



**novovarejo**  
a mídia do aftermarket **automotivo**

EDIÇÃO 430

ANO 31 - MAIO DE 2024

NOVOVAREJOAUTOMOTIVO.COM.BR

NVI - NOVO VAREJO IMPRESSO



## 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

**PÁGINA 18**

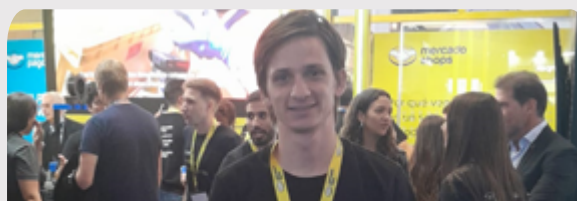


Gestores das campeãs da MMR na classificação geral comentam a importância do reconhecimento e explicam a razão do sucesso de suas empresas

**PÁGINA 08**

Nossa reportagem visitou a Automechanika Buenos Aires e apurou as expectativas do setor automotivo da Argentina a partir da eleição de Javier Milei

**PÁGINA 42**



Conversamos com o responsável pelo aftermarket automotivo do Mercado Livre argentino para conhecer os planos da plataforma no comércio de autopeças

**PÁGINA 48**



Pesquisa realizada nos Estados Unidos traduz em cifras o custo do bloqueio de informação dos veículos para o aftermarket independente

**PÁGINA 52**

**FRASLE**  
MOBILITY

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

**PORQUE É**

**NAKATA**

**HG**  
NAKATA



**TUDO AZUL. TUDO NAKATA.**

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



Paz no trânsito começa por você.



# Lado a lado com você, em todo o Brasil

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

**Patrícia Nunes**  
Cliente  
Recife - PE

#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



# Lições da Automechanika Buenos Aires

Todo vendedor sabe: é muito mais difícil (e caro) conquistar um novo cliente do que manter a recorrência daqueles que já se relacionam com a empresa.

Foi com este entendimento que as marcas brasileiras lotaram os mais de 500 metros quadrados reservados ao país no La Rural Trade Center, casa da Automechanika Buenos Aires 2024, entre os dias 10 e 13 de abril.

Neste ano, o Brasil contou com sua maior delegação na história da feira. Ao todo, foram mais de 50 marcas – sendo que 52 delas se concentraram nos estandes reservados por uma parceria entre o Sindipeças e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil).

Como pano de fundo para toda essa mobilização estavam as mudanças trazidas pela recente eleição do presidente argentino Javier Milei, que – com medidas práticas e discursos ainda não concretizados – prega a maior abertura do país para o capital estrangeiro como uma de suas principais bandeiras.

Para o mundo todo, essa sinalização soa como uma oportunidade para conquistar uma fatia de mercado nos mais diferentes segmentos, inclusive o das autopeças. Prova disso, é o fato de que a Automechanika Buenos Aires deste ano atraiu 18 países, incluindo pavilhões exclusivos de China e Turquia, e teve um aumento de 24% de expositores na comparação com sua última edição, em 2022.

Já para o Brasil, o novo cenário significa maior competição e, claro, uma ameaça ao marketshare robusto que o país tem na balança comercial com seus hermanos. Em 2023, por exemplo, o volume exportado para a Argentina foi de US\$ 3,3 bilhões, equivalente a 36,7% do total das vendas brasileiras para o exterior.

Na percepção geral dos expositores brasileiros na feira, o novo momento argentino significa uma espécie de ‘chamada para sair da zona de conforto’. Algo que, a bem da verdade, todos aqueles que ouvimos parecem estar prontos a fazê-lo.

Um mercado mais competitivo, em suma, convida as empresas brasileiras a serem mais eficientes e a melhorar a qualidade de suas ofertas. Ou seja, no melhor dos cenários – isto é, com o Brasil conseguindo manter seu protagonismo em solo argentino –, o país estará também mais competitivo na disputa por outros mercados, seja na América do Sul ou ainda nos chamados ‘mercadoes’, como a Europa e os Estados Unidos.

Esta, aliás, é a expectativa da ApexBrasil. Em entrevista à nossa reportagem, um porta-voz da Agência estatal afirmou que o aftermarket automotivo é um setor estratégico para o país e pode, caso consiga ampliar sua influência local e alcançar nichos, ainda que ‘pequenininhos’ nos EUA e na Europa, desempenhar um papel importante na busca do Brasil por ser relevante no comércio internacional para além do universo das commodities.

Os próximos meses mostrarão o quanto as empresas brasileiras foram, ou não, bem-sucedidas nesta missão. A começar pela impressão deixada pelas nossas marcas nos mais de 27 mil visitantes da Automechanika Buenos Aires 2024.

Nhm  
www.novomeio.com.br

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

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

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

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

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

**Redação**  
Dúvidas, críticas e sugestões a respeito das informações editoriais publicadas no jornal.

Envie releases com os lançamentos de sua empresa e notícias que merecem ser divulgadas ao mercado.  
jornalismo@novomeio.com.br

**Notícias**  
Cadastre-se para receber notícias do setor no seu e-mail. 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 - #430 Maio de 2024

**Triagem desta edição**  
15 mil exemplares

**Distribuição Nacional via Correios**

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)

# AMORTECEDORES COFAP

VOCÊ MAIS SEGURO EM TODOS OS CAMINHOS.



Desenvolvidos com a mais avançada tecnologia do mercado, os **Amortecedores Cofap** são produzidos para que você tenha conforto e segurança em todos os trajetos. Por isso, não abra mão de qualidade e colabore para um trânsito mais seguro. **Escolha Cofap.**



Acesse aqui nosso site

SIGA:



www.mmcofap.com.br

Paz no trânsito começa por você





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

18

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.

## Balconistas avaliam atributos para aprimoramento e normalização dos vendedores de autopeças

*Na edição 330 nossa reportagem inaugurava uma série em que os profissionais de vendas do varejo comentavam os desafios da profissão e requisitos básicos para evolução da categoria*

Há 100 edições a comissão de estudos da ABNT elaborava requisitos básicos para o bom exercício da função de vendedor de autopeças para aquela que viria a se tornar a norma técnica dedicada a estes profissionais. O Novo Varejo participou desta comissão e, no sentido de contribuir com o aprimoramento das propostas, iniciou na edição 330 uma série de reportagem em que abria espaço para que os próprios profissionais expusessem seus pontos de vista acerca dos processos e pro-

cedimentos necessários para uma padronização da atividade. Os entrevistados também faziam uma avaliação da disponibilidade de ações para o aprimoramento da profissão, algo fundamental na evolução dos vendedores no mercado. O primeiro convidado da série foi um tradicional colaborador de nossos conteúdos, Júlio Cesar Sampaio. Conhecido no mercado como 'Balconista dos Pampas', o profissional estabeleceu um nível de importância para requisitos básicos

apontados pela comissão, bem como teceu rápidos comentários sobre cada um deles, como por exemplo, a necessidade de conhecer bem o cliente. "Entender o tipo de cliente é uma maneira adequada de fazer a venda com sucesso e conhecer a sua necessidade dentro da realidade do momento e ajuda a fidelizar trazendo novas oportunidades de vendas". O profissional também avaliou a oferta de cursos e treinamentos no mercado, algo fundamental para alcançar as exigências

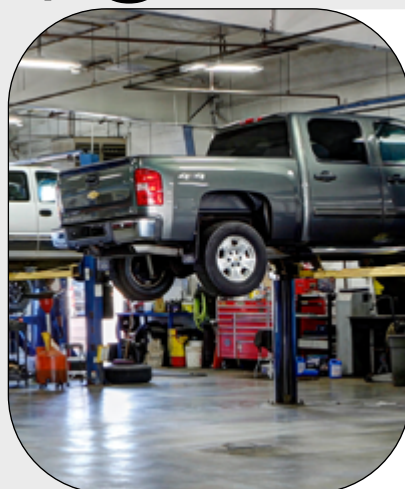
da norma. "Com o tamanho da frota de veículos, fica quase humanamente impossível ter total conhecimento do mercado automotivo; no meu caso – que moro no Rio Grande do Sul e tenho com países vizinhos Uruguai e Argentina, aumentando ainda mais o número de marcas e modelos – acredito que os fabricantes podem melhorar essa demanda de cursos e treinamentos, o que de fato é de suma relevância e de grande utilidade no nosso dia a dia".

Nossa reportagem visitou a Automechanika Buenos Aires e apurou as expectativas do setor automotivo da Argentina a partir da eleição de Javier Milei, um presidente com viés liberar que traz algum otimismo, mas também certa preocupação.

42

48

Em entrevista exclusiva à nossa reportagem direto de Buenos Aires, Rodrigo González, responsável pelo aftermarket automotivo do Mercado Livre detalha visão e próximos passos da plataforma no comércio de autopeças.



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.

52

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](https://b2b.pellegrino.com.br)

**Pellegrino**  
Conte com nossa gente.



MAIORES & MELHORES  
em distribuição de autopeças

R E G I O N A L



## 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 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. Seremos 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 oportunidade 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 tec-**

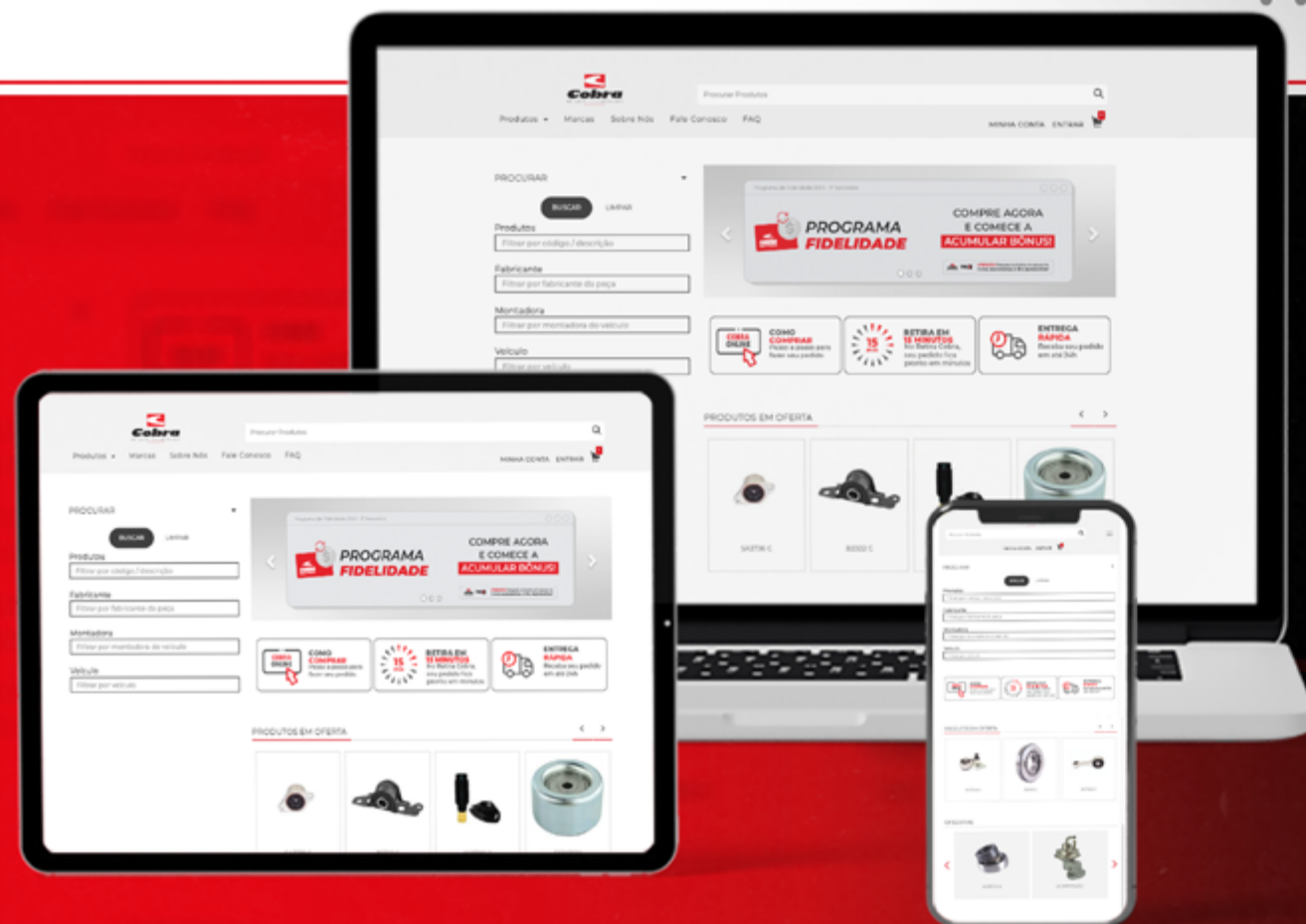
**nologia e o aumento da demanda por soluções digitais impactou a sua empresa? Que adaptações vocês fizeram nos últimos três anos neste sentido?**

**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,





# LOJA ONLINE COBRA

SEU PEDIDO A POUCOS  
CLIQUEs DE DISTÂNCIA

[www.cobrarolamentos.com.br](http://www.cobrarolamentos.com.br) | [sac@cobrarolamentos.com.br](mailto: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](http://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.

Faça revisões em seu veículo regularmente.



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 a 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 benefícios 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 conectado 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-Oeste. 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.



**Alcides Acerbi Neto**  
Jahu



**Fábio Malinconico Jr.**  
PMZ



**Lucio Santin**  
Toli



**Fabiano Medeiros**  
Comando



**Bruna Monteiro**  
Auto Norte

**LANÇAMENTO:**  
NOVAS HOMOCINETICAS

A300027	DESLIZANTE VIRTUS 1.6 16V - 2016/...	A300034	CA CACTUS 1.6 16V TYP - 2016/...
A300028	GOLF 1.0 12V TSI - 2016/2018	A300035	CA CACTUS 1.6 16V ASKINADO - 2016/2020
A300029	35 ESTRAS INTERNA / 36 ESTRAS EXTERNA	A300036	25 ESTRAS EXTERNA / 26 ESTRAS INTERNA
A300030	GOLF 1.6 16V TSI TURBO HIGHLINE - 2016/2017	A300037	KANOO 2004/2005
A300031	35 ESTRAS INTERNA / 36 ESTRAS EXTERNA	A300038	MEGANE 1.6 16V - 2004/2005
A300032	VIRTUS 1.6 16V	A300039	LOGAN 1.6 16V - 2016/...
A300033	36 ESTRAS EXTERNA x 24 ESTRAS INTERNA	A300040	22 ESTRAS EXTERNA / 23 ESTRAS INTERNA
A300034	POLO 1.0 - 2016/...	A300041	SANDBRO/LOGAN 1.6 16V MANUAL/AUTOMATICO - 2016/2020
A300035	22 ESTRAS INTERNA / 36 ESTRAS EXTERNA	A300042	21 ESTRAS EXTERNA / 22 ESTRAS INTERNA
A300036	POLO 1.0 AUTOMATICO / L 1.6 24 ESTRAS INTERNA / 36 ESTRAS EXTERNA	A300043	POCUS 1.6 - 2016/2020
A300037	DIAMETRO EXTERNO DO SEME ENO 2500 mm	A300044	27 ESTRAS EXTERNA x 24 ESTRAS INTERNA
A300038	ONIX 1.0 TURBO AUTOMATICO - 2020/...	A300045	FIAT 2.0 16V - 2016/2017
A300039	TRAXER 1.0 TURBO AUTOMATICO 2021/...	A300046	20 ESTRAS EXTERNA / 21 ESTRAS INTERNA
A300040	33 ESTRAS EXTERNA x 32 ESTRAS INTERNA	A300047	FIAT 1.6 - 2016/...
A300041	EQUINOX 2.0 16V CAMBIO AUTOMATICO - 2016/...	A300048	26 ESTRAS EXTERNA / 27 ESTRAS INTERNA
A300042	34 ESTRAS INTERNA / 30 ESTRAS EXTERNA	A300049	HRV 1.6 - COM ABS - 2016/...
A300043	ONIX 1.0 ASPIRADO CAMBIO MECANICO - 2020/2021	A300050	25 ESTRAS EXTERNA / 26 ESTRAS INTERNA
A300044	33 ESTRAS EXTERNA / 27 ESTRAS INTERNA	A300051	COROA DO ABS COM 48 DENTES
A300045	TORO 2.0 16V 640 DIESEL CAMBIO MANUAL 2016/...	A300052	25 ESTRAS EXTERNA / 26 ESTRAS INTERNA
A300046	26 ESTRAS INTERNA / 27 ESTRAS EXTERNA	A300053	SOLIS 1.6 16V - 2016/...
A300047	TORO 2.4 16V FLEX - 2016/...	A300054	27 ESTRAS EXTERNA / 28 ESTRAS INTERNA
A300048	ANEL TRAVAR INTERNA	A300055	ADV 2.0 2005/2006
A300049	TOROY RENEGADE/COMPASS DIESEL 2.0 16V - 444 C 2016/2021	A300056	OUTLANDER 2.4 - 2016/2021
A300050	35 ESTRAS EXTERNA / 36 ESTRAS EXTERNA	A300057	28 ESTRAS EXTERNA / 29 ESTRAS INTERNA
A300051	CS 3.0 16V AUTOMATICO - 2016/2017	A300058	28 ESTRAS EXTERNA / 29 ESTRAS INTERNA
A300052	26 ESTRAS INTERNA / 27 ESTRAS EXTERNA	A300059	28 ESTRAS EXTERNA / 29 ESTRAS INTERNA

NOVAS EMBREAGENS  
SOHCKBRAS PREMIUM,  
QUALIDADE É TUDO!

NÃO ATENDEMOS VAREJOS E SERVIÇOS, FAVOR CONTATAR UM DISTRIBUIDOR NA SUA REGIÃO.

Baixe nosso catálogo [www.autafastar.com.br](http://www.autafastar.com.br)

12

novovarejo  
automotivo

novovarejo  
automotivo

13



# VIES - Variações nos Índices e Estatísticas

## Abril de 2022, 2023 e 2024

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

Na pesquisa MAPA, a média na-

cional das vendas fechou com queda de -0,62% sobre o mês anterior. O resultado foi melhor que aquele obtido na variação de abril de 2023, mas pior que o desempenho verificado em 2022, quando o varejo vendeu -0,02% apenas sobre março do mesmo ano. A reposição dos estoques acompanhou a tendência, com resultado final para o mês de -1,75%, índice que apresentou evolução no comparativo envolvendo os dois anos anteriores, conforme mostra o gráfico abaixo.

No que se refere aos dados abrangidos pela pesquisa ONDA, continuam prevalecendo as tendências que compõem longa trajetória iniciada na pandemia. Embora o abastecimento tenha melhorado em relação a 2022, teve discreta piora na comparação com a passagem de março para abril do ano passado. A boa notícia diz respeito à curva de queda nos preços, esta sim bastante acentuada em relação aos demais indicativos de ambos os estudos. A inflação caiu de elevados 6,10% em

2022 para 1,6% mês passado.

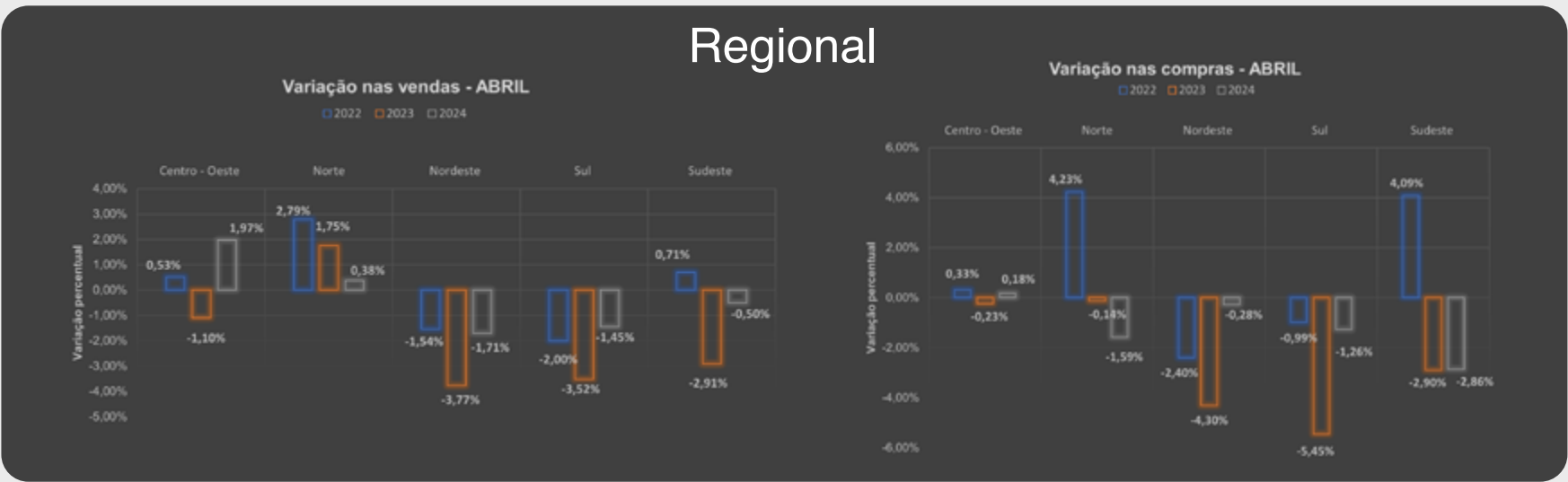
Acompanhe nos gráficos também os resultados regionais das vendas, compras, abastecimento e preços e compare o desempenho das lojas de autopeças em 2022, 2023 e 2024 nos meses de março em suas respectivas evoluções na comparação com os meses de fevereiro em cada ano. E, semanalmente, nas plataformas digitais do NovoVarejo Automotivo, todos os resultados atualizados das pesquisas MAPA e ONDA.

### MAPA

#### Nacional

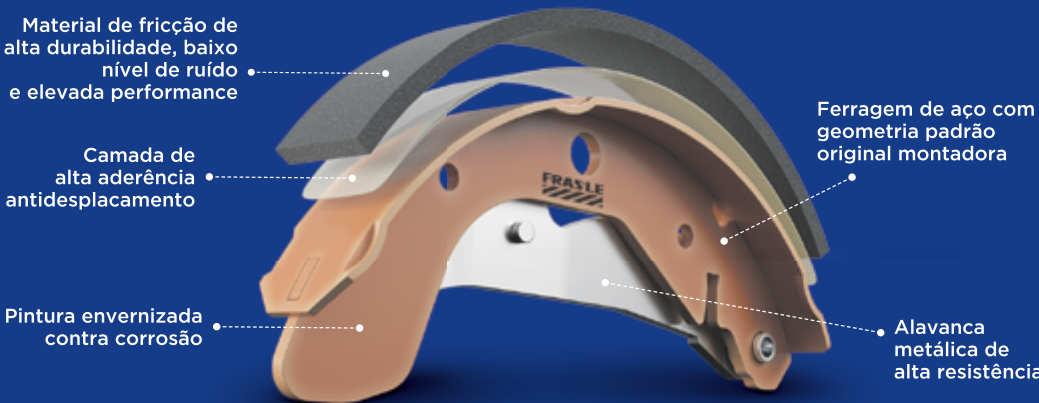


#### Regional



## PENSOU PRATICIDADE E SEGURANÇA, SAPATA DE FREIO FRAS-LE.

Se você busca qualidade, a linha de sapatas de freio Fras-le é a escolha certa. Elas são produzidas com matérias-primas de alto rendimento que aumentam em até 30% a durabilidade das lonas e do tambor de freio. Com máximo controle de ruído, alta estabilidade e sensibilidade de frenagem, garantem excelente desempenho para o freio de trabalho estacionário.



Paz no trânsito começa por você.



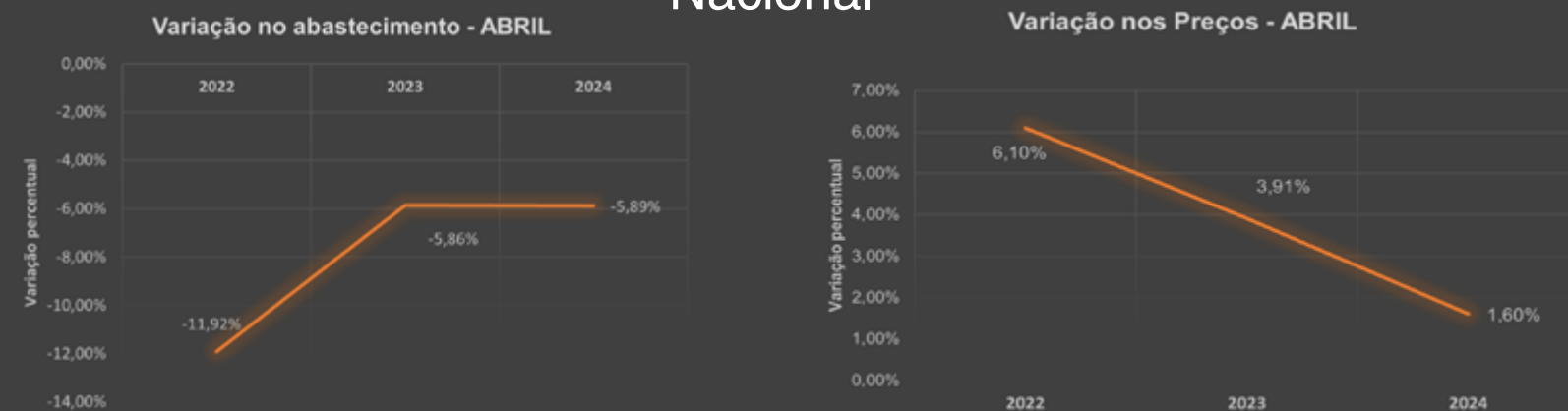
Acesse e confira o portfólio de aplicações.



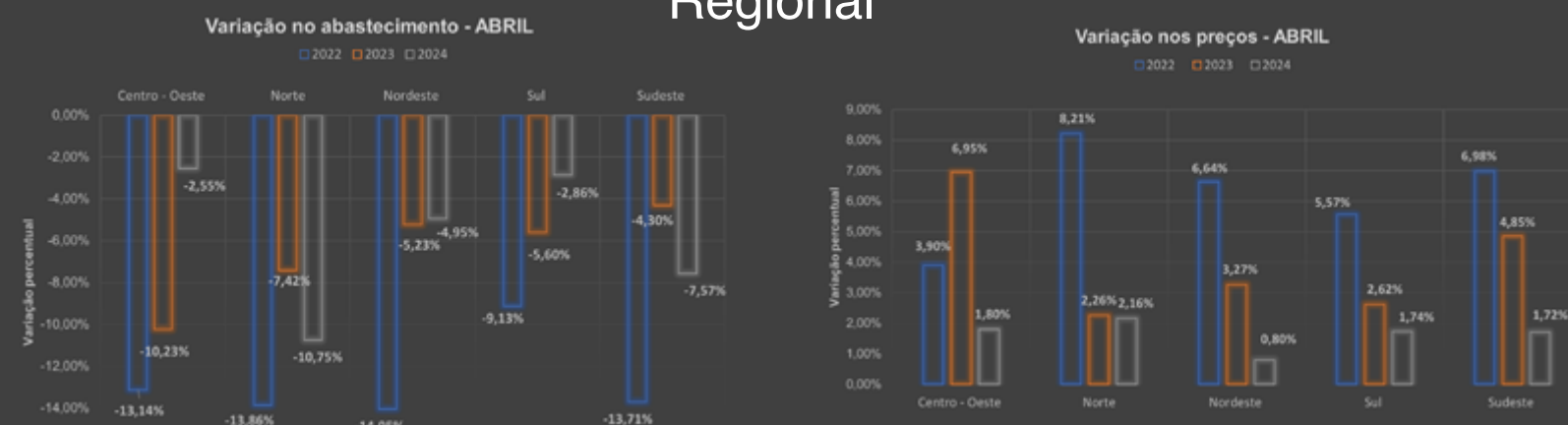


## ONDA

### Nacional



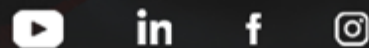
### Regional



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

**MAIS**  
AUTOMOTIVE

WWW.MAISAUTOMOTIVE.COM.BR



CONFIRA AS NOSSAS REDES SOCIAIS

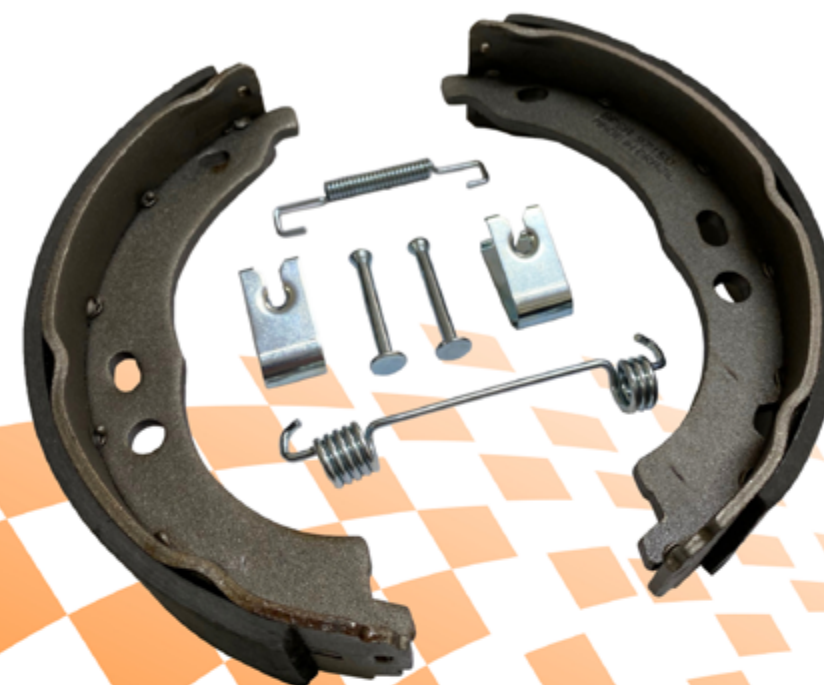
**O MAIOR PORTFÓLIO DE SAPATAS  
DE FREIO FABRICADAS NO BRASIL**



**MAZZICAR**  
FREIOS



ACESSE O CATÁLOGO PELO  
**QR CODE** E CONFIRA OS  
**ÚLTIMOS LANÇAMENTOS.**



EMPRESA CERTIFICADA ISO 9001:2015  
PRODUTO HOMOLOGADO PELO INMETRO

WWW.MAZZICAR.COM.BR

mazzicar@mazzicar.com.br

(11) 4991-1454

(11) 4991-2801

mazzicar

**QUALIDADE E VARIEDADE EM AUTOPEÇAS**  
**VOCÊ ENCONTRA AQUI NA VILLAFRANCA!**



**BOMBAS D'ÁGUA**



**BOMBAS DE VÁCUO**



**POLIAS ELETROMAGNÉTICAS**



**METAL BORRACHA**



**FREIO E EMBREAGEM**



**JUNTAS HOMOCINÉTICAS**

WWW.VILLAFRANCANET.COM.BR

VENDAS@VILLAFRANCANET.COM.BR

(11) 5584-2400

villafranca\_autopecas



Catálogo



# 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 desem-

penho 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 forne-

cedores. 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 represen-

tativo 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.



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







REALIZAÇÃO



DIVULGAÇÃO





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



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





COMERCIAL

Atendimento

NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
MELO	8,94	AUTOFORT	9,20	POLYPEÇAS	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	POLYPEÇAS	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	POLYPEÇAS	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



GENUINE PARTS

DISTRIBUIDOR AUTORIZADO



Ford

DISTRIBUIDOR AUTORIZADO



# 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

em distribuição de autopeças



novovarejo

automotivo



AFTER.LAB



aftermarket automotivo



a.tv



BEHR



M

METAL LEVE



MAHLE



NGK

SPARK PLUGS



FRASLE



elring

Das Original



WEGA

ORIGINAL QUALITY

22

 novovarejo  
automotivo

 novovarejo  
automotivo

23



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	POLYPEÇAS	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	AUTOFORT	8,50	POLYPEÇAS	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	POLYPEÇAS	8,67	COMPEL	8,75	TOLI	8,70
MELO	8,77	AUTOFORT	8,91	COMANDO	8,65	BARROS	8,73	EMBREPAR	8,69

# 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

Parceiros:

@autonortedistribuidora

@pecabrasil



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	AUTOFORT	8,89	COMANDO	8,54	COMPEL	8,66	EMBREPAR	8,66
PMZ	8,66	AUTO NORTE	8,88	POLIPEÇAS	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	POLIPEÇAS	8,05	JAHU	8,50	EMBREPAR	8,30
MELO	8,06	AUTOFORT	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	POLIPEÇAS	8,51	JAHU	8,75	TOLI	8,68
RONDOBRAS	8,57	AUTOFORT	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



ELEITA A MELHOR EM  
DISTRIBUIÇÃO NA  
REGIÃO SUDESTE

O reconhecimento e a parceria é o que nos move e nos motiva a fazer cada vez mais. Deixamos aqui nosso muito obrigado pela preferência e por nos eleger em mais um ano como o Melhor em Distribuição na região Sudeste!

VENCEDORA NAS CATEGORIAS:

- VARIEDADE DAS MARCAS
- DISPONIBILIDADE DE MARCAS
- ENTREGA
- INOVAÇÃO
- ADMIRAÇÃO
- FREQUÊNCIA DE COMPRA
- PARCERIA
- CONFIANÇA
- COMPETÊNCIA
- COMPROMISSO



11 3619-0000  
Scaneie o QR Code e fique por dentro das novidades através dos nossos canais de comunicação!

f /jahuborrachas @jahuborrachas in /jahu-borrachas www.jahu.com.br

MAIORES & MELHORES  
em distribuição de autopeças  
REGIONAL





## 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	AUTOFORT	9,50	POLIFEÇAS	9,35	COMDIP	9,41	EMBREPAR	9,43

Ética

NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
PMZ	9,24	AUTOFORT	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	AUTOFORT	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

**AO ESCOLHER ISAPA VOCÊ ESTÁ  
OPTANDO POR UM MUNDO COMPLETO  
DE AUTOPEÇAS!**

- ▶ 7 Marcas exclusivas e completas
- ▶ Mais de 10 mil Itens com variedade e tecnologia
- ▶ 40 Mil Aplicações com segurança e qualidade

ACESSE  
O NOSSO  
CATÁLOGO  
ONLINE

ACOMPANHE  
O MUNDO DE  
AUTOPEÇAS

novovarejo  
automotivo

31



## 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	POLÍPEÇAS	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.



Há mais de 75 anos a Schaeffler é uma força pioneira no campo da tecnologia de movimento. Com as marcas LuK, INA e FAG, atende as principais necessidades do mercado, desenvolvendo componentes, sistemas e serviços para veículos de passeio, comerciais leves e pesados, além de motocicletas e tratores, com qualidade superior e fabricação de alta precisão. Somos Qualidade e Tecnologia. Somos **Schaeffler**.



0800 011 10 29 15 99798.6385

[aftermarket.schaeffler.com.br](https://aftermarket.schaeffler.com.br)

[rexpert.com.br](https://rexpert.com.br)

**SCHAEFFLER**





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 mantiveram-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 oportuni-

dades 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.

FRASLE  
MOBILITY

nakata.com.br • 0800 707 80 22

AMORTECEDOR HG

PORQUE É

NAKATA

Porque tem alta performance pra valer, garantindo qualidade e segurança em qualquer caminho. Porque só HG tem a tecnologia líder em suspensão, que lançou o primeiro amortecedor pressurizado do Brasil e é a marca preferida pelos mecânicos. Quer mais? Porque HG é Nakata.

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

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

EAD  
Cursos online, gratuitos e com certificado.

INSTAGRAM  
Imperdível para quem trabalha com vendas de autopeças.

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

TUDO AZUL. TUDO NAKATA.

NAKATA®

Paz no trânsito começa por você.

34

**novovarejo**  
automotivo

**novovarejo**  
automotivo

35



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 al-

gum 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.

### TEM NOVIDADES NA MOTORS IMPORTS!

Lançamento



36706 - BRONZINA MANCAL  
MERCEDES A200/B200 13...  
STD

Lançamento



36866 - ARTICUL. AXIAL FORD  
RANGER 17...

Lançamento



37258 - FILTRO COMBUST.  
BMW X5 3.0 19/20

Lançamento



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

Lançamento



37983 - DISCO FREIO DIANT. TESLA  
MODEL 3 (5YJ3) 18...

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

Ganhadores do Prêmio Maiores e Melhores 2023

[www.motorsimports.com.br](http://www.motorsimports.com.br)



**MOTORS IMPORTS**

Itajaí/SC  
47 3404-5863

São José/SC  
48 3249-4000

Curitiba/PR  
41 3028-3333

Porto Alegre/RS  
51 3368-3300

São Paulo/SP  
11 3738-3738

Campinas/SP  
19 3772-3150

Rio de Janeiro/RJ  
21 3037-1237

Brasília/DF  
61 3048-6600

## Bem-vindo à Nova Era!

É com grande alegria que apresentamos nossa transformação completa!

Com uma equipe comercial, tecnologias e operação totalmente renovadas, estamos prontos para elevar sua experiência a um novo patamar de profissionalismo.

Com mais de 5 mil itens disponíveis, estamos aqui para ajudar no seu dia-a-dia, trazendo qualidade para sua loja.



Considere-nos como a indústria dentro do seu comércio. Venha nos visitar e descubra como podemos fazer a diferença para você!

VISITE



SIGA NAS REDES SOCIAIS

@kitciaoficial

@firstautomotiveoficial



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

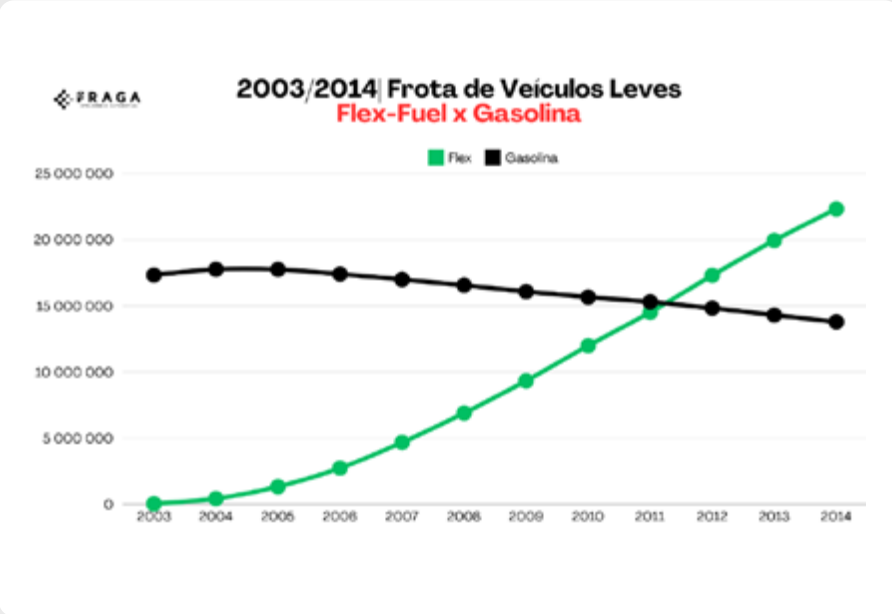
Nesta edição, apresentamos a segunda parte da retrospectiva especial em homenagem aos 30 anos da Novomeio e do Novo Varejo

Num contexto de forte entusiasmo, o Brasil ingressou nos anos 2000 com sinais claros de estabilidade em sua economia política, abrindo diversas discussões estratégicas sobre o papel do estado nas políticas industriais do país. Este período foi marcado pela transformação do Brasil em credor do FMI (Fundo Monetário Internacional), com a quitação das dívidas externas do país que, em tempos anteriores, provocavam sucessivas crises políticas e cambiais, as quais ainda hoje assolam nossos principais vizinhos da América do Sul. A estabilidade, até então incontestável, abriu portas para diversas iniciativas estatais com o objetivo de acelerar o crescimento do país. O PAC (Programa de Aceleração do Crescimento) previa a construção de diversas obras de

mobilidade e, aliado a uma forte política de incentivos às montadoras, pavimentou o caminho para uma década marcada por recordes de vendas de automóveis e pela emblemática capa da revista The Economist: “Brasil Decola!”. Durante este tempo, o Brasil atravessou com resiliência a maior crise econômica global desde 1929 e apresentou sinais promissores como a descoberta do pré-sal. Na indústria automobilística, a década foi marcada pela apresentação e popularização dos veículos com motor flex fuel, um marco que colocou o DNA brasileiro no protagonismo das discussões de políticas para transição energética e redução da emissão de carbono. Montadoras como Fiat, Volkswagen, Chevrolet e Ford continuaram liderando

o mercado nacional, com a Fiat assumindo pela primeira vez a liderança em vendas, especialmente com modelos como o Fiat Palio e o Fiat Uno. O plano de popularização da indústria automobilística foi impulsionado pelos incentivos aos veículos 1.0, que fizeram as vendas de automóveis leves atingirem o recorde de 3,8 milhões de veículos em 2013. O período também marcou o lançamento dos primeiros SUVs originalmente brasileiros, abrindo o mercado para essa família de veículos no Brasil, como o Ford EcoSport. Porém, como sabemos, o que parecia ser um novo tempo de progresso e crescimento se transformou em um dos momentos mais tristes da história nacional, marcado por uma grande crise institucional. Com forte pressão popular, como a

observada nas jornadas de julho de 2012, o Brasil mergulhou na maior recessão econômica de sua história, frustrando uma geração de brasileiros que certamente jamais imaginou as proporções que a situação assumiria neste grande caos institucional que se tornou a república ao final deste período. O grande fato positivo é que, em todos os momentos, o mercado de reposição se manteve forte, e esta década foi decisiva para colocá-lo nos holofotes de grandes corporações, fundos de investimento e montadoras, devido ao seu potencial estratégico e baixa volatilidade, mesmo em cenários desafiadores como os observados após o ano de 2013.



Mudanças que nos impulsionam para novos desafios.

AMPRI®

www.ampri.com.br

COMPARTILHE AMPRI

f i y in





## 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



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



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

**AUTHOMIX**  
Qualidade Original





## Na esteira de Javier Milei, Automechanika Buenos Aires atrai os olhos do mundo

*Edição 2024 teve um acréscimo de 24% no número expositores em relação a 2022*

Ninguém fica indiferente a Javier Milei. Esta percepção, evidente desde que o novo presidente argentino surgiu na cena política do país, foi ratificada mais uma vez pelo clima de sentimentos mistos que cercou a edição 2024 da Automechanika Buenos Aires.

Realizada entre os dias 10 e 13 de abril, no La Rural Trade Center, a feira atraiu uma presença robusta de participantes que se alternavam entre os perfis otimistas, que veem o novo momento como uma oportunidade para novos negócios, e preocupados, para os quais o viés econômico liberal tem soado como uma ameaça.

Como acontece na política, a presença dessa polarização in-

tensificou o engajamento e o interesse em relação à feira e a levou a alcançar números recordes. De acordo com a Messe Frankfurt Argentina, organizadora do evento, esta edição da Automechanika Buenos Aires teve um acréscimo de 24% no número de expositores em relação a 2022 e contou com a maior delegação brasileira da história, com mais de 50 expositores.

### AMBIENTE SEGURO

Para o gerente de projetos da Messe Frankfurt local, Fabián Natalini, apesar da mistura de sentimentos, os números positivos da feira refletem, sobretudo, um ambiente mais seguro e previsível para realizar negócios. Afinal, entre as principais mu-

danças promovidas pelo governo Milei, estão o avanço notório na padronização do valor do dólar e prazos de pagamento mais rápidos aos exportadores. "No ano passado tínhamos uma disparidade muito grande entre o dólar oficial e o chamado 'dólar blue' – em outros países conhecido como 'dólar clandestino'. Isso, por si só, causava uma série de entraves ao ambiente de negócios interno e externo", afirmou Natalini.

Algumas marcas presentes na feira compartilharam da percepção do gerente da Messe Frankfurt ao expressarem alívio em relação a este cenário menos incerto. A Tecfil foi uma delas e, na voz do seu executivo de vendas internacionais, Thiago Fernan-

des, comemorou a política '30, 60, 90 e 120 dias', que estabelece o pagamento mensal de 25% do valor comercializado pelos exportadores. "A forma de pagamento era um problema que durava anos e, com essa nova política, devemos ter uma facilitação dos negócios", afirmou o executivo.

**Os pavilhões de 'La Rural' receberam um total de:**

- 344 expositores
- 650 marcas
- De 18 países diferentes



# 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.





A marca preferida dos mecânicos



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





Apex e Sindipeças se uniram para garantir presença recorde de expositores brasileiros

## Abertura abrupta e aumento da competição assustam fabricantes locais e ligam sinal de alerta para principais parceiros

A noção de que o aftermarket argentino e o país como um todo estão mais atrativos para o trade internacional está longe, no entanto, de ser vista como algo apenas positivo pela totalidade dos players do setor. Os fabricantes locais, por exemplo, temem que os subsídios e a falta de proteção à indústria do país façam com que eles percam espaço para empresas de mercados internacionais conhe-

cidas pelo apetite na balança comercial, como é o caso das chinesas. Da mesma maneira, embora em uma intensidade menor, o temor de perder espaço para os concorrentes também permeia o sentimento das empresas brasileiras – principais parceiras comerciais do aftermarket argentino e que, em 2023, totalizaram um faturamento de US\$ 3,3 bilhões, o equivalente a 36,7% do

total exportado pelo setor. Esta preocupação com o novo momento dos hermanos foi uma das principais razões pelas quais a parceria entre Sindipeças e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) mobilizou tantos esforços para que as marcas brasileiras fossem protagonistas na Automechanika Buenos Aires 2024. De acordo com uma fonte da

Apex ouvida pela nossa reportagem, porém, a proteção do posto de principal parceiro comercial do setor de autopeças da Argentina não foi a única razão que motivou o órgão do Governo Federal a atuar pela ampliação do espaço dos brasileiros na feira. Segundo o porta-voz, os fabricantes do Brasil foram ao evento também com a missão de prospectar clientes de outros

Como fabricante,  
garantimos a qualidade  
de nossos produtos



www.ntn.com.br



Há 100 anos entregando  
**inovação em  
produtos e  
excelência no  
atendimento.**



ACESSE E CONHEÇA  
NOSSAS LINHAS  
DE PRODUTOS



**Rolamentos** automotivos,  
industriais e agrícolas

**Atuadores**, mancais e  
rolamentos de embreagem

**Cubos de roda**,  
trizetas e cruzetas



**Virabrequim**, Tuchos,  
balancim, atuador de roda livre

**Bombas d'água**, cilindros de  
embreagem, de freio e de roda

**Polias**, juntas de motor,  
correias e cabeçote do filtro



**Suspensão**

**Ferragens**

**Mangueiras**



Central de Vendas  
11 2105.5000



Importando inovação, fabricando qualidade, distribuindo excelência.

luporini.com.br @luporinioficial



países, incluindo aqueles que vieram de mercados como Estados Unidos e Europa. “Para nós, ter uma fatia pequeninha nesses mercados significa muito. E é disso que estamos

em busca. Sobretudo nas relações com os europeus, já que a frota de boa parte dos países do continente é mais parecida com a nossa”, afirmou. A Apex afirmou ainda que o

setor de autopeças possui papel relevante na estratégia da balança comercial brasileira, já que contribui para os números alcançados pelos produtos de maior valor agregado, segmento que ainda está distante

do desempenho e da representatividade das chamadas commodities.



Com foco em negócios, a feira buscou público-alvo estratégico para economia argentina



Evento foi inaugurado em 10 de abril e prosseguiu até o dia 13

## Automechanika Buenos Aires tem clima, público e objetivos diferentes do que observamos na Automec

Quem já compareceu a uma edição da Automec, em São Paulo, certamente reparou no clima festivo e descontraído da feira. Não é incomum observarmos estandes bastante musicais e com quitutes e drinks dignos de um verdadeiro happy hour.

Parte desta característica é moldada pelo público-alvo do principal evento de autopeças brasileiro, já que este recebe não apenas todos os elos da cadeia do aftermarket, mas também caravanas com colaboradores dos mais diversos perfis.

Este clima mais descontraído e plural, porém, não foi aquilo que os participantes da versão argentina da Automechanika observaram. Com cara de es-

paço business, o evento se concentrou em reunir tomadores de decisão com perfil mais executivo, focando em networking, no lançamento de produtos e na exibição de novas tecnologias.

Por esta característica, aliás, a feira argentina não contou com espaços oficiais de treinamento como é o caso da concorrida ‘Arena do Conhecimento’ na Automec. Diante deste contexto, marcas que enxergam a aproximação junto a públicos mais operacionais, como os reparadores, tiveram de criar suas próprias iniciativas para fazê-lo. Foi, por exemplo, o que fez a Schaeffler ao reservar um espaço para apresentações com dicas técnicas.

A empresa levou um mode-

lo parecido ao observado na ‘Arena do Conhecimento’ e conduziu apresentações com duração de 15 minutos para qualquer visitante interessado em entender um pouco mais sobre as aplicações das peças de suas marcas.

“Este é um público bastante estratégico para nós. Isso porque, além de evitar erros de aplicação, o reparador é, em última instância, um influenciador direto na escolha da marca, seja comprando diretamente ou indicando a compra”, afirmou Rubens Campos, vice-presidente de Aftermarket Automotivo da Schaeffler na América do Sul. Além dos pontos mencionados, Automec e Automechanika possuem uma diferença-chave no conceito de representati-

vidade. Ao analisar as duas feiras por essa ótica, o gerente de projetos da Messe Frankfurt local, Fabián Natalini, afirmou que, enquanto a primeira se dedica majoritariamente a construir negócios para o mercado brasileiro especificamente, a segunda tem como um de seus principais objetivos servir como um hub de comércio para toda a América do Sul, sobretudo no que diz respeito aos países de língua hispânica.

“Uma de nossas missões aqui é dar espaço para empresas chilenas, colombianas, paraguaias e etc. O Brasil tem seu protagonismo natural. Mas o aftermarket da América Hispânica necessita desta plataforma para se desenvolver”.

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

**2M C . C O M . B R**

**2mc**



# Mercado Livre avança nas vendas B2B após conquistar o dono do carro

*Responsável pelo aftermarket automotivo no gigante do e-commerce argentino detalha visão e próximos passos da plataforma*

Os players do mercado automotivo, sejam eles montadoras, fabricantes de autopeças ou membros de outros elos da cadeia, terão de se acostumar: a competição não é mais apenas interna. Afinal, será preciso cada vez mais conviver com a presença de empresas de tecnologia interessadas em uma fatia deste bolo.

Com um dos estandes mais movimentados da Automechanika Buenos Aires 2024 – realizada entre os dias 10 e 13 de abril –, o Mercado Livre sinalizou mais uma vez aquilo que quem trabalha no aftermarket já percebeu: a plataforma vê o setor como um dos pilares de sua estratégia. Nesta entrevista exclusiva para o Novo Varejo concedida durante a feira, o responsável pelo segmento da empresa na Argentina, Rodrigo González, afirmou que as autopeças representam aproximadamente 13% do faturamento total do Mercado Livre – volume que permite que a plataforma tenha cerca de 10% do marketshare deste setor nos países em que atua na América Latina. González afirmou, ainda, que as pessoas físicas são os principais clientes do Mercado Livre, representando 97,3% dos compradores. Os planos da gigante do e-commerce, no entanto, preveem alteração deste cenário em breve. Para tanto, o Mercado Livre está prestes a inaugurar uma nova unidade de negócios B2B para

o aftermarket automotivo. “Vamos um potencial muito grande nas vendas para empresas do setor. Isso porque, mesmo com o fato delas representarem apenas 2,7% do nosso total de compradores, elas já são responsáveis por 27% do nosso faturamento com autopeças”, afirmou o executivo. Confira a íntegra da entrevista a seguir.

## Novo Varejo - O que o comércio de autopeças representa para o Mercado Livre hoje?

**Rodrigo González** - Hoje em dia representa entre 12 e 13% de todo o faturamento do Mercado Livre. E, se falarmos a respeito de nosso marketshare nos países em que atuamos na América Latina, vemos que o Mercado Livre começa a representar mais ou menos 10% do mercado.

## NV - Dentro deste faturamento, há algum tipo de peça que se destaca em relação às demais?

**RG** - Sem dúvida. Um exemplo disso é a categoria de amortecedores, que representa entre 25% e 30% de todo nosso faturamento neste setor. Isso mostra, principalmente, uma mudança no comportamento do consumidor detentor da propriedade do carro. As pessoas físicas. Mas por que isso acontece? Em nossas análises, vemos que o Mercado Livre está se consolidando não apenas como uma referên-

cia de preços ou de qualidade e quantidade de produtos. Nós tivemos um incremento importante de visitas no comparativo ano a ano desde que criamos ferramenta de compatibilidade. Com ela, começamos a facilitar

a compra das pessoas que não têm conhecimento técnico de autopeças e não sabem, por exemplo, qual amortecedor é o ideal para o seu modelo de veículo. Nessa funcionalidade, é possível incluir a marca, o



Rodrigo González conta que amortecedor é a peça mais vendida na plataforma

modelo, o ano e a versão do carro e ver se ele é compatível com a peça em si.

## NV - Os reparadores geralmente são os principais clientes das lojas tradicionais de autopeças. Como eles têm se relacionado com o Mercado Livre?

**RG** - Ainda são minoria, mas já têm uma relevância importante para nós. Isso porque, embora representem apenas 2,7% dos compradores, são responsáveis por 27% do faturamento total do segmento de autopeças. Este percentual está crescendo progressivamente, principalmente pelo fato da nossa entrega hoje em dia ser muito rápida. Queremos avançar ainda mais, por isso estamos criando uma nova unidade de mercado chamada ‘Venda B2B’, na qual estamos analisando o que temos de melhorar internamente para tornar ainda mais atrativa a experiência de consumo dessas pessoas que compram por volume. Uma das iniciativas que já avaliamos e estamos prestes a implementar é incentivar que vendedores inseridos em nossas plataformas passem a publicar anúncios de kits. Ou seja, uma venda ‘casada de peças’ de alto giro para tornar o preço mais vantajoso para quem compra.

## NV - Qual é a lógica dessa iniciativa? A venda no modelo de kits baratearia o custo para o reparador que vai comprar no Mercado Livre?

**RG** - Hoje em dia, quando um vendedor faz uma publicação, ele coloca o custo de envio do produto. Ou seja, se o cliente comprar cada peça separadamente, irá pagar este custo múltiplas vezes. Em contrapartida, ao adquirir por meio

de um kit, ele irá arcar com esse custo apenas uma vez.

## NV - Como são tratados os produtos de giro mais vendidos na plataforma?

**Rodrigo González** - É o caso dos amortecedores que falamos há pouco. Vale dizer, inclusive, que, quando nos referimos à unidade de ‘autoparts’ do Mercado Livre, nos referimos também ao segmento de lubrificantes. Então, também temos esses produtos e tudo o que está vinculado à troca de óleo, como o filtro. Basicamente, o que avaliamos é: quais são as partes do veículo que têm uma venda mais recorrente? Como garantir que o consumidor final ou o reparador profissional possa comprar melhor esses itens conosco? Temos, claro, a questão da compatibilidade que nos permite vender produtos com maior complexidade de aplicação. Mas os produtos genéricos ainda nos dão uma flexibilidade maior, inclusive nessa questão dos kits que eu citei anteriormente.

## NV - Como a participação na Automechanika Buenos Aires se encaixa na estratégia de expansão do Mercado Livre no segmento de autopeças?

**RG** - Nosso principal objetivo na feira é, primeiro, nos apresentarmos frente ao mercado como, agora sim, uma plataforma que vende e cada vez vende mais autopeças a todos os tipos de consumidores. Hoje em dia já representamos no mercado um bom peso no faturamento. Então, queremos salientar essa mensagem por aqui. Somos uma plataforma que quer participar cada vez mais desse mercado e ter cada vez mais marcas, mais vendedores, se animando com a ideia de vender no Mercado Livre. Inclusive porque nossa em-

presa é, claro, uma plataforma de compra e venda, mas também oferece soluções de pagamento por meio do Mercado Pago, que é uma plataforma facilitadora de transações com funcionalidades como escaneamento de QR Code e etc. Também queremos apresentar soluções novas, como a possibilidade de que empresas desenvolvam conosco seus e-commerces próprios, fora do Mercado Livre. Em resumo, mostrar a todos que somos um aliado da omnicanalidade, integração de ambiente físico e digital que, se antes era uma tendência, hoje já é uma realidade e, diria, até uma exigência.

## NV - Como o Mercado Livre tem visto a quebra da antiga cadeia tradicional de venda. Vocês têm recebido demanda de marcas querendo vender na plataforma de vocês sem um intermediário?

**RG** - A realidade é que sim. Hoje em dia estamos percebendo que há fabricantes que estão querendo vender, que há importadores que não só estão querendo vender, mas que já estão vendendo definitivamente, saltando um pouco a cadeia como você disse. Mas estamos trabalhando para garantir a sustentabilidade do mercado como um todo com ações como a que chamamos de ‘marcas exclusivas’. Por exemplo, um importador que traz uma marca de fora pode vender no Mercado Livre, uma marca que só vai ser comercializada na nossa plataforma. Com isso, protegemos aquilo que a gente chama de mercado tradicional, o offline. Os dois não vão competir diretamente. É a nossa forma de dizer ‘não pulem a cadeia tradicional. Continuem lá. Mas, se quiserem fazer algo diferente, como uma alternativa complementar, podem vender no

Mercado Livre sem prejudicar a cadeia’. Dito isso, é preciso que sejamos sinceros: a realidade é que as margens atuais estão se apertando por todos os lados, tanto no Off como no On. Esse cenário faz com que o importador comece a buscar vender direto porque é uma forma mais rentável de atuar.

## NV – O mundo ideal para o Mercado Livre é que a plataforma coexista com a cadeia tradicional do aftermarket? Pergunto por que alguns varejistas, por exemplo, se sentem ameaçados com o avanço de vocês.

**RG** - Sem dúvida nenhuma. Existem várias coisas que impulsionam ou reprimem uma venda. O preço, o crédito e o valor do dinheiro em si. Portanto, quando falamos de Argentina, não é difícil ver que o cenário não está tão favorável. Como resultado, as vendas no offline estão caindo de maneira robusta. Desde que a recessão se instalou por aqui, vimos que as vendas nas lojas físicas caíram entre 25% e 30%. Por outro lado, o faturamento do Mercado Livre segue crescendo nesta categoria de autopeças. É preciso que o mercado nos veja como aliados, não como competidores. Conosco, as empresas podem mitigar os impactos desses momentos mais difíceis e manterem-se em funcionamento. Para mim, o papel mais lindo do Mercado Livre é ser um complemento. Uma loja pode ficar aberta, por exemplo, das 9h às 18h, mas seguir comercializando seus produtos noite afora na nossa plataforma. Vender tarde da noite e ter seus produtos despachados já no dia seguinte. Esse é o nosso mindset: de cooperação. É importante para nós que o mercado compartilhe dele.





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 Go-

verno 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 registrados 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.

**FABRICAMOS PRODUTOS DE ALTA QUALIDADE PARA O MERCADO DE REPOSIÇÃO DESDE 1996**

**SÓ QUEM FABRICA GARANTE!**

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

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



# 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 ali-

nhado ao cenário brasileiro, o que naturalmente confirma a necessidade de sensibilizar nossos legisladores e governantes sobre a gra-

vidade 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 biparti-

dária – 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.





## 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 re-

forçando 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 in-

cêndios 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 reignição 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, especialmente no que diz res-

peito 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/m<sup>2</sup>", 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 atentar para os detalhes 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 distância entre 20 e 40 me-

tros 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.

## 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.



# BONS NEGÓCIOS PORQUE É NAKATA

Paz no trânsito começa por você.

Porque Nakata é suspensão, direção e transmissão. É para moto, carro ou caminhão. Referência de qualidade e confiança, que o mecânico leva em 1º lugar no coração. Por isso, na hora de escolher a peça, vai de Nakata. Porque é Nakata.

TUDO AZUL. TUDO NAKATA.  
**NAKATA®**