



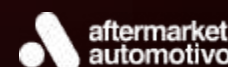
novovarejo

a mídia do aftermarket **automotivo**



MAIORES E MELHORES REGIONAL 2024

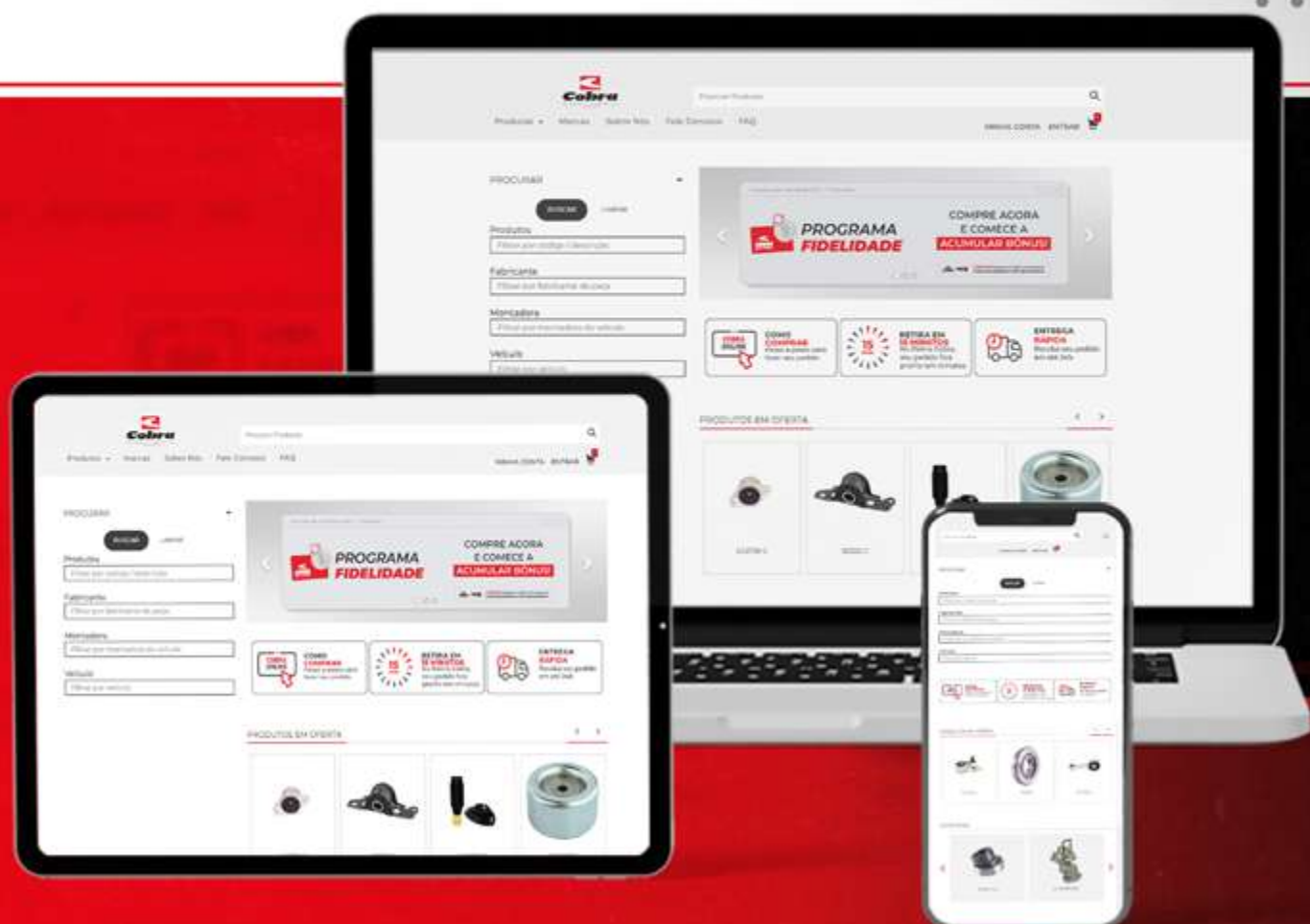
Os resultados da terceira edição da pesquisa que apura o desempenho empresarial dos distribuidores com expressiva atuação em cada uma das cinco regiões do Brasil segundo a avaliação dos varejistas de autopeças para veículos leves



SEU CANAL DE INFORMAÇÃO SOBRE
O AFTERMARKET AUTOMOTIVO

PODCASTS, ENTREVISTAS, DEBATES, REPORTAGENS,
PESQUISAS, TUDO EM UM SÓ LUGAR.

UM PRODUTO **Nhm**



LOJA ONLINE COBRA

SEU PEDIDO A POUCOS
CLIQUES DE DISTÂNCIA

www.cobrarolamentos.com.br | sac@cobrarolamentos.com.br

☎ 0800 016 3333 @cobrarolamentos



MODELO DE RETIRA COBRA,

**GARANTA SUAS
COMPRAS EM ATÉ**



ONLINE E NO OFFLINE



Acesse:
loja.cobrarolamentos.com.br



ESCANEE
O QR CODE
E FAÇA SEU
AUTOCADASTRO

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



Números da estagnação automotiva brasileira

O Brasil encerrou 2023 com uma capacidade instalada para produzir 4,5 milhões de veículos por ano. Acontece que fabricamos, ainda em 2023, 2,33 milhões de unidades, segundo informações da Anfavea. Isso representa quase 50% de ociosidade. Pior: significa também um crescimento de apenas 1% sobre... 2004! São nada menos que 20 anos entre um dado e outro com basicamente o mesmo resultado. Nosso melhor desempenho ocorreu em 2013, quando saíram das linhas de montagem 3,73 milhões de veículos. A capacidade instalada, jamais atingida, chegou a ser de 5 milhões. Sim, enfrentamos uma pandemia. Mas, em 2019, último ano antes da crise sanitária global, a produção total havia sido de 2,95 milhões, bem distante de 2013.

Começamos com estes números para entender um pouco melhor algumas das principais constatações da edição 2024 do Relatório da Frota Circulante que acaba de ser publicado pelo Sindipeças – veja em nossas páginas uma matéria bem mais detalhada sobre o assunto. A primeira constatação diz respeito à participação dos carros leves no total da frota brasileira: 81% dos 47 milhões de autoveículos que circulam em nossas vias. Considerando que nosso foco editorial é exatamente esta parcela, vamos nos limitar a ela até o final do texto. E mais uma vez chama atenção a morosidade com que os números crescem. Entre 2014 e 2023, passamos de 34,71 para 38,40 milhões de unidades. A expansão de 2023 sobre 2022 foi de apenas 0,2%, ainda pior que os 0,3% de 2022 para 21.

Tal lentidão reflete, naturalmente, no envelhecimento da frota brasileira de veículos leves. Os 8 anos e 7 meses em 2014 se transformaram em 11 anos e 1 mês em 2023. Se isso é benéfico no curto prazo para o mercado de reposição, por outro lado mostra que o país não vem crescendo como deveria, e as potenciais demandas futuras para o aftermarket são comprometidas pelo enxugamento dos números de renovação do parque circulante. Os carros com idade entre 0 e 5 anos representavam em 2014 40,7% da frota, índice que caiu quase pela metade no ano passado: 21,3%. Retrato fiel de um país que não consegue crescer.

E para finalizar, a gênese nefasta dos dados demonstrados até aqui. A produção não anda porque os brasileiros não conseguem ampliar acesso aos automóveis. Se em 2014 tínhamos 4,7 veículos para cada habitante, em 2023 a proporção evoluiu discretamente para 4,3. Considerando apenas a população economicamente ativa, fomos de 2,4 para 2,3 habitantes por veículo. Ou seja, um quadro de estagnação em 10 anos. Só para comparar, a China conseguiu reduzir de 8,5, em 2015, para 4,4 habitantes por veículo em 2020. OK, a China vem experimentando nos últimos anos um crescimento fora da curva. Mas, afinal, não queremos nós também crescer?

A indústria automotiva está entre as mais importantes do país. Apesar dos desafios, fomos, em 2022, o 8º maior produtor de veículos do mundo e o 6º maior mercado consumidor, segundo a Anfavea. Ao mesmo tempo em que os indicadores nos alertam para um processo de estagnação que precisa ser superado, o potencial de consumo está posto. Ter um carro próprio ainda é desejo de boa parte dos brasileiros. É fundamental fazer com que nossa economia cresça de forma sustentável para que tal desejo possa ser atendido.

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 - #429 1 de Maio 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)

MONROE AXIOS

NOVOS PIVÔS E TERMINAIS DE DIREÇÃO PARA UMA CONDUÇÃO AINDA MAIS SEGURA!

Com um compromisso inabalável com a qualidade e segurança, cada produto Monroe Axios é testado rigorosamente, garantindo que sua confiabilidade seja impecável. Agora, estamos expandindo nosso portfólio, oferecendo uma solução completa para a suspensão, proporcionando a você, mecânico, e aos seus clientes, a tranquilidade que merecem, e uma solução completa para a suspensão.

Nossa missão é construída sobre a base sólida de excelência, e estamos comprometidos em manter esse padrão em cada peça que comercializamos. Com os Pivôs e Terminais de Direção Monroe Axios, você não só obtém durabilidade e desempenho excepcionais, mas também a certeza de um produto confiável que mantém os veículos em segurança nas ruas e estradas.

Descubra o que nos torna a escolha número um dos profissionais automotivos.

MONROE AXIOS
65 ANOS
 A marca preferida dos mecânicos

Instituto Ayrton Senna
 MONROE

/MonroeBR @monroeamortecedores @MonroeBrasil www.monroe.com.br



Conversamos com gestores das empresas vencedoras da classificação geral na pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças Regional. Eles explicam a razão do sucesso de seus negócios.

08

14 Saíram os resultados da terceira pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças Regional. Os vencedores foram revelados em evento online transmitido pela A.TV e você também pode assistir.

Pesquisa realizada nos Estados Unidos confirma importância do movimento Right to Repair e Right to Connect na medida em que revela o custo para as oficinas do bloqueio de informações pelas montadoras.

36

40 Stellantis anuncia planos estratégico para a América do Sul e assume motorização híbrida para o Brasil, país em que se declara líder na distribuição de autopeças para o mercado de reposição.



Frota brasileira de automóveis chega a 47 milhões de unidades segundo novo relatório do Sindipeças. Automóveis leves correspondem a 81,5% deste volume e têm idade média cada vez mais elevada.

54

A hibridização é tendência global?

Na edição 329 ouvíamos com exclusividade um consultor da ONU para trazer nova visão sobre o processo de eletrificação veicular

Nas próximas páginas você vai ver que a Stellantis, maior montadora com atuação no Brasil, assumiu a motorização híbrida como a tecnologia de propulsão para o mercado nacional, confirmando o que já vinha sendo dito pelos especialistas e repercutido ao longo do tempo pelo Novo Varejo. Há 100 edições já mostrávamos esta tendência a partir de uma entrevista exclusiva com o doutor em economia da energia Luiz Augusto Horta Nogueira, ex-diretor técnico da Agência Nacional do Petróleo e consultor de agências das Nações Unidas como a FAO (Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura), a CEPAL (Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe) e o PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento). Em nossa conversa, o pesquisador especializado em temas relacionados à bioenergia afirmou que a hibridização da cadeia automotiva é uma tendência muito mais

real do que a eletrificação de carros que utilizam bateria. “Não há dúvida que a eletrificação vem. Mas qual é essa eletrificação que está vindo? Ora, é o acionamento das rodas do carro com o motor elétrico. Isso já foi sugerido por Porsche no começo do século passado (...). Esse é o modelo híbrido que a gente está vendo hoje. E é o modelo que vem com certeza e está sendo abraçado pela grande maioria das montadoras importantes – exceto a Tesla, que vive um hype incompreensível”, refletiu durante a entrevista. Mais do que analisar o contexto global como um todo, no entanto, Nogueira apontou questões que podem colocar o Brasil em posição de grande vantagem competitiva no novo cenário – posto que o etanol é atualmente, segundo ele, o combustível que, quando combinado com o motor elétrico, emite a menor quantidade de poluentes na atmosfera.

LINHA PESADA PERTINHO DE VOCÊ.

tá na **mão** tá na **pellegrino**

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

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

Pellegrino
Conte com nossa gente.

MAIORES & MELHORES
em distribuição de autopeças

REGIONAL



Vencedores da Maiores e Melhores Regional 2024 repercutem resultados da pesquisa

Porta-vozes falam sobre a importância de incorporar as particularidades de cada região no planejamento estratégico das empresas

No último dia 25 de abril, a terceira edição da pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças Regional teve seus resultados divulgados em evento online transmitido pela A.TV, o canal de conteúdo em vídeo do aftermarket automotivo.

O estudo, que investigou o desempenho empresarial dos distribuidores que atuam com foco em cada uma das cinco regiões do Brasil a partir da avaliação de quase 1.400 varejistas de autopeças para veículos leves de todo o país, elegeu Jahu, PMZ, Toli Distribuidora, Comando e Auto Norte como as respectivas campeãs na classificação geral das regiões Sudeste, Norte, Sul, Centro Oeste e Nordeste do país.

A fim de entender o impacto do reconhecimento dos principais clientes das empresas eleitas em suas estratégias de negócio, bem como compreender de que maneira elas utilizam as particularidades de suas regiões para produzir soluções sob medida conversamos com os porta-vozes dos vencedores.

Vale destacar que, como metodologia, a pesquisa convidou a amostra participante a atribuir notas de zero a dez para as distribuidoras locais em cada um dos 21 quesitos de avaliação. Posteriormente, a média das notas atribuídas resultou na classificação geral por cada região (saiba mais na matéria especial desta edição). A reportagem completa com os resultados da pesquisa você vai ver nas páginas seguintes a esta entrevista.

Novo Varejo - Qual a importância de ser reconhecido pelos varejistas de sua região?

Alcides Acerbi Neto (Diretor Comercial da Jahu) - É muito importante recebermos este reconhecimento dos varejistas. Isso fortalece e motiva a todos aqui na Jahu, pois mostra que os esforços pela excelência no atendimento como um todo foram recompensados.

Fábio Malinconico Jr. (Diretor Comercial e Marketing da PMZ) - É mais uma afirmação de que estamos no caminho certo. O grupo vem sempre inovando no mercado, trazendo a gestão por categorias de produtos, capacitando melhor nossos times e negociando melhor com nossos fornecedores, a fim de garantir um atendimento diferenciado, produtos de qualidade e com boas condições comerciais. Temos diversos projetos já implantados, além de outros em andamento e por vir, então é gratificante vermos que o mercado reconhece nossas ações. Temos competidores fortes no mercado, então estar sempre em movimento é fundamental.

Lucio Santin (Assistente de Direção da Toli) - É gratificante. O resultado da pesquisa demonstra que nosso trabalho é efetivo e que colhemos frutos pelo nosso esforço de imprimir qualidade, profissionalismo e organização naquilo que entregamos aos nossos



MAIO

Amarelo



No trânsito, o sentido é a vida.

Não basta apenas ter consciência,
é preciso exercê-la!

Juntos, podemos salvar vidas!

Paz no trânsito começa por você!

Leia o QRcode e
acesse nosso site!



rmp.com.br

Conheça nossas redes sociais

[@rmpdistribuidora](https://www.instagram.com/rmpdistribuidora) [RMP](https://www.facebook.com/RMP)

RMP

clientes. Representa também que é produtivo e virtuoso o relacionamento que estabelecemos com tantos varejistas da região Sul. É prova de que os clientes não perdem tempo, aproveitam as inúmeras oportunidades do nosso portfólio e ganham dinheiro comprando conosco.

Fabiano Medeiros (Supervisor da Comando) - Credibilidade! Ao atingir certo nível de reconhecimento conseguimos ampliar a carteira de clientes apenas com o nosso nome. Esse status conquistado facilita bastante o momento de fechar vendas e firmar novos negócios. O atendimento ágil e eficaz, sinceridade e comprometimento dos colaboradores são alguns exemplos que os clientes valorizam. Quando nossa marca se distingue das demais, e conquista reconhecimento do público, a tendência é ganhar seguidores fiéis. A marca passa a fazer parte do estilo de vida das pessoas e muitos desses clientes passam a defendê-la com afinco. Para conquistar esse objetivo, é necessário paciência e perseverança, pois é um processo lento e contínuo (mas quando vemos o resultado, percebemos que valeu muito a pena).

Bruna Monteiro (Diretora de Gente, Gestão e Comunicação da Auto Norte) - O Grupo Auto Norte é uma empresa genuinamente nordestina. Temos unidades e centros de distribuição em todos os estados do Nordeste. Por conta disso, temos toda uma conexão, afetividade e história com a região, além de um foco especial para os nossos clientes e colaboradores que aqui estão. Sermos reconhecidos pelos varejistas, pelos nossos clientes como a maior e melhor, inclusive das categorias que a gente também recebeu o primeiro lugar, é um orgulho imenso e faz com que a gente entenda que o trabalho que a gente desenvolve aqui na região está no caminho certo.

Novo Varejo - Como os resultados completos da pesquisa Maiores e Melhores Regional podem auxiliar em novos movimentos estratégicos da sua empresa?

Alcides Acerbi Neto (Jahu) - Os resultados por quesito são muito bons. Facilitam a identificação do que está dando certo e alerta onde podemos melhorar.

Fábio Malinconico Jr. (PMZ) - Nos ajuda a compreender ainda melhor nossos pontos de acerto e, ainda mais importante, nossas oportunidades de melhoria.

Lucio Santin (Toli) - Os resultados completos são um bom objeto de análise estratégica. Eles mostram padrões de comportamento de cada mercado e, principalmente, a fatia do mercado varejista que o distribuidor atende na sua região de origem. Essas informações são importantes para embasar ações de marketing e de expansão.

Fabiano Medeiros (Comando) - Se tratando de 1.500 varejistas pesquisados, isso nos traz uma ideia de diversidade no sistema de distribuição de peças no mercado brasileiro. Estamos prestando muita atenção aos resultados de cada um dos critérios, e é aí que identificamos como e quando será a próxima virada de chave para nosso planejamento estratégico. Entender como o cliente nos enxerga e qual a percepção que ele tem dentro desses 21 atributos é de vital importância. Esses resultados traduzem o cotidiano e as necessidades de cada varejista. Tudo isso é muito importante para

a evolução empresarial e do crescimento da Comando Auto Peças. **Bruna Monteiro (Auto Norte)** - Uma pesquisa de mercado, onde a gente consegue visualizar pelas categorias que são amplas, vai subsidiar muitas ações dentro dos diversos setores que temos na nossa empresa. Da logística completa, onde tem expedição e garantia, como exemplo. A parte de vendas e promoção de vendas, marketing e comunicação e até mesmo uma parte de ESG, para seguirmos garantindo que esta seja uma empresa confiável, ética e sustentável. Em resumo, a pesquisa do Novo Varejo nos subsidia nos principais vetores, agentes e setores do nosso negócio. E, sendo assim, a gente vai olhar para esses resultados com uma lupa, um cuidado e vai trazer para as nossas lideranças essas informações para traçar e complementar o nosso planejamento estratégico.

Novo Varejo - Nos últimos anos, como o avanço da tecnologia e o aumento da demanda por soluções digitais impactou a sua empresa? Que adaptações vocês fizeram nos últimos três anos neste sentido?

Alcides Acerbi Neto (Jahu) - Os impactos dos avanços tecnológicos são grandes. Temos que estar atentos aos movimentos do mercado. Nos últimos anos nos adaptamos aos novos canais de vendas. Hoje a Jahu já é uma empresa multicanal, atendendo nossos clientes com vendedores externos, telefone, chat, WhatsApp, B2B, loja virtual, app mobile, etc.

Fábio Malinconico Jr. (PMZ) - Sobre o avanço da tecnologia, nós como grupo inovador que somos estamos sempre atentos. Inclusive, estivemos presentes esse ano na NRF nos Estados Unidos, onde pudemos trazer mais novidades para nossa empresa. Já temos implantados sistemas de leitura e separação do estoque, iluminação inteligente, ponto digital, dentre outros. E, após a feira, já estamos avaliando novas frentes. Sobre a demanda por soluções digitais, entendemos que a transição para o digital avança cada vez mais rápido. Os clientes buscam soluções personalizadas, ágeis e que facilitem seus processos de pesquisa e compra. Estas demandas são fortes influências nos projetos que estamos implementando e que vamos implementar no futuro. Nos últimos anos, temos trabalhado em facilitar o acesso a informações importantes para a decisão de compra.

Lucio Santin (Toli) - Impactou positivamente, pois sempre estivemos preparados para o avanço da tecnologia. Utilizamos a tecnologia, por exemplo, para aprimorar o relacionamento entre vendedor e cliente desde 2002, quando lançamos a primeira versão de nosso catálogo digital. Desde aquele tempo, constituímos um grande banco de imagens e informações que foi realçado pelo avanço da tecnologia, de maneira a municiar ainda mais o vendedor e apurar a experiência do cliente. Tem destaque, nos últimos três anos, a estruturação de nosso CRM e as customizações constantes nas funções do portal do cliente que teve, inclusive, uma versão mobile disponibilizada. Além disso, diversas melhorias de processo que nos dão mais controle, eficiência e produtividade foram implementadas no backoffice nos últimos três anos.

Fabiano Medeiros (Comando) - Sim, as soluções tecnológicas utilizadas no dia a dia têm melhorado bastante os nossos processos internos e nos auxiliado na tomada de decisões, gerando benefi-



**Alcides
Acerbi Neto**

Jahu



**Fábio
Malinconico Jr.**

PMZ



**Lucio
Santin**

Toli



**Fabiano
Medeiros**

Comando



**Bruna
Monteiro**

Auto Norte

cios para todas as áreas da Comando Auto Peças. A tecnologia usada da maneira correta ajuda a eliminar desperdícios e reduzir custos. Nos últimos anos temos investido em ferramentas de análise de dados, implementações em Mídias sociais, plataformas de entrega expressa, base de dados com informações sobre veículos, formação de novos vendedores, como também, em ferramentas de logística de estoque.

Bruna Monteiro (Auto Norte) - Nos últimos três anos, os investimentos que a gente vem fazendo na parte de tecnologia estão sendo altíssimos e vêm seguindo um orçamento bem robusto desde então. A gente fez, há cinco anos, a integração de todo o nosso ERP, nosso sistema integrado, da TOTVS. E nesse caminho, após essa integração e um novo sistema também de vendas acoplado, que hoje é o nosso 'KKI Vendas', a gente veio desbravando esse mercado B2B digital nos nossos clientes atuais e em novos clientes também. A gente tem como plano investir ainda mais nas nossas ferramentas. E, nesse sentido, lançamos, inclusive, um aplicativo mobile de celular com o mesmo nome KKI Vendas que vem tendo melhorias e novas aplicações – todos os nossos lançamentos do mercado, dia após dia, sendo renovados e atualizados. Tudo isso tem tornado cada vez mais fácil e mais rápido comprar com o Grupo Auto Note.

Novo Varejo - Você vê especificidades de sua região em relação às demais? Como estar conectada com as dinâmicas regionais te dá uma vantagem competitiva em relação aos concorrentes que possuem uma abordagem nacional?

Alcides Acerbi Neto (Jahu) - Acho que as empresas têm que estar aptas à uma abordagem ampla, regional e nacional. A Jahu atende todas as regiões do Brasil, mas tem mais filiais na região Sudeste. E não é por ter uma presença física mais forte no Sudeste que nos prendemos aos usos e costumes da região. Não podemos nos restringir às características locais, pois, como mencionado, a disseminação da informação e da tecnologia está mais rápida e acessível. É um risco muito grande ficar preso aos “costumes” locais. Eles podem mudar rapidamente e a empresa pode não conseguir reagir na mesma velocidade.

Fábio Malinconico Jr. (PMZ) - Sim, enxergamos claramente as especificidades de cada região que atendemos. Temos nossa matriz no Amazonas, mas além da região Norte, também atendemos Centro-Oeste e Nordeste. E cada uma tem suas particularidades – citando como exemplo o próprio Amazonas, onde temos um desafio logístico marítimo, que não temos no Nordeste e Centro-Oes-

te. Apesar de já estarmos em 3 regiões diferentes e mais de 80 filiais, mantemos nossa característica de agilidade e velocidade nas demandas de cada região. Nós entendemos claramente as diferenças entre as regiões que atendemos, nos dando com isso um diferencial competitivo. Em cada região observamos como nossos diversos canais têm respostas com diferentes graus de efetividade. Para nós é impossível pensar na comunicação de forma homogênea em todos os estados em que atuamos.

Lucio Santin (Toli) - Particularmente, não vejo especificidades que tornem uma região tão distinta de outra, até porque conheço apenas os mercados das regiões Sul e Sudeste. Mesmo assim, suponho que fatores como infraestrutura e a distância entre os centros urbanos diferencie as regiões Sul e Sudeste das demais. Entre Sul e Sudeste, porém, há pouca diferença. Isso porque o mercado de autopeças de cada localidade se desenvolve de maneira particular, talvez mais determinada pela demografia, pela presença de linha pesada ou agrícola do que pela região que pertence. Portanto, penso que estar conectado com uma dinâmica regional não é necessariamente uma vantagem competitiva sobre uma abordagem nacional padronizada – muito menos se se tratar de uma abordagem de fato padronizada. Estar conectado com o cliente, conhecê-lo e escutá-lo é o que pode te oferecer uma vantagem competitiva.

Fabiano Medeiros (Comando) - Sim, demais! Partimos do princípio que cada região tem uma frota circulante específica, que cada estado tem uma regra fiscal própria e estamos sempre evoluindo em apresentar o melhor custo-benefício para o nosso produto. Não podemos deixar de salientar os fatores culturais de cada localidade, parceria com frotistas regionais, distância física entre nossas lojas e o cliente. A Comando Auto Peças está em constante evolução para identificar a melhor forma de apresentar o seu produto e satisfazer os mais específicos nichos de mercado da nossa região.

Bruna Monteiro (Auto Norte) - A gente percebe, de fato, em nossa cultura genuinamente nordestina, em nossa essência, algumas vantagens competitivas contra os nacionais que aqui estão no nosso mercado. Elas estão relacionadas muito à forma com que a gente conduz os nossos relacionamentos, não só pessoais, mas, nesse caso, comerciais e profissionais. A gente também, por estar aqui dentro, conhece na íntegra como nossos clientes, colaboradores e o mercado como um todo gostam de ser tratados e o que valorizam em termos de política comercial, confiança, garantia. Nesse sentido, não é casa de ferreiro, espelho e pau. A gente usufrui e conduz nossas ações de todas as instâncias, principalmente na parte comercial, baseada nessa vantagem competitiva de ser nordestino.



NTN Performance em movimento

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



MAIORES & MELHORES
em distribuição de autopeças

REGIONAL

PARABÉNS AOS VENCEDORES E DESTAQUES
REGIONAIS DA EDIÇÃO 2024

A terceira pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças Regional revelou muito mais do que os cinco vencedores nas diferentes regiões do país. Apontou também empresas que ficaram em primeiro lugar em pelo menos um dos quesitos pesquisados, o que leva o total de premiados para mais de uma dezena de distribuidores, mostrando a força e o poder de presença das empresas regionais.

Vimos notáveis demonstrações do dinamismo dos mercados regionais e uma disputa obstinada entre os gigantes locais, em mais um serviço com a assinatura NHM, Novomeio Hub de Mídia, através do After.Lab e do Novo Varejo Automotivo, apresentado com o propósito de gerar dados, produzir referências e seguir provocando a evolução de empresas e profissionais desse Aftermarket Automotivo por um conteúdo sempre inédito, criativo e inspirador.

DISTRIBUIDORES PREMIADOS



REALIZAÇÃO

DIVULGAÇÃO



Maiores e Melhores Regional 2024 revela acirramento da concorrência na distribuição

Veja os resultados da terceira pesquisa realizada pelo After.Lab que apurou a opinião dos varejistas sobre o desempenho empresarial dos fornecedores com foco em cada uma das cinco regiões do Brasil

A terceira pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças Regional teve os resultados anunciados em primeira mão durante cerimônia online exibida pela A.TV – o canal de conteúdo em vídeo do aftermarket automotivo no Youtube – na noite de 25 de abril. O evento promovido pela Novomeio Hub de Mídia, pelo Novo Varejo Automotivo e pelo After.Lab, núcleo de pesquisas e inteligência de mercado, revelou os distribuidores com forte atuação em suas regiões que obtiveram as melhores notas de avaliação de seu desempenho empresarial atribuídas pelos varejistas de autopeças para veículos leves de todo o Brasil.

Para a realização da pesquisa foram entrevistados, no total, 1.393 varejistas. Participaram do estudo os distribuidores com atuação regional que melhor se classificaram na primeira fase da edição nacional 2023 da pesquisa Maiores e Melhores.

Os varejistas entrevistados atribuíram notas de zero a dez para estas empresas em cada um dos 21 quesitos de avaliação sobre o desempenho empresarial dos fornecedores. A média

de todas as notas somadas resultou na classificação geral por região.

E uma informação importante: mantendo o compromisso de evolução permanente do trabalho, o After.Lab confirmou a metodologia de ranqueamento seletivo nos resultados finais, estabelecendo a partir dessa edição do estudo que os distribuidores fossem avaliados por uma amostra quantitativa de varejos na maioria dos estados que formam as diferentes regiões do país, gerando assim um equilíbrio representativo e comparativo entre as empresas competidoras.

O evento que anunciou os vencedores da MM Regional teve apresentação da jornalista Dreisse Drielle. O vídeo continua disponível no canal. Basta acessar <https://www.youtube.com/c/ATVmidia>

Nas tabelas a seguir, você conhece os Maiores e Melhores por atributos de desempenho empresarial e classificação geral em cada uma das cinco regiões do Brasil segundo a opinião de quem mais entende do assunto: os varejistas de autopeças.



REGIONAL



Empresas premiadas foram conhecidas em evento online transmitido pela A.TV, o canal em vídeo do aftermarket automotivo



REALIZAÇÃO



DIVULGAÇÃO



Lado a lado com você, em todo o Brasil

Patrícia Nunes
Cliente
Recife - PE

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

#POR
TODO
BRASIL

Antonio de Pádua
Gerente Regional



*Rapidez na entrega
em todo o Brasil.*



*Variedade e qualidade
do nosso portfólio.*



*Compromisso com
a sua empresa.*

29
FILIAIS



Conheça a
filial mais
perto de você.

Sama
Autopeças

Maiores e Melhores Regional 2024 revela acirramento da concorrência na distribuição

PRODUTO

Qualidade das marcas

NORTE	NORDESTE	CENTRO-OESTE	SUDESTE	SUL
PMZ 8,89	AUTOFORT 9,07	POLIPEÇAS 8,74	BARROS 8,95	EMBREPAR 8,79
RONDOBRAS 8,88	AUTO NORTE 9,06	COMANDO 8,71	COMPEL 8,85	TOLI 8,63
PEMAZA 8,66	PADRE CÍCERO 9,01	JAVALI 8,36	COMDIP 8,78	SCHERER 8,46

Variedade das marcas

NORTE	NORDESTE	CENTRO-OESTE	SUDESTE	SUL
RONDOBRAS 8,44	PADRE CÍCERO 8,88	COMANDO 8,98	JAHU 8,36	AUTO PRATENSE 8,78
PEMAZA 8,31	LIGPEÇA 8,73	JAVALI 8,16	BARROS 8,29	EMBREPAR 8,55
PMZ 8,26	AUTOFORT 8,68	POLIPEÇAS 8,11	COMPEL 8,24	TOLI 8,43

Disponibilidade das marcas

NORTE	NORDESTE	CENTRO-OESTE	SUDESTE	SUL
PEMAZA 8,13	PADRE CÍCERO 8,50	COMANDO 8,75	JAHU 8,20	TOLI 8,40
RONDOBRAS 7,97	LIGPEÇA 8,48	JAVALI 8,02	COMPEL 7,99	AUTO PRATENSE 8,37
PMZ 7,86	AUTO NORTE 8,26	POLIPEÇAS 7,98	G&B 7,97	EMBREPAR 8,33

Acelere suas vendas com a **Linha Elétrica para Motos!**

LANÇAMENTO



- Chave de ignição
- Chave de luz
- Estator
- Motor de partida
- Regulador
- Relé de Partida
- Suporte e escovas

A linha de peças elétricas AuthoMix é excelência técnica e energia confiável.

A Linha Elétrica para Motos AuthoMix é projetada com precisão para garantir desempenho consistente. É a qualidade técnica traduzida em durabilidade e eficiência energética. A AuthoMix é confiança e qualidade para manter sua motocicleta energizada e pronta para enfrentar qualquer estrada.



Fale com nossos Revendedores e acelere seu estoque com a AuthoMix



authomix

Acesse o site e confira authomix.com.br

AUTHOMIX
Qualidade Original

COMERCIAL

Atendimento

NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
MELO	8,94	AUTOFORT	9,20	POLIFEÇAS	8,72	COMPEL	9,16	EMBREPAR	8,91
RONDOBRAS	8,88	AUTO NORTE	8,99	JAVALI	8,55	BARROS	9,10	TOLI	8,90
MILLANO	8,82	PADRE CÍCERO	8,89	COMANDO	8,30	JAHU	8,97	ROLEMAR	8,83

Entrega

NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
MELO	8,13	AUTO NORTE	8,54	COMANDO	8,23	JAHU	8,76	TOLI	8,63
PMZ	8,03	AUTOFORT	8,36	POLIFEÇAS	8,01	G&B	8,72	ROLEMAR	8,57
PEMAZA	7,98	PADRE CÍCERO	8,12	JAVALI	7,78	COMPEL	8,64	EMBREPAR	8,56

Equipe de vendas

NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
MELO	8,94	AUTOFORT	9,16	POLIFEÇAS	8,70	COMPEL	9,14	EMBREPAR	8,86
PMZ	8,88	AUTO NORTE	9,12	JAVALI	8,64	JAHU	8,97	TOLI	8,84
RONDOBRAS	8,76	PADRE CÍCERO	9,06	COMANDO	8,55	COMDIP	8,90	DPS	8,77

A Melhor do Sul



Conquistamos esse prêmio junto contigo. São quarenta anos de história premiados **no Maiores e Melhores em onze categorias**. Nos últimos três anos, já somam trinta e sete. Mas não vamos falar de números.

São milhares de quilômetros, milhares de peças entregues, e milhares de horas de atendimento todos os dias. Mas nem precisamos falar de números.

Os números impressionam, mas queremos falar de trabalho, porque **ninguém trabalha como a Toli trabalha**.



Saiba mais



RELACIONAMENTO

Apoio técnico

NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
MELO	7,85	AUTO NORTE	8,06	POLIPEÇAS	7,57	COMDIP	7,75	TOLI	7,77
PMZ	7,83	LIGPEÇA	7,77	JAVALI	7,55	COMPEL	7,74	ROLEMAR	7,64
RONDOBRAS	7,47	PADRE CÍCERO	7,74	CASTRILLON	7,18	JAHU	7,54	DPS	7,57

Garantia

NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
PMZ	7,62	AUTO NORTE	8,03	POLIPEÇAS	7,58	COMPEL	7,51	TOLI	7,99
MELO	7,54	AUTOFORT	7,97	JAVALI	7,45	COMDIP	7,43	DPS	7,82
RONDOBRAS	7,51	PADRE CÍCERO	7,87	CASTRILLON	6,98	G&B	7,39	AUTO PRATENSE	7,81

Suporte promocional

NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
PEMAZA	6,13	AUTO NORTE	6,20	POLIPEÇAS	5,53	BARROS	6,22	ROLEMAR	6,80
PMZ	5,81	BEZERRA OLIVEIRA	5,99	JAVALI	5,40	COMPEL	6,19	TOLI	6,76
MELO	5,13	AUTOFORT	5,89	CASTRILLON	5,36	G&B	5,91	AUTO PRATENSE	6,57

Auto Norte eleita Maior e Melhor do Nordeste!

Fomos vencedores da premiação de Maiores e Melhores Regional em Distribuição de Autopeças! Agradecemos a todos os clientes, colaboradores e parceiros, cujo apoio contínuo nos inspira a alcançar novos patamares.

1º Colocado Em 8 categorias:



- Entrega •
- Garantia •
- Inovação •
- Compromisso •
- Comunicação •
- Confiança •
- Apoio Técnico •
- Suporte Promocional •

AUTO NORTE
@autonortedistribuidora

PEÇA BRASIL
@pecabrasil

PRIMA PARTS
AUTOMOTIVE

Parceiros:

NAKATA®



cofop

Hipper Freios

IMAGEM

Inovação

NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
PEMAZA	7,64	AUTO NORTE	7,81	POLIPEÇAS	7,58	JAHU	7,67	AUTO PRATENSE	8,18
RONDOBRAS	7,60	PADRE CÍCERO	7,80	COMANDO	7,53	G&B	7,56	TOLI	8,18
MILLANO	7,48	AUOFORT	7,79	JAVALI	7,33	COMPEL	7,49	ROLEMAR	7,78

Evolução

NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
MELO	7,83	PADRE CÍCERO	7,99	COMANDO	7,65	COMPEL	7,50	AUTO PRATENSE	7,88
PEMAZA	7,38	AUTO NORTE	7,89	POLIPEÇAS	7,34	COMDIP	7,46	TOLI	7,75
PMZ	7,32	AUOFORT	7,87	JAVALI	7,12	JAHU	7,45	ROLEMAR	7,45

Admiração

NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
PMZ	8,21	AUOFORT	8,59	COMANDO	8,04	JAHU	8,23	TOLI	8,24
RONDOBRAS	8,16	PADRE CÍCERO	8,55	JAVALI	7,92	COMDIP	8,22	EMBREPAR	8,21
PEMAZA	7,95	AUTO NORTE	8,54	CASTRILLON	7,90	COMPEL	8,09	AUTO PRATENSE	8,19

COMANDO AUTO PEÇAS

Nossa maior conquista é você!

Uma iniciativa do After.Lab empresa do Aftermarket Automotivo, foram entrevistados quase 1500 empresários do varejo de autopeças para veículos leves de todo o Brasil.

A Comando Auto Peças foi pela segunda vez o maior destaque do centro-oeste.

Confira nossos destaques:

- VARIEDADE DAS MARCAS
- DISPONIBILIDADE
- ENTREGA
- EVOLUÇÃO
- ADMIRAÇÃO
- FREQUÊNCIA DE COMPRA
- PARCERIA
- LEGALIDADE
- ÉTICA

Agradecimentos

MAIORES & MELHORES
novovarejo
AFTER.LAB
aftermarket
automotivo
atv

BEHR
METAL LEVEL
MAHLE
NGK
FRASLE
elring
WEGA

IMPORTÂNCIA

Frequência de compra

NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
PEMAZA	7,89	PADRE CÍCERO	8,33	COMANDO	7,87	JAHU	7,49	EMBREPAR	7,97
MILLANO	7,72	LIGPEÇA	8,16	POLIFEÇAS	6,78	COMDIP	7,41	AUTO PRATENSE	7,76
RONDOBRAS	7,59	AUTO NORTE	7,89	JAVALI	6,63	COMPEL	7,27	ROLEMAR	7,39

Parceria

NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
RONDOBRAS	8,74	PADRE CÍCERO	8,60	COMANDO	7,87	JAHU	8,16	EMBREPAR	8,12
PEMAZA	8,38	AUOFORT	8,50	POLIFEÇAS	7,71	COMDIP	8,10	ROLEMAR	8,05
CONAPE	8,29	AUTO NORTE	8,47	JAVALI	7,53	BARROS	8,09	TOLI	8,04

Confiança

NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
PMZ	9,09	AUTO NORTE	9,01	JAVALI	8,84	JAHU	8,83	DPS	8,72
RONDOBRAS	8,99	PADRE CÍCERO	8,95	POLIFEÇAS	8,67	COMPEL	8,75	TOLI	8,70
MELO	8,77	AUOFORT	8,91	COMANDO	8,65	BARROS	8,73	EMBREPAR	8,69

PRESENÇA

Competência

NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
RONDOBRAS	8,96	PADRE CÍCERO	8,90	JAVALI	8,62	JAHU	8,75	TOLI	8,81
PEMAZA	8,67	AUOFORT	8,89	COMANDO	8,54	COMPEL	8,66	EMBREPAR	8,66
PMZ	8,66	AUTO NORTE	8,88	POLIFEÇAS	8,52	COMDIP	8,64	ROLEMAR	8,65

Comunicação

NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
PMZ	8,20	AUTO NORTE	8,68	JAVALI	8,17	COMPEL	8,64	TOLI	8,43
RONDOBRAS	8,14	PADRE CÍCERO	8,59	POLIFEÇAS	8,05	JAHU	8,50	EMBREPAR	8,30
MELO	8,06	AUOFORT	8,58	CASTRILLON	8,02	G&B	8,39	DPS	8,26

Compromisso

NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
PMZ	8,59	AUTO NORTE	8,86	POLIFEÇAS	8,51	JAHU	8,75	TOLI	8,68
RONDOBRAS	8,57	AUOFORT	8,85	JAVALI	8,45	G&B	8,69	ROLEMAR	8,53
PEMAZA	8,49	PADRE CÍCERO	8,70	COMANDO	8,22	COMPEL	8,62	AUTO PRATENSE	8,49



SÃO 55 ANOS JUNTO COM VOCÊ, FAZENDO O MELHOR!

Comemoramos nosso aniversário celebrando a tradição que construímos no mercado de autopeças.



MAIS DE 35 MIL PRODUTOS EM PORTFÓLIO



36 FILIAIS EM TODO O BRASIL



DISTRIBUIÇÃO NACIONAL

Agradecemos a todos os clientes, colaboradores e parceiros que confiam na Roles. Vamos continuar acelerando por mais. Porque Juntos Fazemos Melhor!



RESPEITO

Legalidade

NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
RONDOBRAS	9,54	PADRE CÍCERO	9,59	COMANDO	9,37	BARROS	9,43	TOLI	9,47
PEMAZA	9,39	AUTO NORTE	9,52	CASTRILLON	9,36	JAHU	9,42	VESPOR	9,46
PMZ	9,33	AUOFORT	9,50	POLIFEÇAS	9,35	COMDIP	9,41	EMBREPAR	9,43

Ética

NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
PMZ	9,24	AUOFORT	9,43	COMANDO	9,18	COMDIP	9,22	TOLI	8,99
MELO	9,21	AUTO NORTE	9,31	POLIFEÇAS	9,02	BARROS	9,14	ROLEMAR	8,95
RONDOBRAS	9,13	PADRE CÍCERO	9,29	CASTRILLON	8,88	G&B	9,13	DPS	8,92

Transparência

NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
PMZ	9,15	AUOFORT	9,27	POLIFEÇAS	9,04	COMDIP	9,05	DPS	8,93
RONDOBRAS	8,91	AUTO NORTE	9,25	COMANDO	9,03	JAHU	9,02	EMBREPAR	8,92
PEMAZA	8,67	PADRE CÍCERO	9,18	JAVALI	8,83	G&B	8,97	ROLEMAR	8,87

Distribuidora de Autopeças
Disape



38 anos
construindo o
sucesso, peça
por peça.

Desde 1986, uma história
marcada pelo **compromisso**
em oferecer para todo o
Brasil, **soluções completas**
em autopeças.



**Você é o principal
convidado da
nossa festa!**

Participe em:
loja.disape.com.br

Posicione a câmera do seu
smartphone para acessar:



disape.com.br

Conheça nossas redes sociais

[@disapedistribuidora](#) [Disape Autopeças](#)

VENCEDORES POR NÚMERO DE QUESITOS CONQUISTADOS

REGIÃO	EMPRESA	QUESITOS
NORTE	PMZ	8
NORDESTE	AUTO NORTE	8
CENTRO-OESTE	COMANDO	9
SUDESTE	JAHU	10
SUL	TOLI	11



CLASSIFICAÇÃO GERAL

NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
PMZ	8,20	AUTO NORTE	8,52	COMANDO	8,11	JAHU	8,29	TOLI	8,36
RONDOBRAS	8,18	PADRE CÍCERO	8,49	POLIPEÇAS	8,07	COMPEL	8,27	EMBREPAR	8,29
PEMAZA	8,17	AUTOFORT	8,46	JAVALI	7,97	COMDIP	8,21	ROLEMAR	8,24
MELO	8,06	LIGPEÇA	8,35	CASTRILLON	7,80	BARROS	8,19	AUTO PRATENSE	8,22
MILLANO	7,76	BEZERRA OLIVEIRA	8,34	-	-	G&B	8,18	DPS	8,15
CONAPE	7,55	-	-	-	-	-	-	SCHERER	8,04
-	-	-	-	-	-	-	-	VESPOR	7,92

Critério de classificação e exclusão

As empresas Ancora, MGR, Renavi e Pecista, embora classificadas para participar do estudo, não foram ranqueadas nos resultados finais porque não atenderam aos critérios estabelecidos pela metodologia: terem sido avaliadas na maioria dos estados de cada região e terem sido avaliadas por um número representativo de varejistas considerando o total da amostra entrevistada.

NÚCLEO DE INTELIGÊNCIA DE DADOS DO AFTERMARKET AUTOMOTIVO



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

VAMOS FAZER NEGÓCIOS INTELIGENTES JUNTOS?





Ricardo Carvalho Cruz analisou os resultados da pesquisa e apontou as movimentações do mercado em relação à edição passada do estudo

Notáveis demonstrações do dinamismo dos mercados regionais

Os resultados finais da edição 2024 da pesquisa Maiores e Melhores Regional mostraram mais uma vez por 21 quesitos de análises as mais destacadas empresas de distribuição com atuação específica em cada uma das cinco regiões do país, competidores que têm unidades de negócios preferencialmente em uma dessas regiões, ainda que possam ter filiais em outras, portanto, com atuação concentrada preferencialmente em uma das regiões desse extenso mercado nacional.

Mantendo o compromisso de evolução permanente do estudo, o After.Lab confirmou sua metodologia de ranqueamento seletivo nos resultados finais, estabelecendo a partir dessa edição que os distribuidores fossem avaliados por uma amostra quantitativa de varejos na maioria dos estados que formam as diferentes regiões do país, gerando assim um equilíbrio representativo e comparativo entre as empresas competidoras.

Com três edições acumuladas, desde 2022 até esse 2024, formamos já um valioso banco de dados para balizar as análises do segmento de distribuição e também de indústrias e varejistas, que têm nesse canal seus clientes ou fornecedores, e podem com esses números e resultados avaliar o desempenho de seus parceiros de negócio.

Mas a oportunidade maior desse estudo está em oferecer caminhos para o fundamental exercício de benchmarking, aquele processo de avaliação de uma empresa em relação à sua concorrência para a busca de melhores práticas de gestão e estratégias, que os milhares de dados da pesquisa proporcionam para os que se dedicam a

estudar os números levantados pelo trabalho.

E novamente vimos notáveis demonstrações do dinamismo dos mercados regionais, a disputa obstinada entre os gigantes locais que provocou outra vez algumas mudanças importantes no quadro de vencedores na classificação geral e, sobretudo, nos quesitos pesquisados.

E outra vez as diferenças entre os classificados manteve-se na casa dos centésimos, ratificando que não há uma prevalência evidente entre cada um desses competidores regionais segundo a avaliação dos seus clientes varejistas locais, mantendo-se assim para as próximas edições a possibilidade de novas inversões nas colocações dos distribuidores.

Na análise do After.Lab, mais do que os números finais, são percebidas diversas oportunidades interpretativas nos resultados de cada um dos quesitos pesquisados, estudos sobre os números individualizados nas 21 diferentes disciplinas de análise, que podem proporcionar leituras interessantes e oportunidades para se perceber deficiências e méritos da sua empresa e dos competidores da vizinhança, os que estão disputando o mercado corpo a corpo com o seu time.

Novamente nessa edição tivemos muito mais do que os cinco vencedores nas diferentes regiões do país, são as empresas que ficaram um primeiro lugar em pelo menos um dos quesitos pesquisados em uma das regiões pesquisadas, o que leva o total de premiados para mais de uma dezena de distribuidores, mostrando a força e o poder de presença das empresas regionais.

Na região Norte um novo grupo vencedores na edição 2024 da pesquisa, mudança quase completa nos três primeiros em uma região de elevadas extensões geográficas e concentração do mercado em poucas cidades, gerando sempre maiores desafios para a obtenção da informação pesquisada.

No Nordeste nova mudança de vencedor e grande equilíbrio no número de quesitos ganhos entre três empresas, que praticamente dividiram igualmente os 21 quesitos pesquisados, alternando a liderança e estabelecendo a mais acirrada competição dessa edição da pesquisa Maiores e Melhores Regional.

No Centro-Oeste, tivemos também um novo vencedor na classificação geral em relação ao estudo anterior, que venceu ainda 9 quesitos, mas empatou com o segundo colocado na classificação geral que também venceu 9 quesitos pesquisados, ficando ainda o terceiro colocado no geral à frente desses vencedores em três quesitos, confirmando o equilíbrio na disputa entre os distribuidores regionais no centro do país.

Já no Sudeste, o vencedor na classificação geral se repetiu em relação ao estudo anterior, ficando o destaque para a expansão dessa vitória, com a conquista de 10 dos quesitos pesquisados, a maioria portanto, deixando os 11 quesitos restantes para serem divididos por 3 empresas, ou seja, 4 distribuidores regionais diferentes chegaram em primeiro em algum quesito na região de maior

PIB do país.

E para fechar o território nacional, os varejistas do Sul também mantiveram o vencedor de 2023, mas o número de quesitos conquistados pela empresa vencedora diminuiu, demonstrando aumento de competição na região, o que é confirmado pelo número de empresas que venceram pelo menos um dos quesitos pesquisados, como na região Sudeste também no Sul 4 distribuidores chegaram na frente em algum dos 21 quesitos pesquisados.

Assim, os resultados nas cinco diferentes regiões do país confirmam o crescimento da concorrência e também do nível dos competidores, demonstrando que a excelência no desempenho empresarial dos distribuidores regionais vem crescendo e isso está sendo reconhecido pelos seus clientes varejistas, o que confirma que os distribuidores regionais têm conquistado aliados importantes para garantirem aos seus negócios parcerias estratégicas sólidas com o varejo regional.

Esse foi mais um serviço com a assinatura NHM, Novomeio Hub de Mídia, através do After.Lab e do Novo Varejo Automotivo apresentado com o propósito de gerar dados, produzir referências e seguir provocando a evolução de empresas e profissionais desse Aftermarket Automotivo por um conteúdo sempre inédito, criativo e inspirador.

CONVITE



Motors Imports na Autopar 2024!

A Autopar 2024 está chegando e promete ser uma experiência verdadeiramente excepcional para todos os entusiastas e profissionais do setor automotivo. A feira está marcada para acontecer de 08 a 11 de maio no Expotrade, em Pinhais-PR.

E a Motors Imports tem a honra de convidar você para visitar o nosso novo estande, localizado na:

AV 2 - RUA Q/R - ESTANDE: Q161

Nossos parceiros na Autopar:


















11ª FEIRA DE FORNECEDORES DA INDÚSTRIA AUTOMOTIVA

EXPOTRADE PINHAIS | CURITIBA - PR

08 A 11 DE MAIO

Maioria das oficinas vê acesso aos dados do veículo como principal problema para seus negócios

Bloqueios crescentes promovidos pelas montadoras e questionados no Right to Repair já custam 3,1 bilhões de dólares por ano aos reparadores nos Estados Unidos

A urgência para a criação de leis que regulamentem o acesso dos reparadores independentes às informações necessárias para o diagnóstico dos defeitos e a solução dos problemas nos veículos modernos é uma demanda global. Porém, a maturidade deste debate varia entre países e blocos. União Europeia e Estados Unidos estão mais adiantados nesta discussão e, por consequência, também mais munidos de conteúdos e fatos que respaldam a defesa das ações no âmbito do Right to Repair e do Right to Connect.

No quesito conteúdo, a entidade independente norte-americana Auto Care Association apresentou uma pesquisa consistente sobre os impactos que as restrições impostas pelas montadoras, a partir da evolução tecnológica, vêm trazendo à indústria de reparação. A ACA ouviu mais de 400 proprietários de oficinas e profissionais técnicos em todo o país. É claro que o estudo abrange o mercado dos Estados Unidos. No entanto, é absolutamente pertinente analisar os resultados com um olhar global. Provavelmente os índices e números não seriam exatamente os mesmos, por exemplo, no mercado brasileiro. Mas, grosso modo, os problemas em si são ou seriam muito semelhantes.

“Esta pesquisa lança uma nova luz sobre a realidade sombria enfrentada pelas 273.000 oficinas e 900.000 técnicos nos Estados Unidos se o Congresso não agir sobre a legislação federal de direito à reparação”, disse Bill Hanvey, presidente e CEO da Auto Care Association. “Sem mudanças, as oficinas de reparação locais serão obrigadas a recusar mais e mais negócios, deixando os proprietários de carros sem escolha a não ser pagar contas excessivas na concessionária”.

O relatório da pesquisa avalia que as restrições de dados do veículo prejudicam desproporcionalmente pequenas empresas de reparação independentes, tornando mais difícil para elas oferecerem determinados serviços de reparação e peças aos seus clientes – o que pode deixar alguns proprietários de carros sem outra opção além da concessionária para certos reparos. Essa tendência crescente é especialmente preocupante quando se considera que os consumidores preferem oficinas de reparação independentes a concessionárias para reparos de veículos, de acordo com pesquisa da Consumer Reports. Tudo isso está perfeitamente alinhado ao cenário brasileiro, o que naturalmente confirma a necessidade de sensibilizar nossos legisladores e governantes sobre a gravidade de uma

questão que precisa ser enfrentada, sob pena de restringir o direito e a liberdade de escolha dos proprietários de veículos.

Principais constatações da pesquisa

84% das oficinas independentes veem o acesso aos dados de reparo e manutenção de veículos como o principal problema para seus negócios, superando outras questões importantes, como recrutamento e retenção de técnicos (73%) e inflação (68%).

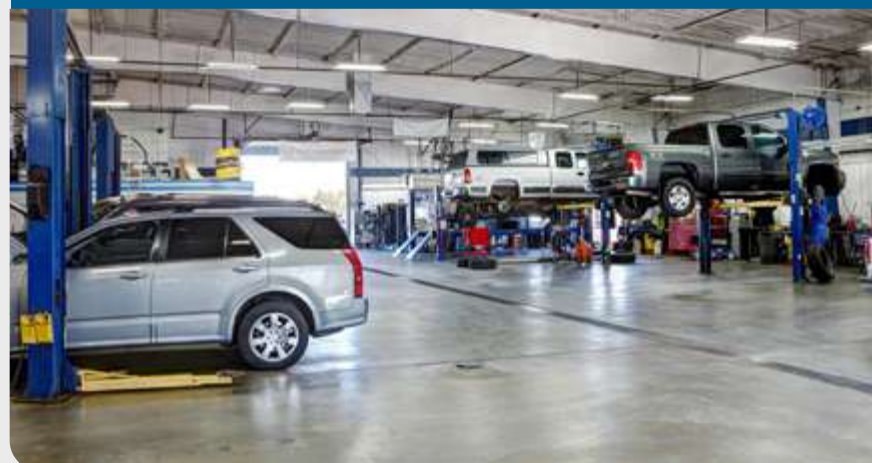
63% das oficinas de reparação independentes enfrentam dificuldades para fazer reparos de rotina diariamente ou semanalmente.

Os problemas rotineiros incluem mensagens de erro do scanner ou do veículo (34%), restrições em ferramentas de reposição (33%) e mensagens recomendando “consultar a concessionária” do scanner ou do veículo (29%).

Metade das oficinas de reparação independentes (51%) relata enviar até 5 veículos por mês para a concessionária devido a restrições de dados do veículo, após esgotar as opções disponíveis.

45% encontram reparos que exigem ferramentas do fabricante de automóveis que são “muito caras” diariamente ou semanalmente.

As limitações de dados do veículo custam às oficinas de reparação independentes um total estimado de US\$ 3,1 bilhões por ano.



Proposta de legislação federal avança nos EUA

A Auto Care Association defende que as constatações trazidas pela nova pesquisa reiteram uma clara necessidade de aprovação da Lei de Reparação do setor automotivo para apoiar as pequenas empresas, promover a escolha do consumidor e incentivar a competição justa no aftermarket automotivo. “A vibrante rede de oficinas de reparação independentes locais dos Estados Unidos desempenha um papel crítico em garantir que os proprietários de carros e caminhões comerciais tenham opções quando se trata de reparar seus veículos. No entanto, as crescentes limitações nos dados de reparo e manutenção de veículos dificultam para as oficinas de reparação independentes a oferecerem certos serviços de reparo e peças aos seus clientes. Com menos opções e preços mais altos, as oficinas de reparação independentes e os proprietários de carros estão se concentrando em soluções de direito de reparo que garantiriam que os americanos possam ter o direito de escolher onde e como consertar as coisas que possuem. Dos corredores do Congresso à Casa Branca, à Comissão Federal de Comércio (FTC) e ao Departamento de Justiça (DOJ), o movimento pelo direito de reparo ganhou um ‘momentum’ inegável em Washington nos últimos meses”, descreve a entidade.

A Lei de Reparação bipartidária – ou Ato da Reparação (H.R. 906) – foi aprovada por unanimidade pelo Subcomitê de Inovação, Dados e Comércio do legislativo e garantirá que os consumidores e reparadores de sua escolha tenham acesso aos dados do veículo, ferramentas e software necessários para a manutenção dos carros conectados. Essa legislação conta com o apoio de oficinas de reparação independentes, legisladores bipartidários, procuradores-gerais, defensores do consumidor, proprietários de carros e outros segmentos da sociedade norte-americana.

No último mês de março, o Government Accountability Office (GAO) divulgou um relatório detalhando como as restrições de reparo de veículos podem “prejudicar” os reparadores independentes em relação às concessionárias. “Sem mudanças, as oficinas de reparação locais serão obrigadas a recusar mais e mais negócios, deixando os proprietários de carros sem escolha a não ser pagar contas excessivas na concessionária. O Ato da Reparação é criticamente necessário para proteger a vibrante rede de oficinas de reparação locais e independentes que oferecem serviço confiável, conveniência e escolha a milhões de motoristas americanos durante o processo de reparação do carro”, destacou Bill Hanvey, presidente e CEO da Auto Care Association.



Ato da Reparação já foi aprovado em comissão e agora precisa ser apreciado pelo plenário do legislativo federal

Lei do Direito à Reparação Equitativa e Profissional na Indústria Automobilística, ou Ato da Reparação (02/09/2023)

Este projeto de lei exige que os fabricantes de veículos automotores forneçam ao proprietário do veículo certos dados diretos, em tempo real, gerados pelo funcionamento do veículo e relacionados a diagnósticos, reparos, serviços, desgaste e calibração ou recalibração de peças e sistemas do veículo.

Especificamente, um fabricante de veículos não pode impedir o acesso do proprietário a esses dados gerados pelo veículo ou impedir que um fabricante de peças de reposição produza ou ofereça peças de reposição compatíveis. O fabricante também deve disponibilizar ao proprietário do veículo e a designados os dados gerados pelo veículo por meio de uma plataforma de acesso padronizada. Fora de reparos de recall e garantia, um fabricante não pode exigir o uso de uma marca ou fabricante específico de peças, ferramentas ou equipamentos.

A Administração Nacional de Segurança do Tráfego Rodoviário deve emitir padrões para o acesso aos dados do veículo por meio da plataforma de acesso padronizada.

A Comissão Federal de Comércio deve estabelecer um comitê consultivo para (1) fornecer recomendações sobre a implementação deste projeto de lei e (2) avaliar e relatar as barreiras existentes e emergentes à reparação de veículos e ao controle pelos proprietários dos dados gerados pelo veículo.

Este projeto de lei concede autoridade à comissão para fazer valer esses requisitos.

NAKATA APRESENTA NOVOS ITENS PARA VEÍCULOS LEVES E PESADOS

A Nakata anuncia os lançamentos de novos itens para as linhas de suspensão, direção e transmissão. Os produtos, já disponíveis, atendem diversos veículos dos segmentos leve e pesado de várias montadoras. Na linha de transmissão, a marca apresenta um novo código para o garfo do cardan, com aplicações em modelos da Iveco, Mercedes-Benz, Volkswagen e Volvo. Foram lançando três novos códigos de flange do cardan, atendendo a caminhões DAF, Iveco, Man, Volkswagen, Volvo e, também à Toyota Hilux. Completando os lançamentos, novas aplicações de juntas fixas para Honda Civic e caixa de direção mecânica para o Renault Kwid.



As aplicações atendem modelos de diversas montadoras

ZM FECHA PRIMEIRO TRIMESTRE COM RECORDE DE LANÇAMENTOS

A ZM lançou 73 novos produtos no primeiro trimestre de 2024, compondo os sistemas elétricos, de suspensão e direção de veículos, incluindo relés de partida, motores de partida, porcas de roda, terminais axiais, barras de direção, bieletas, pivôs de suspensão, além de terminais de direção especificamente desenvolvidos para a linha agrícola. Entre os lançamentos, destacam-se 40 novos impulsores de partida. Todos os produtos da ZM são certificados pela IATF 16949, norma de qualidade globalmente reconhecida.



Novidades contemplam sistemas elétricos, de suspensão e direção de veículos e muito mais

COFAP ANUNCIA NOVOS CÓDIGOS DE KITS E TOP KITS DE SUSPENSÃO PARA AMORTECEDORES

A Marelli Cofap Aftermarket apresenta novos kits e top kits de suspensão, com a marca Cofap, que atendem modelos Nissan, Peugeot e Toyota. Confira os novos códigos e suas aplicações: KSC17115S - Peugeot 208 fabricados a partir de 2019; KSC22207S - Toyota Yaris fabricados a partir de 2018; KSC22208S - Toyota Corolla fabricados a partir de 2020; TKC22005 - Toyota Yaris fabricados a partir de 2018; TKC29007 - Nissan Kicks fabricados a partir de 2017; TKC32112 - Hyundai iX35 e Kia Sportage fabricados a partir de 2010.



Novos kits e top kits de suspensão atendem modelos Nissan, Peugeot e Toyota

Peça pela PLACA

Encontre as peças certas com a placa do veículo:

Passo 1:

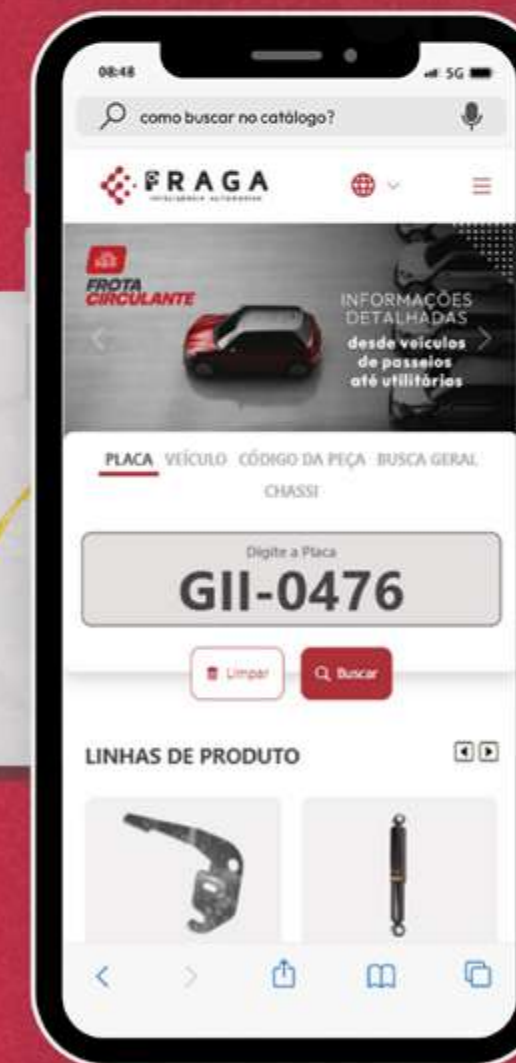
Acessar o Catálogo da Fraga ✓

Passo 2:

Digitar a placa do veículo ✓

Passo 3:

Consultar as informações do veículo ✓



(19) 97118-1895

fraga.com.br





Cappellano detalhou estratégias da empresa para descarbonização e para o aftermarket automotivo

Stellantis apresenta plano estratégico para a América do Sul e anuncia foco em motorização híbrida no mercado brasileiro

A Stellantis apresentou nesta quinta-feira, 25 de abril, o Next Level, plano estratégico da fabricante de automóveis para a América do Sul, que visa consolidar liderança, descarbonização da mobilidade e a expansão dos negócios da companhia na região. Recentemente, a empresa anunciou o maior plano de investimentos da história na indústria automotiva brasileira e sul-americana, totalizando R\$ 32 bilhões de 2025 a 2030. “O Next Level representa um novo ciclo virtuoso, que iniciamos na região após o anúncio de nossos investimentos recordes. Vamos consolidar a liderança e expandir os negócios, com o lançamento de novos produtos, investimentos direcionados para todos os Polos Automotivos da Stellantis na região, a aquisição de novas empresas, entre outras ações previstas em cada dos pilares estratégicos”, detalha Emanuele Cappellano, Presidente da Stellantis para a América do Sul.

Em entrevista coletiva que reuniu a imprensa do setor automotivo, Cappellano tratou de um tema bastante importante neste momento de transição que a indústria vive: a tecnologia que vai mo-

ver os carros brasileiros no futuro. Segundo o executivo, não é possível assegurar agora, com precisão absoluta, o que virá nos próximos anos. Porém, a particularidade do etanol combustível traz uma vantagem competitiva para o Brasil, fazendo com que a propulsão híbrida se apresente como a solução mais atraente até aqui. Com isso, ainda que não descarte um automóvel 100% elétrico em longo prazo, a Stellantis partirá para os carros híbridos no mercado brasileiro.

“A matriz energética do Brasil é limpa e o biocombustível oferece a possibilidade de ser mais limpa que as opções para redução de emissões de CO2 que outras regiões têm. O jeito que encontramos para sermos mais sustentáveis e atender às emissões é conjugar o híbrido com os motores flex a etanol. Isso oferece a melhor entrega interna de custos porque custa menos que o carro elétrico e tem eficiência quanto ao CO2. Um carro elétrico custa 10 mil dólares a mais que os convencionais a combustão. Além das questões de infraestrutura, quem vai sustentar uma diferença de 55 mil reais a mais? Nosso compromisso é com a

descarbonização, mas dentro do bolso das famílias brasileiras”, detalhou Cappellano.

Para concretizar esta estratégia, a Stellantis desenvolveu uma solução brasileira: o Bio-Hybrid, que contará com quatro plataformas que serão a base para os carros híbridos das marcas que integram o grupo no país: Fiat, Peugeot, Citroën e RAM. A flexibilidade desta tecnologia também facilitará eventuais correções de rumo, conforme a própria evolução do mercado. “As plataformas Bio-Hybrid podem assimilar desde os motores tradicionais, o híbrido e até o elétrico. Porque não se há certeza sobre como caminharão os elétricos 100% no Brasil”, acrescentou Emanuele Cappellano.

O planejamento global do grupo prevê 20% de eletrificados no Brasil até 2030, 50% nos Estados Unidos e 100% na Europa. E qual será o primeiro carro híbrido para o mercado brasileiro? Cappellano prometeu revelar no segundo semestre deste ano...

Aftermarket

Como já noticiamos em todas as plataformas de conteúdo do Novo Varejo, o planejamento da Stellantis também prevê movimentos sólidos e ousados no aftermarket automotivo. Recentemente, a empresa tornou pública a aquisição de 70% do grupo DPaschoal, que agora terá o comando de Gerson Prado, executivo com grande experiência no mercado de reposição.

Considerando todas as operações do grupo somadas à ampla rede de concessionárias das marcas integrantes, a Stellantis já se declara hoje a maior distribuidora de autopeças do Brasil. “Hoje somos a maior distribuidora no Brasil e na Argentina e isso contribui na sustentabilidade financeira da empresa”, disse Cappellano aos jornalistas.

Embora a afirmação possa receber questionamentos por parte dos players do aftermarket, esse objetivo está no planejamento estratégico da empresa.



2024
STELLANTIS

INCLUINDO
BIO-HYBRID
MADE IN BRAZIL

6
LANÇAMENTOS

ACELERAÇÃO DO NEGÓCIO
EXPERIÊNCIA DO CLIENTE
EXCELENCIA OPERACIONAL
DESCARBO-NIZAÇÃO
FINANÇAS
PESSOAS

INVESTIMENTOS NA AMÉRICA DO SUL
2025 - 2030

R\$ 30 BILHÕES

R\$ 2 BILHÕES

STELLANTIS

DPASCHOOL **Norauto**

#1
AFTERMARKET

Maior distribuidora de autopeças da América do Sul
Ampliação da participação no negócio de pós-venda e serviços multimarcas

ACELERAÇÃO DO NEGÓCIO
EXPERIÊNCIA DO CLIENTE
FINANÇAS

INVESTIMENTOS NA AMÉRICA DO SUL
2025 - 2030

R\$ 32 BILHÕES

- 4 NOVAS PLATAFORMAS (BIO-HYBRID)
- NOVAS TECNOLOGIAS
- 40 NOVOS MODELOS
- 8 POWERTRAINS



Corpo de Bombeiros paulista mostra preocupação com carregadores de veículos elétricos em condomínios

Em portaria oficial, órgão reforçou a necessidade de estabelecer parâmetros universais de segurança

Dados da Associação Brasileira do Veículo Elétrico (ABVE) apontam que as vendas de automóveis deste modal poderão ultrapassar a marca das 150 mil unidades ao longo de 2024, algo que representaria um aumento de 60% na comparação com o ano anterior.

Como resultado natural da chamada 'Lei da Oferta e Demanda', este crescimento significativo e constante da presença dos carros elétricos no país têm, ano a ano, sido acompanhada por movimentos de infraestrutura voltados a dar suporte a uma frota cada vez mais relevante.

Dentre esses movimentos, está a ampliação da oferta de 'carregadores privados' em condomínios habitacionais – assunto que tem gerado inúmeras discussões no Brasil e no mundo em razão de suas implicações no âmbito da segurança. Isso porque bombeiros e especialistas em áreas como a engenharia estão

reforçando os perigos advindos da possibilidade de incêndio no subsolo das edificações.

Controle sensível

De acordo com o Conselho Nacional de Segurança nos Transportes, a frequência de incêndios com carros elétricos está, em média, na proporção de 25 a cada 100 mil unidades. À primeira vista, o número depõe a favor da segurança desses automóveis, já que, em contraste, a incidência de incêndios em carros a combustão é de 1.529 para cada 100 mil veículos.

Acontece, no entanto, que, de acordo com os especialistas, os incêndios de automóveis dotados de baterias de lítio apresentam uma complexa dificuldade de extinção. "Eles necessitam de grandes quantidades de água. Ademais, nestes incêndios há alta dissipação de gases tóxicos, alta dissipação de calor e

grande potencial de reigniçã do incêndio", afirma o Corpo de Bombeiros do Estado de São Paulo em portaria oficial.

O apontamento do braço da Polícia Militar paulista é parte de um documento pioneiro sobre "Ocupações de recarga para veículos elétricos". Ou seja, carregadores instalados em locais como condomínios de apartamentos.

Publicada no último dia 2 de abril, a iniciativa partiu do entendimento sobre a sensibilidade do aumento da instalação de estruturas como essas sem que elas estejam devidamente regulamentadas e, pior do que isso, sem uma instrução universal sobre os requisitos básicos de segurança.

"A implementação de regras padronizadas se faz urgente, espe-

cialmente no que diz respeito às medidas de segurança contra incêndios, devido ao potencial risco de ignição das baterias de íons de lítio, que podem aumentar consideravelmente a carga de incêndio nos estacionamentos que, conforme a divisão "G" do anexo "A" da Instrução Técnica nº 14 (Carga de incêndio nas edificações e áreas de risco), é considerado uma ocupação que possui risco baixo de até 300 MJ/m²", aponta o Corpo de Bombeiros.

Diante dessa necessidade, a organização da PM compilou pontos indispensáveis em seu parecer técnico e estabeleceu um prazo de um ano para que as edificações do estado de São Paulo se adequem às exigências citadas.

Conheça apontamentos do parecer técnico do Corpo de Bombeiros de São Paulo

- Os critérios de instalação dos pontos de carregamento devem atender para os detalhamentos demonstrados pela NBR 17019 (Instalações elétricas de baixa tensão)
- Requisitos para instalações em locais especiais - Alimentação de veículos elétricos), cuja responsabilidade de instalação e garantia de eficiência caberá integralmente ao profissional e/ou empresa instaladora.

- As instalações devem ser regularizadas, necessariamente, por meio de Projeto Técnico, sendo vedado o licenciamento simplificado (PTS ou CLCB), com exceção a este regramento, em locais descobertos (externos) poderá ser admitido o licenciamento simplificado.

- Possuir "Segurança Estrutural" como medida de segurança básica, não sendo aplicável qualquer hipótese de isenção.

- Prever um ponto de desligamento manual de cada estação de recarga, no mesmo pavimento, a uma distân-

cia entre 20 e 40 metros da estação de carregamento e em local diverso, mas dentro da área da edificação/condomínio, desde que haja vigilância permanente (portaria, guarita, cabines etc.).

- Garantir o corte de energia entre os módulos de carregamento e a rede elétrica por meio de disjuntor.

- Possuir sinalização de emergência, referente à vaga que possua o ponto de carregamento elétrico, bem como junto ao ponto de desligamento, endereçando a posição de cada ponto de carregamento e o disjuntor correspondente.

- As vagas de recarga deverão possuir proteção, mínima, de 2 extintores ABC com distância máxima de caminhada de 15 metros.

- Os locais que dispuserem de vagas que contenham bases de carregamento elétrico, a fim de mitigar danos à vida, meio ambiente e patrimônio, além das exigências anteriores, deverão possuir medidas de segurança adicionais.



Corpo de bombeiros assistirá à uma simulação de combate a incêndio realizada pela ABVE

ABVE e Corpo de Bombeiros se reuniram na esteira da portaria

A magnitude do documento e suas implicações, tanto no âmbito prático quanto no da percepção sobre a segurança dos carros elétricos, chamou a atenção da ABVE e motivou uma reunião entre a associação e os Bombeiros de São Paulo na intenção de encontrar uma espécie de 'meio-termo' às exigências feitas pelo segundo. Realizado no último dia 17 de abril, o encontro contou com um pedido formal da ABVE para a prorrogação do prazo da consulta pública para 90 dias – informando, no entanto, já ter um grupo de trabalho reunido para apresentar propostas factíveis para a garantia da segurança dos carregadores instalados em condomínios.

Além disso, a associação se propôs a organizar, já no mês de maio, uma simulação de combate a incêndio de veículo elétrico com o objetivo de testar os protocolos de segurança dos próprios veículos e baterias, em condições reais, e apresentar os equipamentos já disponíveis no Brasil para prevenir acidentes e combater incêndios. O convite foi prontamente aceito pelo chefe do Departamento de Segurança e Prevenção contra Incêndios do Corpo de Bombeiros paulista, Max Schroeder, que se comprometeu a convidar oficiais de departamentos de segurança de outros estados para acompanhar o teste.



Venha fazer parte do Aftermarket Automotivo Comunidade no Whatsapp!

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

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

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

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

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

Clique no botão e junte-se a nós:

Entrar na comunidade



MOBILIDADE VERDE E INOVAÇÃO



Programa foi lançado no final de dezembro por meio de Medida Provisória que virou agora Projeto de Lei

Mover divulga bases para incentivos à importação de autopeças

Enquanto aguarda aprovação definitiva pelo Congresso, novo programa automotivo tem tido boa adesão dos players do setor

Instituído no penúltimo dia de 2023, o Programa Mover (Mobilidade Verde e Inovação), criado no escopo de evolução do Rota 2030 como política automotiva do país, vive momentos decisivos para sua ratificação definitiva.

O fato de ter sido lançado por meio de Medida Provisória (MP), mecanismo do poder executivo para implementar sem necessidade de tramitação imediata no Congresso, faz com que sua vigência tenha data de validade até que seja aprovada pelos parlamentares.

Foi pensando nisso que, no último dia 20 de março, o Governo Federal enviou à Câmara dos Deputados, em regime de urgência, um Projeto de Lei (PL) idêntico à MP que instituiu o Mover no último mês de dezembro. Com isso, os parlamentares terão 45 dias para deliberar sobre a matéria.

O pano de fundo para uma votação crucial como esta não é dos mais favoráveis. Afinal, as últimas semanas foram registradas diferentes focos de tensão entre os poderes executivo e legislativo. Apesar disso, o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) se mostra otimista com a continuidade definitiva do Mover. “Em diálogo com o Congresso, o governo

trabalha para que esse PL seja aprovado em maio”, afirmou porta-voz da pasta em entrevista exclusiva ao Novo Varejo.

Mais importante do que o discurso positivo, porém, a maneira com que o Mover tem sido conduzido dá confiança ao mercado de que a possibilidade de suas bases serem interrompidas por uma rejeição do Congresso é praticamente nula.

Isso porque, em pouco mais de três meses de vigência, o programa já teve ampla adesão dos players do setor automotivo nacional.

De acordo com o MDIC, o Mover já deferiu um total de 40 pedidos de habilitação ao programa por parte de empresas interessadas em firmar um compromisso com o desenvolvimento de investir em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) em troca de incentivos fiscais e créditos financeiros.

“Destes 40, foram 38 para empresas de veículos e autopeças que já produzem no Brasil; e dois para serviços de pesquisa de empresas que não fazem carros nem componentes, mas têm centros de P&D e laboratórios no país”, compartilhou o executivo do Ministério.

MDIC publica portaria e define bases para a importação de autopeças

No último dia 16 de abril, o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços publicou uma portaria que dispõe sobre a habilitação para importação de autopeças não-produzidas no país.

Entre outros pontos, o documento definiu quais empresas podem se habilitar (fabricantes de produtos automotivos e fabricantes de autopeças), bem como delimitou as condições necessárias para aprovação. Além disso, a portaria definiu aspectos específicos no âmbito dos procedimentos.

Vale destacar, que a redução de imposto de importação para fabricantes que importam peças e componentes sem similar nacional é um dos pontos de ênfase dentro do escopo do Mover e é concedida mediante a investimento de 2% do total importado em projetos de

pesquisa, desenvolvimento e inovação em “programas prioritários” na cadeia de fornecedores.

Um fato curioso, porém, foi o intervalo de pouco mais de 10 dias entre a publicação aberta da portaria e o fim do prazo dado às empresas já habilitadas em regimes anteriores (como o Programa Rota 2023) que estivessem interessadas em solicitar a ‘renovação’ desta habilitação agora no âmbito do Mover.

“As empresas habilitadas ao regime de autopeças não produzidas na data de publicação da Medida Provisória nº 1.205, de 2023, deverão solicitar nova habilitação nos termos desta Portaria até 27 de abril de 2024”, definiu a portaria GM/MDIC Nº 86.

A boa notícia é que as empresas que já estavam habilitadas no Rota 2030 e realizaram o requerimento dentro do prazo mencionado poderão usufruir da redução do imposto de importação até a análise do novo pedido.

O MAIOR ACERVO DE INFORMAÇÃO
DO SEGMENTO EMPRESARIAL DA REPARAÇÃO

MAIS
AUTOMOTIVE

WWW.MAISAUTOMOTIVE.COM.BR



CONFIRA AS NOSSAS REDES SOCIAIS



Prado tem sólida experiência no aftermarket automotivo

Stellantis anuncia Gerson Prado como Diretor-Geral da DPaschoal

A Stellantis apresenta a nova diretoria da DPaschoal e anuncia Gerson Prado como Diretor-Geral, respondendo a Paulo Solti, Vice-Presidente de Peças e Serviços da Stellantis para a América do Sul.

Gerson tem uma sólida carreira no setor de autopeças, acumulando 40 anos de experiência dedicados a essa indústria. Ao longo de sua trajetória, passou por empresas de renome como Roles e Federal Mogul, e, nos últimos 15 anos, ocupou o cargo de CEO na SK Automotive. O novo Diretor-Geral da DPaschoal terá como principais desafios alavancar os resultados por meio da expansão da rede, implementar novos modelos de negócios para a empresa e lançar novos produtos e serviços.

“Estamos muito felizes com a chegada do Gerson e tenho certeza de que ele contribuirá decisivamente para o crescente suces-

so da DPaschoal, que acelera para se transformar na empresa mais eficiente do mercado de pós-vendas, com uma nova linha de produtos e a manutenção da mentalidade de foco no cliente e cuidado com as pessoas. Temos o objetivo claro de transformar a DPaschoal na empresa líder em distribuição no mercado de peças independentes e a chegada do Gerson, com toda a sua experiência, nos coloca nesta direção”, afirmou Paulo Solti. “Tenho orgulho em integrar a DPaschoal, uma empresa pioneira, inovadora e com foco na satisfação dos clientes. Espero contribuir para que siga com sua expansão e desenvolvimento no país. Vamos implantar novas frentes para o negócio, oferecer novos serviços aos consumidores e, assim, conquistar o mercado”, disse Gerson Prado.

Convenção de Vendas Wega 2024: estratégias de crescimento e ação social

A Wega realizou a Convenção de Vendas de 2024 em fevereiro, no Auditório Rafael Teodoro, inaugurado recentemente, em Itajaí, Santa Catarina.

O evento reuniu mais de 40 participantes, dentre representantes e gestores de todas as áreas da empresa, para dois dias para a apresentação do planejamento estratégico e apresentação das metas para a equipe de vendas.

O primeiro dia da convenção foi dedicado à revisão dos resultados de 2023, enquanto o segundo dia foi reservado para o planejamento das estratégias para 2024.

A Wega vem se destacando em seu crescimento acelerado. Hoje, está presente em todo território nacional. Desde 2016, a empresa cresce continuamente no aftermarket e hoje ocupa o segundo lugar no mercado de filtros, segundo informação da fabricante. “Nossa estratégia está sendo a concentração de esforços nas áreas de vendas e marketing para continuar nosso crescimento”, explica Cesar Costa, Diretor da Wega. “Para 2024 também focaremos em outras categorias, incluindo linha pesada” conclui.

Além das sessões de trabalho, a convenção também ofereceu momentos de interação e familiarização com os produtos da Wega. Durante os intervalos, os representantes tiveram a oportunidade de explorar as barraquinhas dedi-

cadas a diferentes categorias de filtros e velas, permitindo esclarecimento de dúvidas e uma melhor compreensão dos produtos.

Unidos pelo bem do próximo

No dia 3 de fevereiro, todos os participantes se uniram novamente, mas desta vez em uma nobre ação social no Asilo Dom Bosco. O asilo, que atualmente abriga 98 idosos, recebeu a visita calorosa da equipe da Wega, que se dividiu em três grupos para diferentes atividades.

Uma equipe dedicou-se à revitalização do jardim, plantando novos girassóis para embelezar o ambiente. A segunda equipe concentrou-se na montagem de uma horta de ervas e chás naturais. O terceiro time organizou um bingo especial, proporcionando entretenimento, alegria e interação com os idosos.

Essa iniciativa não apenas fortaleceu os laços entre os membros da equipe da Wega, mas também demonstrou o compromisso da empresa com a responsabilidade social e o bem-estar da comunidade local. “Foi um momento mágico, onde pudemos contribuir, com nosso tempo, em ajudar ao próximo” orgulha-se Thuaney Castro, Gerente de Marketing.



Participantes visitaram asilo de idosos



Evento realizado na Autopeças Alvorada reuniu cerca de 200 participantes

NTN promove encontros com conteúdos técnico e comercial

A NTN Rolamentos Brasil possui programação de encontros para realização de palestras junto aos clientes, com objetivo de promover conhecimento técnico e comercial aos profissionais do setor.

Na Autopeças Alvorada, cerca de 200 pessoas participaram do evento, em Curitiba (PR), que aconteceu no dia 20 de março, no Ca'dore Comida Descomplicada. O técnico da NTN, Daniel do Amaral apresentou palestra sobre tecnologia de rolamentos e cubos originais, destacando características e padrão de qualidade dos produtos, como diferenciais que devem ser explorados em argumentação de vendas.

Além de proporcionar ao mercado a atualização das informações técnicas, os encontros também permitem que os

profissionais possam tirar dúvidas sobre produtos e aplicações, assim como outras questões importantes, além de promover relacionamento para troca de experiências. “É muito aprendizado, ficamos sabendo das dificuldades encontradas pelos profissionais para que possamos apresentar soluções e serviços aos clientes”, comenta.

A NTN promove outras iniciativas que visam proximidade com o mercado. Desde 2023, participa como empresa apoiadora do curso na Escola de Mecânica e Elétrica Básica Automotiva na Scopino Auto Club, ministrado pelo professor e empresário especialista em manutenção automotiva, Pedro Luiz Scopino, referência em capacitação profissional com anos de experiência. Também patrocina das ações do GOE - Grupo de Oficinas Especializadas.



IBEVAR prevê 0,53% de crescimento do setor brasileiro de varejo no primeiro semestre de 2024

Estudo realizado pelo IBEVAR - FIA Business School prevê um aumento de aproximadamente 0,53% nas vendas do setor de varejo como um todo no primeiro semestre de 2024. No entanto, em comparação com o mesmo período do ano passado, as vendas no segundo trimestre de 2024 caíram 2,44%, conforme a projeção feita no final do ano passado. Além disso, entre abril e junho de 2024, houve uma redução de 0,51% nas vendas do varejo em relação ao mesmo período de 2023.

A pesquisa, que agora inclui uma variedade mais ampla de categorias, como bens e serviços, e utiliza algoritmos de Inteligência Artificial (IA) para monitorar as redes sociais, confirmou as previsões anteriores.

No total, foram analisadas trinta e oito categorias, abrangendo tanto produtos quanto serviços. Dessas, 24 categorias apresentaram queda nas intenções de compra em comparação com o trimestre anterior, enquanto 10 registraram aumento e quatro mantiveram-se estáveis. Isso significa que cerca de 63% das categorias mostra-

ram uma diminuição nas vendas.

As projeções da pesquisa do IBEVAR – FIA Business School são baseadas em análises de séries temporais e modelos explicativos que levam em conta dados como pagamentos, taxas de juros e volume de crédito. Além disso, a opinião expressa nas redes sociais também foi considerada, sendo analisada por meio de técnicas de análise semântica (Natural Language Processing) e convertida em indicadores.

Ao utilizar duas bases diferentes, foi possível analisar as tendências de consumo sob diferentes perspectivas. Enquanto os dados secundários seguem uma classificação pré-definida pelo IBGE, os dados das redes sociais refletiram a manifestação direta dos consumidores. Isso ampliou a análise das tendências de consumo, incluindo uma variedade maior de serviços. Juntas, essas observações ofereceram uma visão mais completa do ritmo esperado do mercado.

Frota de carros leves chega e 38,4 milhões em 2023

Novo relatório do Sindipeças revela avanço lento do parque de veículos no Brasil

A frota circulante no Brasil superou a marca de 47,0 milhões de autoveículos em 2023 e, considerando-se o segmento de motocicletas, alcançou 60,4 milhões. A representatividade dos segmentos analisados seguiu em conformidade com as características históricas do setor. O de automóveis, com 38,4 milhões de veículos, permaneceu como a categoria mais expressiva, representando 81,5% do total de autoveículos em circulação. Em seguida, despontam comerciais leves, 6,2 milhões (13% do total), caminhões, 2,2 milhões (4,6% do total) e ônibus, 388,9 mil unidades (0,8% do total). As informações foram divulgadas na edição 2024 do Relatório da Frota Circulante elaborado pelo Sindipeças.

Desde o advento da pandemia, o ritmo de crescimento da frota circulante expressa as dificuldades e transformações por que passa a indústria automotiva no país. Frágil crescimento econômico, elevado patamar da taxa de juros (Selic), restrições para o financiamento de veículos novos, desorganização das cadeias de suprimentos globais (semicondutores), mudança de mix e encarecimento dos veículos, principalmente os de entrada, e mudança no perfil dos consumidores.

Esse conjunto de fatores se traduziu na lenta evolução da produção e das vendas do setor. Entre 2020 e 2023, a fabricação de veículos novos (média de 2,2 milhões de unidades no período) não conseguiu se aproximar das 2,9

milhões de unidades geradas em 2019 e manteve distância oceânica das 3,7 milhões de unidades de 2013.

Igualmente, os licenciamentos nacionais que haviam alcançado 2,5 milhões em 2019 – e cifra recorde de 3,1 milhões de unidades em 2013 – não chegaram em nenhum dos anos pós-pandemia a volumes superiores a 2,0 milhões de unidades. Essa realidade se manteve inalterada em 2023. O total de autoveículos em circulação apresentou incremento de 0,5% em relação ao ano anterior, sendo que em 2022 havia sido de 0,6%. Na média dos últimos quatro anos (2020 - 2023), a frota brasileira cresceu mísero 0,7%, o que corrobora seu processo de envelhecimento.

As categorias de comerciais leves (2,5%) e de caminhões (1,0%) foram as únicas que tiveram incremento acima da média geral no ano passado. Esse acontecimento é explicado pelo desempenho das vendas da classe de comerciais leves, e em consequência do dinamismo que gera para produção, que subiram, em média, 8,8% e 9,1% no período dos últimos quatro anos, respectivamente, e também pelos resultados colhidos pelos veículos pesados (caminhões e ônibus), especialmente em 2022, haja vista que em 2023 a classe dos pesados foi dramaticamente afetada pela transição de tecnologia de emissões Euro 5 para Euro 6.

Veja nos quadros a seguir os novos números da frota brasileira segundo o abrangente estudo anual do Sindipeças.

Tabela 1. Frota Circulante (em unidades)¹.

SEGMENTOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	VARIÇÃO ANUAL (%)	
											22/21	23/22
Automóveis	34.712.948	35.621.014	35.996.611	36.430.823	37.098.282	37.970.401	38.149.197	38.235.585	38.338.829	38.401.527	0,3%	0,2%
Comerciais Leves	4.853.583	4.996.122	5.072.404	5.173.023	5.333.843	5.523.823	5.649.895	5.849.943	5.995.263	6.147.727	2,5%	2,5%
Caminhões	1.947.888	1.965.220	1.962.036	1.961.068	1.983.149	2.028.633	2.052.000	2.110.811	2.162.724	2.183.463	2,5%	1,0%
Ônibus	389.445	391.867	389.331	386.231	386.417	390.968	388.946	385.573	387.096	388.885	0,4%	0,5%
Total Autoveículos	41.903.864	42.974.223	43.420.392	43.951.145	44.801.691	45.913.825	46.240.038	46.581.912	46.893.912	47.121.602	0,6%	0,5%
Motocicletas	13.350.842	13.593.202	13.529.204	13.286.420	13.121.015	13.099.707	12.877.610	12.870.983	13.035.988	13.261.784	1,3%	1,7%
Autoveículos + Motos	55.254.706	56.567.425	56.949.596	57.237.565	57.922.706	59.013.532	59.117.648	59.452.895	59.919.900	60.383.386	0,8%	0,8%

Nota 1. As informações foram obtidas a partir dos dados de emplacamentos provenientes do Denatran e consolidadas pelo Sindipeças.

Gráfico 1. Variação anual da participação de autoveículos na frota.



Como relatado anteriormente, desde 2020 tem sido morno o incremento da frota circulante no país, notando-se variações levemente decrescentes no período entre 2021 e 2023.

Acrescentando-se as motocicletas, a taxa de variação sobre para 0,8% pelo fato de que o segmento de duas rodas tem apresentado desempenho bastante positivo, tanto em termos de produção quanto em vendas.

Tabela 2. Distribuição da frota nos Estados.

ESTADOS	PART.(%)	ESTADOS	PART.(%)	ESTADOS	PART.(%)
São Paulo	28,54%	Pernambuco	2,85%	Rio Grande do Norte	1,05%
Minas Gerais	14,41%	Ceará	2,24%	Piauí	0,84%
Paraná	7,45%	Espirito Santo	1,98%	Alagoas	0,84%
Rio de Janeiro	6,84%	Mato Grosso	1,83%	Rondônia	0,76%
Rio Grande do Sul	6,30%	Pará	1,64%	Sergipe	0,69%
Santa Catarina	5,44%	Mato Grosso do Sul	1,40%	Tocantins	0,54%
Bahia	3,89%	Maranhão	1,24%	Amapá	0,25%
Goiás	3,42%	Paraíba	1,12%	Acre	0,23%
Distrito Federal	2,94%	Amazonas	1,07%	Roraima	0,19%
Total geral					100,00%

Nacionais e importados

Dentre os 47,1 milhões de unidades da frota circulante, os veículos importados corresponderam a 14,3% em 2023, participação que não sofre alteração desde 2019. Em relação a 2022, a presença dos veículos importados na frota brasileira superou a variação anterior, apresentando alta de 1,3%, maior taxa desde 2016. Por seu turno, os veícu-

los nacionais mostraram incremento de 0,4%, a menor taxa de variação nos últimos 10 anos (ver Tabela 4). Ainda que represente crescimento e que, em ordem de grandeza, o volume de nacionais seja substancialmente maior do que o de importados, é necessário monitorar a evolução desses veículos principalmente agora, quando cresce o interesse dos consumidores por elétricos e híbridos.

Tabela 3. Distribuição da frota entre veículos nacionais e importados (em unidades)¹.

ORIGEM	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Nacional	35.604.212	36.487.080	36.896.774	37.438.423	38.243.724	39.299.525	39.641.607	39.964.234	40.219.822	40.368.270
Importado	6.299.652	6.487.143	6.523.608	6.512.722	6.557.967	6.614.300	6.598.431	6.617.678	6.664.090	6.753.332
Total	41.903.864	42.974.223	43.420.382	43.951.145	44.801.691	45.913.825	46.240.038	46.581.912	46.883.912	47.121.602
% de importados sobre a frota	15,0%	15,1%	15,0%	14,8%	14,6%	14,4%	14,3%	14,2%	14,2%	14,3%

Tabela 4. Taxa de variação anual¹.

ORIGEM	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Nacional	5,1%	2,5%	1,1%	1,5%	2,2%	2,8%	0,9%	0,8%	0,6%	0,4%
Importado	7,4%	3,0%	0,6%	-0,2%	0,7%	0,9%	-0,2%	0,3%	0,7%	1,3%
Total	5,4%	2,6%	1,0%	1,2%	1,9%	2,5%	0,7%	0,7%	0,6%	0,5%

Nota 1. As informações foram obtidas a partir dos dados de emplacamentos provenientes do Denatran e consolidadas pelo Sindipecas.

Tipos de propulsão

A categoria de propulsão com maior participação na frota circulante continua sendo a dos veículos flex (76,2%). Em 2023, porém, o veículo a diesel alcançou a segunda colocação (11,7%), ultrapassando os veículos a gasolina, agora, no terceiro lugar no ranking (11,5%). Mesmo que os veículos eletrificados (híbridos e elétricos puros) expressem participações menores, vale destacar o crescimento exponencial a partir de 2021, considerando-se as múltiplas ações realizadas pelo setor em direção à descarbonização.

Além disso, o retraimento da participação dos veículos movidos somente a álcool é observado desde a criação dos veículos flex. Merece atenção, no entanto, o fato de que a aprovação na Câmara Federal do projeto “Combustível do Futuro”, que prevê aumento da adição dos combustíveis renováveis aos de origem fóssil, com impacto na gasolina, diesel e querosene para aviação, e o potencial do Brasil para se tornar hub de exportação de motores a combustão, especialmente flex, podem assegurar nova dinâmica para indústria sucroalcooleira no Brasil.

Gráfico 2. Comparativo Combustíveis: maiores participações.
(Automóveis, Comerciais Leves, Caminhões e Ônibus)

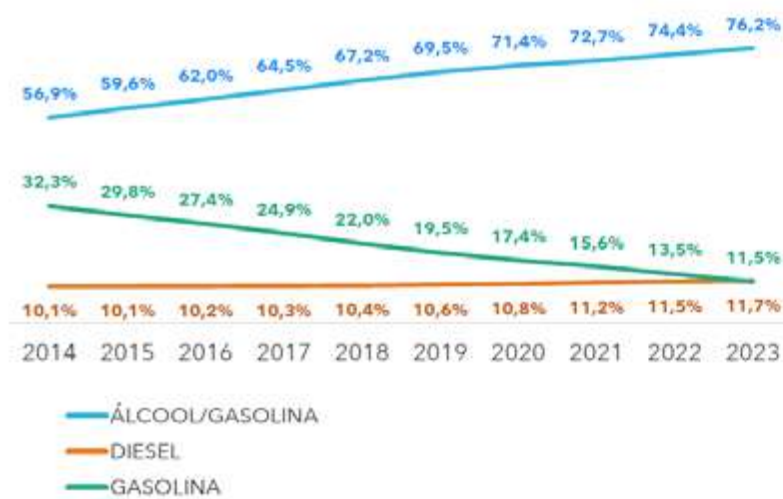
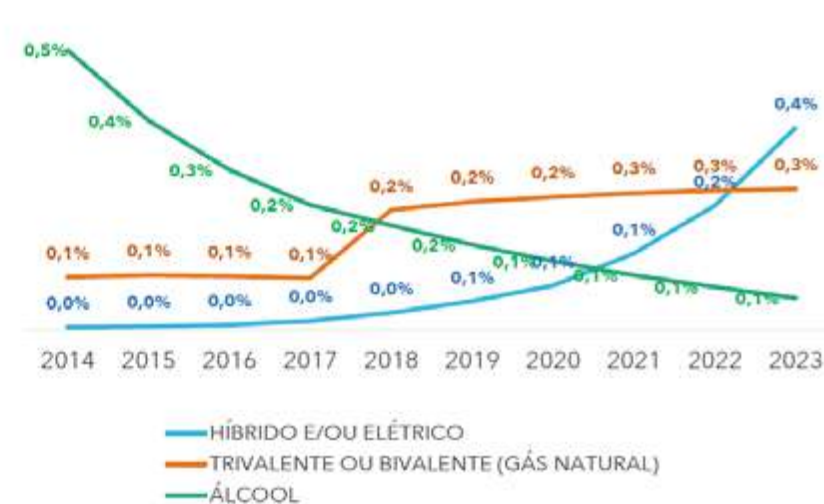


Gráfico 3. Comparativo Combustíveis: menores participações.
(Automóveis, Comerciais Leves, Caminhões e Ônibus)



Idade média da frota

Segue firme o processo de envelhecimento da frota brasileira. A idade média foi de 10 anos e 10 meses para automóveis e 8 anos e 4 meses para motocicletas. Nos últimos 10 anos o envelhecimento da frota de automóveis aumentou em mais de 2 anos. Em relação a 2022, o movimento de queda na representatividade de veículos com menos idade, aqueles com até 5 anos (-4,3%) e de 6 a 10 anos (-8,3%), e o aumento dos veículos com maior idade, 11 a 15 anos (5,6%) e 16 a 20 anos (14,9%), compõem o envelhecimento. Sabe-se que o encarecimento do valor do veículo devido à incorporação de novas tecnologias, seja

por itens de segurança ou energia limpa, além das altas taxas de juros, nível elevado de inadimplência, dificuldade de obtenção de crédito e desvalorização cambial não oferecem um cenário propício para alterar essa realidade. Transformar o cenário automotivo no Brasil, impulsionando-o para posições mais altas no ranking automotivo mundial, seja em vendas, seja em produção, exige estabilidade macroeconômica a médio/longo prazo, aliada a implementações de políticas públicas que incentivem a renovação da frota circulante e, conseqüentemente, garantam um trânsito mais sustentável, do ponto de vista de segurança veicular e ambiental.

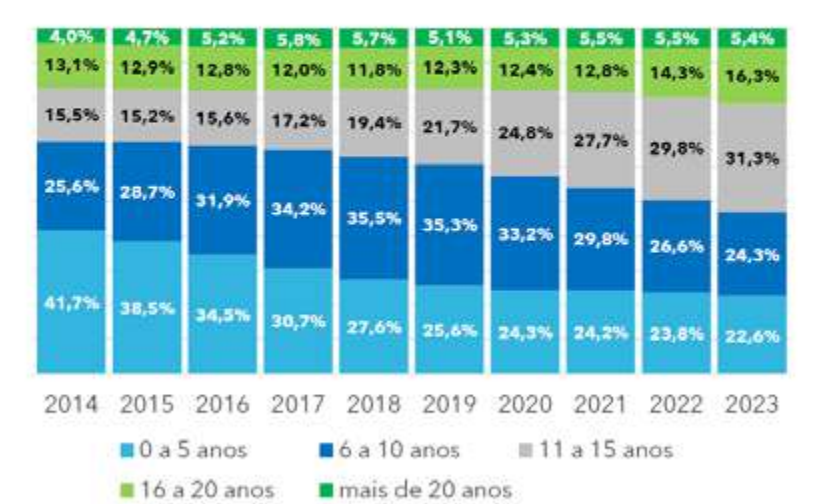
Tabela 5. Idade média da frota de veículos e motocicletas (em anos).

SEGMENTOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Automóveis	8 anos e 7 meses	8 anos e 9 meses	9 anos e 3 meses	9 anos e 5 meses	9 anos e 6 meses	9 anos e 8 meses	10 anos e 2 meses	10 anos e 4 meses	10 anos e 8 meses	11 anos e 1 mês
Comerciais Leves	7 anos	7 anos e 3 meses	7 anos e 5 meses	7 anos e 8 meses	7 anos e 9 meses	8 anos e 2 meses	8 anos e 4 meses	8 anos e 6 meses	8 anos e 8 meses	8 anos e 9 meses
Caminhões	9 anos e 6 meses	10 anos	10 anos e 5 meses	11 anos	11 anos e 3 meses	11 anos e 6 meses	11 anos e 6 meses	11 anos e 9 meses	11 anos e 9 meses	12 anos e 2 meses
Ônibus	8 anos e 9 meses	9 anos e 3 meses	9 anos e 7 meses	10 anos e 1 mês	10 anos e 3 meses	10 anos e 6 meses	10 anos e 6 meses	11 anos e 1 mês	11 anos e 3 meses	11 anos e 3 meses
Média	8 anos e 5 meses	8 anos e 8 meses	9 anos e 1 mês	9 anos e 3 meses	9 anos e 5 meses	9 anos e 7 meses	10 anos	10 anos e 3 meses	10 anos e 6 meses	10 anos e 8 meses
Motocicletas	6 anos e 1 mês	6 anos e 4 meses	6 anos e 9 meses	7 anos e 3 meses	7 anos e 8 meses	8 anos	8 anos e 3 meses	8 anos e 4 meses	8 anos e 4 meses	8 anos e 3 meses

Gráfico 4. Volume (em milhões) por idade da frota, considerando intervalos quinquenais.
(Autoveículos)



Gráfico 5. Representatividade da idade da frota considerando intervalos quinquenais.
(Autoveículos)



A partir de 2019, a frota de automóveis alcançou o patamar de 38 milhões e cresceu por volta de 100 mil unidades a cada ano, totalizando 38,4 milhões de unidades em 2023. Desse total, a idade média de 21,3% foi de até 5 anos (22,7% em 2022), faixa representada por 8,2 milhões de veículos; 24,3% com idade entre 6 e 10 anos (26,5% em 2022), com 9,3 milhões; 31,2% com 11 a 15 anos (29,8%

em 2022), com 12,0 milhões representou o intervalo mais expressivo; 17,5% de 16 a 20 anos (15,3% em 2022), com 6,7 milhões; e 5,7% com mais de 20 anos (5,7% em 2022), 2,2 milhões. Comparativamente a 2022, a quantidade de automóveis na frota cresceu apenas 0,2%, evidência marcada por nítido envelhecimento.

Gráfico 6. Volume (em milhões) por idade da frota, considerando intervalos quinquenais. (Automóveis)

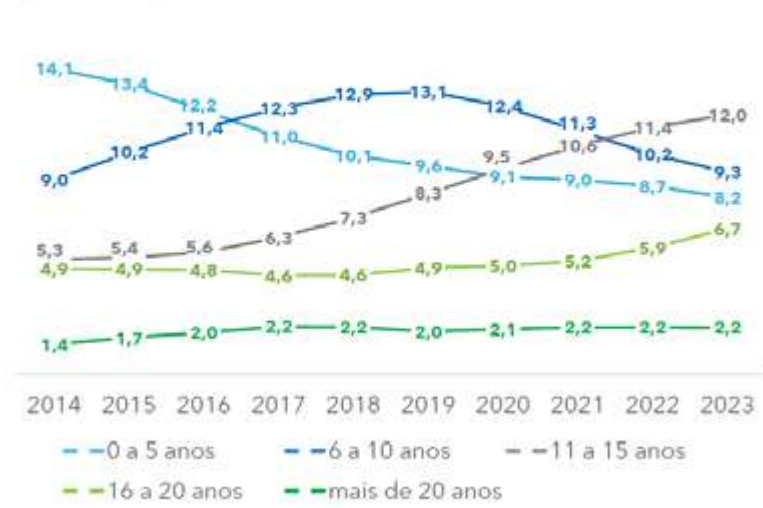
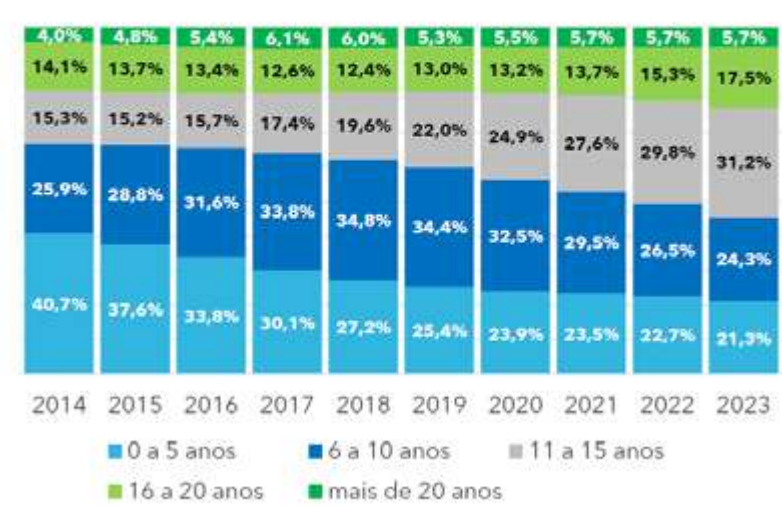


Gráfico 7. Representatividade da idade da frota considerando intervalos quinquenais. (Automóveis)

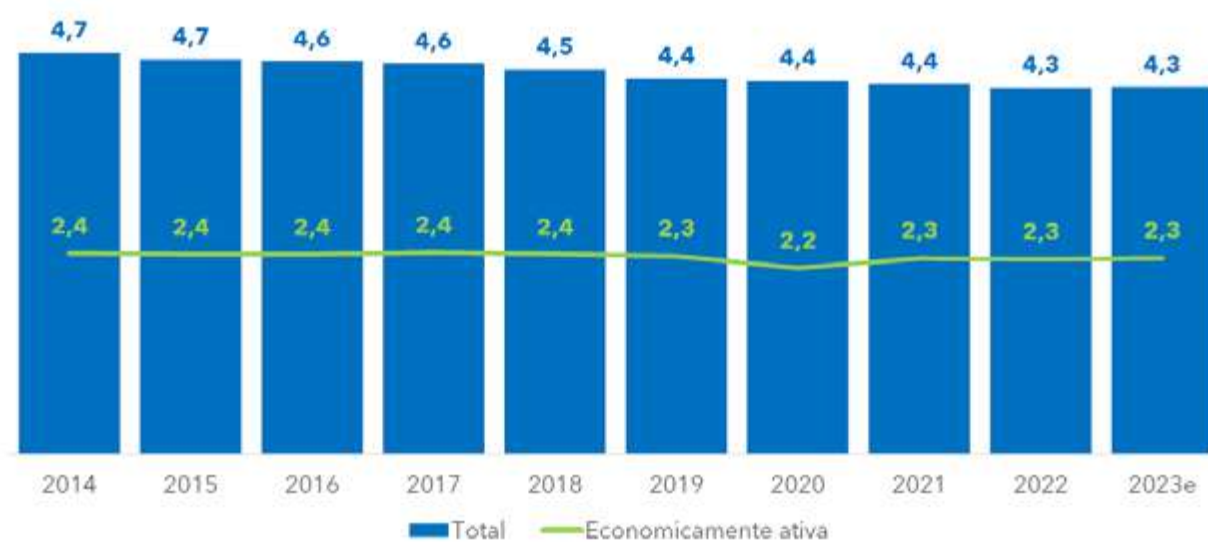


Habitantes por veículo

A relação entre a população residente e a frota circulante no país manteve-se em 4,3 habitantes por veículo em 2022 (Gráfico 9), após revisão das informações com a divulgação do Censo 2022. O índice prosseguiu abaixo da relação observada no início da década passada. A estagnação da produção de autoveículos desde 2016, excetuando-se o ano de 2019, quando computaram-se quase 3,0 milhões de

unidades produzidas, explica em boa medida o resultado verificado. Ao se comparar a População Economicamente Ativa (PEA) com a frota em circulação, nota-se que há 10 anos essa relação está estagnada no mesmo patamar. A mesma, que era de 3,1 em 2010, alcançou 2,3 habitantes economicamente ativos por veículo em 2023, indicador bem distante daqueles estimados para os maiores mercados automotivos do mundo.

Gráfico 16. Habitantes por veículo no Brasil - Total e economicamente ativos (em milhões).



IMPACTO AA



1,5 milhão
de pessoas alcançadas
(últimos 90 dias)

audiência considera
o alcance direto no
portal e nas redes sociais

ACESSOS AO SITE (últimos 90 dias)

+ de **35 mil**
visitantes

30 mil
usuários únicos

45 mil
visualizações de páginas





Showcar ID. CODE revelou no Salão de Pequim para onde vai caminhar o fabricante alemão em suas operações na China

VW aposta em design, tecnologias e rápido desenvolvimento na China

Nova linguagem de design e novo padrão tecnológico dos futuros modelos mostram a importância que o país asiático vem ganhando no cenário automotivo global

O crescente deslocamento do protagonismo na fabricação de automóveis do ocidente para a China – assunto já tratado em texto analítico neste novo varejo (veja arquivo de edições no site) – ganhou mais um impulso em abril. E veio de um gigante global.

A Volkswagen está sistematicamente levando adiante sua estratégia “na China, para a China”. O objetivo é um alinhamento ainda mais próximo com as exigências específicas dos clientes no maior mercado automotivo do mundo, disponibilizando a eles uma oferta convincente de produtos em todos os segmentos de produtos.

O conceito ID. CODE, que celebra sua apresentação mundial, no Salão de Pequim, é uma comprovação desta orientação sistemática para os desejos dos clientes chineses.

A estética do carro conceito é completamente nova e dá uma visão antecipada de um grande SUV elétrico. O ID. CODE é projetado para condução totalmente autônoma de Nível 4. A nova e progressiva submarca ID.UX também desempenha um papel chave para o perfil da Volkswagen no mercado chinês. Com modelos totalmente elétricos e orientados para o estilo de vida, essa submarca foi criada para atrair especialmente os clientes jovens.

A estratégia aperfeiçoada na China tem três pilares: um abrangente portfólio de produtos acelerando a eletrificação dos modelos da marca, uma linguagem de marca e design desenvolvidas especificamente para o mercado chinês, e o desenvolvimento técnico local com fortes parceiros na China para acelerar o ritmo de inovação.

Com a apresentação mundial do ID. CODE no Salão de Pequim, a Volkswagen está dando uma primeira antevista da nova linguagem de design de futuros modelos e, ao mesmo tempo, lançando uma nova era da tecnologia. O carro conceito foi desenvolvido especificamente para clientes na China. Com suas superfícies vigorosas, limpas e fluidas, o carro conceito remete a um Gran Turismo. O exterior também funciona como superfície de projeção para a próxima geração de iluminação e sinalização assistida por inteligência artificial. Isso combina bem com o espaço interior com novo design a bordo do ID. CODE, onde os mundos real e virtual se encontram para criar uma nova experiência de mobilidade. O carro conceito movido a eletricidade pode ser guiado de forma convencional ou através do modo de condução autônoma Nível 4.

A família ID. vai se ampliar para um total de 16 modelos até 2030. Isso inclui cinco veículos elétricos da nova submarca ID.UX, que terão sua estreia no mercado em 2027. A Volkswagen também está introduzindo gradativamente versões elétricas de seus modelos com motores a combustão interna (MCI) e expandindo seu portfólio na China com novos e altamente eficientes híbridos plug-in com autonomia elétrica de mais de 100 quilômetros. Doze novos modelos com motores a combustão interna e seis híbridos vão estreiar até 2030. E a Volkswagen China Technology Company (VCTC), baseada em Hefei, está desenvolvendo a primeira plataforma elétrica do Grupo VW especialmente para o país. Pelo menos quatro outros modelos para o segmento de entrada elétrico serão construídos sobre a China Main Platform (CMP) a partir de 2026.

Não confunda agilidade com pressa

Por Luiz Marins, antropólogo, escritor, consultor e palestrante - www.marins.com.br

A diferença entre agilidade, velocidade e pressa é sutil, mas crucial para o sucesso pessoal e profissional.

Ser ágil significa ser flexível e adaptável, focando na produtividade e na capacidade de responder rapidamente às mudanças, fazendo tudo de maneira eficiente e eficaz, sem comprometer a qualidade. Ser ágil envolve planejamento, organização e execução inteligente, garantindo que as metas sejam atingidas sem atalhos que possam comprometer os resultados finais.

É fundamental entender que ser ágil não significa correr com pressa, mas sim trabalhar de forma estratégica e eficiente, mantendo o equilíbrio entre velocidade e qualidade. É como um atleta treinado correndo em alta velocidade, mas sempre mantendo o foco e a precisão.

Já a pressa está associada a uma forma apressada e descuidada de agir, muitas vezes negligenciando a qualidade e a atenção necessária aos detalhes fundamentais da operação. A pressa está mais relacionada à ansiedade, impaciência e falta de cuidado, levando a erros, retrabalho e até conflitos.

Portanto, é essencial lembrar que a busca pela agilidade e velocidade deve estar alinhada com a qualidade e a atenção aos detalhes. Enquanto a agilidade e a velocidade nos impulsionam para alcançar nossos objetivos e metas, a pressa nos desvia do caminho certo e compromete os resultados.

Para as empresas, a diferença entre colaboradores ágeis e apressados pode ser a linha tênue que separa o sucesso do fracasso.

Colaboradores ágeis são aqueles que demonstram capacidade de adaptação, rapidez na tomada de decisões e eficiência na execução de tarefas, sem comprometer a qualidade do trabalho.

Em contrapartida, colaboradores apressados tendem a agir de forma precipitada, negligenciando detalhes importantes e colocando em risco a qualidade.

É por isso que a agilidade no ambiente de trabalho é cada vez mais valorizada, especialmente em um cenário empresarial dinâmico e competitivo. Colaboradores ágeis são capazes de se ajustar rapidamente às mudanças, trabalhar sob pressão e entregar resultados de forma eficaz. Eles são proativos, flexíveis e capazes de lidar com desafios.

Por outro lado, colaboradores apressados tendem a tomar atalhos, cometer erros e comprometer a qualidade em nome da rapidez. Isso pode resultar em retrabalho, insatisfação dos clientes e prejuízos financeiros para a empresa.

Portanto, é crucial que as empresas incentivem e valorizem a agilidade em seus colaboradores, promovendo um ambiente de trabalho que estimule a criatividade, a inovação e a eficiência. Investir no desenvolvimento de habilidades como resolução de problemas, pensamento crítico e comunicação eficaz pode ajudar a transformar colaboradores apressados em colaboradores ágeis, capazes de impulsionar o crescimento e o sucesso da empresa a longo prazo.

Pense nisso. Sucesso!

Semana de 22 a 26 de abril

A seguir você conhece os resultados das pesquisas MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e ONDA - Oscilações

MAPA

Os dados apurados pelo MAPA mostram que a queda no volume de vendas apresentou aumento na semana em análise. A média nacional ponderada no período foi de -1,04%.

Os índices regionais de vendas trazidos pelos profissionais do After.Lab são os seguintes: -1,67% no Norte; -2,46% no Nordeste; 2,5% no Centro Oeste; -1,58% no Sudeste; e variação zero no Sul. As compras por parte dos varejos também mostram índice negativo, porém mais acentuado que nas vendas. A média nacional ponderada no período foi de -2,87%.

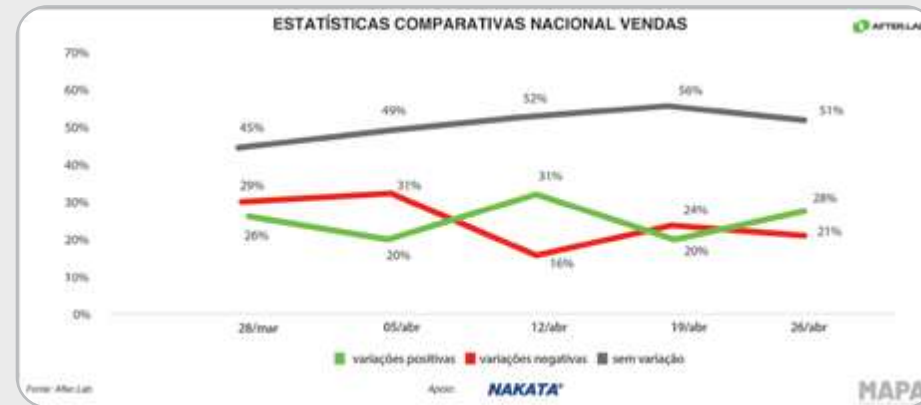
Na variação semanal regional das compras, variação zero no Nor-

nos Níveis de Abastecimento e Preços do período de 22 a 26 de abril, estudos realizados pelo After.Lab.

te; 0,38% no Nordeste; -1,5% no Centro Oeste; -5,08% no Sudeste; e -1,67% no Sul.

Os gráficos de estatísticas comparativas mostram que a estabilidade nas vendas caiu de 56% para 51% dos entrevistados. Os varejistas que venderam mais no período foram de 20% para 28% da amostra. E o índice dos que venderam recuou de 24% para 21%.

No comportamento de compras, a estabilidade caiu de 58% para 56% dos varejistas pesquisados. As lojas que compraram mais foram de 17% para 16% da amostra e a variação negativa cresceu de 26% para 28%.



ONDA

Vamos agora aos resultados do ONDA, pesquisa que vem flagrando semanalmente o cenário de desabastecimento e a inflação no mercado de autopeças.

O índice apurado pelos profissionais do After.Lab no período revelou média nacional ponderada negativa para o abastecimento de autopeças no varejo, com -5,03%.

Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do Brasil apuraram os seguintes resultados: -16,67% no Norte, o campeão do desabastecimento na semana; -3,77% no Nordeste; -3,5% no Centro-Oeste; -6,12% no Sudeste; e -1,11% no Sul.

Os itens em geral lideraram o ranking da falta de produtos com 60,7% das respostas, seguidos por componentes de motor, com 14,3%, e correias, com 10,7%.

Os preços ao varejo continuam mantendo trajetória inversa à do

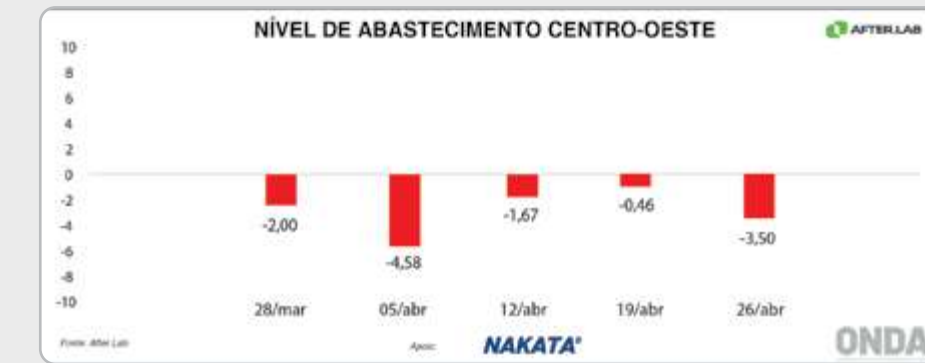
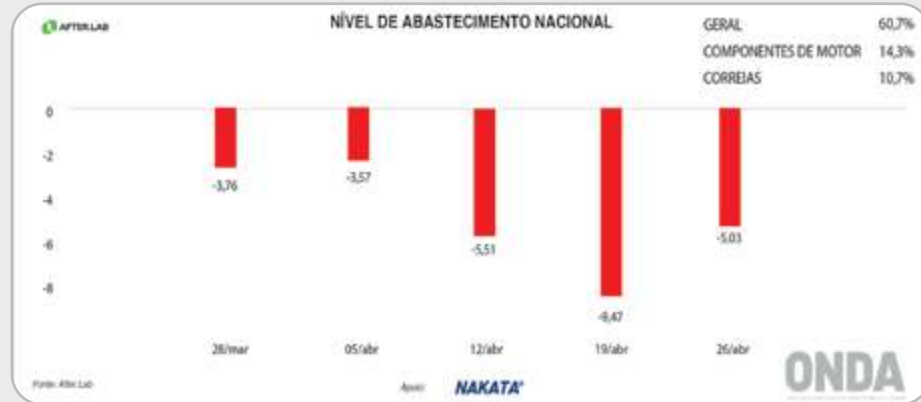
abastecimento, com percepção contínua de alta. O viés nacional no período foi de 1,69%, com discreta tendência de queda.

Todas as regiões, mais uma vez, mostraram curva de preços em elevação, com 3,33% no Norte; 0,38% no Nordeste; 2,6% no Centro-Oeste; 1,81% no Sudeste; e 1,67% no Sul.

Os itens em geral responderam por 68,8% das percepções de alta nos preços, seguidos por correias, com 18,8%; e componentes de motor, com 12,5%.

A estabilidade do abastecimento no período subiu de 45% para 62%. Em relação aos preços, a curva de estabilidade foi de 74% para 80%.

Acompanhe semanalmente nas plataformas digitais do Novo Varejo e do Aftermarket Automotivo os resultados atualizados das pesquisas MAPA e ONDA, uma realização do After.Lab.



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

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

AFTER.LAB

aftermarket
automotivo

novovarejo
automotivo

MAIS
AUTOMOTIVE

Q.TV

MAIORES & MELHORES
NO AFTERMARKET

Prêmio
INOVA
AFTERMARKET

Prêmio
INOVA
AFTERMARKET

Nhm



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

2MC.COM.BR

2mc