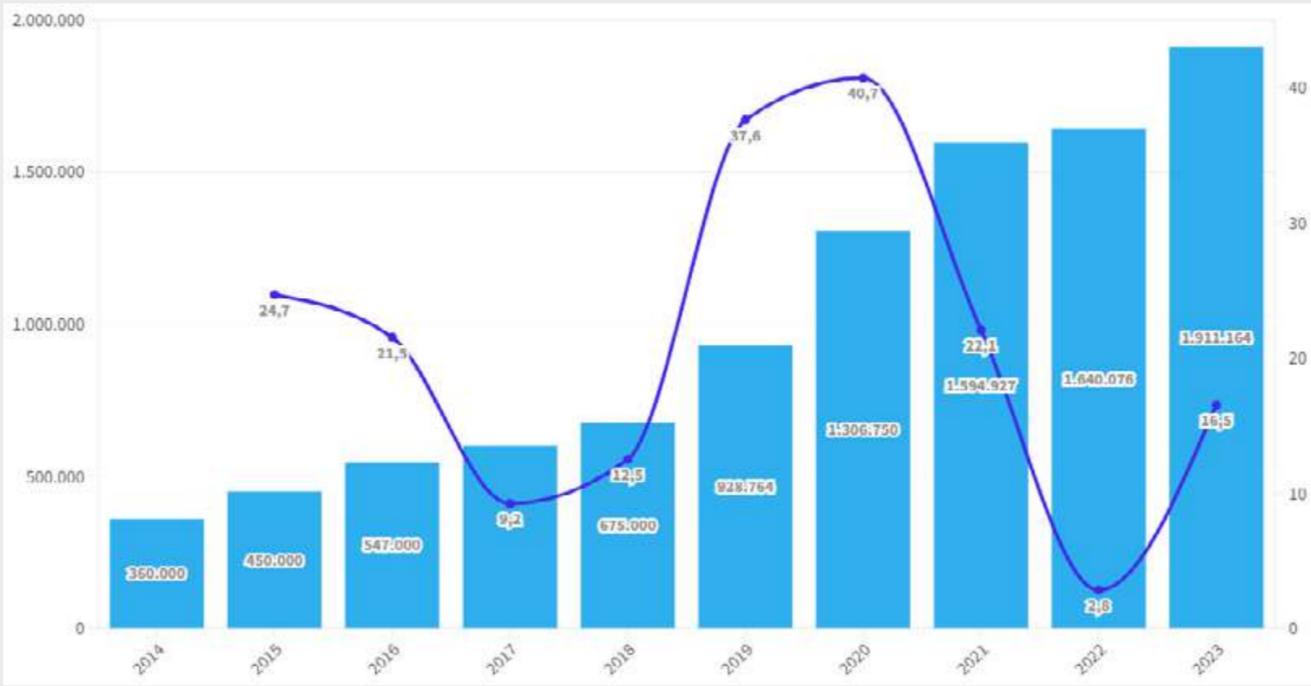
Em uma década, o número de sites no Brasil aumentou mais de 45%



Fonte: BigDataCorp

Com destaque para e-commerce

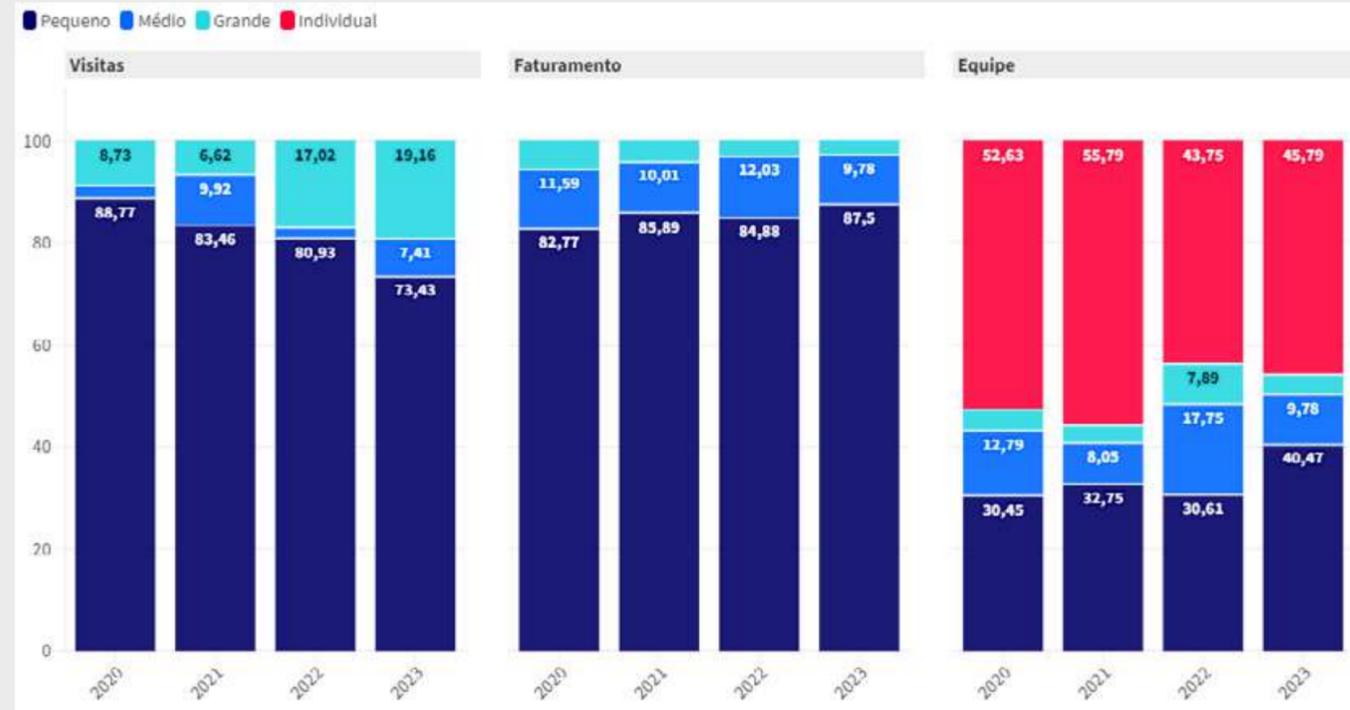
Em comparação com uma década atrás, cresceu mais de 20% no país



Fonte: BigDataCorp

Cresce em todas as dimensões

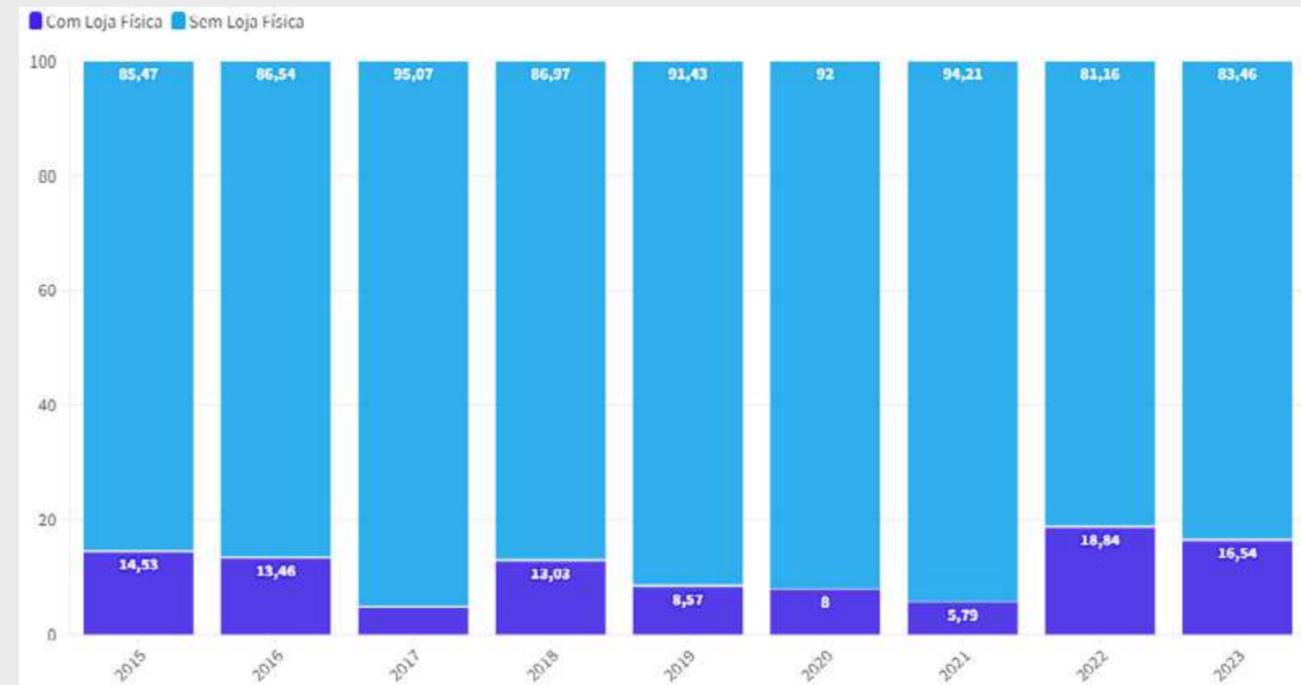
Número de equipes individuais aumentou gradativamente nos últimos anos



Fonte: BigDataCorp

Digitalização do comércio

O número de e-commerces sem lojas físicas voltou a crescer



Fonte: BigDataCorp

Perfil das empresas

O estudo apontou que 73,5% dos e-commerces são familiares, e que 86% deles tem menos de 10 funcionários: 45,7% são na verdade empresas individuais, nas quais apenas o empreendedor trabalha.

A grande maioria das companhias nunca sofreu um processo por falha no atendimento ao cliente, mas 13,6% delas já passaram por essa experiência, reforçando a importância de o cliente investigar a reputação da empresa antes de realizar uma compra.

A PREOCUPAÇÃO COM SEGURANÇA CONTRA FRAUDES BATEU RECORDE PARA OS EMPREENDEDORES:

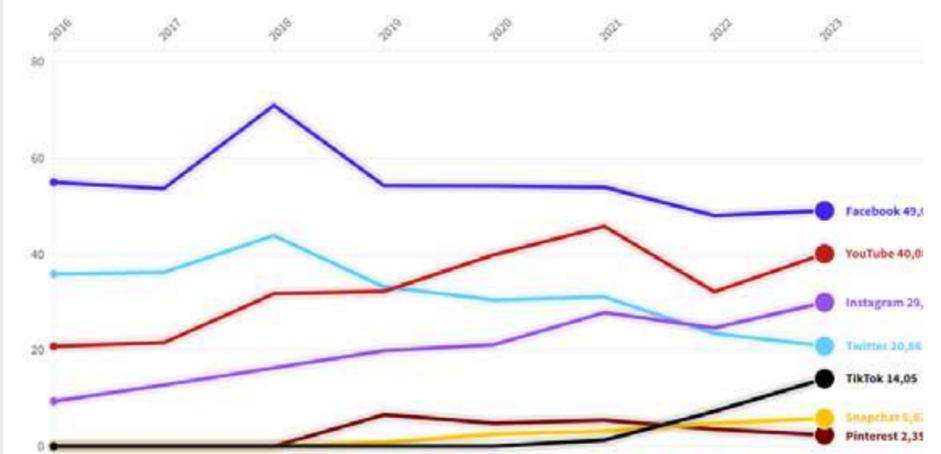
89% utilizam certificados SSL (Secure Sockets Layer), camada de segurança que criptografa os dados transacionados entre consumidor e loja online. Houve um grande aumento na adesão da ferramenta desde 2016 (73,8% vs 89,3% em 2023). Os lojistas também têm investido mais no uso de tecnologia para melhorar a experiência do cliente: 65,8% aceitam carteiras digitais como pagamento.

Confira outros destaques do estudo

- Os e-commerces representam apenas 8% em relação aos demais tipos de websites no Brasil;
- Cerca de 75,6% das lojas online contam com mídias sociais. Embora o Facebook ainda seja a rede mais utilizada, o TikTok vem rapidamente ganhando espaço. Em 2021, estava presente em 1,2% das lojas, e hoje já está em 14%;
- O mercado de plataformas de construção de sites segue em consolidação. A quantidade de opções disponíveis para os empreendedores caiu de mais de 200 em 2022 para 195 neste ano;
- Acessibilidade digital continua sendo um grande problema, apesar de um avanço significativo. Em 2022, apenas 0,06% das lojas eram aprovadas em todos os testes de acessibilidade, número que subiu para 1,3% em 2023.

Facebook lidera como a rede social mais usada

Porém, o TikTok continua em ascensão



Fonte: BigDataCorp



Reforma Tributária: promulgação e perspectivas para o varejo

Professores da FEA USP e porta-vozes do Ibevar, José Carlos de Souza Filho e Marcelo Felipe Figueira Júnior detalharam e projetaram os impactos da Emenda Constitucional que, aprovada pelo Congresso Nacional, altera o Sistema Tributário Brasileiro

Foi publicada em 20 de dezembro de 2023, em sessão do Congresso Nacional, a Emenda Constitucional que altera o Sistema Tributário Nacional trazendo grandes inovações, principalmente no que diz respeito aos tributos sobre a circulação de mercadorias através da PEC 45/2019, ora transformada na EC 132.

Grande parte dessas mudanças já foi e tem sido objeto de amplo debate na imprensa generalista; neste trabalho, porém, os especialistas imprimiram suas percepções sobre as mudanças mais significativas que entrarão no radar de empresa-

riado do varejo daqui até o início da próxima década. Confira:

CRIAÇÃO DE UM IVA DUAL

Dividido em Imposto sobre Bens e Serviços (IBS), de competência dos Estados, Municípios e Distrito Federal, e da Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS), de competência da União (esta, com característica de contribuição social, prevista no artigo 195 da Constituição). Estes tributos:

Regras para fatos geradores

Compartilharão regras referentes a fatos geradores, bases de cálculo, imunidades, regras de

não cumulatividade e de crédito, etc. **Incidirão sobre operações com bens materiais ou imateriais,** inclusive direitos, ou com serviços, inclusive sua importação. Deverão ser regulados por norma uniforme em todo o território nacional, ressalvado o direito de cada Estado de fixar sua própria alíquota. Serão não-cumulativos.

Sem integração da base de cálculo

Não integrarão sua própria base de cálculo, nem a de cada outro, assim como do PIS, COFINS, PIS/COFINS-Importação

e do Imposto Seletivo (dispositivo que os excluía da base de cálculo do ICMS e do ISS foi excluído da redação final). Por outro lado, IPI, ICMS, ISS, PIS, COFINS e POS/COFINS-Importação não integrarão a base de cálculo do IBS e da CBS. Vale observar que a tributação atual não é sua essência, cumulativa, na medida em que o ICMS, o PIS e a COFINS são calculados sobre o valor adicionado. Porém, a diferença é que os tributos serão excluídos da base de cálculo posterior na cadeia. Espera-se que a cobrança seja feita apenas no destino, mas

isto dependerá de Lei Complementar e provavelmente de muita negociação entre os estados;

Alíquota zero

Incidirão à alíquota zero sobre os produtos da Cesta Básica Nacional de Alimentos, a serem definidos por Lei Complementar. Terão a alíquota reduzida em 60% (sessenta por cento) para uma série de produtos e serviços, a serem fixados por Lei Complementar de acordo com os critérios da norma constitucional.

Terão a alíquota reduzida em 30% (trinta por cento) para serviços de profissão intelectual, de natureza científica, literária ou artística, desde que sejam submetidas a fiscalização por conselho profissional.

Comitê gestor

O IBS, especificamente, estará sujeito à regulamentação e administração por parte do Comitê Gestor do Imposto sobre Bens e Serviços, com participação paritária dos Estados, Distrito Federal e Municípios, na forma de lei complementar.

Está prevista a participação do DF, dos 26 estados e de 27 municípios neste Comitê Gestor, o que deverá reduzir a efetividade da participação relativa dos mais de 5.570 entidades municipais na divisão da parcela relativa ao ISS no IBS.

Cobranças a partir de 2026

Começarão a ser cobrados em 2026, às alíquotas iniciais de 0,1% (um décimo por cento) para o IBS e de 0,9% (nove dé-

cimos por cento) para a CBS, com evolução gradual até a extinção do ICMS e do ISS a partir de 2033.

- Criação do Imposto Seletivo, de competência da União e incidente sobre a produção, extração, comercialização ou importação de bens e serviços prejudiciais à saúde ou ao meio ambiente, nos termos de lei complementar. **Este tributo, monofásico, integrará a base de cálculo** não apenas do IBS e da CBS, mas também do ICMS e do ISS, enquanto vigorarem. Este tributo se assemelhará ao Excise Tax existente em outros países como Estados Unidos e Canadá;
- Estabelecimento de regras gerais e de diretrizes a serem estabelecidas por lei complementar, visando o aproveitamento de saldos credores de ICMS acumulados até 2032. Aqui se tem uma acomodação sobre os **débitos e créditos remanescentes dos tributos** que deixarão de existir com o início da nova tributação;
- Transferência da cobrança do ITCMD "causa mortis", do Estado onde se **processar o inventário ou arrolamento para o do domicílio** de cujus (regra aplicável às sucessões abertas a partir da data de publicação da Emenda Constitucional);
- Estabelecimento da regra de incidência progressiva do ITCMD, em razão do valor do quinhão, do legado

ou da doação;

- Incidência do ITCMD, até que lei complementar regule sua incidência sobre doações e heranças envolvendo bens, doadores ou falecidos no exterior: (I) relativamente a bens imóveis e respectivos direitos, ao Estado da situação do bem, ou ao Distrito Federal; (II) se o doador tiver domicílio ou residência no exterior, ao Estado onde tiver domicílio o donatário ou ao Distrito Federal, ou, se este for residente ou domiciliado no exterior, ao Estado em que se encontrar o bem ou ao Distrito Federal; (III) relativamente aos bens do de cujus, ainda que situados no exterior, ao Estado onde era domiciliado, ou, se domiciliado ou residente no exterior, onde tiver domicílio o sucessor ou legatário, ou ao Distrito Federal;
- **Extensão da incidência do Imposto** sobre a Propriedade de Veículos Automotores (IPVA) para a propriedade de veículos aquáticos e aéreos, exceto hipóteses específicas de emprego comercial destes;
- Possibilidade de atualização da base de cálculo do Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana (IPTU) pelo Poder Executivo, conforme **critérios estabelecidos em lei municipal**;
- Possibilidade de instituição, pelos Municípios e o Distrito Federal, de contribuição

para o custeio, a expansão e a melhoria do serviço de iluminação pública e de **sistemas de monitoramento para segurança** e preservação de logradouros públicos.

O varejo será diretamente afetado

Nota-se que nas principais medidas adotadas até o momento, o varejo será diretamente afetado, uma vez que os principais tributos que foram objeto da reforma ora promulgada se referem **ao consumo representado pelo comércio e pelos serviços**.

Ainda existem muitos pontos a serem debatidos, discutidos e decididos e que vão definir efetivamente as mudanças esperadas pelas empresas e pela sociedade. Questões como a progressividade dos tributos **sobre as vendas em relação à renda**, qual será o destino da Substituição Tributária (e do DIFAL) que deveriam deixar de existir e o tratamento que será destinado às pequenas e médias empresas hoje amparadas pelo SIMPLES preocupam uma boa parte do varejo.

Com o passar do tempo, medidas paliativas foram sendo tomadas a fim de atenuar a carga tributária dos pequenos negócios e ao mesmo tempo se tentou manter a arrecadação tributária em níveis compatíveis com a redução do déficit fiscal. Parece que chegou a hora de que essas questões sejam tratadas com compromisso e seriedade.

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

Consumo brasileiro investe mais em produtos de menor impacto climático que outros setores do país

Pesquisa da PwC mostra que 83% dos CEOs dos setores de consumo e varejo alegam ter projetos em andamento ou concluídos para produtos de menor risco climático; média geral do Brasil é de 63%

Vivemos tempos de profundas mudanças em diferentes setores da economia – basta ver o que experimenta o setor automotivo. Aquilo que vem sendo alardeado como ‘disrupção’ em geral merece esta distinção. As transformações são profundas e a cada dia exigirão mais dos gestores. O momento é de reinvenção. Mas será que todos estão cientes desta necessidade? E, mais ainda, será que estão preparados para esta jornada transformadora?

A 27ª Global CEO Survey, pesquisa anual da PwC – que nesta edição ouviu mais de 4,7 mil líderes em 100 países, incluindo o Brasil – revela que, ainda mais preocupados hoje com a viabilidade e a resiliência de suas empresas no longo prazo do que no ano passado, os CEOs no Brasil e no mundo já dão passos importantes para reinventar seus negócios e garantir a prosperidade. Outra constatação importante, esta com impacto no comércio, mostra que CEOs da indústria de consumo e varejo brasileiro têm investido mais no desenvolvimento de produtos de menor impacto climático que a média geral de outros setores do país. Enquanto 83% dos CEOs deste recorte afirmaram ter projetos de inovação em desenvolvimento ou concluídos em produtos ou serviços de baixo impacto climático, a média geral do país é de 63%.

Diante da magnitude das transformações iminentes em diversas áreas, os líderes sabem que suas abordagens precisam ser mais ousadas hoje e no futuro. Embora os CEOs estejam mais otimistas em relação ao crescimento econômico global do que no ano passado, uma parcela

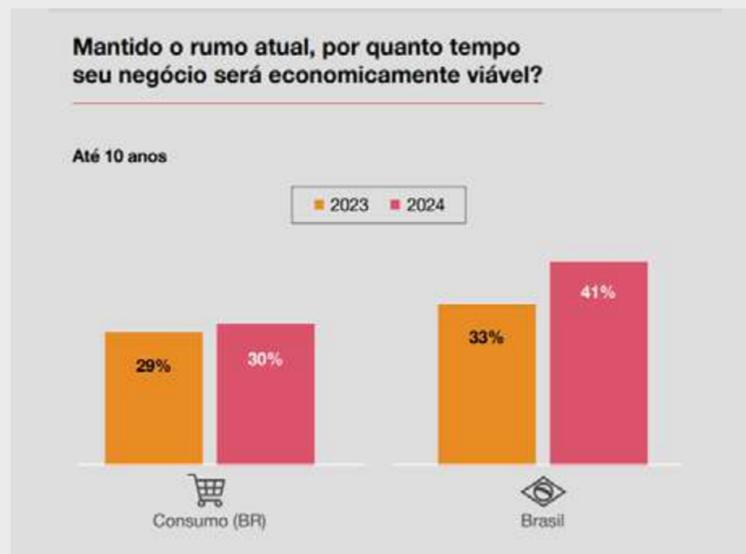
crescente no Brasil e no mundo tem dúvidas de que suas organizações sobreviverão por mais de dez anos se mantiverem o rumo atual. No setor de Consumo, essa é uma preocupação para quase um terço dos CEOs.

TECNOLOGIA E CLIMA

A disrupção tecnológica e as mudanças climáticas são duas megatendências globais que têm impulsionado a reinvenção dos negócios de forma geral e estão em destaque nesta edição do estudo, no setor de consumo não é diferente. Isso gera uma crescente inquietação entre os CEOs em relação à sustentabilidade dos seus negócios: 41% dos participantes no Brasil (45% no mundo) duvidam que, na trajetória atual, suas empresas devam se manter viáveis nos próximos dez anos. No setor de varejo, este percentual é de 30%.

Ainda sob a ótica do compromisso ambiental, o setor de consumo e varejo nacional se destaca da média geral em projetos de descarbonização, mas mantém planos mais tímidos para outras ações climáticas e mostra que há muito em que avançar. Do total de entrevistados do setor, 87% possuem projetos de eficiência energética em curso ou finalizados, enquanto, na média geral do país o percentual é de 71%.

A venda de produtos, serviços ou tecnologias que apoiem os esforços de resiliência climática é uma realidade para 67% dos líderes varejistas no Brasil, enquanto a média nacional é de 48%. Por outro lado, apenas 13% dos líderes do setor disseram que já incorporaram os riscos climáticos ao seu plane-



Fonte: PwC | 27º CEO Survey | 2024

jamento financeiro, o percentual ainda é maior que a média dos CEOs brasileiros, de 9%. Tomadores de decisão do setor de consumo e varejo do país indicam, inclusive, que aceitariam ter menos retorno diante de investimentos mais sustentáveis. Dos líderes ouvidos, 40% afirmam que as empresas aceitam taxas mínimas de retorno para investimentos de baixo impacto climático. No Brasil, o índice é de 34%.

IMPERATIVO DE MUDANÇA

A segunda megatendência com implicações sistêmicas e existenciais para as empresas levantada pela 27ª Global CEO Survey é a disrupção tecnológica. A pesquisa revela que 63% dos líderes de consumo e varejo entrevistados no Brasil acreditam que as mudanças tecnológicas afetarão muito a forma de gerar valor ao negócio nos próximos três anos. Outros 57% indicaram que a inovação influenciou a geração de valor nos últimos cinco anos.

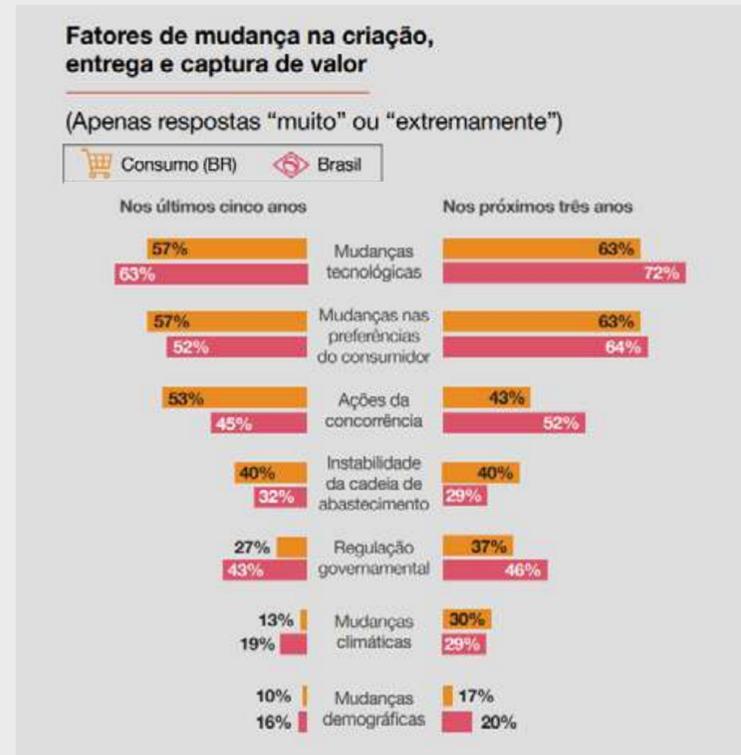
Essa mudança de visão traz consequência direta para as perspectivas de futuro sinalizadas pelos líderes na pesquisa. “Ainda que haja esse ponto de atenção, há também um otimismo no setor. Dos líderes de consumo e varejo no Brasil ouvidos na pesquisa, 53% estão confiantes quanto ao crescimento econômico do país, percentual próximo à média dos brasileiros, de 55%. Observamos que este otimismo é maior que a média global, de 44% e atribuímos, possivelmente, pelo cenário de redução de juros no país”, avalia Luciana Medeiros, sócia da PwC Brasil.

OPORTUNIDADE NA IA

A adoção da Inteligência Artificial (IA) e a sua capacidade de mudar a operação das empresas é um dos destaques da pesquisa. A adoção dessa tecnologia no setor de consumo e varejo e a adaptação da estratégia tecnológica para lidar com a inovação que ela representa estão abaixo da média

geral das empresas brasileiras. “Apenas 23% dos líderes de consumo do Brasil disseram ter adotado a IA generativa em toda a empresa, enquanto a média no Brasil foi de 32%. A diferença é ainda maior quando perguntamos

se a empresa mudou a sua estratégia de negócio por causa da IA. Enquanto 17% dos CEOs do setor de consumo e varejo fizeram alguma mudança neste sentido, no Brasil, a média foi de 34%”, destaca Luciana Medeiros.



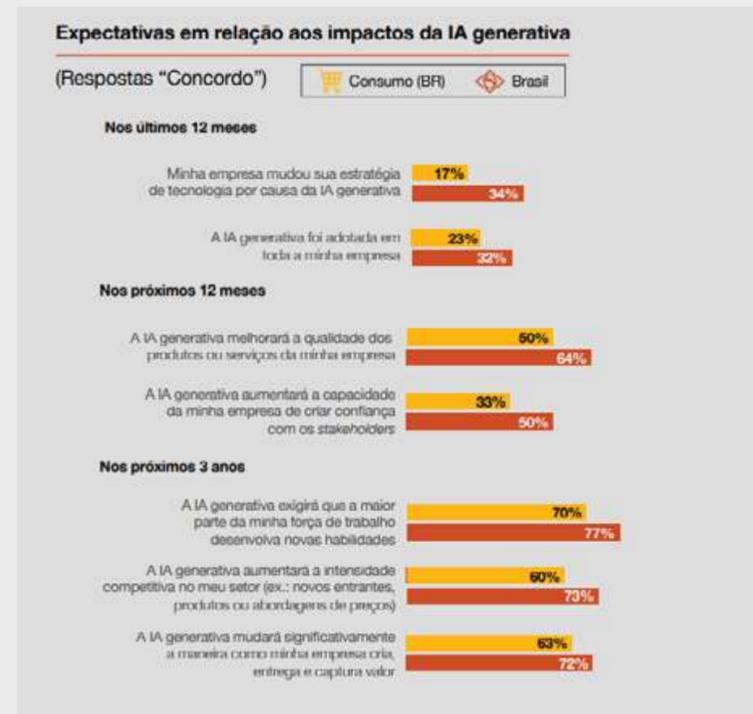
Fonte: PwC | 27º CEO Survey | 2024

Os líderes de consumo sinalizam uma perspectiva de avanço no uso dessa tecnologia para os próximos 12 meses. Para 50% dos respondentes da indústria de consumo e varejo, a IA generativa vai melhorar a qualidade dos produtos e serviços das empresas nos próximos meses. Além disso, 33% destacam que esta tecnologia aumentará a capacidade da empresa em gerar confiança. Para os próximos três anos, 70% dos CEOs de consumo e varejo indicam que a IA vai gerar novas habilidades da sua força de trabalho. Além disso, 60% acreditam no aumento da competitividade no setor a partir da adoção da inteligência artificial e 63% acreditam na mudança significativa na forma como as empresas do setor po-

dem criar e entregar valor a partir da adoção desta nova tecnologia.

AMEAÇAS NO RADAR

As megatendências comentadas anteriormente também aparecem refletidas nas principais ameaças para o setor de consumo e varejo do Brasil. Para 27% dos respondentes do setor, riscos cibernéticos são os que podem trazer maior impacto aos negócios nos próximos 12 meses. Esse é o segundo fator de principal preocupação abaixo apenas de instabilidade macroeconômica, apontada por 30% dos líderes entrevistados. “A volatilidade da economia global é algo que aparece como um temor para os setores no geral. E o consumo nacional segue a tendência quanto à aceleração da



Fonte: PwC | 27º CEO Survey | 2024

economia mundial. Dos entrevistados, 33% fazem essa aposta, no Brasil esse índice é de 36% e, globalmente, 38%. Enquanto os percentuais dos que acreditam na

desaceleração são, respectivamente, 37%, 39% e 45%. Ou seja, há um equilíbrio”, analisa Luciana Medeiros.



Fonte: PwC | 27º CEO Survey | 2024

Andap homenageia os 30 anos da Novomeio e do Novo Varejo

A reunião plenária da Associação Nacional dos Distribuidores de Autopeças, a Andap, prestou homenagem, na quarta-feira, 27 de março, aos 30 anos da Novomeio Hub de Mídia e do Novo Varejo, comemorados em fevereiro.

Já na abertura do encontro, o presidente da entidade, Rodrigo Carneiro, fez referência à contribuição da Nhm para o fortalecimento do mercado como um todo. "Principalmente, no que diz respeito aqui, aos distribuidores e fabricantes. Que a gente continue tendo a capacidade de reconhecer, valorizar e desenvolver competências no nosso mercado. Esse é o objetivo principal de Sicap e Andap e é por isso que a gente tem se dedicado ao máximo que pode para realmente demonstrar a dimensão quantitativa e qualitativa do mercado independente de reposição do Brasil".

O diretor e publisher da Novomeio, Ricardo Carvalho Cruz, agradeceu a homenagem e a parceria histórica que a empresa desenvolveu com a Andap ao longo de tantos anos. "É um grande prazer ver essa tela patrocinada pela Andap. É um trabalho que nós fazemos juntos desde 1994. Me lembro que em 1996, o Jaime Ozi, então na presidência da Andap, olhou um pouco mais de perto o que a Novomeio vinha desenvolvendo havia dois anos em favor deste mercado, contribuindo para a melhoria das relações institucionais e comerciais do setor, o aprimoramento profissional de toda a cadeia. E essa inauguração chega a este momento histórico nestes 30 anos e é um privilégio participar com muito prazer desta plenária da Andap, esperando sempre contribuir e, quem sabe, oferecendo soluções que têm promovido conhe-



cimentos, balizamentos, diretrizes e métricas para o mercado poder seguir orientado, unido e dirigido por informações que sejam valiosas para o posicionamento estratégico e operacional deste setor, que neste momento vive uma série de ameaças, mas a Novomeio tem a visão de que essas ameaças são oportunidades. E a gente está pronto para discutir com o Rodrigo, um presidente de muita atuação e muita afinidade com a gente, como avançar com os serviços nesse mercado".

"Parabéns. Acho que juntos não vamos reescrever uma nova história, vamos continuar escrevendo uma história de muito peso, muito valor", acrescentou Rodrigo Carneiro. Finalizando este valioso reconhecimento, a Nhm enviou uma nota de agradecimento à Andap, que reproduzimos abaixo:

Caros amigos da Andap, A Nhm Novomeio Hub de Mídia agradece pelo momento

de homenagem oferecido pela Associação Nacional dos Distribuidores de Autopeças em reunião plenária realizada nesse 27 de março de 2024, em razão da passagem dos 30 anos de jornada da empresa de comunicação que inaugurou um amplo portfólio de produtos e serviços de comunicação e relacionamento para esse Aftermarket Automotivo. Pudemos ver nesse ambiente alguns dos históricos protagonistas que contribuíram para a edificação dessa indústria de informação e conhecimento, empresários e lideranças que seguem fiéis aos atributos de defender os interesses da cadeia de negócios da manutenção automotiva.

Desde nosso princípio, juntos, buscamos contribuir para a evolução e a valorização permanente de profissionais e empresas que conformam o mercado brasileiro de reposição independente, cumprindo a missão de servir ao setor sempre as melhores so-

luções para o desenvolvimento dos seus negócios.

Tivemos a honra de mais uma vez confirmar que, desde sempre, podemos prosseguir com o apoio, o incentivo e a inteligência estratégica da Andap, através da sua diretoria, do seu corpo executivo e das maiores marcas da indústria e da distribuição, que estão reunidas na entidade. Fica o compromisso da Nhm e do seu time de profissionais, os históricos, hoje seniores, sempre experientes na identificação das demandas do mercado, e os da nova geração, que lideram os empreendimentos desde as novas tecnologias, a seguir sempre rejuvenescendo a linguagem e os formatos em um hub de canais de informação com vocação para se tornar novos comportamentos no trade que cuida da vida que o carro leva.

*Muito obrigado!
Claudio Milan
Paulo Roberto de Oliveira
Ricardo Carvalho Cruz*

MAIORES & MELHORES
em distribuição de autopeças

REGIONAL

CONVITE

2024

Vamos juntos conhecer os **Maiores e Maiores em distribuição de autopeças** que se destacaram em cada uma das 5 regiões do Brasil.

O After.lab, núcleo de pesquisa e inteligência de negócios do After market Automotivo, nos traz a terceira edição desse estudo que avalia o desempenho dos distribuidores automotivos, por região, em 21 quesitos relativos à serviços prestados além da venda de peças.

Você é nosso convidado para essa homenagem!

No dia **25 de abril** a A.TV inicia a transmissão exclusiva a partir das **19h00**, com abertura da cerimônia às **19h30**.

PATROCÍNIO:

REALIZAÇÃO **DIVULGAÇÃO**



Disrupção tecnológica e experiência do consumidor desafiam setor automotivo

Executivos das empresas de diferentes segmentos mostram otimismo moderado para os próximos anos e insegurança quanto à capacidade de acompanhar a velocidade das inovações

Anualmente a pesquisa Global Automotive Executive Survey (GAES), realizada pela consultoria internacional KPMG, tem se ocupado em apurar as principais tendências para o setor automotivo segundo os mais destacados executivos do trade em todo o mundo. Chegamos agora à 24ª edição do estudo, que, exatamente por esta longa trajetória, vem construindo um histórico muito consistente acerca das grandes preocupações destes líderes setoriais em mais de duas décadas. E, evidentemente, essas preocupações mudaram bastante ao longo do tempo. Em 2013, dez edições atrás, o levantamento apontava quatro grandes fatores de mudança no setor automoti-

vo: desafios do meio ambiente, urbanização crescente, comportamento do consumidor e globalização. Mais interessante ainda era a percepção de que o futuro se encaminhava para os automóveis híbridos e os 100% elétricos perderiam espaço no desenvolvimento. Pois é... Mas deixemos o passado para trás. O importante é saber o que a edição apresentada agora – que ouviu em outubro do ano passado 1.041 executivos atuantes em 33 países e territórios, incluindo o Brasil, com 33 participantes – apontou de tendências para o setor automotivo – ou, como preferem alguns, setor da mobilidade. A própria KPMG resume: segurança cibernética e sustentabilidade,

crescimento dos veículos elétricos, novas tecnologias e foco no cliente. Eis o futuro.

ELETRIFICAÇÃO
O primeiro ponto de que o estudo trata, não por acaso, é a eletrificação da frota global. Aliás, nesta edição o título da pesquisa é 'Getting real about the EV transition', ou, 'Encarando a realidade sobre a transição para veículos elétricos'. Tem também um subtítulo: 'Ainda é uma jornada emocionante – e gratificante –, mas pode demorar mais e o percurso não será tranquilo'. Por aí já vemos o tanto que as expectativas dos executivos mudaram em relação a 2013. "A nossa 24ª Pesquisa Executi-

va Automotiva Global da KPMG chega num momento crucial para os fabricantes de automóveis. As oportunidades de negócio nunca pareceram tão grandes, impulsionadas pelos avanços nos trens de força elétricos, na tecnologia de direção autônoma e na promessa de uma experiência do cliente mais mágica no veículo. Na fábrica, nos showrooms e nos sites de comércio eletrônico, a inteligência artificial e outras tecnologias estão mudando a forma como os carros são fabricados, vendidos e atendidos", escreve Gary Silberg, Global Head of Automotive KPMG International, na introdução ao relatório final do estudo. Na visão dos executivos do

setor, a perspectiva de avanço dos elétricos é crescente, mesmo com os recentes questionamentos decorrentes dos diferentes problemas envolvendo EVs mundo a fora. Porém, há variações regionais significativas, influenciadas por fatores como infraestrutura e política governamental. Na Europa Ocidental, na pesquisa do ano passado, a estimativa dos entrevistados era que os veículos elétricos a bateria representariam 24% das vendas em 2030; agora, a estimativa consensual foi de 30%. Nos Estados Unidos, passou de 29% para 33% e, na China, saltou de 24% para 36%. E, segundo os executivos, em 2030 a Tesla será a protagonista deste mercado.

CONSUMIDORES

O estudo aponta que a experiência do cliente, cada vez mais digital, emergiu como diferencial chave no setor automotivo. As prioridades estão mudando na hora de comprar o carro. É ver-

dade que, na avaliação dos executivos, o desempenho ao dirigir continua sendo o atributo mais importante (citado como muito ou extremamente importante por 80% dos entrevistados globais). Mas uma experiência do cliente sem problemas e sem complicações subiu para o segundo lugar. Os gestores de concessionárias apontaram que, globalmente, os consumidores estão buscando experiência digital simples, começando pela pesquisa e avaliação até a compra e a posse do carro.

A crescente digitalização das experiências – desde a pesquisa até o próprio ato de dirigir – traz um novo desafio para as montadoras: foco renovado na engenharia de software e na segurança cibernética. Além disso, a rápida evolução da inteligência artificial e de outras tecnologias exige investimentos em treinamento de pessoal e parcerias estratégicas para impulsionar a inovação. Tudo isso redundará em uma profusão de dados gerados

a partir do automóvel. A quem confiá-los? Veja as respostas no gráfico a seguir. "Os consumidores estão cada vez mais experientes e exigentes em relação à tecnologia nos carros. Os fabricantes devem manter-se à frente de seus concorrentes ao oferecer os equipamentos mais recentes em veículos autônomos, recursos avançados de conectividade e tecnologias de segurança aprimoradas", comentou Vinodkumar Ramachandran, sócio líder de consultoria empresarial da KPMG Índia.

PROTEÇÃO AOS DADOS GERADOS PELOS VEÍCULOS

Os consumidores tendem a confiar mais em empresas de tecnologia especializadas em segurança cibernética para proteger os dados gerados pelo veículo. Isso se deve à percepção de que essas empresas possuem mais experiência e expertise específica nesse campo, o que pode oferecer maior segurança e confiança em relação à proteção

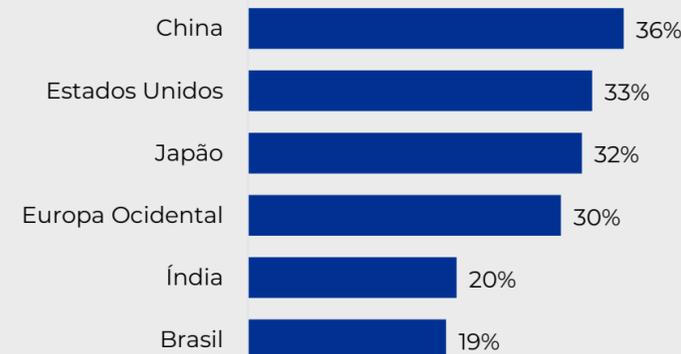
dos dados do veículo.

SUPRIMENTOS

Os problemas no fornecimento para montadoras e aftermarket se agravaram com a epidemia da covid-19, mas de lá pra cá as preocupações não cessaram. Disrupções nas cadeias de suprimentos se destacam na pesquisa como um dos principais desafios do setor automotivo globalmente. Os resultados do estudo mostram que várias empresas estão adotando uma abordagem cautelosa na gestão dessas redes, com foco na priorização da resiliência sobre a tomada de decisões imediatas.

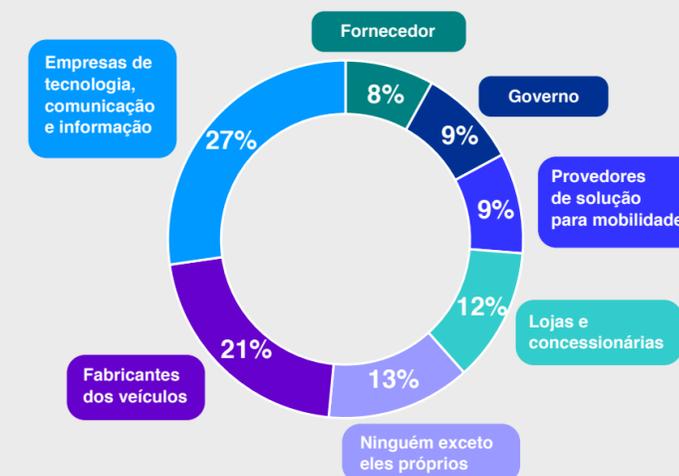
Essa preocupação só não ocorre entre os respondentes chineses, o que, segundo a avaliação da KPMG, é compreensível, visto que hoje a China é a maior fornecedora de diversas commodities essenciais, especialmente aquelas relacionadas a veículos elétricos. Entre os entrevistados fora da China, 45% estavam muito ou extremamente preocupados

Participação de mercado estimada para EVs em 2030



Fonte: Global Automotive Executive Survey

Em quem os consumidores confiam para proteger os dados dos veículos



com o acesso ao lítio, cobalto e outros componentes de bateria. Na pesquisa, 78% dos executivos de montadoras se mostraram muito ou extremamente preocupados com o suprimento de lítio (63% em 2023). Em relação aos semicondutores – componentes que nos últimos três anos paralisaram linhas de montagem em todo o mundo –, 14% mostraram-se extremamente preocupados e 31% muito preocupados. A aquisição direta de matérias-primas foi apontada como a principal estratégia para minimizar problemas com fornecimento. Apesar das diferentes ações de contingenciamento adotadas, permanece uma forte inquietação entre os executivos quanto à continuidade do fornecimento de commodities e componentes nos próximos cinco anos – especialmente, como já visto, lítio e cobalto. Assim, 90% consideraram de importância moderada a extrema a necessidade de

passar a produzir alguns dos componentes brutos.

TECNOLOGIA

A evolução tecnológica no setor automotivo tem sido cada vez mais rápida e agressiva. E, ao que tudo indica, até as montadoras estão preocupadas com esta evolução. Na pesquisa, os executivos das OEMs mostraram menos confiança em sua capacidade de acompanhar as inovações tecnológicas, como inteligência artificial e robótica avançada, em comparação com a edição anterior do estudo. A rápida evolução da IA, especialmente a IA generativa (Gen AI), está exigindo mais treinamento de funcionários para aproveitar seu potencial em diversas áreas. A competição por talentos em IA está acirrada – e as empresas que dominam essa tecnologia têm grandes vantagens competitivas. No que diz respeito à tecnologia de powertrain, as montadoras estão diversi-

ficando suas opções, com um aumento no investimento em tecnologias híbridas. Foram 12% os executivos que se sentem extremamente bem preparados para as inovações contra 22% na edição anterior. E, como você provavelmente leu (assim espero!) em reportagem

publicada neste Novo Varejo sobre o carro elétrico da Xiaomi, a entrada de gigantes da tecnologia no mercado automotivo preocupa as montadoras. Segundo a pesquisa, a Apple é o potencial concorrente número um, mas a lista é longa, incluindo Google, Samsung, Baidu e outros.



Otimismo, pero no mucho!

Cautela e prudência, sem perder a ternura. É mais ou menos assim que se sentem os executivos do setor automotivo global quanto ao futuro no curto prazo. Os especialistas da KPMG interpretam que os resultados da 24ª pesquisa global mostram que o otimismo permanece entre líderes dos diferentes segmentos abordados, mas com variações. Respondentes do Brasil e da América do Sul como um todo demonstram forte confiança em seu

futuro, já os norte-americanos revelam uma tendência de confiança decrescente, provavelmente em razão de uma insegurança no que se refere a preços e margens. No geral, os executivos demonstram sólida prudência palpável ao enfrentar os desafios geopolíticos e econômicos. Entre os fornecedores entrevistados, a confiança extrema caiu de 56% na pesquisa anterior para apenas 23% agora. Porém, entre os sul-americanos, 36% estão extremamente confiantes e 45% estão razoavelmente confiantes. No que se refere aos brasileiros, esses percentuais são, respectivamente, de 42% e de 45%.

Os líderes do setor também estão menos confiantes na possibilidade de crescimento dos lucros pelos próximos cinco anos, ainda que os índices não possam ser interpretados como uma visão pessimista. No Brasil, 42% dos executivos estão extremamente confiantes e 45% razoavelmente confiantes no futuro do setor. Entre os respondentes sul-americanos, 36% estão extremamente confiantes e 45% estão razoavelmente confiantes. Mas nos Estados Unidos, que tem o maior mercado automobilístico do mundo, a confiança decresceu de 48% para 43%. Confiança extrema em alta só mesmo na China: de 28%

para 36%. Também existem preocupações relacionadas aos preços: hoje, mais de dois terços dos fabricantes de equipamentos originais preveem aumento de 5% a 10%. No Brasil, esse índice chega a incríveis 73%. O lado bom é que, segundo a interpretação da KPMG, as respostas obtidas indicam que as oportunidades de negócios nunca foram maiores, impulsionadas pelos avanços na eletrificação da frota, no desenvolvimento da tecnologia de direção autônoma e nas infinitas possibilidades que soluções disruptivas, como a inteligência artificial. É sempre oportuno encerrar com um final feliz.



Confira os lançamentos da **2mc** no catálogo digital

2M.C.COM.BR

2mc

As juntas homocinéticas e os kits de reparo Nakata são referência em durabilidade e resistência, sabe por quê? Porque garantem máxima eficiência na transmissão de força do motor para as rodas. O que significa segurança para quem aplica, tranquilidade para quem usa e um ótimo resultado para quem vende. Então, quando o assunto é transmissão, não tenha dúvida: é tudo azul, tudo Nakata no seu estoque.

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

PORQUÊ É



No trânsito, escolha a vida.

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



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



EAD
Cursos online, gratuitos e com certificado.



INSTAGRAM
Imperdível para quem trabalha com vendas de autopeças.



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

nakata.com.br
0800 707 80 22