



novovarejo
a mídia do aftermarket **automotivo**

AFTERMARKET AUTOMOTIVO TERÁ PAPEL IMPORTANTE NA RECONSTRUÇÃO DO RS

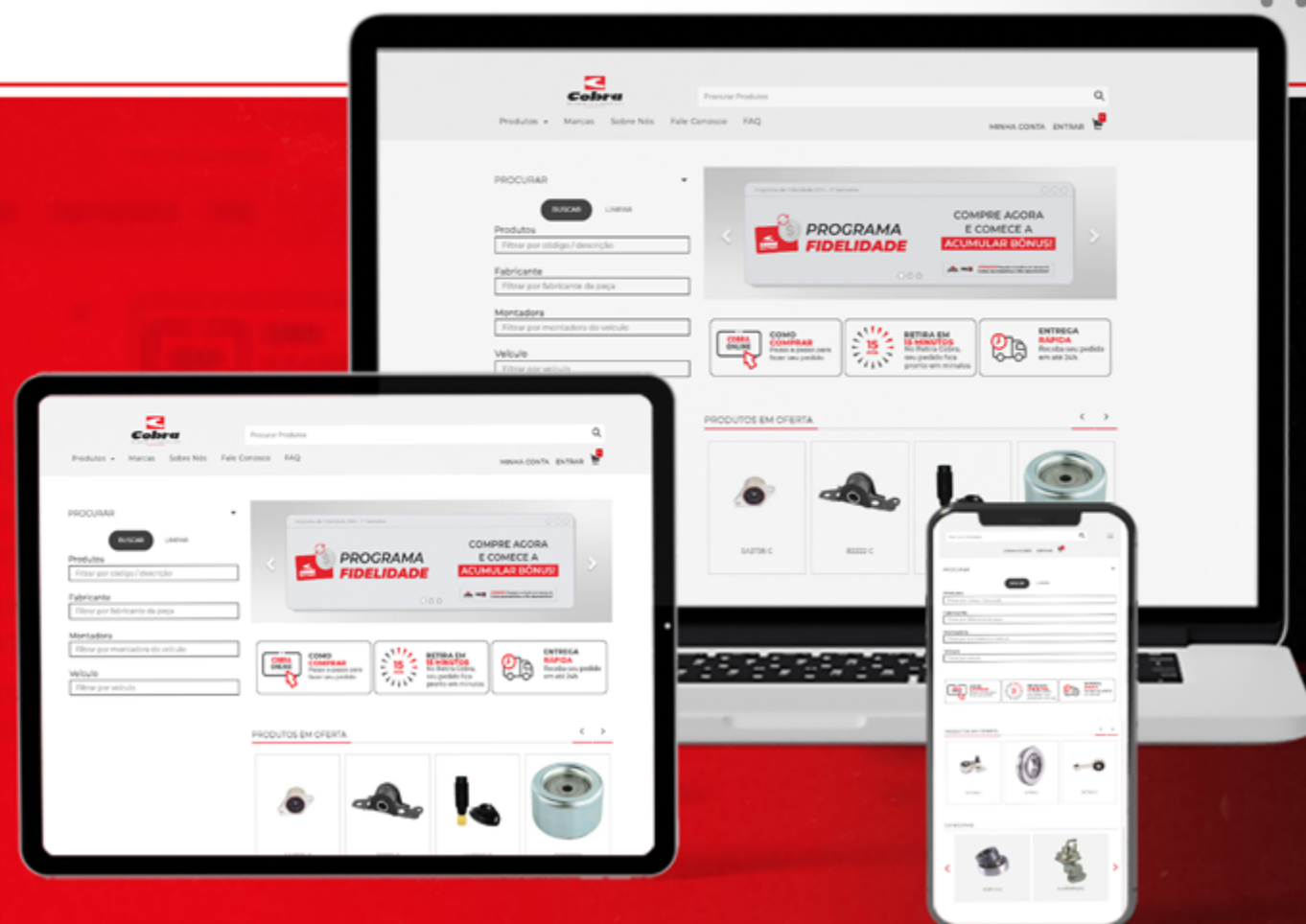
Ainda não é possível determinar com precisão o que restou da frota no estado, mas estima-se que pelo menos 200 mil veículos foram engolidos pela enchente. Empresas de todos os elos do setor perderam instalações, equipamentos e estoques. Mercado se mobiliza em apoio às vítimas e, numa segunda etapa, terá de unir esforços para devolver os carros às ruas.



**SEU CANAL DE INFORMAÇÃO SOBRE
O AFTERMARKET AUTOMOTIVO**

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

UM PRODUTO **Nhm**



LOJA ONLINE COBRA

SEU PEDIDO A POUCOS
CLIQUEs DE DISTÂNCIA

www.cobrarolamentos.com.br | sac@cobrarolamentos.com.br
☎ 0800 016 3333 @ @cobrarolamentos



MODELO DE RETIRA COBRA,

**GARANTA SUAS
COMPRAS EM ATÉ**



ONLINE E NO OFFLINE



Acesse:
loja.cobrarolamentos.com.br



ESCANEIE
O QR CODE
E FAÇA SEU
AUTOCADASTRO

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

Faça revisões em seu veículo regularmente.

Esta edição que você começa a ler agora é, em grande parte, dedicada à região Sul do Brasil. Infelizmente, marcada por contrastes neste mês de maio. Vejamos.

Entre os dias 8 e 11 foi realizada a 11ª Autopar, em Curitiba. Em geral, as feiras relacionadas ao aftermarket automotivo no Brasil são eventos de ótima adesão por parte do público e muito networking. No Paraná não foi diferente. Nossa reportagem esteve lá e viu um evento pleno de expositores e público. Na verdade, com recorde: 700 marcas e 72 mil visitantes. Números robustos que atestam aquilo que acompanhamos presencialmente: pessoas muito satisfeitas nos estandes e nos corredores do pavilhão.

Caso pudéssemos encerrar o assunto 'Sul do Brasil' por aqui, estaríamos em clima festivo, comemorando mais uma vitória do mercado independente, sempre forte e adaptável a qualquer cenário político, econômico e social.

Só que, descendo mais um pouco no mapa, encontramos talvez aquela que já possa ser considerada a maior tragédia natural da história de nosso país. E vamos considerá-la 'natural' porque decorreu de um acúmulo brutal de chuvas. Tratar dessa questão com profundidade envolveria um debate muito mais minucioso que está fora de nosso escopo. De qualquer forma, cada vez mais temos tomado ciência do alto preço que vamos ter de pagar daqui pra frente pela ação muitas vezes desmedida do ser humano em defesa de seus interesses individuais e em prejuízo das necessidades da sociedade e, principalmente, do ciclo original da natureza.

Neste momento o Rio Grande do Sul ainda está tomado pelas águas. É preciso cuidar das pessoas que sobreviveram ao caos e estão vivendo precariamente em abrigos provisórios. Enfim, preservar vidas. Mas, quando a enchente acabar, conheceremos o verdadeiro alcance da destruição do patrimônio das pessoas. Em algumas cidades, as imagens já revelam casas arrasadas, irrecuperáveis.

O mesmo se observa com a frota. São estimados 200 mil veículos atingidos – sendo 3 mil 0km. Além disso, há indústrias, distribuidores, varejistas de autopeças e oficinas que também perderam tudo. Numa situação inédita para todos nós, o aftermarket automotivo deve se preparar para a desafiadora fase da reconstrução.

E não vai ser fácil. Quantos brasileiros têm condições de reconstruir suas vidas do zero? Quantos empresários estarão prontos para recomençar a empreender? Como transformar um terreno devastado em uma casa novamente? Quem pode comprar de novo um automóvel caso não possa contar com a indenização do seguro?

Já vimos esse filme antes, em escala infinitamente menor, e as vítimas até hoje estão sem respostas. Agora, a proporção é gigantesca. Para o mercado de reposição, serão necessárias mais peças, mais equipamentos e mais mão de obra. Sem deixar de atender os outros estados. É uma situação nova que mais uma vez colocará à prova a tão conhecida resiliência de nosso mercado.

Enquanto isso, é fundamental que nós, como sociedade, continuemos fazendo nossa parte, ajudando no que for possível as vítimas desta tragédia sem precedentes no país – e que, esperamos, não volte a se repetir nunca mais.

<div data-bbox="1110 146 1169 173">  </div> <div data-bbox="1067 178 1212 196"> <p>www.novomelo.com.br</p> </div> <div data-bbox="1110 262 1172 277"> <p>Publisher</p> </div> <div data-bbox="1064 283 1218 317"> <p>Ricardo Carvalho Cruz (rcruz@novomeio.com.br)</p> </div> <div data-bbox="1100 325 1182 338"> <p>Diretor Geral</p> </div> <div data-bbox="1061 344 1221 378"> <p>Claudio Milan (claudio@novomeio.com.br)</p> </div> <div data-bbox="1064 382 1218 418"> <p>Diretor Comercial e de Relações com o Mercado</p> </div> <div data-bbox="1064 420 1218 456"> <p>Paulo Roberto de Oliveira (paulo@novomeio.com.br)</p> </div> <div data-bbox="1084 462 1199 479"> <p>Diretor de Criação</p> </div> <div data-bbox="1064 483 1218 517"> <p>Gabriel Cruz (gabriel.cruz@wpn.com.br)</p> </div> <div data-bbox="1084 586 1208 605"> <p>Fale com a gente</p> </div> <div data-bbox="1061 609 1235 748"> <p>Nosso endereço Al. Araguaia 2044 Torre II salas 1201 - 1214 Centro Empresarial Alphaville CEP 06455-906 Barueri – SP</p> </div> <div data-bbox="1113 795 1179 813"> <p>Redação</p> </div> <div data-bbox="1061 816 1235 974"> <p>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</p> </div> <div data-bbox="1117 1033 1176 1051"> <p>Notícias</p> </div> <div data-bbox="1064 1056 1228 1132"> <p>Cadastre-se para receber notícias do setor no seu e-mail. Acesse: www.novovarejo.com.br</p> </div> <div data-bbox="1100 1197 1185 1212"> <p>Publicidade</p> </div> <div data-bbox="1048 1218 1238 1334"> <p>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</p> </div> <div data-bbox="1110 1405 1182 1424"> <p>Marketing</p> </div> <div data-bbox="1064 1428 1231 1584"> <p>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</p> </div> <div data-bbox="1071 1648 1212 1667"> <p>Recursos Humanos</p> </div> <div data-bbox="1061 1671 1221 1745"> <p>Venha trabalhar com a gente e encontre espaço para mostrar seu talento. financeiro@novomeio.com.br</p> </div> <td data-bbox="1261 112 1510 1745"> <div data-bbox="1280 144 1523 161"> <p>Ano 31 - #431 15 de Maio de 2024</p> </div> <div data-bbox="1280 213 1451 264"> <p>Distribuição para mailing eletrônico 35.000</p> </div> <div data-bbox="1280 279 1487 331"> <p>Audiência estimada em views no site 45.000</p> </div> <div data-bbox="1280 380 1549 569"> <p>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.</p> </div> <div data-bbox="1280 618 1438 635"> <p>www.novovarejo.com.br</p> </div> <div data-bbox="1280 653 1484 668"> <p>www.facebook.com/novovarejo</p> </div> <div data-bbox="1280 685 1490 702"> <p>instagram.com/jornalnovovarejo</p> </div> <div data-bbox="1280 719 1438 734"> <p>linkedin.com/novovarejo</p> </div> <div data-bbox="1280 752 1477 769"> <p>www.youtube.com/novovarejo</p> </div> <div data-bbox="1280 820 1333 837"> <p>Direção</p> </div> <div data-bbox="1280 854 1431 870"> <p>Ricardo Carvalho Cruz</p> </div> <div data-bbox="1280 921 1565 938"> <p>Jornalismo (jornalismo@novomeio.com.br)</p> </div> <div data-bbox="1280 955 1369 972"> <p>Claudio Milan</p> </div> <div data-bbox="1280 990 1366 1007"> <p>Lucas Torres</p> </div> <div data-bbox="1280 1020 1402 1037"> <p>Christiane Benassi</p> </div> <div data-bbox="1280 1087 1565 1104"> <p>Publicidade (comercial@novomeio.com.br)</p> </div> <div data-bbox="1280 1119 1421 1138"> <p>Fone: 11 99981-9450</p> </div> <div data-bbox="1280 1153 1447 1170"> <p>Paulo Roberto de Oliveira</p> </div> <div data-bbox="1280 1222 1310 1239"> <p>Arte</p> </div> <div data-bbox="1280 1254 1356 1271"> <p>Lucas Cruz</p> </div> <div data-bbox="1280 1289 1392 1306"> <p>Amanda Sangalli</p> </div> <div data-bbox="1280 1355 1556 1374"> <p>Marketing (marketing@novomeio.com.br)</p> </div> <div data-bbox="1280 1389 1362 1405"> <p>Elisa Juliano</p> </div> <div data-bbox="1280 1454 1565 1608"> <p>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.</p> </div> <div data-bbox="1280 1656 1447 1675"> <p>Jornalista Responsável:</p> </div> <div data-bbox="1280 1690 1464 1707"> <p>Claudio Milan (MTb 22.834)</p> </div> </td>	<div data-bbox="1280 144 1523 161"> <p>Ano 31 - #431 15 de Maio de 2024</p> </div> <div data-bbox="1280 213 1451 264"> <p>Distribuição para mailing eletrônico 35.000</p> </div> <div data-bbox="1280 279 1487 331"> <p>Audiência estimada em views no site 45.000</p> </div> <div data-bbox="1280 380 1549 569"> <p>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.</p> </div> <div data-bbox="1280 618 1438 635"> <p>www.novovarejo.com.br</p> </div> <div data-bbox="1280 653 1484 668"> <p>www.facebook.com/novovarejo</p> </div> <div data-bbox="1280 685 1490 702"> <p>instagram.com/jornalnovovarejo</p> </div> <div data-bbox="1280 719 1438 734"> <p>linkedin.com/novovarejo</p> </div> <div data-bbox="1280 752 1477 769"> <p>www.youtube.com/novovarejo</p> </div> <div data-bbox="1280 820 1333 837"> <p>Direção</p> </div> <div data-bbox="1280 854 1431 870"> <p>Ricardo Carvalho Cruz</p> </div> <div data-bbox="1280 921 1565 938"> <p>Jornalismo (jornalismo@novomeio.com.br)</p> </div> <div data-bbox="1280 955 1369 972"> <p>Claudio Milan</p> </div> <div data-bbox="1280 990 1366 1007"> <p>Lucas Torres</p> </div> <div data-bbox="1280 1020 1402 1037"> <p>Christiane Benassi</p> </div> <div data-bbox="1280 1087 1565 1104"> <p>Publicidade (comercial@novomeio.com.br)</p> </div> <div data-bbox="1280 1119 1421 1138"> <p>Fone: 11 99981-9450</p> </div> <div data-bbox="1280 1153 1447 1170"> <p>Paulo Roberto de Oliveira</p> </div> <div data-bbox="1280 1222 1310 1239"> <p>Arte</p> </div> <div data-bbox="1280 1254 1356 1271"> <p>Lucas Cruz</p> </div> <div data-bbox="1280 1289 1392 1306"> <p>Amanda Sangalli</p> </div> <div data-bbox="1280 1355 1556 1374"> <p>Marketing (marketing@novomeio.com.br)</p> </div> <div data-bbox="1280 1389 1362 1405"> <p>Elisa Juliano</p> </div> <div data-bbox="1280 1454 1565 1608"> <p>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.</p> </div> <div data-bbox="1280 1656 1447 1675"> <p>Jornalista Responsável:</p> </div> <div data-bbox="1280 1690 1464 1707"> <p>Claudio Milan (MTb 22.834)</p> </div>
---	--

MONROE AXIOS

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

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

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

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

MONROE
AXIOS **65** ANOS

A marca preferida dos mecânicos

Instituto
Ayrton
Senna

MONROE

/MonroeBR

@monroeamortecedores

@MonroeBrasil

www.monroe.com.br



Conversamos com Marco Antônio Vieira Machado, presidente do Sincopeças-RS, e Flávio Ramos, proprietário da Ramos & Copini, para apurar situação e perspectivas das lojas de autopeças no Rio Grande do Sul.

08

12

Estudo VIES, mais uma iniciativa do After. Lab, o núcleo de inteligência de negócios do mercado de reposição, traz um comparativo do desempenho do varejo de autopeças entres os meses de abril de 2022, 2023 e 2024.

Mudanças culturais e tecnológicas obrigam montadoras a buscarem novo posicionamento

Edição 330 mostrava que foco no volume foi substituído pela necessidade de lucratividade maior

As mudanças no conceito de mobilidade sustentável no século XXI têm colocado as mais tradicionais e poderosas montadoras de automóveis do planeta em uma legítima corrida pela sobrevivência. Este cenário já estava claro há 100 edições quando tratamos do assunto – e de lá para cá só vem se confirmando e expandindo. Numa sociedade em que o aproveitamento do tempo e das multitelas começa a suplantar o prazer de dirigir, a capacidade de utilizar automóveis de acordo com a conveniência passou a ser a prática mais 'cool' – substituindo o status outrora conferido à posse do veículo. Assim, já não basta a essas gigantes do automobilismo se limitarem a 'apenas produzir carros'. É preciso mais. Se posicionar como um verdadeiro fornecedor e facilitador da mobilidade a partir do investimento em tecnologia e, mais do que nunca, de uma mentalidade de negócios semelhante àquela que o varejo já tem aprendido: fazer produtos e serviços sob medida para o gosto do consumidor.

Um dos aspectos entre as novas tendências da mobilidade que mais preocupa o Aftermarket Automotivo é o crescimento dos chamados 'carros por assinatura'. No Brasil, o modelo foi implantado pela Porto Seguro. Hoje, já está presente em diversas montadoras. Para o mercado de reposição independente, o problema é que esta dita 'pejotização' da frota vincula a manutenção desses veículos à rede de oficinas ou concessionárias da empresa ou montadora que realiza a locação dos carros. As novas geração estão fazendo a conta dos prós e contras na aquisição de um veículo e, muitas vezes, percebendo que usar o carro pode ser mais vantajoso do que ter um carro. Então, as montadoras decidiram entrar elas mesmas no negócio. Em lugar de passar um desconto gigantesco para as locadoras e tê-las como facilitadores-intermediários desse serviço para o cliente, as fabricantes assumiram elas mesmas a operação.

O estado do Rio Grande do Sul foi tomado neste mês de maio por uma enchente recorde. Neste momento, é preciso priorizar a preservação das vidas. Mas na etapa seguinte, vem a reconstrução, inclusive da frota.

16

Nossa reportagem esteve na Autopar, em Curitiba, feira que, nesta edição, quebrou recordes de público e expositores e mostrou mais uma vez a força do aftermarket automotivo brasileiro.



Comércio eletrônico continua crescendo no Brasil após o processo de aceleração digital ao longo da pandemia. Nova pesquisa revela expansão de 10% no ano passado, atingindo 68% da população.

48

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

Conte com nossa gente.



Sincopeças-RS se posiciona sobre impactos das enchentes no estado

Também conversamos o empreendedor gaúcho Flávio Ramos, que ofereceu uma perspectiva do varejo e da distribuição sobre o assunto

A catástrofe do Rio Grande do Sul é, prioritariamente, humanitária, à medida que mais de uma centena de vidas já se perdeu e outras milhares foram impactadas pela destruição de seus lares e patrimônios. Em meio às inúmeras camadas que a crise causada pelas enchentes têm impactado, no entanto, está a economia. Isso porque, além das moradias, diversas lojas e fábricas também foram inundadas – danificando não apenas os imóveis, mas inúmeros equipamentos e produtos que lá estavam. Pesa ainda, em todo este contexto, sobretudo quando falamos no setor automotivo, a enorme supressão da demanda causada pela perda de automóveis e bloqueio de vias.

Para compreender com mais detalhes os efeitos de todo este contexto nas empresas do aftermarket gaúcho, conversamos com exclusividade com personagens que não só acompanham o problema de perto, mas também o tem sentido na pele.

Nesta entrevista, trazemos as perspectivas de Marco Antônio Vieira Machado, presidente do Sincopeças-RS, e de Flávio Ramos, proprietário da Ramos & Copini.

Entre os temas abordados, estão as articulações da principal entidade representativa do varejo de autopeças do Rio Grande do Sul junto aos órgãos do Governo para prestar auxílio às empresas do segmento, bem como as expectativas sobre os desafios que permearão a reconstrução do ecossistema de negócios em todo o estado.

Novo Varejo - O Sincopeças-RS consegue mensurar o prejuízo das lojas de autopeças afetadas pela enchente?

Marco Antônio - O Rio Grande do Sul registra sua maior catástrofe climática da história. O estado abrange 497 municípios; destes, quase 450 foram afetados pelas fortes chuvas e enchentes (conforme dados da Defesa Civil do RS até dia 10 de maio), que deixaram um rastro de destruição por onde passaram. Entre os prejudicados, evidentemente, muitas empresas de autopeças, motopeças, revendas de veículos usados, convertedores GNV e lojas de bicicletas, que são representadas pelo Sindicato. A grande maioria terá que recomeçar do zero, devido aos prejuízos físicos das lojas, perda de peças e estoque.

NV - De que maneira o Sincopeças-RS está se articulando para apoiar essas empresas? Existe algum plano do governo estadual para subsidiar os empresários afetados?

MA - O Sincopeças-RS está liderando um movimento nacional junto ao Sincopeças Brasil a partir de campanha para arrecadação de verbas, que serão destinadas para empresas prejudicadas do setor. **PIX: CNPJ – 92961523000112, em nome do Sindicato do**

Marco Antonio diz que maior parte dos associados ao Sincopeças-RS terá de recomeçar do zero em razão da destruição causada pela enchente

Comércio de Veículos e de peças e Acessórios para Veículos no Estado do Rio Grande do Sul. Os recursos, em um primeiro momento, serão aplicados para limpeza dos empreendimentos. E depois para a reconstrução. Estaremos juntos ao setor em todas as fases.

Convenções Coletivas de Trabalho Emergenciais: A entidade também está fechando Convenções Coletivas de Trabalho emergenciais para auxiliar o setor a manter empregos.

Tributos: Juntamente com a Fecomércio-RS, o Sincopeças-RS está trabalhando para a retenção e controle de recursos e postergação do pagamento de tributos. Em contato com deputados federais, senadores e ministros da Fazenda e do Planejamento, foram apresentadas sugestões e demandas para mitigar os impactos das enchentes no Rio Grande do Sul. Entre as solicitações ao Senado e à Câmara dos Deputados, medidas de iniciativa própria do poder legislativo e outras ações em prol dos gaúchos.

Destacam-se a disponibilização de linhas de financiamento extraordinárias para reconstrução e capital de giro, com atenção à capacidade das empresas em prestar garantias reais, a interrupção e a postergação de obrigações tributárias, abrangendo tanto a tributação de bens e serviços quanto sobre a folha de pagamentos (depósitos no FGTS e Contribuição Previdenciária Patronal) e medidas de flexibilização trabalhista, como a possibilidade de aplicação do banco de horas para períodos em que as empresas estejam impedidas de funcionar, de antecipação de férias e auxílio para o pagamento de salários por parte do Governo Federal.

Também foi reforçada aos ministros da Fazenda e do Planejamento a demanda de que os pagamentos da dívida do RS com a União possam ser prorrogados, e que os recursos para a reconstrução de infraestrutura pública e para auxílios às famílias e as empresas não enfrentem as limitações usuais de despesas da União, a exemplo do ocorrido com ajudas emergenciais durante a pandemia de Covid-19.

NV - Obviamente, as vidas são mais importantes neste momento agudo da catástrofe. Mas precisamos perguntar: que impactos em médio prazo você acredita que a enchente trará para o aftermarket da região (falta de peças, diminuição de demanda e etc)?

MA - Teremos um árduo trabalho pela frente, de médio e longo prazo, de reconstrução e apoio a centenas de empresas. A luta será para mitigar os problemas subsequentes a esta tragédia climática. Iremos atuar para verificar os anseios e buscar medidas que venham ao encontro da retomada econômica.

NV - Vocês têm números sobre quantas lojas foram impactadas pelas enchentes até aqui?

MA - Não temos como contabilizar o número de lojas afetadas neste momento. O Sincopeças-RS representa 20 mil CNPJs em 490 municípios do estado. Levando em consideração que quase todas as cidades do RS (que somam 497) foram atingidas, pode-se ter uma noção da quantidade de negócios prejudicados.

Novo Varejo – Perguntando agora ao Flávio Ramos, diretor da Ramos e Coppini de Autopeças: como a sua loja (e/ou a de seus colegas) foi impactada pelas enchentes?

Flávio Ramos - Em uma tragédia desta, que é sem precedentes aqui no Rio Grande do Sul, todos terão prejuízos que ainda não são

possíveis de serem mensurados. A urgência neste momento é o salvamento e o abrigo das pessoas que foram atingidas de forma violenta pelas águas. Na região metropolitana da capital, onde se concentra a maior população, a grande maioria dos distribuidores e lojas de autopeças estão alagadas ou ilhadas.

NV - Vocês (ou alguns de seus colegas) perderam peças neste processo? Existia/existe algum seguro que pudesse minimizar os danos?

FR - Somente após a baixa das águas, que ainda está sem previsão, será possível uma avaliação da situação. A certeza é que haverá prejuízos e não serão poucos, porque além das peças tem toda a estrutura da empresa que foi alagada. Quanto ao seguro depende da forma que foi contratado para se ter cobertura, mas sabemos que muitos ou não tem essa cobertura ou não tem o seguro.

NV - Como o governo está apoiando os empresários neste processo? Aliás, ele está?

Flávio Ramos - Sem entrar na questão dos salvamentos e dos abrigos que foram na grande maioria feitos por cívicos, verdadeiros heróis, ainda não há nada de concreto quanto a um apoio efetivo dos governos. O que eu fiquei sabendo são ações paliativas e sem grandes reflexos como adiamentos de impostos e obrigações.

NV - Para distribuidores do estado estão distantes dos locais de enchente, caso da Ramos e Copini, houve redução significativa na demanda?

Flávio Ramos - Em uma situação de caos, como está ainda instalado no nosso estado, todos terão perdas. No caso nosso que, graças a Deus, estamos podendo ajudar e não precisando de ajuda com salvamentos e abrigo, teremos inevitavelmente grandes prejuízos indiretos, como, por exemplo, falta de mercadorias, pois os principais meios de transporte e as rodovias estão paradas, redução de venda, aumento da inadimplência, etc. Nos preocupa também os colaboradores e seus familiares que perderam suas casas. O que impacta, e é uma grande tristeza, é um número até agora sem condições de ser calculado de oficinas que foram alagadas e que perderam tudo. Reforço que neste momento os nossos pensamentos são salvar a vida das pessoas, dar um acolhimento de forma digna para aqueles que perderam tudo e, somente depois, faremos a reconstrução das nossas empresas e do nosso estado!



Flávio Ramos mostra preocupação com os colaboradores que perderam suas casas e tem ajudado nas mobilizações em favor das vítimas

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

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 nacional 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 representou evolução no comparativo envolvendo os dois anos anteriores, conforme mostra o gráfico abaixo.

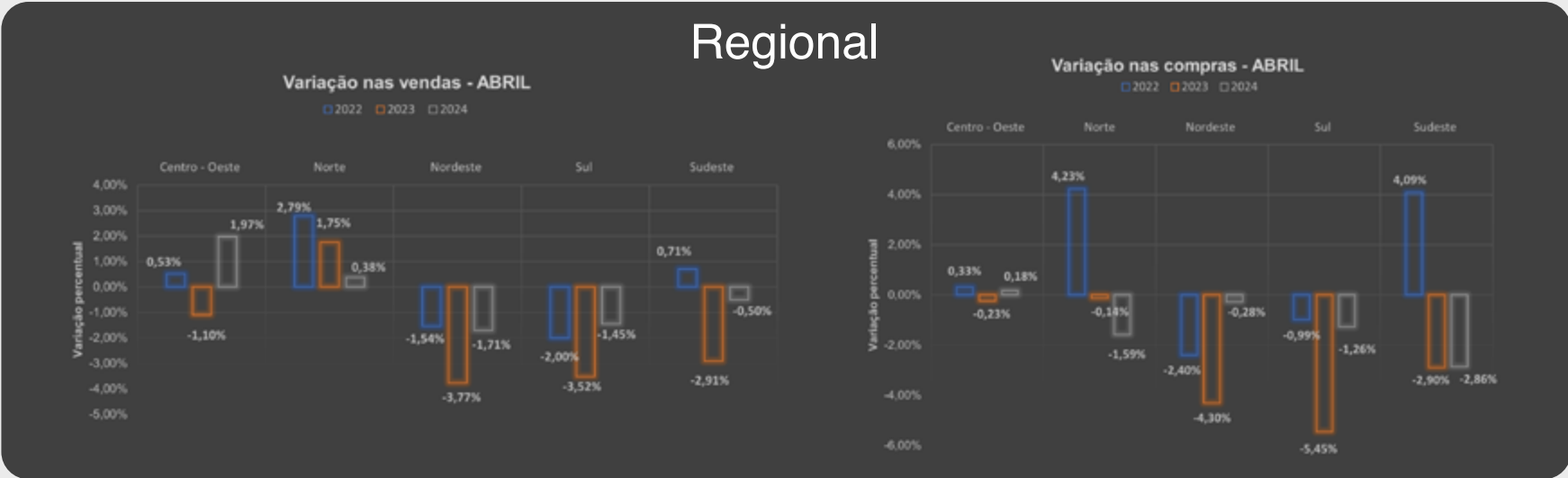
No que se refere aos dados abrangidos pela pesquisa ONDA, continuam prevalecendo as tendências que compõem longa trajetória iniciada na pandemia. Embora o abastecimento tenha melhorado em relação a 2022, teve discreta piora na comparação com a passagem de março para abril do ano passado. A boa notícia 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



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



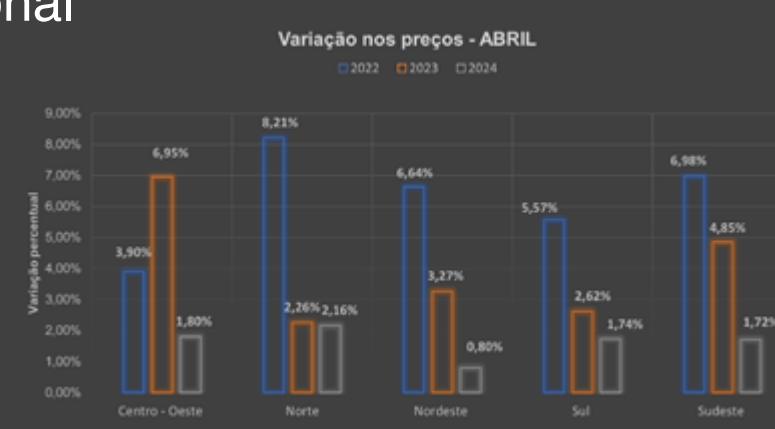
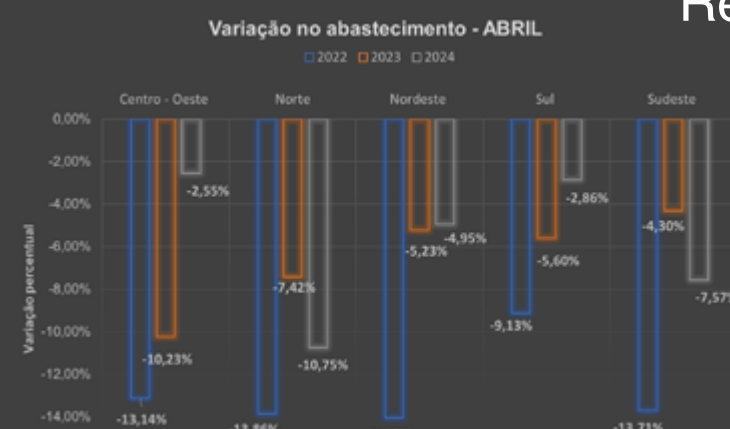
Acesse o site e confira authomix.com.br



ONDA Nacional



Regional



O MAIOR ACERVO DE INFORMAÇÃO
DO SEGMENTO EMPRESARIAL DA REPARAÇÃO

MAIS
AUTOMOTIVE

WWW.MAISAUTOMOTIVE.COM.BR



CONFIRA AS NOSSAS REDES SOCIAIS



MAIO

Amarelo



No trânsito,
o sentido é a vida.

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

Juntos, podemos salvar vidas!

Paz no trânsito começa por você!

Leia o QRcode e
acesse nosso site!



rmp.com.br

Conheça nossas redes sociais

@rmpdistribuidora

RMP

RMP

Setor automotivo contabiliza danos causados pelas enchentes no RS e mira reconstrução

Prejuízos são ainda mais profundos do que indica o mar de cerca de 200 mil veículos boiando ou submersos nas vias

Os últimos 20 dias têm marcado um dos momentos mais dramáticos na história do Rio Grande do Sul. A combinação de um volume de chuvas sem precedentes, que começaram a cair em 26 de abril, uma geografia caracterizada pela confluência de rios e uma preparação incipiente sob o ponto de vista da infraestrutura resultaram em uma série de enchentes – devastando o estado nos aspectos humanitário e econômico. De acordo com a Defesa Civil gaúcha, os impactos dos temporais já atingiram 445 municípios e 2 milhões de pessoas, deixando como rastro mais de 70 mil desabrigados e cerca de 150 mortes. A cobertura diária da catástrofe tem sido feita com destaque e competência pelas grandes mídias.

Para além de todas as questões envolvendo as vidas de pessoas e animais – que representam a absoluta prioridade hoje e nos próximos meses – uma publicação segmentada como a nossa tem por obrigação trazer ao debate os efeitos das enchentes também para o setor automotivo.

Números divulgados pela Bright Consulting no dia 12 de maio estimam que a região perdeu entre 150 e 200 mil veículos nas enchentes, sendo cerca de 2 a 3 mil pertencentes às mais de 300 concessionárias atingidas em todo o estado.

No que se refere ao mercado de reposição, não foram poucas as imagens que circularam na internet mostrando indústrias, distribuidores, lojas de autopeças e oficinas alagadas. Muitas destas empresas perderam tudo – e, com isso, a capacidade de atender as demandas que virão após a água voltar para o leito dos rios e lagos.

Em face das imagens e dos números alarmantes, a primeira pergunta que surge é: quem vai bancar este prejuízo milionário? Bom, falando apenas dos ‘carros montados’ com perda total, o prejuízo será compartilhado por cidadãos, lojistas e seguradoras.

Neste contexto, vale pontuar que todos os seguros com cobertura compreensiva, isto é, cobertura mais ampla, incluem proteção contra fenômenos naturais como as enchentes. Ao mesmo tempo, porém, o mercado segurador oferece uma série de opções personalizadas que, como contrapartida ao barateamento da contratação, exclui os desastres naturais do seu portfólio de cobertura.

Apólices

Sendo assim, os donos de automóveis – sejam pessoas físicas ou jurídicas – terão de verificar em suas apólices a abrangência do seguro contratado, algo, aliás, que, segundo a Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), começou a ser feito nos últimos dias.

“Somente agora os cidadãos atingidos estão contatando as seguradoras para relatar os sinistros”, afirmou a entidade, antes de se comprometer a divulgar os números de indenizações tão logo for possível tê-los consolidado. “À medida que as seguradoras repassarem os dados para consolidação pela CNseg e houver uma estimativa de valores a serem indenizados no Rio Grande do Sul, a Confederação Nacional das Seguradoras fará ampla divulgação para que os dados sejam tratados com a devida transparência”.

Questionamos a CNseg sobre possíveis ações para desonerar os cidadãos atingidos pelo desastre no Rio Grande do Sul como, por exemplo, eximi-los da necessidade de pagar pela franquia de seguro.

Como resposta, a Confederação afirmou que já iniciou seu trabalho para facilitar o ressarcimento dos segurados da região, começando pela recomendação de que as seguradoras estendam os prazos de pagamento e de renovação das apólices.



Ruas, prédios, casas e estabelecimentos comerciais sob as águas da enchente tornaram-se regra em Porto Alegre neste mês de maio

Varejo de autopeças espera água baixar para contabilizar os prejuízos

Basta olhar uma fotografia para perceber a quantidade de carros que serão inutilizados após a enchente histórica que inundou o Rio Grande do Sul. Quase como uma metáfora do setor automotivo, porém, os prejuízos de toda uma cadeia que abastece esses automóveis só poderão ser determinados a partir de uma visão aproximada. Algo que, em geral, só é possível para quem está dentro do setor.

Em depoimento sincero à nossa reportagem, quando questionado sobre o volume de autopeças perdidas na catástrofe, o Sincopéças-RS indicou que, embora os prejuízos só possam ser aferidos, de fato, a partir do momento que a água baixar, é seguro dizer que ele é enorme. “Lojas inteiras foram perdidas”, afirmou a entidade.

A informação em tom de lamento do principal sindicato representativo do varejo de autopeças no estado oferece uma dimensão que atenua a falta de números concretos sobre o prejuízo do segmento, sobretudo quando somada a dados que consolidam o impacto da tragédia no setor de comércio e serviços de maneira geral.

Segundo a Fecomércio gaúcha, cerca de 35 mil estabelecimen-

tos comerciais já foram atingidos pelas áreas alagadas – o que projeta um número superior a R\$ 5 bilhões em prejuízos e um impacto sobre 88% dos empregos formais do estado.

“**Tamanho estrago, mesmo com um investimento robusto do Governo Federal, nos faz projetar a necessidade de três a cinco anos para a reconstrução da infraestrutura e do ambiente de negócios do setor no Rio Grande do Sul**”, afirma Luiz Carlos Bohn, presidente da Fecomércio-RS.

O tempo estimado para a reconstrução do comércio do estado com abundância de recursos parece grande. Porém, ficará ainda maior caso os empresários não recebam o auxílio na magnitude em que necessitam. Pensando nisso, o Sincopéças-RS está se articulando junto à Fecomércio-RS para buscar recursos junto ao Governo Federal (veja mais na entrevista especial desta edição). Uma ajuda mais generalista, porém, já foi anunciada pelo Ministro da Fazenda, Fernando Haddad, na última semana. O líder da agenda econômica do país comunicou que a Medida Provisória que destina recursos ao Rio Grande do Sul contará com uma série de recursos voltados aos pequenos negócios do estado – MEIs, micro e pequenas empresas.

38 anos construindo o sucesso, peça por peça.

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

Você é o principal convidado da nossa festa!

Participe em:
loja.disape.com.br

Posicione a câmera do seu smartphone para acessar:

disape.com.br
Conheça nossas redes sociais
@disapedistribuidora Disape Autopeças

Veja detalhes do pacote do Governo Federal aos pequenos negócios do RS afetados pelas enchentes

Aporte total de R\$35 bilhões, a partir de:

1) Aumento do Fundo Garantidor de Operações (FGO)

O FGO receberá um aporte de R\$ 4,5 bilhões, permitindo que microempresas e empresas de pequeno porte poderão tenham acesso a um total de R\$ 30 bilhões por meio do Programa Nacional de Apoio às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Pronampe).

2) Subvenção e desconto nos juros

Disponibilização de R\$ 1 bilhão para concessão de descontos

em juros de créditos garantidos pelo Pronampe, até o valor máximo de crédito concedido passível de desconto de R\$ 2,5 bilhões. Na prática, dos R\$ 30 bi disponibilizados pelo programa, R\$ 2,5 bi contarão com desconto de juros. “Será oferecido um financiamento de até 72 meses, com até 24 meses de carência, para reduzir a taxa de juros para 4% nominal para os primeiros R\$ 2,5 bilhões tomados e depois juros normal da linha”, afirmou o Ministério da Fazenda.

3) Aporte ao Fundo Garantidor de Investimentos

Serão ainda aportados R\$ 500 milhões para alavancar o crédito no Programa Emergencial de Acesso ao Crédito a fim de atender MEIs, micro, pequenas e médias empresas. “Neste caso, o aporte alavanca e garante acesso ao crédito, não se fazendo subvenção da taxa de juros. No caso do FGI-PEAC, o operador é o BNDES”, detalha a Medida Provisória.

Mercado repercute crise do Rio Grande do Sul

Embora todos nós brasileiros estejamos ainda atravessando a primeira fase da grave crise que se abateu sobre o RS – que consiste em salvar e preservar as vidas das populações afetadas pelas enchentes – é indispensável que todos comecem a se preparar para a reconstrução do estado. Quando a água baixar, muitas pessoas não terão mais casas e carros.

Em se tratando da frota, para aqueles veículos recuperáveis – grande parte certamente teve perda total – o mercado terá de disponibilizar estrutura, mão de obra e peças de reposição. E grande parte necessariamente virá de outros estados, pois estoques se perderam, assim como equipamentos e ferramentas de reparo. Vai ser necessário muito planejamento para reorganizar

as cadeias produtivas do estado e, ao mesmo tempo, manter a absoluta normalidade no atendimento às demais regiões do país. Ainda que estivessem atentos às oportunidades de negócio e de fortalecimento da construção de suas marcas e expositores, os visitantes da Autopar 2024 mostraram que não estavam alheios aos impactos emocionais e comerciais dos desastres no Rio Grande do Sul.

Em conversas com a reportagem da A.TV – o canal da Novomeio Hub de Mídia no Youtube para o aftermarket automotivo – formadores de opinião do setor ofereceram seus pontos de vista sobre a tragédia a partir da perspectiva do mercado de reposição. Veja a seguir o que eles disseram.



Aftermarket mobilizado para ajudar, diz Cassio

“Dois dos 40 expositores do Rio Grande do Sul que compareceriam à feira não vieram, por impossibilidade de deslocamento. Há indústrias também que estão com o parque fabril totalmente debaixo da água, distribuidores grandes que tiveram seus depósitos invadidos completamente pela água. Existe uma mobilização do aftermarket automotivo nacional no sentido de ajudar os gaúchos a se recuperarem”.

Cassio Dresch, Diretor da Autopar



Rodrigo está certo de que não faltarão peças para a reconstrução da frota do RS

“Eu tenho duas certezas. A primeira é que a preocupação maior neste momento é com o bem-estar das pessoas e a recuperação do patrimônio humano. A segunda é que esse problema vai ser suprido no aftermarket. Não estamos, neste momento, dedicando maior atenção, mas posso te garantir que chegaremos lá. Não faltará peça e não teremos problemas sérios de desabastecimento”.

Rodrigo Carneiro, Presidente da Andap



Simone diz que RS hoje é um ponto de atenção para o mercado

“Existe uma luz amarela que se acende agora, que é o estado do Rio Grande do Sul. Ele representa um percentual grande no faturamento das empresas, em torno de 15%. Isso é um ponto de atenção pra gente neste momento”.

Simone de Azevedo, Diretora Comercial da Mobensani



Nascido e residente em Porto Alegre, Júlio Cesar vem sentindo na pele os efeitos da tragédia no RS

“Ao caminharmos pelos estandes, vemos que existem muitas fábricas de autopeças aqui presentes, pois elas já haviam garantido seus lugares antes da tragédia. Outras, porém, não puderam estar aqui por dificuldades logísticas. Acontece que, tanto as que vieram quanto as que não puderam vir estão sofrendo muito com perdas totais em seus estoques e até mesmo de funcionários”.

Julio Cesar Sampaio, ‘Balconista dos Pampas’



Fotos: A. TV / Divulgação / C. Rafael Rocha / Claudio Milan

Muitos visitantes todos os dias e expositores satisfeitos com os resultados da feira

Autopar bate recorde de público e expositores

Feira realizada no Paraná recebeu mais de 72 mil visitantes e arrecadou 10 toneladas em doações para o Rio Grande do Sul

O aftermarket automotivo voltou a mostrar sua força entre os dias 8 e 11 de maio durante a 11ª edição da Autopar - Feira de Fornecedores da Indústria Automotiva, realizada na região de Curitiba. A presença de público foi marcante nos quatro dias do evento, lotando corredores, estandes e auditórios e a feira ocupou integralmente todas as instalações de piso térreo e segundo pavimento do Expotrade Convention Pinhais. O balanço divulgado pela organização atesta a presença de mais de 72 mil visitantes vindos não apenas dos demais estados brasileiros, mas de diferentes países da América Latina, foco de interesse do evento. O número superou com folga as 56 mil pessoas que compareceram à edição anterior, em 2022. A adesão dos expositores à Autopar também teve evolução significativa, passando de 500 para 700 marcas agora. “Uma feira como essa, com 700 expositores, oriundos de 11 países, certamente traz muitas novidades. A gente pode afirmar que, no ano, o maior acontecimento do aftermarket automotivo do continente é aqui em Curitiba. O maior evento do setor nos anos pares – nos anos ímpares temos um outro grande evento também no Brasil. Casa cheia, não há um centímetro sequer para ser ocupado”, disse Cassio Dresch, diretor da feira, em entrevista exclusiva à A.TV, o canal de vídeo da Novomeio Hub de Mídia para o aftermarket automotivo.



Cassio Dresch, diretor da feira, destacou o dinamismo do mercado de reposição

O executivo lembrou, ainda, a trajetória do empreendimento e fez um paralelo com o atual momento do mercado de reposição. “A Autopar pegou as grandes crises que o Brasil teve. São 22 anos de chão com o evento, passamos por impeachment do governo Dilma, passamos por greve de caminhoneiros, passamos por uma pandemia e a feira só cresceu. Portanto, o mercado é muito forte, muito dinâmico. O parque industrial brasileiro fabricante de autopeças e tecnologia para o setor de reparação remonta a mais de 3 mil plantas fabris. É um mercado vivo, forte, que se reinventa a cada momento. E a Autopar é só um reflexo disso. Se você tiver que aproximar fronteiras, encurtar distâncias e equilibrar valores, a plataforma feira hoje – até com o apoio dos veículos de comunicação como a A.TV e o Novo Varejo – é a ideal. O mundo se reinventou e se descobriu muito mais conectado depois da pandemia. Costumo dizer que bastaram dois anos de reclusão para o ser humano se descobrir gregário, social. E a feira é realmente o único veículo de marketing do mundo contemporâneo que permite o uso dos cinco sentidos. Portanto, todas elas,

bem organizadas – independentemente do setor – certamente terão uma evolução constante daqui pra frente. O que estamos vendo aqui é um mercado dinâmico, forte, e com potencial de crescimento enorme e altamente positivo”. Entre os expositores de 2024, cerca de 300 já manifestaram interesse em garantir o espaço para a próxima edição. A 12ª Autopar será realizada de 6 a 9 de maio de 2026 e a organização contabiliza neste momento mais de 100 empresas em lista de espera, uma vez que os mais de 30 mil m² de área coberta do Expotrade não comportam mais expositores além os atualmente registrados.

A cobertura da A.TV, o canal em vídeo para o aftermarket automotivo, pode ser acessada pelo endereço <https://www.youtube.com/c/ATVmidia>

Expositores comemoram bons negócios e força do mercado no sul

“A Autopar é sempre um evento grandioso. É uma das principais feiras regionais que temos. No momento em que a gente está passando no país, a feira lotada já no primeiro dia. Clientes do país inteiro, até do Rio Grande do Sul. A gente ficou muito feliz com isso. A Mobensani marcou presença e foram dias de muitos negócios e celebrações. Acreditamos na proximidade com os clientes para construirmos, juntos, projetos maduros, robustos e de sucesso”. **Simone de Azevedo, Diretora da Mobensani**



Simone de Azevedo ficou feliz com a presença de clientes do RS na feira

“A gente expõe sempre aqui, já temos uma boa impressão. O retorno nosso é muito grande, não só pela feira ser no Paraná, mas a gente tem filiais em outros estados, São Paulo, Campinas, Rio de Janeiro, Porto Alegre. A nossa matriz fica em latajaí e temos filial também em São José e, agora, em Brasília. Então, aqui vêm clientes e negócios do Brasil inteiro. A gente aproveita ao máximo e, com certeza, neste ano vamos fazer novos negócios, como sempre temos feito em todas as feiras de que participamos”.

Antonio Illich, Gerente Comercial da Motors Imports



Antonio Illich contou que empresa está sempre presente nas feiras e o retorno é grande



Nasser elogiou mercado paraense e destacou itens hidráulicos no estande

“Feira muito boa, a gente vem já há algum tempo mostrando a linha de suportes hidráulicos. A gente está lançando muito itens hidráulicos, dando muita atenção a essas linhas, que hoje nacionalmente só a Sampel produz. O mercado paraense é muito grande, muito bom, então temos que estar presentes na Autopar”.

Nasser Caputto, Analista de Vendas e Marketing da Sampel



Ana Flávia lembrou que é fundamental ter os produtos disponíveis e estar perto dos clientes da região sul

“A região sul é uma das maiores em termos de frota circulante no país. Ter os produtos e estar perto dos clientes da região é muito importante para a gente. Sabemos que é um cliente que preza muito pela qualidade e esse é o grande ponto da nossa marca, a certeza de que estamos entregando um produto de qualidade”.

Ana Flávia, Diretora de Aftermarket da SEG



Plínio Fazol fez referência à forte estrutura regional da empresa

“É um evento extremamente importante e relevante para o nosso segmento, e os lançamentos não param. O Paraná é extremamente importante para a região, a gente fala que a Tecfil tem uma característica que é trabalhar uma estrutura regional forte, então nosso time aqui é muito forte, porque a gente entende que o mercado também é. Estamos com o olho na bola aqui o tempo inteiro”.

Plínio Fazol, Gerente de Marketing da Tecfil



Estar frente a frente com o mecânico é muito importante, pontuou Ivan Furuya

“O mercado do sul é muito importante, tem uma frota considerável. E para o crescimento da Volda no Brasil é uma região muito importante. A gente já atua com representantes comerciais, mas não tem nada mais importante do que esse ‘tête-a-tête’ com o mecânico, que é o cara que realmente toma a decisão pelo nosso produto. Então uma feira como essa a gente tem que utilizar como uma oportunidade de mostrar nossa qualidade, nosso portfólio, mostrar quem é a Volda no mercado. Esse é o nosso motivo maior para estar aqui”.

Ivan Furuya, Diretor Comercial e de Marketing da Volda

Quando o novo
se junta com
um legado

nasce uma
nova era.



Bem-vindos à nova era
da reposição automotiva.

fraga inteligência automotiva

fraga.com.br

(19) 97118-1895

"A gente está aqui só com o corpo, porque o coração está lá no Rio Grande". Com ajuda de amigos, Julio Cesar Sampaio, conhecido como 'Balconista dos Pampas', conseguiu sair de Porto Alegre e ser um dos bravos representantes do Rio Grande do Sul na Autopar. Emocionado, o profissional concedeu longa entrevista à A.TV relatando um pouco do drama vivido pela população, surpreendida pela maior enchente na história do estado, superando inclusive o evento climático de 1941, lembrando até hoje como algo devastador. "Todos, de alguma maneira, tiveram perdas. Minha família está bem abrigada, mas também sei que a reconstrução vai demorar muito tempo. E como vamos reconstruir o Rio Grande a não ser pela solidariedade do povo brasileiro?".

Este chamado foi atendido pela organização da Autopar, que disponibilizou logo na entrada da feira caixas para a doação de alimentos e outros mantimentos para os desabrigados no esta-

A.TV:

- 57 mil visualizações**
Nosso alcance cresce a cada dia.
- + de 3 mil horas de exibição**
Conteúdo que mantém a audiência.

Seguidores em Ascensão:

- 32 mil seguidores**
Uma comunidade ativa e fiel.
- 325 mil contas alcançadas**
Nosso impacto é inegável.

The infographic features a light gray background with decorative purple line graphs at the top and bottom. The top graphs show an upward trend, while the bottom graphs show a bar chart with increasing heights. The text is in a bold, sans-serif font, with key metrics highlighted in a larger, bold font.



Movimento Right to Repair foi um dos temas debatidos no encontro

Encontro da ANFAPE discute Certificação de Autopeças e Direito de Reparar

A exposição de produtos não é a única atração de uma feira de negócios, especialmente no setor automotivo. Cada vez mais os eventos têm sido aproveitados pelas entidades de representação do mercado de reposição para debater problemas e propostas pertinentes ao setor. Além, é claro, dos já bastante tradicionais seminários, palestras e treinamentos, que oferecem conteúdo e informações atuais aos visitantes.

Neste ano, a ANFAPE - Associação Nacional dos Fabricantes, Exportadores, Importadores, Comercializadores, Distribuidores e Representantes de Autopeças Destinadas ao Mercado de Reposição realizou simultaneamente à Autopar sua reunião de negócios com associados e representantes de toda cadeia do mercado independente de reposição e reparação automotiva. Anfitrião e Diretor-presidente da ANFAPE, Renato Ayres Fonseca comandou o encontro, que teve objetivo de alinhar com os associados e o setor em geral os pleitos e ações da entidade para 2024, especialmente na Certificação de Peças para reparo de colisão, bem como na defesa ao direito à livre escolha do proprietário em reparar seu veículo, a partir da campanha global Right to Repair, encampada no Brasil pela Aliança do Aftermarket Automotivo. Os 30 profissionais presentes assistiram a palestras da Gerente

da Interlink Brasil, Amanda Strumiello; do Diretor-executivo da Aliança do Aftermarket Automotivo, Marcelo Gabriel; da sócia titular da Preto Advogados e responsável jurídica da ANFAPE, Raquel Elita Alves Preto; e do Diretor da Fraga Inteligência Automotiva, Danilo Fraga.

“O evento foi muito rico em conteúdo e discussões, todas ligadas ao mercado de reposição, e que devem ser a tônica para que as atividades da ANFAPE sejam amplificadas e mais empresas possam saber o que e como fazer. Entendo que a ANFAPE tem um papel importante no cenário nacional, uma vez que representa fabricantes e comercializadores de peças para o mercado de reposição, totalmente integrados à cadeia de valor”, disse Marcelo Gabriel, da Aliança do Aftermarket. Também palestrante, Danilo Fraga abordou durante a reunião os principais desafios do mercado de reposição. “Incluindo as mudanças recentes na cadeia de abastecimento, o crescimento do setor, a posição das marcas e as tendências de crescimento atuais e futuras. A palestra visou oferecer uma visão abrangente sobre como esses elementos interagem e influenciam o mercado. O tema é de fundamental importância para as indústrias independentes de autopeças e para o mercado de reposição e

reparação automotiva. Discutir esses pontos é essencial para o planejamento estratégico de longo prazo e para enfrentar os desafios do setor, ajudando as empresas a se adaptarem e se posicionarem de forma competitiva”.

Outros encontros

Quem também mobilizou formadores de opinião do mercado em Curitiba foi a Andap e o Sicap. Em 9 de maio, as entidades promoveram o evento WBA Curitiba, realizado na Fecomercio local. Com o objetivo de oferecer conteúdo, networking e informação, o WBA trouxe palestras sobre o cenário político e econômico do Brasil; governança em empresas familiares e sucessão, com Isabelle Randon; new generation e hub soluções, com Rodrigo Carneiro, presidente da Andap; e calendário 2024, com Alcides Acerbi Neto, presidente do Sicap. O evento foi encerrado por Darci Piana, governador em exercício do Paraná. Finalmente, o presidente do Sincopeças-SP, Heber Carvalho, e o presidente do Sincopeças-BR, Ranieri Leitão, marcaram presença na reunião do Sincopeças Brasil com Darci Piana, realizada no Palácio de Iguaçu. Na ocasião, representantes do comércio de autopeças (varejo e distribuição) trataram da tributação do setor no estado entre outros assuntos de interesse para os negócios do segmento.



Rodrigo Carneiro (Andap), Ranieri Leitão (Sincopeças-BR) e Héber Carvalho (Sincopeças-SP) entre os líderes do aftermarket automotivo reunidos com o governador em exercício Darci Piana

**Entre nessa
você também.**

**Faça parte do Aftermarket Automotivo
Comunidade no WhatsApp!**

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

Nossa comunidade é focada em compartilhar as informações mais relevantes sobre esse aftermarket.

Buscamos sempre estar um passo à frente ao trazer análises abrangentes sobre novidades e tendências, fornecendo insights valiosos para que você possa tomar decisões baseadas em informação de qualidade.

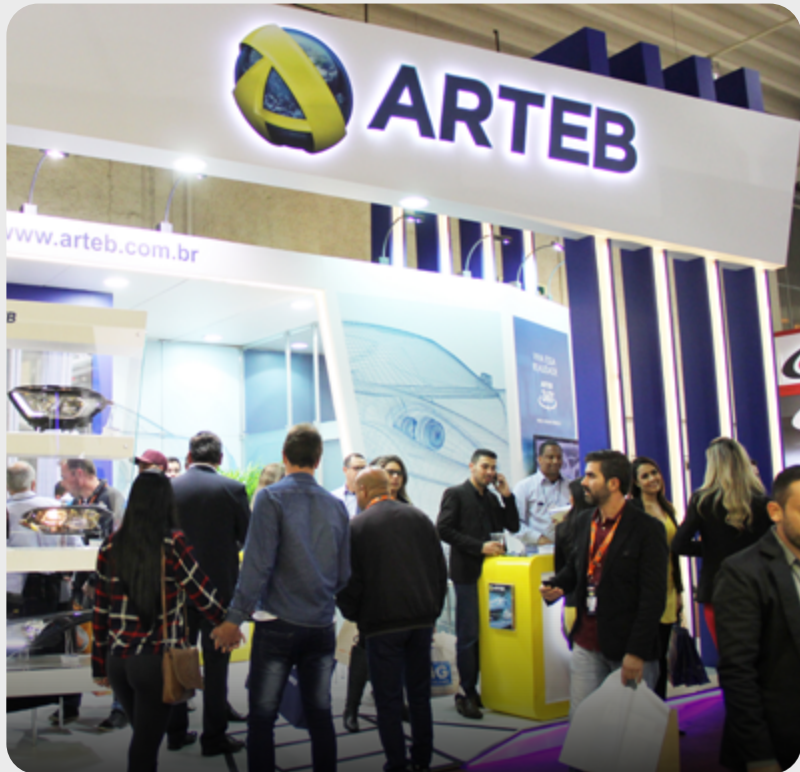
Como curadores de conteúdo e administradores da comunidade, nos comprometemos a utilizar os recursos de privacidade para proteger todos os dados dos participantes.

CLIQUE E PARTICIPE

N // **a.TV**

Arteb destaca lançamentos de produtos da geração em LED

A Arteb, uma das principais fabricantes mundiais de sistema de iluminação automotiva, atuando há quase nove décadas, com amplo portfólio para as principais montadoras e para o mercado de reposição, apresentou suas novidades em tecnologia de faróis e lanternas, com os últimos lançamentos de produtos de geração em LED. Outro destaque foi a linha Arteb Clássicos, específica para os veículos de época, garantindo amplo portfólio para o mercado de reposição, com excelente cobertura da frota circulante para atender os apreciadores de veículos clássicos, que fazem questão de instalar um produto original, mantendo as características do carro novo. Com uma área dedicada ao desenvolvimento de novas tecnologias, chamada Arteb Tech, a empresa realiza pesquisas e estudos de novos materiais para avançar em soluções em sistema de iluminação automotiva. Além de conhecer as novidades, o público que visitou a feira pode conferir ações interativas no estande.



BorgWarner apresenta turbos para carros de passeio

Como fabricante original e pioneira na produção de turbocompressor para motores flex no Brasil, a empresa disponibiliza para o mercado de reposição os turbos que equipam carros de passeio dos modelos Nivus 1.0 200TSI, T-Cross 1.0 200TSI, Virtus 1.0 200TSI e Polo 1.0 200TSI, da Volkswagen; e os conjuntos centrais dos modelos FIAT Toro 1.3 Turbo 270 Flex, FIAT Pulse 1.0 Turbo 200 Flex, FIAT Pulse 1.3 Turbo 270 Flex, FIAT Fastback Turbo 200 Flex, FIAT Fastback Turbo 270 Abarth, JEEP Renegade 1.3 T270 Flex, JEEP Compass T270 Turbo Flex e JEEP Commander T270 Turbo Flex da Stellantis. Todos os componentes puderam ser vistos pelos visitantes no estande da BorgWarner. O momento é oportuno para conhecer essa tecnologia: segundo dados da Bright Consulting encomendados pela BorgWarner, as vendas de veículos leves com motores turbo saltaram de 11% em 2016 para 47% em 2023. A expectativa do fabricante é que estes índices subam para 57% em 2024 e 63% em 2025. Atualmente, cerca de 45% dos motores turbinados dos carros de passeio que rodam no país são equipados com turbocompressores da BorgWarner. Outro destaque foi o turbocompressor duplo-estágio Remanufaturado para aplicações comerciais, como Iveco Pick-up e Van e Furgão Daily. Em 2023, a empresa foi uma das primeiras certificadas pelo IQA e reconhecida pela Abipeças (Associação Brasileira da Indústria de Autopeças) com o “Selo Remanufatura Fabricante Original” para produtos remanufaturados da linha de turbos (REMAN).



DRiV comemora marcos históricos e apresenta novidades Monroe Axios

A DRiV, divisão para o mercado de reposição do grupo Tenneco Automotive, teve entre os principais destaques o lançamento das novas linhas de pivôs de bandeja e terminais de direção da Monroe Axios ao mercado reparador. Para garantir uma composição robusta e que garanta a máxima eficiência, os componentes trazem soluções, como: corpo forjado em aço a frio, que proporciona alta resistência a rupturas; lubrificação em graxa com molibdênio, que permite a utilização em temperaturas extremas, sem alterar as propriedades do conjunto; coifa de borracha de alta resistência a alongamento em altas e baixas temperaturas; anel tipo trava com acabamento superficial de alta resistência a corrosão e a entrada de contaminantes no interior do conjunto; pino esférico em aço liga e tratado termicamente, que propicia alta resistência a rupturas. Além dos novos produtos, a DRiV levou para a Autopar sua principal iniciativa institucional: a parceria com o Instituto Ayrton Senna, inaugurada no início do ano, que permite a distribuição de recursos, oriundos das vendas de produtos Monroe e Monroe Axios para projetos realizados pela instituição. Este ano também representa a comemoração de importantes marcos para a companhia. Há 65 anos era fundada a Axios, empresa brasileira de autopeças, com o objetivo de atender ao mercado de veículos importados e produzidos pela então jovem indústria automotiva nacional. E, em 1974, visando reforçar sua presença no Brasil, a Monroe inaugurava sua fábrica de amortecedores no município de Mogi Mirim (SP).



Kolbenschmidt (KS) e Pierburg com novidades em componentes de motor e mecatrônicos

A Motorservice, divisão para o aftermarket automotivo do Grupo Rheinmetall, por meio de suas marcas Kolbenschmidt (KS), Pierburg e BF, também marcou presença na Autopar exibindo as novidades no seu portfólio de produto para as linhas de componentes motor e mecatrônicos para os segmentos de veículos leves e pesados. No estande foram apresentados itens na linha componentes para motores 3 cilindros na linha leve e euro 6 para pesados da Kolbenschmidt (KS), além de uma série de produtos mecatrônicos da Pierburg e BF, como o lançamento da linha de bomba de água, bombas de óleo, bombas de vácuo, válvulas EGR, entre outros. Em 2024, a Motorservice colocará no mercado de reposição mais de 400 novos produtos, entre itens standard e sob medida, que atenderão mais de 363 aplicações, sendo 214 aplicações para a linha motor e 145 para componentes mecatrônicos.



NTN apresenta as novidades de seu portfólio

A NTN Rolamentos do Brasil, que faz parte do Grupo NTN com mais de um século de atuação no fornecimento de rolamentos para as principais montadoras, apresentou na Autopar as novidades de suas linhas de rolamentos de roda, kits sensores, kits de rolamentos, sensores ABS e rolamentos de caixa de câmbio para atender a frota circulante de veículos. A fabricante também expôs os mais novos lançamentos de rolamentos de roda traseiro e dianteiro que atendem diversos modelos das marcas Chery, Ford, Hyundai, Jeep, Kia, Nissan, Mitsubishi e Volkswagen no mercado de reposição. “A participação no evento é importante para fidelizar clientes, promover as marcas e as linhas de produtos. Uma honra estar presente na Autopar e apresentar nossa marca ao mercado de reposição”, disse Gilssara da Paz, Executiva de Vendas & Marketing de Produto. Para Mariana Di Monte, Gerente de Vendas & Marketing - OEM e Aftermarket da NTN, a interação que ocorre com o público que visita o público durante a feira permite a troca de experiências e apresentação das novidades das linhas de produtos do portfólio e os diferenciais que oferecem. Com planta em Fazenda Rio Grande (PR), a empresa atende montadoras e o mercado de reposição com ampla cobertura das marcas NTN e SNR em constante evolução para oferecer soluções da frota circulante de veículos. Por meio dos canais digitais, leva informação e conhecimento técnico ao mercado.



Phinia marca presença com novidades, treinamentos e inclusão auditiva

A Phinia esteve presente pela primeira vez como uma nova organização, trazendo a tradição de mais de um século na indústria automotiva, por meio de suas marcas, Delphi e Delco Remy, que exibiram as novas linhas de componentes para seus portfólios. Durante todo o evento os visitantes contaram com a presença de profissionais da empresa, para prestar esclarecimentos e tirar dúvidas sobre produtos e serviços das marcas. Já uma tradição nas participações da marca em eventos automotivos, a Delphi promoveu uma série de palestras técnicas para os frequentadores da Autopar. Para permitir a interação do público surdo e portadores de deficiência auditiva às atrações de seu estande, a Phinia contou com a presença de intérpretes de libras durante todo o evento. Além disso, o espaço teve profissionais, fluentes na linguagem, para o atendimento a questões técnicas e comerciais. Todos os treinamentos realizados durante a Autopar também contaram com esse recurso. Essas ações fazem parte das políticas de inclusão da companhia, voltadas para o acesso e a integração de profissionais PCD no segmento de reparação automotiva. Outro destaque foi dado às novas redes sociais da Delphi. Os canais trazem informações sobre produtos, serviços, tecnologia, eventos, iniciativas ambientais e sociais relacionadas às marcas. Inicialmente, os conteúdos estarão presentes no Instagram. Em breve, a iniciativa se estenderá para o Youtube, Facebook e LinkedIn. O perfil “Delphi Brasil” tem com conteúdo produzido exclusivamente para o público brasileiro e Bárbara Brier como embaixadora da marca.



Rede ANCORA detalha franquia e mostra catálogo eletrônico

A participação da Rede ANCORA na Autopar atraiu para o estande um público numeroso e interessado em conhecer o modelo de franquias do grupo e seu inovador catálogo eletrônico. O modelo de negócio da empresa oferece aos franqueados um suporte completo, além de acesso a um mix de produtos diversificado e competitivo. Um dos principais destaques na exposição foi a demonstração do catálogo eletrônico. A ferramenta, disponível para consulta, oferece aos clientes uma experiência de compra mais prática e ágil, com acesso rápido e fácil baseada na placa do veículo pesquisado. Segundo a diretoria da rede, a participação na Autopar superou as expectativas. A feira gerou leads, oportunidades de negócio e entrada de novos franqueados, consolidando a posição da ANCORA no mercado de distribuição de peças automotivas. A empresa segue investindo em inovação e aprimoramento contínuo para oferecer aos seus clientes e franqueados a melhor experiência possível e se prepara para o próximo evento do setor que ocorrerá no estado de Minas Gerais em novembro.



SKF expõe lançamentos e portfólio completo de linha leve e pesada

Os lançamentos da empresa apresentados durante a Autopar foram os kits de rolamentos e cubos de roda (VKBH), as polias e os tensores (foto) das linhas leve e pesada (VKM), além do kit de corrente sincronizadora (VKML). A companhia também expôs diversos produtos para sistemas de motores, transmissão, suspensão e direção, embreagem, graxas e ferramentas automotivas. A SKF esteve presente na Autopar com o objetivo de reforçar seu posicionamento de marca na região sul do Brasil, considerada um dos polos econômicos mais importantes para os negócios da empresa no país. Foi apresentado o portfólio completo de produtos para linhas leve, pesada e agrícola, além de estabelecer uma intensa troca de experiências e novas conexões com mecânicos, varejistas de autopeças, distribuidores automotivos e frotistas, bem como com consumidores finais e potenciais clientes da marca. Também foi apresentado o programa SKF Center, composto por uma rede de oficinas credenciadas à marca SKF em todo o Brasil. A ação é direcionada ao mecânico automotivo independente, visando promover sua diferenciação como especialista em produtos SKF, com o objetivo de elevar o nível de profissionalização das oficinas e compartilhar conhecimento.



Takao leva novas linhas de componentes para motor

A empresa exibiu uma ampla gama de componentes para motor em seu estande na Autopar. Entre os itens apresentados estavam as linhas de anéis, bronzinas, bielas, cabeçotes, bombas de óleo, pistões, camisas de cilindro, bombas d'água, tensores, válvulas, entre outros. O conteúdo técnico e de treinamento destinado aos profissionais do mercado de reparação automotiva também recebeu atenção da marca. Durante todo o evento, foi promovida uma série de palestras voltadas para mecânicos e demais profissionais do segmento de reparação automotiva, sobre motorização 3 cilindros, com o especialista e profissional da marca, Diego Alves. O aumento do uso dessa configuração mecânica, entre os veículos lançados nos últimos anos, fez crescer a demanda por serviços de reparo adequados a suas especificidades. Além das palestras, realizadas no auditório, fizeram sucesso no estande dois motores, um elétrico e outro V8 a combustão, utilizados em treinamentos realizados pela empresa. No caso do motor V8, o revestimento em policarbonato permitiu a visão da câmara de combustão durante a queima dos gases em seu interior. E, patrocinada pela Takao, a equipe SPL Drift Team, que disputa o Campeonato Brasileiro de Drift, participou do evento, com a presença do BMW M52 2.5, carro que disputa as competições da categoria, e de seu piloto, Danilo Freitas, que interagiu com os visitantes da feira. O carro utiliza em sua motorização componentes Takao.



Volda mostra seus lançamentos em componentes de suspensão

A Volda, que oferece cobertura para 90% da frota circulante brasileira em componentes de suspensão e de transmissão, teve um estande com boas novidades na feira. A marca apresentou diversos lançamentos em componentes para o sistema de suspensão, como terminais axiais, bieletas, terminais de direção, pivôs, juntas deslizantes e trizetas. Além disso, expôs sua linha de juntas homocinéticas e semieixos e as novas famílias de bandejas, que já estão disponíveis no mercado brasileiro, lançadas neste ano. Com a participação na Autopar, a empresa teve a oportunidade de mostrar parte dos produtos que integram o portfólio, que conta com mais de 1.550 itens. Além de ajudar a criar um relacionamento mais próximo com os distribuidores do sul, facilitando a busca por novos canais de distribuição para os produtos na região. O destaque ficou mesmo por conta dos lançamentos. Como a família de juntas deslizantes, que faz parte do sistema de transmissão de força do motor para as rodas. Outro componente em destaque no estande, e fundamental para a transmissão de potência nos veículos, foi a trizeta, que auxilia o semieixo a trabalhar de forma mais eficiente. E, utilizados em veículos leves e utilitários, os terminais axiais, expostos no estande da Volda, são componentes do sistema de direção que têm como função a ligação entre a caixa de direção e os terminais de direção. Já as bieletas, também expostas, são hastes, que ligam a barra estabilizadora à suspensão do veículo, proporcionando melhor dirigibilidade e maior estabilidade ao veículo.



Thyssenkrupp lança linha de acessórios de suspensão para caminhões e ônibus

A thyssenkrupp participou da Autopar por meio de sua divisão Springs & Stabilizers e apresentou uma novidade aos visitantes: o lançamento de uma linha exclusiva de acessórios de suspensão para caminhões e ônibus. "A ampliação do portfólio é parte da nossa estratégia para impulsionar os negócios da companhia no mercado de reposição. A nova linha conta com mais de 100 itens, entre buchas, pastilhas e abraçadeiras", afirmou Alessandro Alves, CEO da thyssenkrupp Springs & Stabilizers no Brasil. No estande, a marca também expôs seu amplo portfólio de soluções para suspensão de pesados, com feixes de molas (foto), barras estabilizadoras e grampos para potenciais compradores do Brasil e do mundo, além dos amortecedores Bilstein, marca do grupo thyssenkrupp que, agora, conta com produtos a pronta entrega e suporte pós-venda localmente.



ZM leva lançamentos do ano com destaque para impulsos

Durante o evento, a ZM apresentou novos produtos que atendem às necessidades e demandas do mercado. Um dos destaques foi a linha de impulsos, agora composta por 172 itens, destinados a uma ampla variedade de veículos nacionais e importados. Esses componentes, essenciais para o funcionamento do motor de partida, são desenvolvidos sob os mais rígidos padrões internacionais, como evidência a certificação IATF 16949, atestando sua aceitação e reconhecimento pelas maiores montadoras globais. Além dos impulsos, a ZM levou para a feira sua linha de barramento para veículos de linha pesada, incluindo vários modelos de tirantes da barra estabilizadora. Esses componentes são projetados para absorver a movimentação entre o chassi e a barra estabilizadora, garantindo a estabilidade do veículo, especialmente em condições de uso severo, como longas viagens por estradas. No primeiro trimestre de 2024, a empresa entregou para o mercado mais de 73 novos produtos, demonstrando capacidade de inovação e produção no setor automotivo. Esses lançamentos abrangem componentes essenciais para os veículos, incluindo relés de partida, motores de partida, porcas de roda, terminais axiais, barras de direção, bieletas, pivôs de suspensão, além de terminais de direção especificamente desenvolvidos para a linha agrícola.





Empresa avalia que iniciativa teve resultados imediatos e impacto significativo

Wega Motors implementa energia solar em seu centro de distribuição

A Wega Motors anuncia um marco importante em sua jornada de sustentabilidade com a ativação de um sistema de energia solar em seu centro de distribuição em Itajaí, Santa Catarina. Desde 20 de março, após a aprovação em vistoria realizada pela CELESC (Centrais Elétricas de Santa Catarina), a empresa começou a gerar energia por meio de painéis solares instalados na cobertura do Galpão G5. Com a nova instalação solar, a Wega Motors já demonstra um significativo impacto positivo, gerando 36.802 kWh de energia nos primeiros meses de operação. Isso representou uma economia direta de mais de 17 mil reais em custos de energia para apenas um de seus galpões. O Diretor Geral da Wega para a

América Latina, César Costa, destaca que, embora haja variáveis como horário de consumo e variação na radiação solar, a iniciativa é um passo decisivo para a autonomia energética da empresa em Itajaí. Este projeto está alinhado com as diretrizes de ESG (Environmental, Social, and Governance) da Wega Motors, reforçando o compromisso da empresa com práticas ambientalmente responsáveis e sustentáveis. “Estamos comprometidos em tornar todas as nossas instalações em Itajaí autônomas na geração de energia”, afirmou César Costa, sinalizando futuras expansões do projeto.



Brand of NTN Group



Como fabricante,
garantimos a qualidade
de nossos produtos



www.ntn.com.br

Frasle Mobility registra R\$ 841,3 milhões de receita líquida no primeiro trimestre do ano

A Frasle Mobility encerrou o primeiro trimestre de 2024 com estabilidade na receita líquida em comparação com o mesmo período do ano passado. A Companhia registrou um consolidado de R\$ 841,3 milhões, variação positiva de 0,3% no comparativo com os três primeiros meses de 2023. O EBITDA ajustado atingiu R\$ 154 milhões, enquanto a Margem EBITDA ajustada registrada foi de 18,3%. A receita no mercado externo, que engloba as exportações a partir do Brasil com o desempenho das operações em outros países, somou R\$ 341,9 milhões, alta de 6,4%. Fatores como gestão operacional, estratégias de compra de suprimentos, consolidação da equipe de vendas de reposição no Brasil e ganhos em produtividade, influenciaram a performance alcançada, bem como o contexto dos mercados onde a Companhia está inserida. “O mercado brasileiro de reposição permaneceu aquecido, mesmo com a sazonalidade do período de férias e feriados. No segmento de montadoras, houve incremento de volumes vendidos, favorecido por um ambiente mais favorável

ao consumo. A conquista de novos negócios em outros países, especialmente nas linhas de produtos originais, impulsionou a receita no exterior”, descreve o diretor de Relações com Investidores da Frasle Mobility, Hemerson de Souza. O trimestre também marca o primeiro ano da aquisição da Juratek, no Reino Unido, impulsionando a estratégia de expansão da atuação global da empresa em mercados maduros. Novas vendas em lonas de freio para veículos comerciais nos Estados Unidos, e novos negócios a partir das operações ASK Fras-le, na Índia, e do centro de distribuição na Colômbia, também foram destaques nos primeiros três meses de 2024. “O ano inicia reforçando a nossa responsabilidade na execução consistente e resiliente da estratégia de negócios combinada com a entrega de resultados que permitam a construção de um futuro com crescimento sustentável”, salienta o Presidente e CEO da Frasle Mobility, Sérgio L. Carvalho.

	1T24	1T23	Δ %	4T23	Δ %
Receita Líquida	841,3	838,8	0,3%	741,3	13,5%
Mercado Interno	499,4	517,6	-3,5%	555,5	-10,1%
Mercado Externo	341,9	321,2	6,4%	185,8	84,0%
Mercado Externo US\$	69,0	61,8	11,6%	37,0	86,7%
Exportações - Brasil US\$ *	24,2	25,6	-5,4%	26,7	-9,3%
Lucro Bruto	289,7	296,2	-2,2%	202,6	43,0%
Margem Bruta	34,4%	35,3%	-0,9 pp	27,3%	7,1 pp
Lucro Operacional	116,9	147,2	-20,6%	81,4	43,5%
Margem Operacional	13,9%	17,5%	-3,6 pp	11,0%	2,9 pp
EBITDA	154,0	177,1	-13,0%	113,1	36,1%
Margem EBITDA	18,3%	21,1%	-2,8 pp	15,3%	3,0 pp
Lucro Líquido	109,1	90,4	20,7%	93,9	16,2%
Margem Líquida	13,0%	10,8%	2,2 pp	12,7%	0,3 pp
EBITDA Ajustado	154,0	177,1	-13,0%	98,0	57,2%
Margem EBITDA - Ajustada	18,3%	21,1%	-2,8 pp	13,2%	5,1 pp
Investimentos	21,6	31,2	-30,6%	59,6	-63,7%
ROIC	15,7%	13,3%	2,4 pp	19,3%	-3,7 pp
Valores em R\$ milhões (exceto receita líquida mercado externo e exportações)					
	4Q20	4Q21	Δ %	4Q21	Δ %
	1T24	1T23	Δ %	4T23	Δ %
Cotação média dólar norte-americano	4,95	5,19	-4,7%	4,95	0,0%



Com presença global, empresa possui mais de 70 plantas em vários países

Fábrica do Grupo NTN no Japão reúne conceitos avançados de automação e IA

Compradores online são 68% da população e as vendas do comércio eletrônico representam 10% do varejo nacional

Automação de sistemas com inteligência artificial e robótica garante eficiência e produção de rolamentos em larga para atender veículos elétricos e adota práticas sustentáveis

O Grupo NTN, com mais de um século de atuação na fabricação de rolamentos, tem a planta, localizada em Wakayama, no Japão, que foi construída com os mais modernos sistemas de automação com inteligência artificial e robótica, considerada um modelo prático e inteligente para produção eficiente e totalmente sustentável.

Com o conceito de fábrica do futuro, foi projetada para a produção em larga escala de rolamentos de esfera para veículos elétricos.

Sistemas de automação permitem monitoramento online dos processos, como estoque, além da transferência de produtos entre as etapas de produção ser realizada por veículos guiados automaticamente, visando eficiência e agilidade.

O planejamento da produção utiliza dados liberados do armazenamento automático, com foco na melhoria constante. Tudo isso contribui para expandir as vendas no mercado de reposição, com fortalecimento da capacidade de fornecimento.

Além de revisar o fluxo de mercadorias na fábrica, a NTN também pretende agilizar toda a cadeia de abastecimento. Com automação da operação, é possível otimizar a eficiência da produção e reduzir custos.

Medidas sustentáveis também são auditadas na fábrica de Wakayama para reduzir ativamente o CO2, com utilização de eletricidade 100% livre de CO2 e tratamento térmico e elétrico, além de energia renovável gerada a partir de painéis solares e turbinas eólicas.

Wakayama Works, denominada como “NTN Star Works Wakayama”, tem como base o conceito prático de fábrica inteligente que a NTN almeja alcançar, reunindo processos simplificados de automação que garantem respostas rápidas ao mercado dinâmico. A palavra “Star” também inclui a ideia de atingir o topo, nível mais elevado de excelência.

O conceito de fábrica do futuro em Wakayama revela o que há de mais inovador em tecnologia e automação e representa toda a evolução de expertise e know-how em manufatura que o Grupo NTN acumulou ao longo de mais de um século de atuação.



Strada lidera vendas na categoria comerciais leves

Mercado de usados vive bom momento com vendas em um ritmo acelerado

Relatório divulgado pela FENAUTO - Federação dos Revendedores de Veículos Usados mostra que as vendas em abril cresceram 11,3% em relação ao mês de março, além de serem 26,6% superiores ao mesmo mês de 2023.

Com esse resultado, o acumulado de veículos comercializados no quadrimestre chegou a 4.840.992 de unidades, um resultado 10,0% maior do que o acumulado no mesmo período de 2023.

“Os resultados mostram uma tendência positiva de crescimento, o que nos faz prever números muito bons de fechamento no primeiro semestre de 2024. Além disso, com base nos dados históricos da FENAUTO, nossa perspectiva é a de ultrapassarmos a marca dos 15 milhões de veículos, batendo um novo recorde de vendas até o final de ano”, comenta Enilson Sales, presidente da FENAUTO.

Modelos mais procurados no mês de abril

AUTO

VW Gol - 63.230
Fiat Uno - 35.480
Fiat Palio - 33.464

COMERCIAIS LEVES

Fiat Strada - 30.080
VW Saveiro - 19.511
Toyota Hilux - 14.668

MOTOS

Honda CG150 - 70.061
Honda BIZ - 34.130
Honda CG 125 - 28.337

Vendas no varejo caem 1,8% em abril

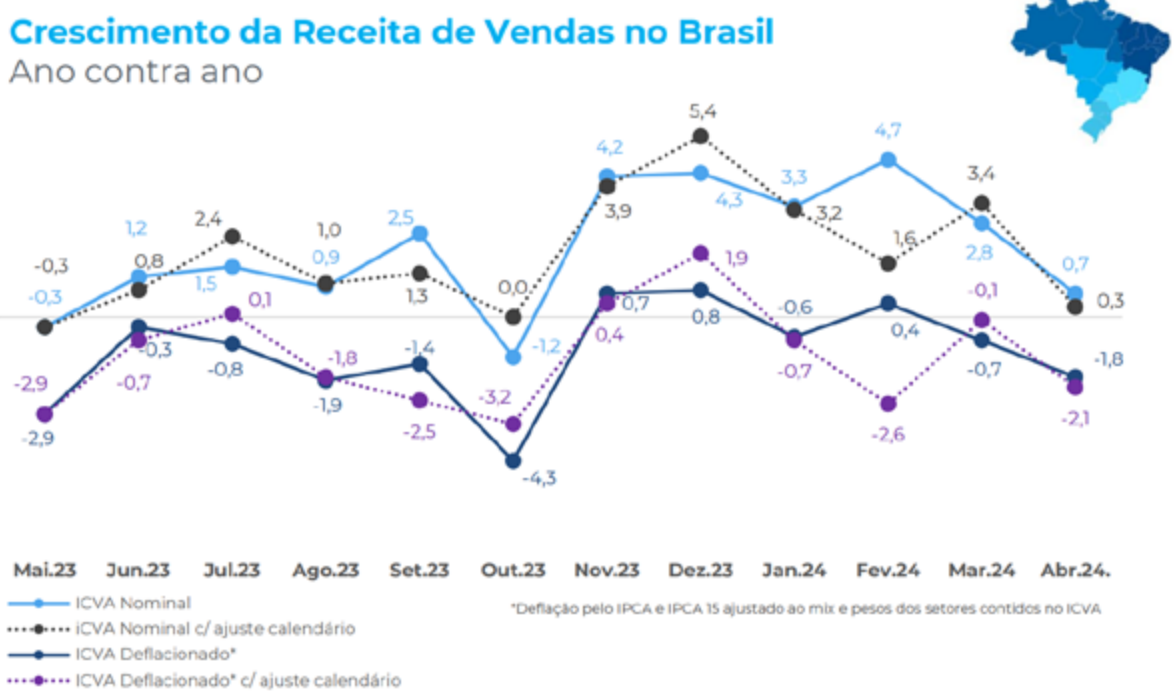
Queda no faturamento dos macrossetores de bens duráveis e bens não duráveis puxou o resultado para baixo

O faturamento do varejo em abril de 2024 caiu 1,8%, descontada a inflação, em comparação com o mesmo mês de 2023, de acordo com o Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA). É o segundo mês seguido de retração. Em termos nominais, que espelham a receita de vendas observadas pelo varejista, houve alta de 0,7%. As vendas de bens não duráveis caíram 3,4%, puxadas principalmente pelo segmento de varejo alimentício especializado. Já bens duráveis e semiduráveis teve queda de 1,7%. A variação mais negativa nesse macrossetor foi registrada em vestuário e artigos esportivos. O macrossetor de serviços foi o único a registrar alta no faturamento (+2,7%), com destaque para o setor de turismo e transporte. “A retração do varejo em abril está associada à queda no faturamento de importantes segmentos da economia brasileira, como vestuário, mercados e restaurantes”, diz Carlos Alves, vice-presidente de Tecnologia e Negócios da Cielo. “No caso dos supermercados, dois fatores ajudam a explicar a baixa: a inflação setorial e a Páscoa, que não foi celebrada em abril em 2024, diferente do que ocorrera em 2023. A Páscoa costuma ser um forte indutor do consumo”. Apesar da queda do varejo como um todo, alguns setores apresentaram alta no faturamento em abril. Foi o caso de drogarias e farmácias, beneficiado com reajuste de preços aplicado no início do mês, e materiais para construção, que voltou a crescer pela primeira vez desde junho de 2021, período de pandemia da covid-19.

E-commerce e vendas presenciais
Em termos nominais, ou seja, que refletem a receita observada pelo varejista, o e-commerce cresceu 7,2% em abril. Já as vendas presenciais caíram 1,1% em relação ao mesmo mês de 2023.

Inflação
O Índice de Preços ao Consumidor Amplo 15 (IPCA-15), prévia do IPCA divulgada pelo IBGE, registrou alta de 0,21% para o mês de abril. Segundo o instituto, o principal impacto de alta vem do grupo de alimentação e bebidas. Ao ponderar o IPCA e o IPCA-15 pelos setores e pesos do ICVA, a inflação do varejo ampliado acumulada em 12 meses em abril foi de 2,5%.

Regiões
De acordo com o ICVA deflacionado e com ajuste de calendário, os resultados de cada região em relação a abril de 2023 foram: Norte (-4,3%), Nordeste (-4,1%), Sul (-3,0%), Centro-Oeste (-2,6%) e Sudeste (-1,7%). Pelo ICVA nominal – que não considera o desconto da inflação – e com ajuste de calendário, os resultados foram: Sudeste (+1,1%), Centro Oeste (-0,3%), Norte (-0,6%), Sul (- 1,1%) e Nordeste (-1,3%).



Produção e vendas de veículos superam patamar de 220 mil unidades mensais

O mês de abril fechou com patamares elevados de vendas e produção, comprovando a manutenção do ritmo de recuperação do mercado brasileiro. A produção de 222,1 mil unidades foi a melhor desde agosto do ano passado, período em que as vendas estavam elevadas em função da MP 1.175, programa de descontos oferecido pelo governo federal. Em 2023, só em 3 meses a produção superou a casa das 220 mil unidades. Com esse salto em abril, a produção acumulada no quadrimestre chegou a 760,1 mil unidades, 6,3% acima do mesmo período do ano anterior, de acordo com o balanço divulgado pela Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA). Na comparação com março, a produção subiu 13,5%. Já contra abril de 2023, a elevação foi de 24,2%. As vendas internas em abril atingiram a marca de 220,8 mil autoveículos, alta de 17,6% sobre o mês anterior e de 37,4% sobre abril do ano passado. O acumulado do ano é de 735 mil unidades, volume 16,3% superior ao dos quatro primeiros meses de 2023. No ano passado, o patamar de 220 mil unidades só foi superado em julho, com estímulo do governo, e dezembro, tradicionalmen-

te o mês mais aquecido de cada ano. O indicador que contrastou com esses bons resultados foi o das exportações. As 27,3 mil unidades embarcadas representaram queda de 16,4% em relação a março. No acumulado do ano, o volume de 109,6 unidades é 26% inferior ao do primeiro quadrimestre de 2023. A operação-padrão do Ibama, que há meses vem represando a liberação de licenças ambientais para veículos importados, também tem prejudicado as exportações na medida em que afeta a logística das rotas comerciais. “Foi um mês bastante animador, sobretudo pela alta na produção, que começa a se beneficiar do aquecimento do mercado interno, mesmo com a elevada presença de produtos importados. Esperamos manter esse ritmo nos próximos meses, mas temos pela frente alguns pontos de alerta, como a redução do ritmo de queda dos juros e os efeitos da calamidade no Rio Grande do Sul, que já estão afetando fábricas de veículos, máquinas agrícolas e de importantes componentes usados por toda a cadeia automotiva”, afirmou o Presidente da ANFAVEA, Márcio de Lima Leite.

Automóveis - Passenger Cars / Automóviles			
▶ Licenciamento		▶ Exportação	
Vehicle registration / Matriculación de vehículos		Export / Exportaciones	
Unidades Units / Unidades		Unidades Units / Unidades	
ABR 24 - ABR 24/ABR 24	164,4 mil Thousand/Mil	ABR 24 - ABR 24/ABR 24	21,8 mil Thousand/Mil
MAR 24 - MAR 24/MAR 24	137,9 mil Thousand/Mil	MAR 24 - MAR 24/MAR 24	23,2 mil Thousand/Mil
ABR 24/MAR 24 APR 24/MAR 24 - ABR 24/MAR 24	19,2 %	ABR 24/MAR 24 APR 24/MAR 24 - ABR 24/MAR 24	-6,1 %
ABR 23 - APR 23/ABR 23	118,2 mil Thousand/Mil	ABR 23 - APR 23/ABR 23	27,8 mil Thousand/Mil
ABR 24/ABR 23 APR 24/APR 23 - ABR 24/ABR 23	39,1 %	ABR 24/ABR 23 APR 24/APR 23 - ABR 24/ABR 23	-21,6 %
JAN-ABR 24 - JAN-APR 24 - ENE-ABR 24	541,2 mil Thousand/Mil	JAN-ABR 24 - JAN-APR 24 - ENE-ABR 24	81,1 mil Thousand/Mil
JAN-ABR 23 - JAN-APR 23 - ENE-ABR 23	464,2 mil Thousand/Mil	JAN-ABR 23 - JAN-APR 23 - ENE-ABR 23	119,7 mil Thousand/Mil
JAN-ABR 24 / JAN-ABR 23 JAN-APR 24 / ENE-APR 23 - JAN-ABR 24 / ENE-ABR 23	16,6 %	JAN-ABR 24 / JAN-ABR 23 JAN-APR 24 / ENE-APR 23 - JAN-ABR 24 / ENE-ABR 23	-32,2 %
Fonte: Renavam/Denatran			

Autoveículos - Vehicles / Vehículos			
▶ Licenciamento		▶ Exportação	
Vehicle registration / Matriculación de vehículos		Export / Exportaciones	
Unidades Units / Unidades		Unidades Units / Unidades	
ABR 24 - APR 24/ABR 24	220,8 mil Thousand/Mil	ABR 24 - APR 24/ABR 24	27,3 mil Thousand/Mil
MAR 24 - MAR 24/MAR 24	187,7 mil Thousand/Mil	MAR 24 - MAR 24/MAR 24	32,7 mil Thousand/Mil
ABR 24/MAR 24 APR 24/MAR 24 - ABR 24/MAR 24	17,6 %	ABR 24/MAR 24 APR 24/MAR 24 - ABR 24/MAR 24	-16,4 %
ABR 23 - APR 23/ABR 23	160,7 mil Thousand/Mil	ABR 23 - APR 23/ABR 23	34,0 mil Thousand/Mil
ABR 24/ABR 23 APR 24/APR 23 - ABR 24/ABR 23	37,4 %	ABR 24/ABR 23 APR 24/APR 23 - ABR 24/ABR 23	-19,6 %
JAN-ABR 24 - JAN-APR 24 - ENE-ABR 24	735,4 mil Thousand/Mil	JAN-ABR 24 - JAN-APR 24 - ENE-ABR 24	109,6 mil Thousand/Mil
JAN-ABR 23 - JAN-APR 23 - ENE-ABR 23	632,5 mil Thousand/Mil	JAN-ABR 23 - JAN-APR 23 - ENE-ABR 23	148,2 mil Thousand/Mil
JAN-ABR 24 / JAN-ABR 23 JAN-APR 24 / ENE-APR 23 - JAN-ABR 24 / ENE-ABR 23	16,3 %	JAN-ABR 24 / JAN-ABR 23 JAN-APR 24 / ENE-APR 23 - JAN-ABR 24 / ENE-ABR 23	-26,0 %
Fonte: Renavam/Denatran			

Comerciais Leves - Light commercials / Comerciales livianos			
▶ Licenciamento		▶ Exportação	
Vehicle registration / Matriculación de vehículos		Export / Exportaciones	
Unidades Units / Unidades		Unidades Units / Unidades	
ABR 24 - APR 24/ABR 24	44,0 mil Thousand/Mil	ABR 24 - APR 24/ABR 24	3,9 mil Thousand/Mil
MAR 24 - MAR 24/MAR 24	38,3 mil Thousand/Mil	MAR 24 - MAR 24/MAR 24	7,8 mil Thousand/Mil
ABR 24/MAR 24 APR 24/MAR 24 - ABR 24/MAR 24	14,7 %	ABR 24/MAR 24 APR 24/MAR 24 - ABR 24/MAR 24	-49,2 %
ABR 23 - APR 23/ABR 23	33,3 mil Thousand/Mil	ABR 23 - APR 23/ABR 23	4,9 mil Thousand/Mil
ABR 24/ABR 23 APR 24/APR 23 - ABR 24/ABR 23	31,9 %	ABR 24/ABR 23 APR 24/APR 23 - ABR 24/ABR 23	-19,9 %
JAN-ABR 24 - JAN-APR 24 - ENE-ABR 24	151,2 mil Thousand/Mil	JAN-ABR 24 - JAN-APR 24 - ENE-ABR 24	22,6 mil Thousand/Mil
JAN-ABR 23 - JAN-APR 23 - ENE-ABR 23	124,3 mil Thousand/Mil	JAN-ABR 23 - JAN-APR 23 - ENE-ABR 23	21,9 mil Thousand/Mil
JAN-ABR 24 / JAN-ABR 23 JAN-APR 24 / ENE-APR 23 - JAN-ABR 24 / ENE-ABR 23	21,7 %	JAN-ABR 24 / JAN-ABR 23 JAN-APR 24 / ENE-APR 23 - JAN-ABR 24 / ENE-ABR 23	3,4 %
Fonte: Renavam/Denatran			



Licenciamento de autoveículos novos nacionais

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

► 2024

► 2023

	ABR APR/ABR A	MAR MAR/MAR B	JAN-ABR JAN-APR/ENE-ABR C	ABR APR/ABR D	JAN-ABR JAN-APR/ENE-ABR E	A/B %	A/D %	C/E %
Unidades - Total / Units / Unidades	184.571	157.124	608.966	138.072	544.353	17,5	33,7	11,9
Veículos leves / Light vehicles / Vehículos livianos	172.628	146.126	567.890	129.725	503.462	18,1	33,1	12,8
Automóveis / Passenger cars / Automóviles	139.562	116.272	453.720	104.124	411.415	20,0	34,0	10,3
Comerciais leves / Light commercials / Comerciales livianos	33.066	29.854	114.170	25.601	92.047	10,8	29,2	24,0
Caminhões / Trucks / Camiones	10.207	9.385	35.239	6.941	33.269	8,8	47,1	5,9
Semileves / Semi-light / Semilivianos	48	71	284	76	333	-32,4	-36,8	-14,7
Leves / Light / Livianos	860	792	2.771	648	3.041	8,6	32,7	-8,9
Médios / Medium / Medianos	814	685	2.759	633	2.868	18,8	28,6	-3,8
Semipesados / Semi-heavy / Semipesados	2.777	2.527	9.602	2.097	9.862	9,9	32,4	-2,6
Pesados / Heavy / Pesados	5.708	5.310	19.823	3.487	17.165	7,5	63,7	15,5
Ônibus / Buses / Omnibus y Colectivos	1.736	1.613	5.837	1.406	7.622	7,6	23,5	-23,4

mil unidades thousand units / miles de unidades	JAN JAN/ENE	FEV FEB/FEB	MAR MAR/MAR	ABR APR/ABR	MAI MAY/MAY	JUN JUN/JUN	JUL JUL/JUL	AGO AUG/AGO	SET SEP/SET	OUT OCT/OCT	NOV NOV/NOV	DEZ DEC/DEC	TOTAL
2021	155,0	153,7	172,0	158,0	169,2	158,1	151,0	149,5	133,2	140,4	148,3	177,9	1.866,1
2022	108,4	117,1	129,1	128,4	164,2	151,2	159,3	184,5	168,8	158,9	174,0	187,2	1.831,0
2023	122,4	112,4	171,4	138,1	149,1	161,6	195,9	173,9	167,8	183,6	176,8	203,7	1.956,7
2024	130,1	137,1	157,1	184,6									609,0

Fonte/Source/Fuente: Renavam/Denatran



Licenciamento de autoveículos novos importados

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

► 2024

► 2023

	ABR APR/ABR A	MAR MAR/MAR B	JAN-ABR JAN-APR/ENE-ABR C	ABR APR/ABR D	JAN-ABR JAN-APR/ENE-ABR E	A/B %	A/D %	C/E %
Unidades - Total / Units / Unidades	36.271	30.607	126.447	22.658	88.152	18,5	60,1	43,4
Veículos leves / Light vehicles / Vehículos livianos	35.720	30.104	124.446	21.772	84.975	18,7	64,1	46,5
Automóveis / Passenger cars / Automóviles	24.823	21.646	87.443	14.053	52.755	14,7	76,6	65,8
Comerciais leves / Light commercials / Comerciales livianos	10.897	8.458	37.003	7.719	32.220	28,8	41,2	14,8
Caminhões / Trucks / Camiones	551	502	1.999	883	3.171	9,8	-37,6	-37,0
Semileves / Semi-light / Semilivianos	491	436	1.803	818	2.953	12,6	-40,0	-38,9
Leves / Light / Livianos	29	37	92	40	148	-21,6	-27,5	-37,8
Médios / Medium / Medianos	23	27	85	16	50	-14,8	43,8	70,0
Semipesados / Semi-heavy / Semipesados	2	0	3	4	8	-	-50,0	-62,5
Pesados / Heavy / Pesados	6	2	16	5	12	200,0	20,0	33,3
Ônibus / Buses / Omnibus y Colectivos	0	1	2	3	6	0,0	0,0	-66,7

mil unidades thousand units / miles de unidades	JAN JAN/ENE	FEV FEB/FEB	MAR MAR/MAR	ABR APR/ABR	MAI MAY/MAY	JUN JUN/JUN	JUL JUL/JUL	AGO AUG/AGO	SET SEP/SET	OUT OCT/OCT	NOV NOV/NOV	DEZ DEC/DEC	TOTAL
2021	16,2	13,7	17,4	17,1	19,4	24,4	24,5	23,3	21,9	22,0	24,7	29,2	253,8
2022	18,1	15,2	17,8	18,9	22,8	26,9	22,7	24,1	25,2	22,0	30,0	29,7	273,5
2023	20,4	17,5	27,5	22,7	27,5	27,9	29,7	33,8	30,0	34,3	35,8	44,8	352,0
2024	31,5	28,1	30,6	36,3									126,4

Fonte/Source/Fuente: Renavam/Denatran

NÚCLEO DE INTELIGÊNCIA DE DADOS DO AFTERMARKET AUTOMOTIVO



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

VAMOS FAZER NEGÓCIOS INTELIGENTES JUNTOS?





Quase um ano depois do Desenrola, inadimplência permanece inalterada em São Paulo

Em abril, 22,6% das famílias paulistanas estavam com contas atrasadas; no mesmo mês do ano passado, esse número era de 22,9%

Criado há quase um ano, o programa Desenrola Brasil, do governo federal, não surtiu os efeitos esperados — pelo menos levando em conta a realidade das famílias paulistanas. Os dados de abril da Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC), elaborada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), mostram uma estabilidade no fenômeno da inadimplência. Em julho de 2023, quando o Desenrola começou, 24,1% das famílias na cidade de São Paulo estavam com alguma conta atrasada. Em abril, esse volume foi de 22,6%. Entre os lares sem condições de pagar as dívidas, o número permaneceu praticamente o mesmo: 9,9% naquele mês, encerrando o último período em 9,8%.

Na comparação mensal, vale dizer, o endividamento cresceu 2,1 pontos percentuais (p.p.) entre março e abril. São, em números absolutos, 2,87 milhões de famílias com alguma despesa ativa. A inadimplência, por sua vez, se manteve praticamente a mesma, somando 920 mil casas nessa situação, na cidade.

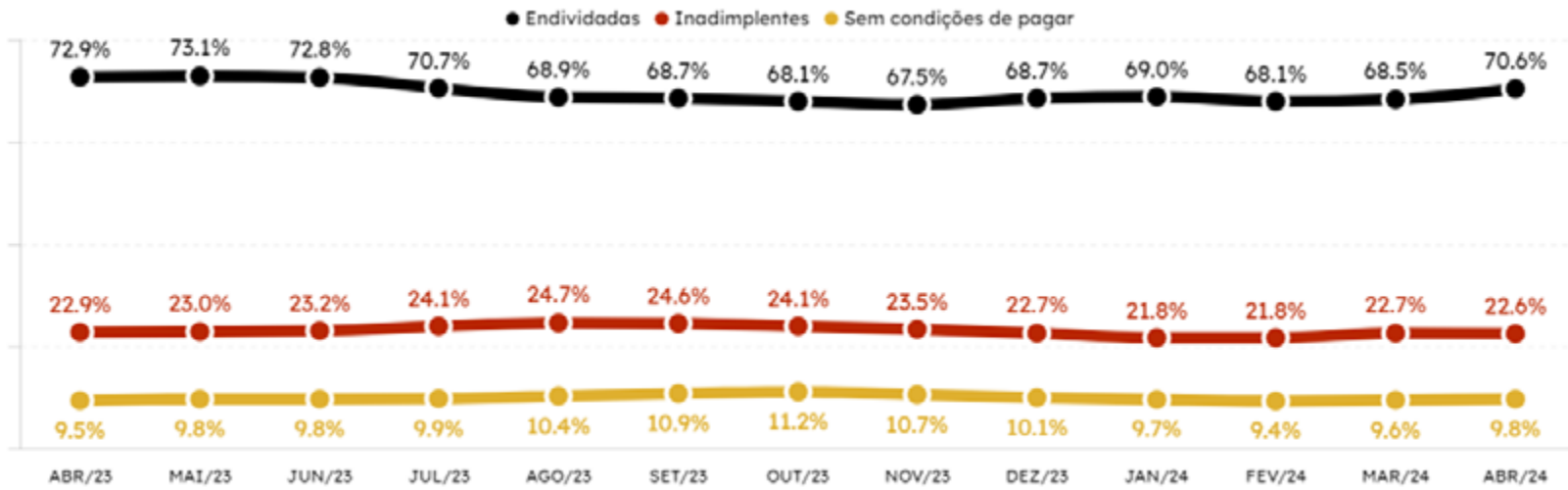
Cartão
Quase nove em cada dez famílias paulistanas (87,9%) estão endividadadas com a fatura do cartão de crédito, que, desde a pan-

demia de covid-19, é usado mais como instrumento de manutenção do consumo doméstico do que para gastos de longo prazo. Esse fenômeno tem efeitos no tempo médio da dívida, que, hoje, é de quase oito meses.

O crédito pessoal é o segundo maior motivador de endividamento (15,9%). Não é trivial: como a Federação observa há algum tempo, muita gente tem preferido manter o consumo de bens duráveis do que pagar as dívidas antigas — ou, em alguns casos, já as liquidaram, voltando agora a consumir. Essa percepção é corroborada pelo fato de dois em cada dez paulistanos (18,3%) estarem pensando em pedir um empréstimo nos próximos três meses — percentual que era de 10,1% em abril de 2023.

Por outro lado, abril marcou uma redução na média temporal no atraso das contas, saindo de 66,4 dias, até a despesa ser liquidada, para 65,9 dias. Segundo a FecomercioSP, ainda que seja uma queda pequena, impacta de forma relevante o orçamento doméstico, na medida em que diminui a cobrança de juros. Em abril, a inadimplência só não diminuiu por causa das famílias de alta renda (acima de 10 salários-mínimos): uma em cada dez (13,8%) está com contas atrasadas, segundo a pesquisa. É o nível mais alto, dentro desse recorte, desde o início da série histórica da PEIC, em 2010.

Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC) - Abril de 2024



Fonte: FecomercioSP

Por que o Desenrola não decolou?

Criado em julho do ano passado, o Desenrola foi prorrogado até o dia 20 de maio, ainda oferecendo descontos na quitação de dívidas que chegam a 90%. Nas primeiras três fases do programa, segundo dados oficiais, cerca de R\$ 29 bilhões foram renegociados, beneficiando 7 milhões de brasileiros. Além disso, um universo de 2,7 milhões de pessoas renegociaram despesas com instituições bancárias. Ainda assim, considerando os dados gerais, a inadimplência permaneceu intacta em São Paulo, principal metrópole econômica do País. Por quê?

De acordo com a FecomercioSP, a resposta principal é que boa parte das famílias inadimplentes ainda está tão financeiramente fragilizada que não consegue absorver uma parcela de renegociação neste momento. Em 2023, em média, 2 em cada 10 delas (23,7%) conviveram com contas atrasadas ao longo do ano. Em 2020, no primeiro ano da pandemia, essa porcentagem foi de 18,7%. Isto é, a dificuldade de pagar as contas aumentou nesse ínterim.

Além disso, o Desenrola foi estruturado não apenas em torno do aplicativo oficial do governo (Gov.br), mas também a partir de dois níveis de conta: o prata e o ouro, que

dependem de uma série de documentos digitais disponibilizados pelos usuários. O problema é que boa parte desses documentos não são tão acessíveis à população endividada, principalmente a quem não tem acesso à internet, como na vinculação com contas bancárias (também) digitais.

Não foi à toa que, quando o governo ajustou essa exigência, permitindo o Desenrola a usuários de nível bronze do aplicativo, em torno de 12,7 milhões de brasileiros puderam acessar o programa. No mesmo movimento, ainda foram integrados os dados dessas pessoas com a plataforma da Serasa, o que ajudou nas organizações dos mutirões de renegociação.

Além disso, muitos descontos oferecidos pelos bancos já estavam disponíveis antes mesmo do escopo do programa do governo, já que faziam parte do rol de dívidas que, para essa população, já estava perdida. Mesmo assim, os ajustes realizados no programa — alguns apontados pela FecomercioSP — e a injeção do décimo terceiro salário na economia do País, em dezembro, foram responsáveis por, no fim de março, após a primeira prorrogação do projeto, o volume de refinanciamentos subir para R\$ 50 bilhões.



Pesquisa revela crescimento do e-commerce brasileiro

Compradores online são 68% da população e as vendas do comércio eletrônico representam 10% do varejo nacional

A aceleração digital ocorrida ao longo da pandemia entre 2020 e 2022 fez com que muito mais gente passasse a comprar por meio do comércio eletrônico. A comodidade proporcionada por esta nova cultura fez crescer o debate sobre a expansão das vendas digitais em detrimento das lojas físicas. O tempo mostrou que as compras presenciais continuarão fazendo parte do dia a dia das pessoas. Por outro lado, inevitavelmente houve expansão das vendas online. É o que vem mostrando sistematicamente as diferentes pesquisas focadas no tema. Um novo estudo divulgado na segunda semana de maio apurou que o e-commerce no Brasil atingiu 10% do varejo total e a quantidade de compradores pela internet cresceu três pontos percentuais, atingindo 68% da população nacional em 2023, em relação ao ano anterior. Esses compradores receberam 3.8 encomendas por mês, compraram mais roupas e outros itens de moda, calçados, produtos de beleza ou de saúde e, ano passado, passaram a comprar uma quantidade maior de equipamentos automotivos. Essas são algumas das principais conclusões da E-Shopper Barometer, pesquisa realizada anualmente pelo Grupo Geopost, com mais de 24 mil consumidores de 22 países, incluindo o Brasil, que busca identificar o comportamento do consumidor

digital. “Mesmo em um contexto de inflação e juros altos do ano passado, tivemos resultados bem interessantes na pesquisa, como o crescimento do número de compradores”, destaca Bruno Tortorello, presidente da Jadlog, uma das maiores empresas de transportes de cargas fracionadas do Brasil e uma das principais operadoras logísticas do comércio eletrônico, controlada pelo Geopost. Os consumidores brasileiros estão comprando produtos de pelo menos 4 categorias diferentes, e os destaques são moda, mencionada por 48% dos entrevistados, seguido de calçados e produtos de beleza e de cuidados com a saúde, empatados com 43%. Em 2023, os itens automotivos tiveram o maior índice de procura dentre todos e deram um salto de 3 pontos percentuais chegando a 14% das menções. De maneira geral, o e-commerce continua sendo visto positivamente, com uma maneira de economizar tempo, para 79% dos e-shoppers; de reduzir o estresse, se comparado às compras em lojas físicas, na opinião de 65%, sendo considerado muito conveniente para 53%, mesmo se houver necessidade de devolver alguma compra. Inclusive 55% dos entrevistados acredi-

tam que conseguem comprar pela internet perto de 100% dos produtos que precisam. “Os consumidores seguem amplamente convencidos sobre os benefícios do comércio eletrônico, como a economia de tempo e dinheiro em relação às compras nas lojas físicas”, observa Tortorello. Os desafios macroeconômicos de inflação e juros altos do Brasil fizeram com que o e-shopper brasileiro ficasse ainda mais sensível aos preços. Segundo a pesquisa, 77% disseram que o valor do produto é o principal ponto na decisão de compra. Por outro lado, 72% acham que economizam dinheiro comprando online. Neste sentido, o e-commerce cresceu e os principais critérios de realização de compras estão relacionados às entregas grátis para 48% dos consumidores, à descrição detalhada do produto (para 26%), aos produtos que não têm taxas ou adicionais de valor ocultos no preço (23%) e à devolução grátis, para 20% dos entrevistados. O cenário macroeconômico brasileiro também influenciou as importações. A pesquisa mostrou que quase 6 (ou 59%) em cada

10 e-shoppers brasileiros compram em sites estrangeiros, especialmente nos chineses (83%), norte-americanos (35%) e argentinos (6%). Encontrar melhores negócios continua sendo o principal motivo para 82% dos entrevistados.

Millenials
A pesquisa E-Shopper Barometer destacou a representatividade dos millenials no e-commerce brasileiro e constatou que 61% de todas as compras são realizadas por eles, o que representa 10,9% de participação média no total de compras online entre todas as categorias de produtos. Os millenials recebem quase 4 encomendas por mês. Já os aficionados, ou heavy buyers, realizam 54% do total de todas as compras online, o que representa 17,8% de participação média no total de compras entre todas as categorias. Eles receberam 7 encomendas por mês em 2023 de 8 categorias diferentes de produtos, principalmente de beleza e cuidados de saúde.

As preferências na hora de receber a encomenda

Quando o assunto é a entrega, saber qual a transportadora responsável traz mais segurança ao processo para 65% dos entrevistados. Além disso, os e-shoppers querem, em ordem de preferência, receber notificações em tempo real, ter previsão da hora da entrega, receber a entrega no mesmo dia e receber onde estiverem. Na sequência vem a preferência por entrega no dia seguinte e por contar com várias opções de entrega, além da possibilidade de reagendar a data de recebimento. Ser informado sobre o prazo exato de entrega no intervalo de uma hora e poder escolher o dia e horário específicos de recebimento são fatores importantes para 84% dos compradores brasileiros entrevistados. “É fundamental disponibilizar ferramentas para dar conveniência ao recebimento e sinalizar melhor o cliente onde está a encomenda. Opções de entregas e Informação em tempo real são cruciais, de modo que a Jadlog atua oferecendo esses serviços, a fim de aperfeiçoar a experiência de compra dos e-shoppers”, observou Tortorello. Em relação à logística reversa, a pesquisa constatou que 7% dos consumidores devolveram sua última compra e, dentre eles, 49% consideraram o processo de devolução positivo, sem esforços. A maioria das encomendas de volta, ou 74%, foi deixada em um ponto postal; 17% delas foram retiradas em casa por um serviço de courier, e 7%, deixadas em um ponto de movimentações de remessas.



A oferta de opções de entregas ambientalmente sustentáveis se mostrou interessante para 77% dos entrevistados na pesquisa, e quase a mesma porcentagem (68%) afirmou que a escolha por alternativas de entregas ecologicamente corretas é importante quando realiza compras online. O uso de veículos de baixas emissões é a melhor opção para 41% dos consumidores, e 39% responderam que combinar vários produtos para que sejam entregues juntos também é uma opção relevante de entrega sustentável.

Cresce faturamento das indústrias de autopeças para o mercado de reposição

Pesquisa conjuntural e de reposição do Sindipeças aponta variação real de 11,8% no acumulado de 12 meses até fevereiro

Superadas as variações características de períodos sazonais – e apesar do menor número de dias úteis – o faturamento total da indústria de autopeças sustentou crescimento em fevereiro/24, com variação de 11,2%, em termos nominais, e real de 11,3%. Os resultados revelam diferentes espectros para as bases de comparação interanuais, já que os valores deflacionados atendem à média do IPP/IBGE 2023.

Em termos reais, houve estabilidade do faturamento (-0,2%) em comparação ao mesmo mês do ano anterior e retrações no confronto com o primeiro bimestre do ano passado (-2,5%) e no acumulado em 12 meses, -8,8%. A acentuada queda da produção de veículos pesados em 2023 ainda traz reflexos para os resultados da indústria de autopeças em bases de comparação mais longas. A Sondagem da Indústria de Autopeças já sinalizava que fevereiro/24 seria positivo. Divulgado no início de março, o relatório mostrava que 72% das empresas consultadas indicavam aumento das vendas frente a janeiro/24, ao passo que 53,0%, aproximadamente, sinalizavam incremento em relação ao primeiro bimestre de 2023.

As variações nominais e reais por canal de distribuição se mostraram favoráveis para transações com montadoras e no mercado de reposição. Em certa medida, a exceção ficou por conta das

exportações. Em termos reais, a receita obtida em montadoras cresceu 0,62% no bimestre e 5,79% em reposição. Porém, houve queda de 12,7% das exportações medidas em dólar, quando comparado ao primeiro bimestre de 2023.

A ociosidade fabril recuou 3,0 p.p. em fevereiro/24 frente ao mês anterior, expressando característica intrínseca ao período. No bimestre, a ociosidade diminuiu 1,0 p.p. quando comparada à igual período do ano anterior. Quanto ao emprego, o retrato colhido foi de estabilidade (0,3%) em relação a janeiro/24, embora ainda se note queda de 0,5% nos últimos 12 meses.

O Sindipeças anunciou neste mês de maio a unificação das bases amostrais empregadas para a Pesquisa Conjuntural e Mercado de Reposição. Com a realização desse procedimento, os recursos estatísticos empregados se tornaram comuns a todas as variáveis em análise. Em outras palavras, os dados do antigo relatório do Mercado de Reposição – seja em linha leve ou em linha pesada – passaram a refletir a variação dos números oferecidos pelas empresas da amostra unificada, não sendo mais empregado o cálculo através de média móvel trimestral. Por conta da modificação anterior, decidiu-se unificar os relatórios, cuja denominação passa a ser Pesquisa Conjuntural e Reposição.

I.2 – Faturamento Real

[Tabela 1.2] Resumo do Desempenho - Variações Reais

Discriminação	Variação			
	Fev 24/ Jan 24	Fev 24/ Fev 23	Acum 24/ Acum 23	Variação acumulada em 12 meses
Faturamento líquido ¹ real consolidado (%)	11,26	-0,17	-2,50	-8,83
Faturamento líquido real: vendas para as montadoras (%)	15,07	2,77	0,62	-12,93
Faturamento líquido real: vendas para a reposição (%)	-1,98	8,13	5,79	11,08
Faturamento líquido real: exportação em reais (%)	11,69	-17,38	-19,73	-4,27
Faturamento líquido real: exportação em dólares (%)	10,48	-13,94	-15,72	-0,96
Faturamento líquido real: vendas intrasetoriais (%)	12,87	-11,42	-16,51	-19,63
Emprego nacional (%)	0,25	-3,09	-2,64	-0,58
Capacidade ociosa ² (p.p.)	-2,30	-1,42	-1,04	4,21

Fonte: Pesquisa Conjuntural Mensal do Sindipeças
¹Valores deflacionados pelo IPP/IBGE (Base: Média de 2023 = 100)
Notas: * Os valores podem sofrer alterações devido a ajustes realizados mensalmente.
²Faturamento líquido nominal: descontando todos os impostos e deflacionado conforme descrição acima.
³Cálculo da comparação feita através da média do ano corrente x média do ano anterior

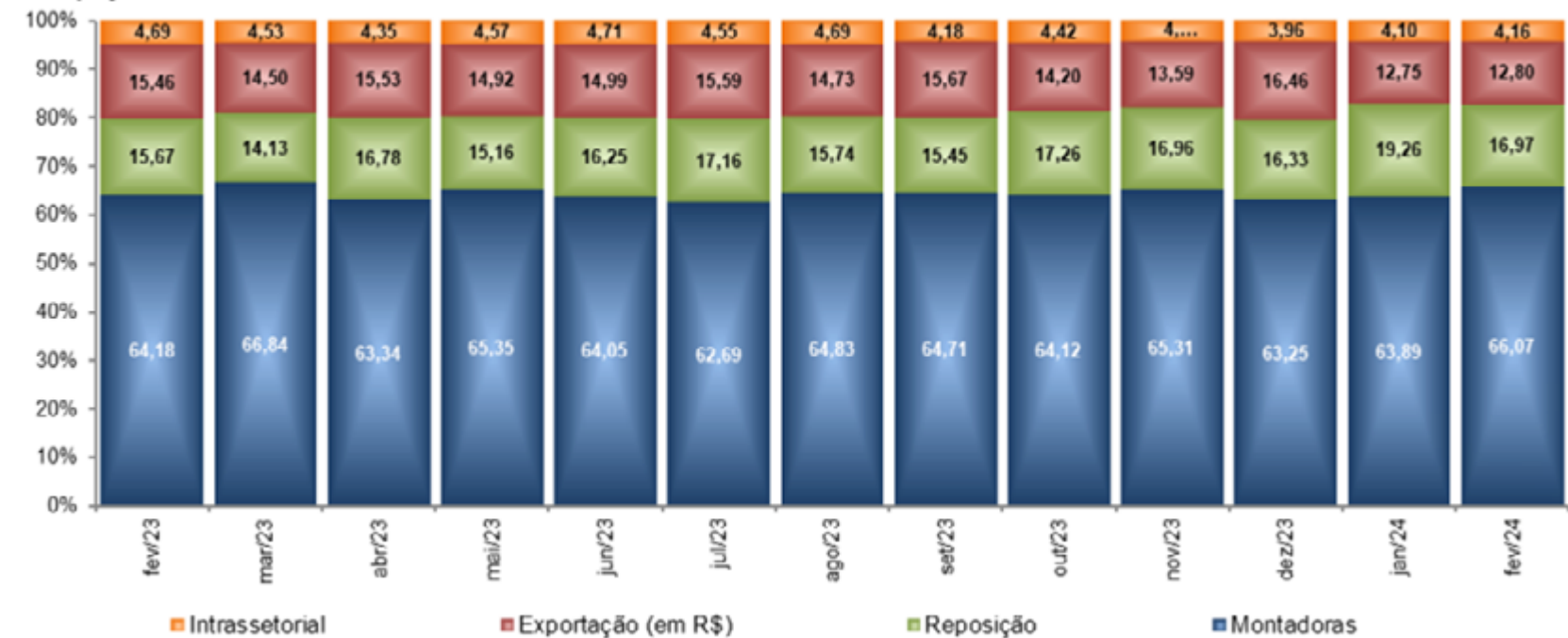
I.1 – Faturamento Nominal

[Tabela 1.1] Resumo do Desempenho - Variações Nominais

Discriminação	Variação			
	Fev 24/ Jan 24	Fev 24/ Fev 23	Acum 24/ Acum 23	Variação acumulada em 12 meses
Faturamento líquido ¹ nominal consolidado (%)	11,16	3,31	0,97	-5,28
Faturamento líquido nominal: vendas para as montadoras (%)	14,96	6,35	4,20	-9,54
Faturamento líquido nominal: vendas para a reposição (%)	-2,08	11,90	9,56	15,40
Faturamento líquido nominal: exportação em reais (%)	11,59	-14,49	-16,87	-0,55
Faturamento líquido nominal: exportação em dólares (%)	10,38	-10,94	-12,73	2,94
Faturamento líquido nominal: vendas intrasetoriais (%)	12,76	-8,34	-13,54	-16,50
Emprego nacional (%)	0,25	-3,09	-2,64	-0,58
Capacidade ociosa ² (p.p.)	-2,30	-1,42	-1,04	4,21

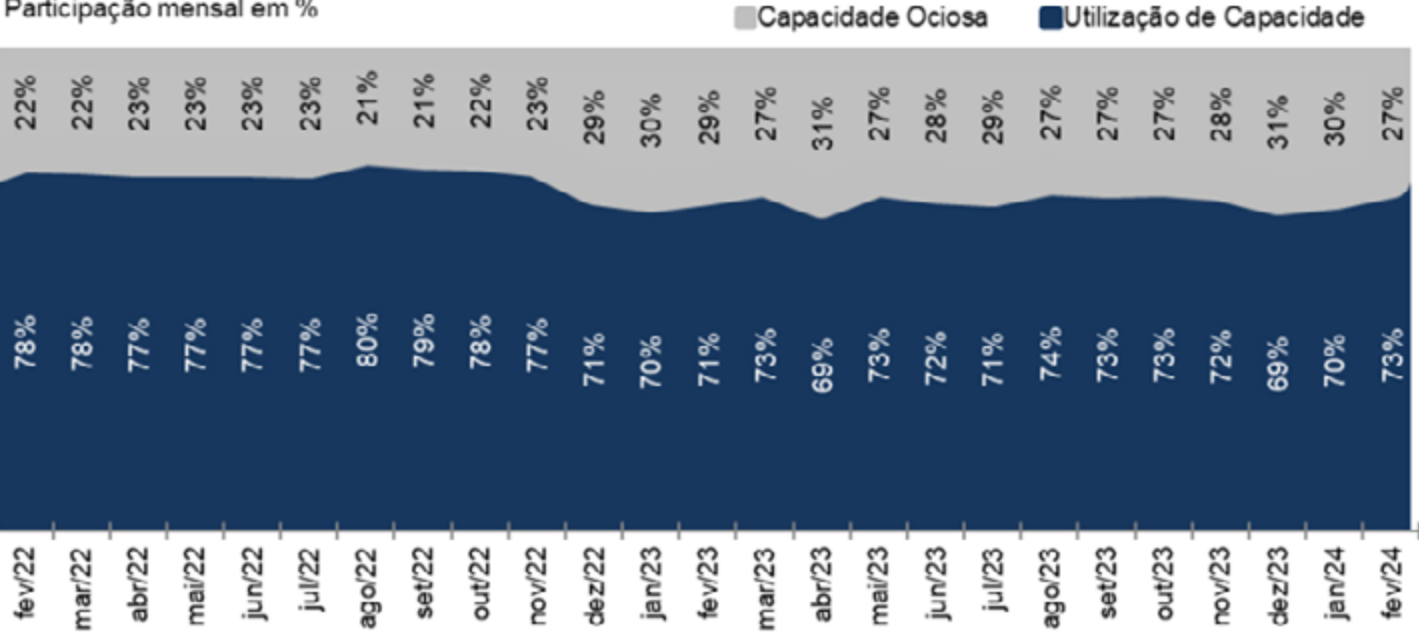
Fonte: Pesquisa Conjuntural Mensal do Sindipeças
Notas: * Os valores podem sofrer alterações devido a ajustes realizados mensalmente.
¹Faturamento líquido nominal: descontando todos os impostos.
²Cálculo da comparação feita através da média do ano corrente x média do ano anterior

[Gráfico 5] Distribuição do faturamento por segmento
Participação mensal em %



II – Capacidade Instalada e empregos no setor

[Gráfico 6] Utilização da capacidade instalada
Participação mensal em %



[Tabela 2] Faturamento líquido nominal por sistemas¹
Variação nominal (%)

Grupos	Variação (%) ²		
	Fev 24/ Jan 24	Fev 24/ Fev 23	Acum 24/ Acum 23
COMPONENTES PLÁSTICOS	32,3%	25,5%	23,4%
FIXAÇÃO E SINTERIZADOS	10,2%	20,2%	9,1%
SISTEMA DE SEGURANCA	16,0%	14,6%	9,1%
SISTEMA DE SUSPENSÃO	-5,1%	5,2%	8,1%
SISTEMA DE TRANSMISSÃO	26,4%	13,3%	7,9%
INTERIOR	15,2%	4,4%	2,4%
COMPONENTES ELETRÔNICOS	-7,2%	-4,7%	0,4%
SISTEMA DE FREIO	20,9%	7,7%	-0,4%
SISTEMA DE MOTOR	3,9%	2,4%	-0,5%
CHASSI E CARROCERIAS	15,0%	-1,5%	-0,8%
SISTEMA DE DIREÇÃO	10,5%	1,2%	-2,7%
ACESSÓRIOS AUTOMOTIVOS	3,2%	-2,1%	-3,7%
ILUMINAÇÃO E ELÉTRICA	8,4%	-2,8%	-5,4%
SISTEMA DE EXAUSTÃO	-5,5%	-12,4%	-13,4%
SISTEMA DE ARREFECIMENTO E AR CONDICIONADO	12,7%	-16,0%	-18,3%
Total Geral	11,2%	3,3%	1,0%

Fonte: Pesquisa Conjuntural Mensal do Sindipecas

1. Pode haver imprecisão nas informações, devido ao reduzido tamanho das amostras.

2. Ordenamento decrescente a partir da coluna (Acum 24/Acum 23), que mensura a variação acumulada do ano corrente em relação ao ano anterior.

III – Mercado de Reposição

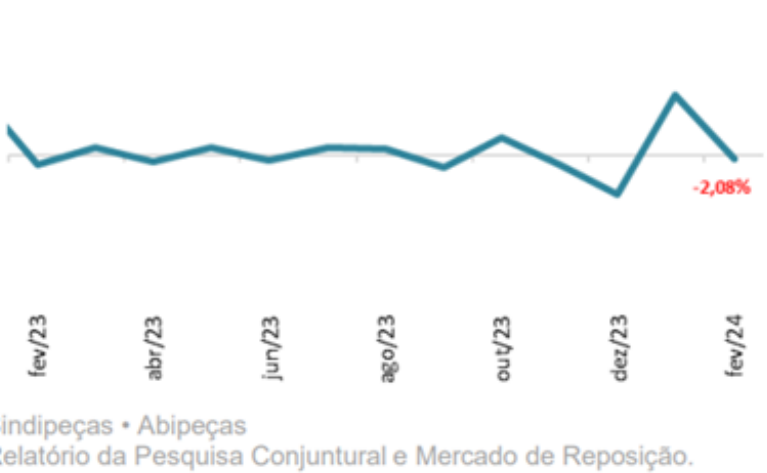
[Tabela 3] Índices do Mercado de Reposição¹

Discriminação	Variação percentual		
	Fev 24/ Jan 24	Fev 24/ Fev 23	Acumulado do ano
Faturamento nominal (LL e LP)	-2,08%	11,90%	9,56%
. Linha Leve	-6,82%	17,38%	14,39%
. Linha Pesada	25,56%	-6,88%	-9,50%
Faturamento real (LL e LP)	-1,98%	8,13%	5,79%
. Linha Leve	-6,73%	13,43%	10,46%
. Linha Pesada	25,68%	-10,01%	-12,61%
IGP-M (fev/24)	-0,52%	-3,76%	-3,61%

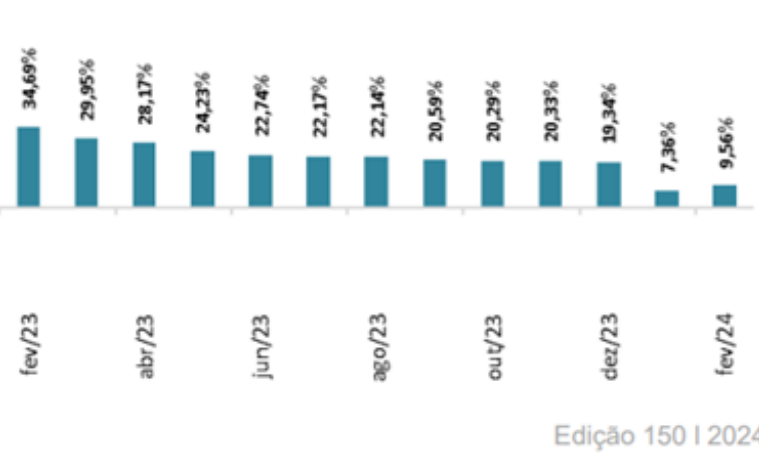
Fonte: Pesquisa Conjuntural Mensal do Sindipecas e FGV. Elaboração do Sindipecas

1. Faturamento das empresas da amostra que vendem na reposição (44 empresas), com informações segmentadas entre linha leve (LL) e linha pesada (LP).

[Gráfico 9a] Faturamento Nominal
Variação % (mês x mês anterior)

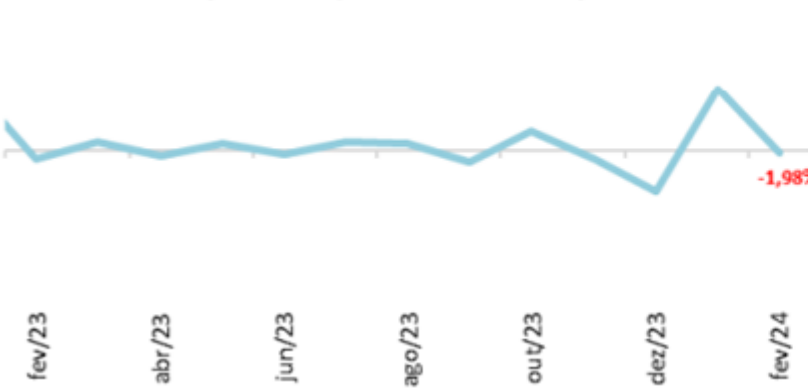


[Gráfico 9b] Faturamento Nominal
Variação % (acumulado do ano x mesmo período do ano anterior)

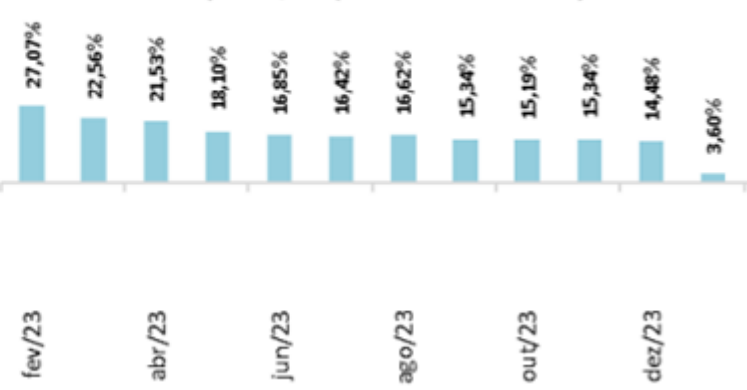


Sindipecas • Abipeças
Relatório da Pesquisa Conjuntural e Mercado de Reposição.

[Gráfico 10a] Faturamento Real
Variação % (mês x mês anterior)
Valores deflacionados pelo IPP/IBGE (Base: Média de 2023 = 100)

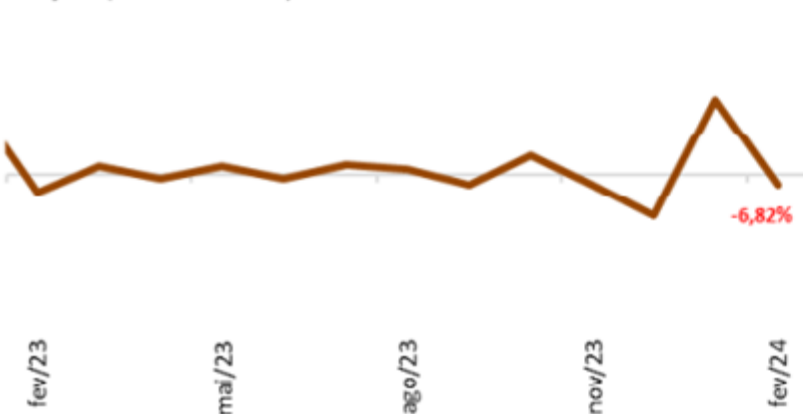


[Gráfico 10b] Faturamento Real
Variação % (acumulado do ano x mesmo período do ano anterior)
Valores deflacionados pelo IPP/IBGE (Base: Média de 2023 = 100)

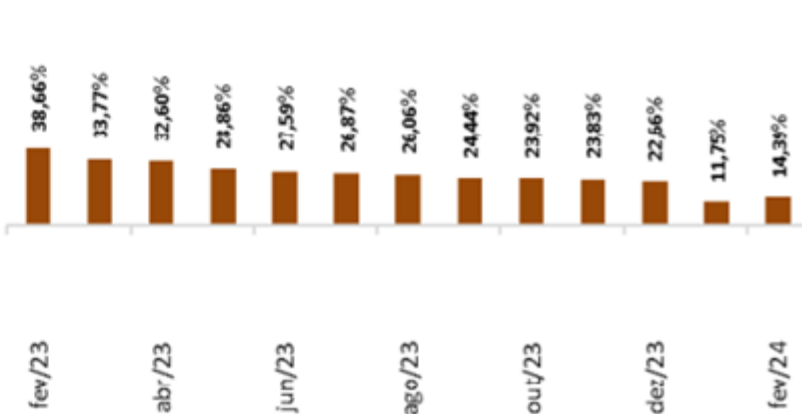


III.1 – Linha Leve

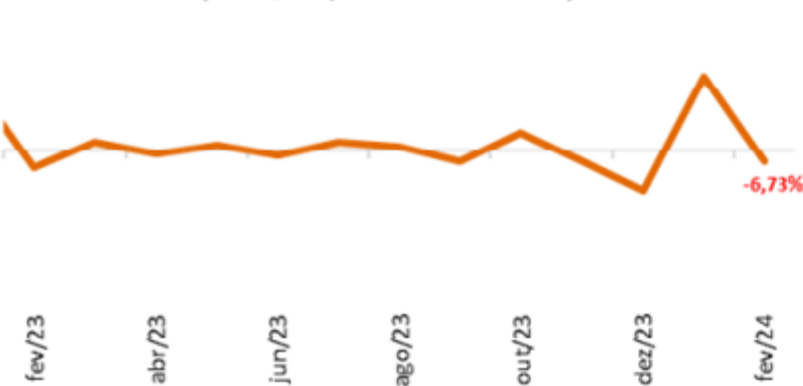
[Gráfico 11a] Faturamento Nominal - Linha Leve
Variação % (mês x mês anterior)



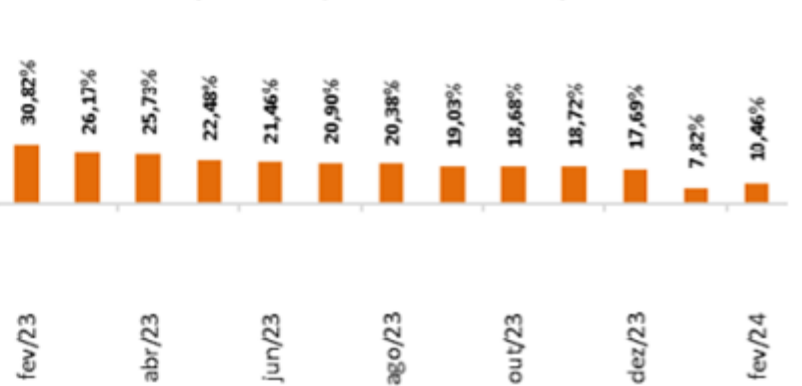
[Gráfico 11b] Faturamento Nominal - Linha Leve
Variação % (acumulado do ano x mesmo período do ano anterior)



[Gráfico 12a] Faturamento Real - Linha Leve
Variação % (mês x mês anterior)
Valores deflacionados pelo IPP/IBGE (Base: Média de 2023 = 100)



[Gráfico 12b] Faturamento Real - Linha Leve
Variação % (acumulado do ano x mesmo período do ano anterior)
Valores deflacionados pelo IPP/IBGE (Base: Média de 2023 = 100)



Inteligência Artificial amplia vendas do atacado distribuidor

De acordo com levantamento realizado com 70 empresas, em cinco meses as organizações com uso mais frequente tiveram aumento de vendas com base na indicação da IA

A Inteligência Artificial é uma tecnologia que ganhou forte impulso nos últimos meses. A velocidade das inovações tem sido impressionante e será inevitável que ferramentas de IA sejam cada vez mais aplicadas às operações cotidianas em todos os elos da cadeia de negócios do aftermarket automotivo. Especificamente no que se refere à distribuição, pesquisa realizada pela MáximaTech – empresa de soluções em força de vendas com 35% de market share no atacado distribuidor segundo o Ranking ABAD/NielsenIQ – trouxe indicativos interessantes. Ainda que o estudo não tenha abrangência no setor de autopeças, a referência é pertinente para a estratégia de vendas dos distribuidores de componentes automotivos. O levantamento realizado com 70 empresas de clientes da MáximaTech comprovou que as vendas B2B são impactadas positivamente com o uso da IA. A ferramenta de Inteligência Artificial foi integrada ao maxPedido, solução desenvolvida para vendedores externos. Assim, a IA analisa os itens adicionados nos pedidos e combina com dados exclusivamente da base da distribuidora, como o histórico de compras de outros clientes atendidos pelo vendedor, trazendo sugestões personalizadas durante o processo de venda, enriquecendo e complementando os itens inseridos pelos representantes.

Volume
Em apenas cinco meses, ao analisar o volume de pedidos reali-

zados pelas empresas que aderiram ao recurso, foi constatado o aumento de 59 mil unidades de produtos vendidas por influência da recomendação por IA, e um incremento de mais de 2 mil SKUs (Stock Keeping Unit), aumentando o giro do mix. “Antes, sem a sugestão de produtos utilizando Inteligência Artificial, o representante perdia a oportunidade de complementar o pedido. Com a indicação de produtos, esse processo foi revertido com a possibilidade de inserir o mix completo, já que a Inteligência Artificial se baseia no que foi inserido no pedido”, comenta Matheus Siqueira, responsável pela área de TI da Distribuidora Vitória, uma das principais usuárias do recurso e que vendeu mais de 3 mil unidades a partir das sugestões da IA. De acordo com Thiago Melo, CPO da MáximaTech, antes, o vendedor ficava amarrado apenas ao histórico de venda de cada cliente. Já com a IA por trás, o cliente tem acesso a opções que vão ampliar seu mix de oferta, enquanto o vendedor, além de posicionar novos produtos, aumenta o ticket médio dos seus pedidos e, consequentemente, sua comissão. A tecnologia de Inteligência Artificial desenvolvida para este processo tem o cuidado de trazer as opções de produtos quando a seleção estiver completa no carrinho. Isso diminui a fricção que poderia acontecer caso as sugestões de produtos complementares acontecessem cada item escolhido para inserção no pedido, atrapalhando a performance do vendedor. A sugestão é feita numa tela separada por ordem de compatibilidade dos produtos já selecionados.

Semana de 06 a 10 de maio

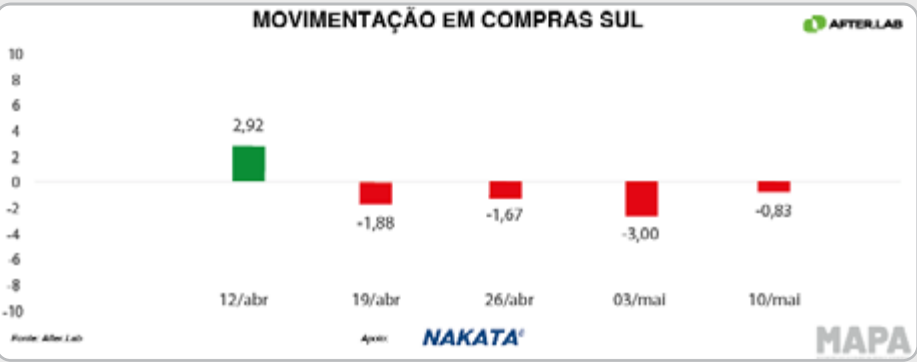
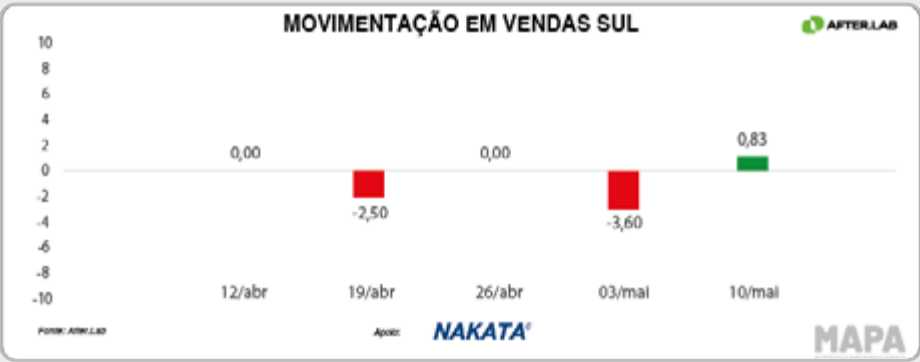
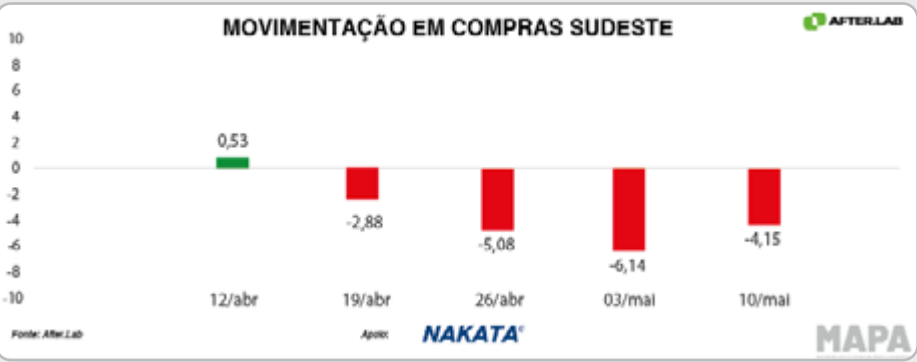
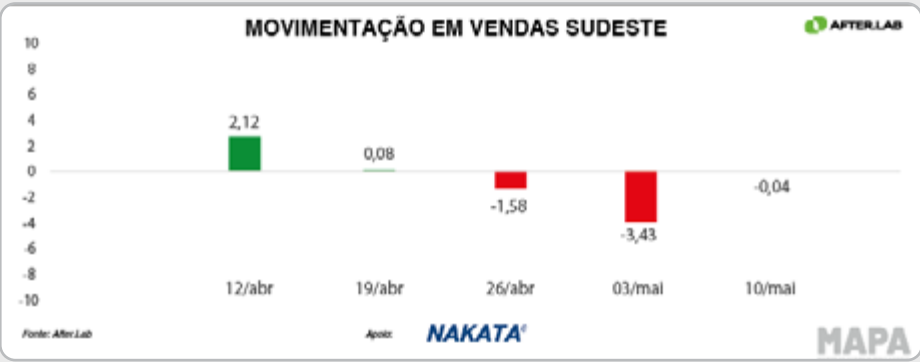
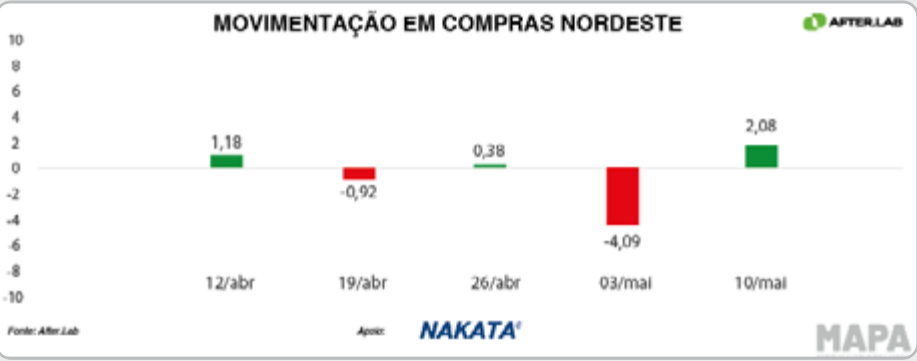
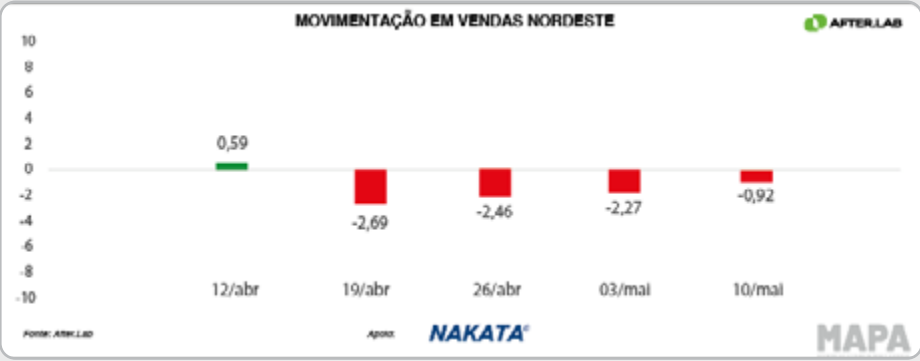
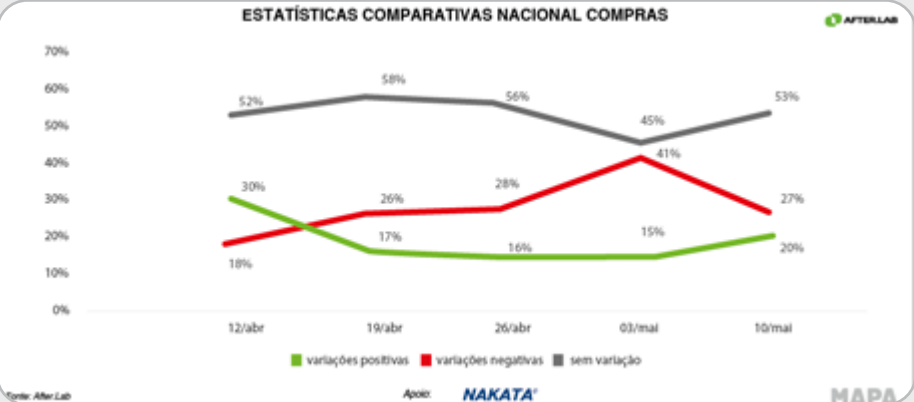
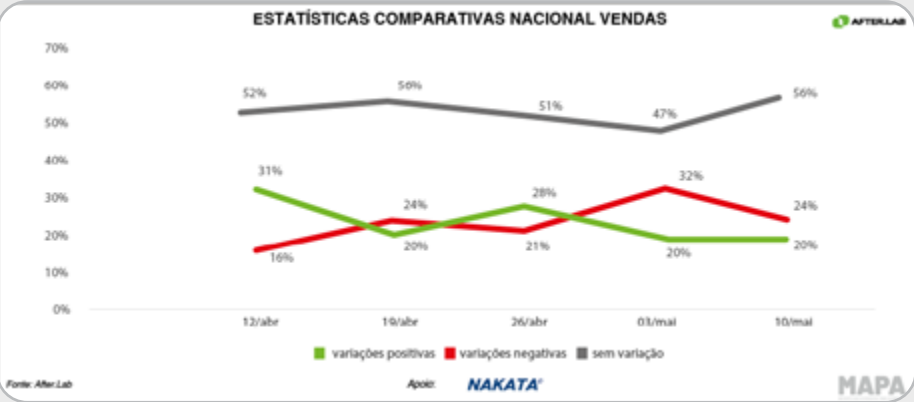
É hora de conhecer os resultados dos estudos MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e ONDA - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços da semana de 06 a 10 de maio.

MAPA

Começando o detalhamento pelo MAPA, os profissionais do After.Lab flagraram um esboço de recuperação, ainda que muito discreto, após três semanas em queda. A média nacional ponderada foi de 0,14%.
A variação nas vendas por região apontaram os seguintes índices: 3,33% no Norte; -0,92% no Nordeste; -0,18% no Centro-Oeste; -0,04% no Sudeste; e 0,83% no Sul.
Já as compras não reagiram e mantiveram a trajetória negativa, que já se estende por quatro semanas, fechando o período com índice de -1,99% na média nacional ponderada. Na divisão regional das compras, 3,33% no Norte; -2,08% no Nor-

deste; -3,64% no Centro-Oeste; -4,15% no Sudeste; e 0,83% no Sul.

O MAPA apurou que 56% dos varejistas entrevistados não indicaram variação no volume de vendas. Os que apontaram crescimento foram 20% dos entrevistados. Já para 24% dos varejistas as vendas caíram na comparação com a semana anterior. O comportamento de compras registrou estabilidade para 53% dos varejistas, que não relataram alteração em seus volumes; o índice dos que compraram mais foi de 20% enquanto 27% dos entrevistados reduziram suas compras no período.



ONDA

Passemos agora às informações do ONDA. A apuração do After. Lab não revelou qualquer mudança nas tendências apontadas pelos varejistas ouvidos na semana.

O abastecimento apresentou média nacional ponderada de -5,89%, carência que aumentou na comparação com a semana anterior. Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do Brasil apontaram as seguintes variações: elevados -11,67% no Norte; -4,77% no Nordeste; -6,36% no Centro-Oeste; -6,27% no Sudeste; e -4,17% no Sul.

Os itens em geral representaram a maior falta de produtos, apontados por 59,4% dos entrevistados, seguidos por correias, com 9,4% das respostas, e acessórios, com 6,3%.

Da mesma forma que o abastecimento continua com precariedades, a percepção dos varejistas acerca dos preços também indica elevações pontuais em determinadas linhas. Por ser esta uma ava-

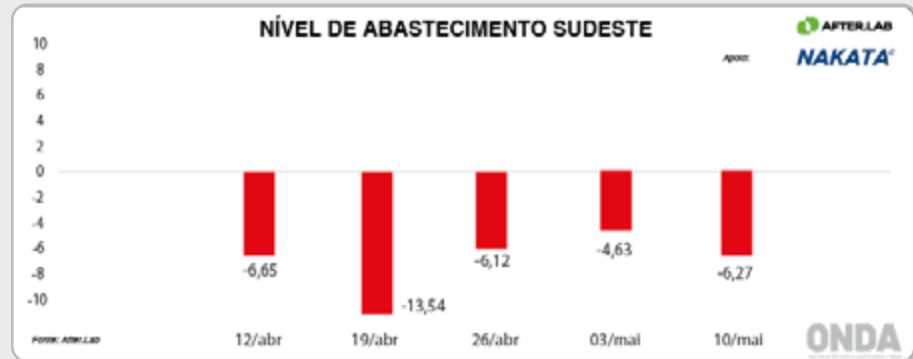
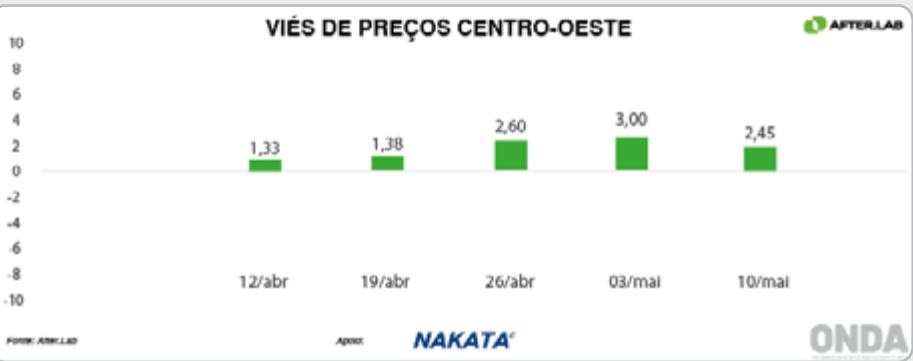
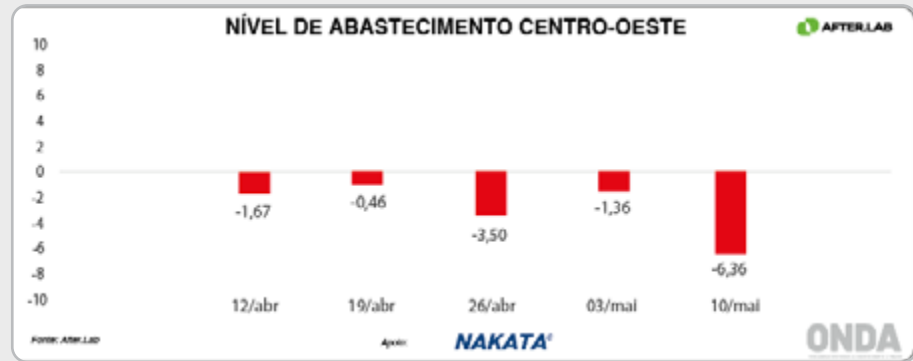
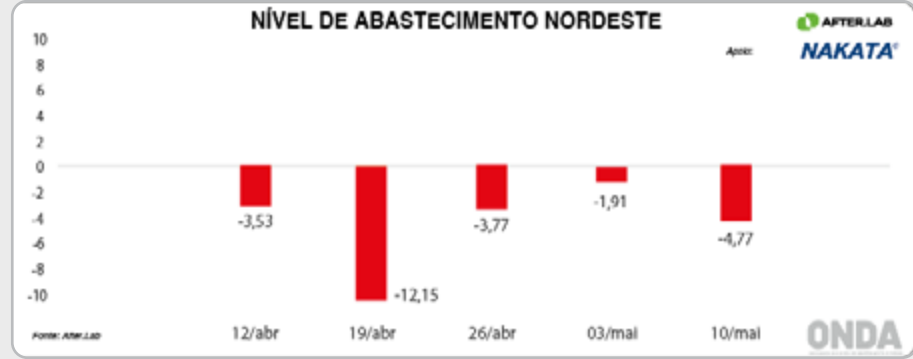
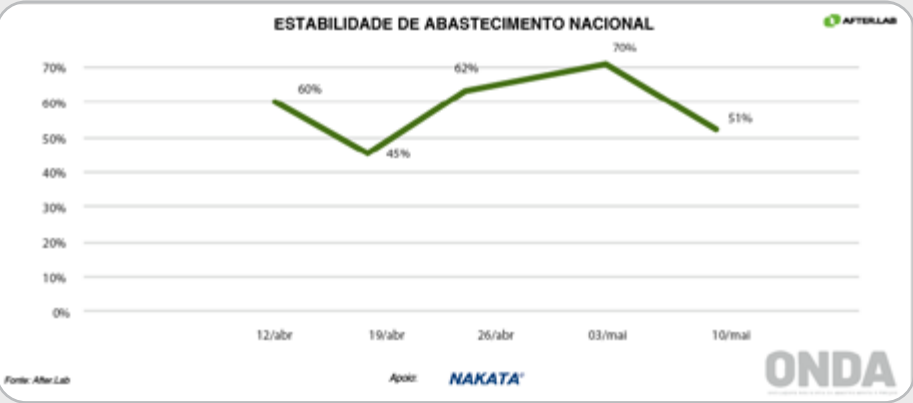
liação apenas subjetiva por parte dos varejos, o índice é tratado como mero indicador de tendência. O viés nacional de alta foi de 1,65% no período.

Em relação ao comportamento dos preços por região, 1,67% no Norte, 2,54% no Nordeste; 2,45% no Centro-Oeste; 1,85% no Sudeste; e variação zero no Sul.

Os itens em geral responderam por 76,9% das percepções de alta nos preços, seguidos por lubrificantes, com 15,4% das respostas, e correias, com 7,7%.

O abastecimento se manteve estável para 51% dos entrevistados. Em relação aos preços, a curva de estabilidade caiu para 76%.

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



MAPA

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

ONDA

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

VIES

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

LUPA

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

META

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



Nhm



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

2MC.COM.BR

2mc