



novovarejo
a mídia do aftermarket **automotivo**

EDIÇÃO 433

ANO 31 - JUNHO DE 2024

NOVOVAREJOAUTOMOTIVO.COM.BR

NVI - NOVO VAREJO IMPRESSO



Prejuízo do comércio de autopeças no RS pode chegar a 2,3 bi

Levantamento da Fraga Inteligência Automotiva, parceira de conteúdo do Novo Varejo, revela que quase 500 empresas entre distribuidores e lojas foram afetadas pelas enchentes no estado, que atingiram 6% da frota. Mercado terá de mobilizar esforços para a etapa da reconstrução

PÁGINA 20



Feira Autopar de Curitiba quebra recorde de público e expositores com destaque para mobilização em favor das vítimas da catástrofe climática do Rio Grande do Sul

PÁGINA 34



Paulo Braz, Diretor Adjunto da PitStop, relembra a trajetória de 15 anos da rede e fala sobre planos de expansão e adequação às novas tecnologias

PÁGINA 08



Projeto Loja do Futuro chega ao varejo de autopeças de São Paulo e lançamento oferece informações sobre aplicação prática da inteligência artificial nos negócios

PÁGINA 42



Pesquisa revela que maioria dos consumidores da América Latina aposta nos carros eletrificados como meio de mobilidade para os próximos anos

PÁGINA 46

EAD CONSULTOR DE VENDAS

PORQUE EAD É NAKATA

CURSO ONLINE, GRATUITO E COM CERTIFICADO.



COMECE JÁ!

Acesse aqui ou através da plataforma:
www.nakata.com.br/treinamento.



nakata.com.br • 0800 707 80 22

TUDO AZUL. TUDO NAKATA.

NAKATA®

Paz no trânsito começa por você.

Lado a lado com você, em todo o Brasil

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



Rapidez na entrega em todo o Brasil.



Variedade e qualidade do nosso portfólio.



Compromisso com a sua empresa.

#POR
TODO
BRASIL



30
FILIAIS



Sama



Laguna



Matrix

Conheça a filial mais perto de você.

Sama
Autopeças

Laguna
Autopeças

MatriX

Primeiras respostas emergem das águas

Se você está entre os que vêm acompanhando nossa cobertura sobre a tragédia no Rio Grande do Sul, sabe que a etapa da reconstrução foi um tema levantado por nós desde o início. Sem deixar de enfatizar a prioridade necessária aos cuidados com a saúde das vítimas, na condição de publicação segmentada não poderíamos nos omitir diante dos desafios que já se desenhavam para o aftermarket automotivo nos primeiros dias do assustador evento climático.

Naquele momento – início de maio – ainda era muito cedo para ter as respostas, mas já tínhamos as perguntas: quantos estabelecimentos do setor automotivo tinham sido atingidos, entre indústrias, distribuidores, varejos, oficinas, locadoras, concessionárias? Quantos carros foram destruídos pelas águas e quantos ainda poderiam ser recuperados? Quantas peças de reposição o estado vai precisar para recompor estoques e reparar carros recuperáveis? Quanto tempo e dinheiro serão necessários para que o ecossistema da reposição volte à sua normalidade? Qual o impacto dessa reconstrução nos mercados dos demais estados brasileiros, que seguirão vida normal e continuarão consumindo peças que, eventualmente, tenham de ser redirecionadas para o Rio Grande do Sul?

Com base nos dados e estimativas disponíveis, demos à crise do RS nossa capa da edição digital 431, de 15 de maio, além de dedicar a entrevista ao presidente do Sincopeças no estado, Marco Antônio Vieira Machado, e ao empresário Flávio Ramos, da Ramos e Copini. Fizemos, enfim, um esforço editorial dentro das limitações de timing daquele momento para trazer o tema de reconstrução ao debate.

Agora, mais de um mês depois, as respostas começam a surgir. Graças a um trabalho primoroso do time da Fraga Inteligência Automotiva, comandada por nosso colaborador de conteúdo, Danilo Fraga, muitos dados pertinentes à reconstrução do aftermarket automotivo gaúcho estão disponíveis. E revelam o tamanho da missão que envolverá todo o trade do nosso setor. Nas páginas desta edição impressa, damos continuidade à cobertura deste assunto, que vai exigir de todo o aftermarket brasileiro muita estratégia e organização não só para que o Rio Grande do Sul retorne à normalidade, mas também para que as demais regiões mantenham o ritmo dos negócios sem eventuais ocorrências de desabastecimento.

Antes de encerrar este Editorial, acho que vale a pena uma menção ao lançamento para o varejo de autopeças paulista do projeto Loja do Futuro, iniciativa do Sebrae-SP e da FecomercioSP em parceria com o Sincopeças-SP. O mercado como um todo tem a clara noção da necessidade de aprimoramento constante tanto para a gestão quanto para os profissionais de atendimento dos varejos de autopeças. O Loja do Futuro é isso, e de graça.

Afinal, os processos de gestão e vendas vêm se tornando cada vez mais complexos. Agora, demos a largada em definitivo para a aplicação das ferramentas de inteligência artificial no dia a dia das empresas. Muita coisa já está disponível, mas o ritmo da evolução tecnológica nos garante a certeza absoluta de que tudo isso é só o começo – e poucos são capazes de prever quais avanços virão nos próximos meses. Então, comece a estudar o assunto com dedicação e não perca as oportunidades que já se colocam à sua disposição para agregar ainda mais inteligência ao seu negócio. Quem sair na frente, sem dúvida sairá em vantagem.

Nhm
www.novomeio.com.br

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Ano 31 - #433 Junho de 2024

Triagem desta edição
15 mil exemplares

Distribuição Nacional via Correios

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

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

Direção
Ricardo Carvalho Cruz

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

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

Arte
Lucas Cruz
Amanda Sangalli

Marketing
(marketing@novomeio.com.br)
Elisa Juliano

Os anúncios aqui publicados são de responsabilidade exclusiva dos anunciantes, inclusive com relação a preço e qualidade. As matérias assinadas são de responsabilidade dos autores.

Jornalista Responsável:
Claudio Milan (MTB 22.834)

AMORTECEDORES COFAP

VOCÊ MAIS SEGURO EM TODOS OS CAMINHOS.



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



Acesse aqui nosso site

SIGA:



www.mmcofap.com.br

Paz no trânsito começa por você



Rede PitStop Groupauto Brasil comemora 15 anos de atividades no país e nossa reportagem conversa com Paulo Braz, Diretor Adjunto da empresa, que faz um balanço dessa trajetória e fala sobre os planos de expansão.

08

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

34

42

Por iniciativa do Sincopeças-SP, projeto Loja do Futuro – do Sebrae-SP e FecomercioSP – chega aos varejos de autopeças do estado oferecendo aprimoramento para os gestores dessas empresas.



Maioria dos consumidores da América Latina demonstra intenção de comprar um carro elétrico, conforme revela pesquisa. Apesar da intenção, apenas pequena parcela conseguiu atingir este objetivo.

46

20

As águas começam a baixar e o Rio Grande do Sul faz as contas do estrago causado pelas cheias. O aftermarket automotivo deve se preparar agora para a difícil etapa da reconstrução.

Venda remota amadurece e cresce no varejo de autopeças

Edição 333 mostrava como ferramentas digitais retiravam as amarras dos vendedores nas lojas

A atividade varejista experimentou mudanças interessantes com o processo de aceleração digital deflagrado em 2020. Naturalmente, tais transformações impactariam o dia a dia dos profissionais de vendas, não apenas os balconistas, mas também nas outras modalidades adotadas pelas lojas. A evolução viria, posteriormente, a ser cancelada pela norma ABNT específica para estes profissionais. Na edição 333, o Novo Varejo trazia uma reflexão sobre as inovações que já poderiam ser

consideradas maduras no nosso mercado. Ferramentas usadas para vendas remotas como o WhatsApp e chats online como o Jivochat já tateavam a operação de algumas empresas do varejo nacional. Mas, com a chegada da covid-19, elas assumiram papel de protagonistas. O crescimento da relevância dessas plataformas não se deu apenas por uma necessidade pontual, mas acompanhou uma mudança cultural dos próprios consumidores ao longo de 15 anos, pelo menos. Os

consumidores passaram a valorizar muito mais o atendimento por canais diversificados. Essa maior receptividade dos clientes, somada à necessidade criada pelo distanciamento social, impulsionou o surgimento e o aprimoramento de diversas ferramentas digitais voltadas a não apenas humanizar o atendimento remoto, mas também permitir a concretização de uma venda sem que houvesse a necessidade da migração para uma segunda tela. Neste contexto, a regulamentação

do 'WhatsApp Pay' foi fundamental. E a inteligência de dados teve uma legítima explosão junto ao varejo, deixando, cada vez mais, de estar restrita aos colaboradores da área de TI para se tornar uma ferramenta cotidianamente usada pelos vendedores da linha de frente. Recebendo o treinamento adequado, vendedores puderam, por exemplo, disparar ofertas segmentadas para diferentes perfis de clientes a partir de ferramentas de automação de marketing.

AUTOPEÇAS
ONDE VOCÊ ESTIVER.



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 mais de 30 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: compreonline.pellegrino.com.br

Pellegrino
Conte com nossa gente.



Desenvolver o segmento de revenda de autopeças no Brasil, através, principalmente, de uma estratégia omnichannel assertiva é proposta da Rede, como conta Paulo Braz

Rede PitStop Groupauto Brasil celebra 15 anos de história com planos de expansão

Ótimo índice de engajamento de mais de 2.300 associados consolida crescimento da Rede no país

A Rede PitStop Groupauto Brasil celebra 15 anos de atuação no país com sólidos resultados. Na avaliação dos responsáveis pela iniciativa, a principal conquista da Rede, integrante do Groupauto International, foi se tornar o maior varejo de autopeças do Brasil, com ótimo índice de engajamento por parte do associado e crescimento contínuo ao longo de toda a sua trajetória. Com mais de 2.300 lojas associadas em todo o país, além de presença ativa nos canais digitais, a Rede PitStop Groupauto Brasil se transformou numa das maiores referências no mercado de autopeças. Uma das razões é o sortimento, que conta com uma ampla variedade de produtos originais e de alta qualidade para o setor automotivo. Outra característica relevante é a estratégia omnichannel, com integração de todos os canais de comunicação e visão unificada dos clientes em todos eles, proporcionando uma experiência de atendimento completa. Além de apresentar uma ótima relação de custo X benefícios e ofertas exclusivas diariamente, a Rede PitStop Groupauto Brasil conta com um marketplace superfácil de usar, a partir de ferramentas de busca precisas que permitem localizar rapidamente a peça de que o mecânico necessita.

E o melhor: com garantia de originalidade, qualidade e entrega ágil. Outro benefício da Rede é o atendimento via WhatsApp para esclarecer eventuais dúvidas e acelerar o processo de compra. Em seus 15 anos de história, a Rede PitStop Groupauto Brasil sempre se concentrou em fortalecer o varejo independente de autopeças através de respaldo operacional, comercial, de estoque, financeiro, recursos humanos e marketing, entre outros serviços, oferecendo um suporte 360° para que o empreendedor possa aprimorar sua loja. Embora a trajetória de sucesso esteja consolidada, a empresa não deixa de acelerar. Além de trabalhar continuamente em busca de soluções que possam atender cada vez melhor os clientes, a Rede PitStop Groupauto Brasil vem se preparando — e preparando seus associados por meio de treinamentos — para uma possível expansão da frota de eletrificados no Brasil, especialmente os híbridos, que demandam manutenção mais cara e complexa. Outro objetivo é dobrar o número de associados da rede, sobretudo com o engajamento de empresários interessados e comprometidos com a evolução de seus negócios, customizando cada vez mais o

pacote de soluções e entregando serviços exclusivos. A ideia é seguir fortalecendo o mercado independente de reposição por meio de uma rede de negócios estruturada, mas que mantém a independência de seus membros. A Rede PitStop Groupauto Brasil também celebra seus 15 anos de conquistas impulsionando o setor automobilístico brasileiro com o patrocínio do piloto Rafael Suzuki na temporada 2024 da Stock Car. É o início de uma parceria que vem rendendo bons resultados e que está alinhada ao planejamento de fixar entre os públicos estratégicos da marca, cada vez mais, o nome da PitStop como a maior rede de autopeças do Brasil. Para conhecer melhor essa trajetória vitoriosa, conversamos com Paulo Braz, Diretor Adjunto PitStop.

Novo Varejo - Quais foram as adequações necessárias do conceito original do Groupauto europeu para viabilizar a formação da Rede PitStop no Brasil?

Paulo Braz - O foco do Groupauto europeu é o credenciamento de oficinas e autocenters; já o nosso é desenvolver o segmento de revenda de autopeças no Brasil, através, principalmente, de uma estratégia omnichannel assertiva, com integração de todos os canais de comunicação e visão unificada dos clientes em todas as formas de presença da Rede PitStop Groupauto Brasil (virtual e presencial). Nossa proposta, desde o início, foi criar uma experiência constante para os associados.

NV - Quais são os segmentos do aftermarket contemplados pela PitStop e que serviços ela oferece hoje?

PB - A Rede PitStop no Brasil oferece um suporte 360° para

que o empreendedor possa aprimorar a sua empresa. Em 15 anos de história no país, nós nos concentramos em fortalecer o varejo independente de autopeças através de respaldo operacional, comercial, de estoque, financeiro, recursos humanos e marketing, entre outros serviços essenciais.

NV - O que propõe o modelo de associativismo da PitStop e como vencer as resistências culturais dos empresários varejistas quanto a uma nova — e, eventualmente, pouco conhecida — proposta para seus negócios?

PB - O empresário independente costuma buscar o apoio para desenvolvimento da sua operação. No nosso segmento, é evidente que existe uma carência significativa de controles e processos; sendo assim, fornecemos um suporte 360° para o negócio. Por termos uma marca referência no segmento, a nossa aceitação é muito boa.

NV - Sendo a PitStop integrante de um grande grupo de empresas que também contempla players gigantes da distribuição, como foi o processo de harmonização comercial entre os varejos vinculados à Rede e as lojas que não fazem parte da iniciativa?

PB - A política comercial oferecida para os membros da Rede PitStop é apenas um dos benefícios que fornecemos. É o pacote de soluções completo que torna a proposta, de fato, atraente.

NV - Quantas empresas estão hoje na Rede em cada segmento da reposição e por estado?

PB - Temos mais de 2.300 varejos associados em todo o país, nos mais diversos estados, além de presen-

ça ativa nos canais digitais.

NV - De que forma a Rede assemilhou a aceleração digital ocorrida nos últimos anos e como contribuiu para a adequação de seus associados à nova necessidade?

PB - Estamos em um processo de evolução contínua das nossas melhorias digitais. A Rede PitStop busca, a cada dia, mais inovações e, por conta das demandas, trabalhamos constantemente em desenvolver e oferecer soluções que atendam o nosso associado. Além da estratégia omnichannel bem conduzida já citada, a Rede PitStop conta com um marketplace com ferramentas de busca eficientes. Garantimos, também, preços competitivos, entrega ágil e ofertas exclusivas diárias. Outro benefício da Rede é o atendimento via WhatsApp para esclarecer eventuais dúvidas e acelerar o processo de compra.

NV - O que a Rede tem feito para implantar os novos recursos de inteligência artificial nos varejos e oficinas e quais são as expectativas para o uso da IA no aftermar-

ket automotivo brasileiro?

PB - O mercado brasileiro ainda está um pouco distante das inovações provenientes de IA, mas, em nível corporativo, temos uma agenda de desenvolvimento para entregar benefícios aos nossos associados. No entanto, ressaltamos, a demanda do varejo ainda é baixa.

NV - Como a Rede vem se preparando — e preparando seus associados — para uma possível expansão da frota de eletrificados, especialmente os híbridos, que demandam manutenção mais cara e complexa?

PB - Essa expansão já vem se transformando numa realidade nos planos de negócios de muitas montadoras. É uma mudança natural para o nosso mercado como outras que já ocorreram no passado. Nesse caso, oferecemos cada vez mais treinamentos de atualização, para que nossos associados prestem os melhores serviços possíveis. E, ainda, investindo com frequência no nosso sortimento de autopeças, que atualmente conta com



produtos originais, de marcas de qualidade inquestionável, para o setor automotivo.

NV - Qual é o perfil de empresa ideal para ser membro da PitStop, quais são os requisitos necessários e de que forma se associar?

PB - O perfil ideal é o empresário engajado em evoluir o seu negócio dentro do segmento automotivo. Não buscamos

pessoas que estejam confortáveis com sua situação atual e que só procuram melhorias comerciais. A ideia é seguir fortalecendo o mercado independente de reposição por meio de uma rede de negócios estruturada, mas que permaneça valorizando a independência de seus membros.

NV - Quais foram as principais conquistas e os principais desafios da Rede nesses 15 anos de atuação no Brasil e como a empresa avalia a evolução dos varejistas associados no período?

PB - A principal conquista da Rede foi se tornar o maior varejo de autopeças do Brasil com alto nível de engajamento por parte do associado, o que nos possibilitou manter um crescimento ininterrupto

em todos esses anos.

NV - Quais são os planos de expansão previstos para o país e as novidades em que a PitStop vem trabalhando?

PB - Nosso objetivo é dobrar o número de associados da Rede, customizando cada vez mais o nosso pacote de soluções e entregando soluções exclusivas para nossos associados.

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?





Vai na marca mais comprada pelos mecânicos. Vai de Controil.

Além de ser a marca mais comprada pelos mecânicos*, a Controil não para de inovar e investir para oferecer aos seus clientes soluções completas em **sistema de freios hidráulicos**. Tudo para que eles tenham a peça certa, na hora que mais precisarem, com a qualidade de quem mais entende. Por isso, ter o estoque abastecido de componentes Controil, é sempre o melhor negócio. Para quem vende e para quem aplica.



Acesse e encontre o produto que precisa.



* Pesquisa Marcas na Oficina.



Vai na confiança, vai de Controil

VIES - Variações nos Índices e Estatísticas

Maio de 2022, 2023 e 2024

A nova edição da pesquisa VIES – Variação nos Índices e Estatísticas, produzida a partir dos dados apurados pelos estudos semanais MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e ONDA - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços realizados pelo 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 maio dos anos de 2022, 2023 e 2024.

Os gráficos nacionais mostram que o mercado varejista teve melhor desempenho em relação aos indicadores de 2023 e 2022, ainda que todos os índices tenham sido desfavoráveis no contexto da atividade varejista. Na pesquisa MAPA, a média nacional das vendas mostrou queda de -0,98%, resultado, ainda que negativo, melhor que aqueles verificados na passagem de abril para maio em 2022 e 2023, conforme vê-se no gráfico. Já a queda nas compras praticamente empa-

tou com maio de 2023: -1,88% ano passado e -1,87% agora. Em relação aos indicadores apurados nas pesquisas ONDA, o desabastecimento de produtos continua presente em alguns itens, o que fez com o que o índice apresentasse queda de -5,12% na comparação com o mês anterior, número, no entanto, ligeiramente melhor que a passagem de abril para maio em 2023 e bem mais adequado que o mesmo período em 2022. Já os preços, conforme mostra o gráfico, su-

biram bem menos que nos dois recortes anteriores, marcando variação positiva de 1,97% em 2024.

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 maio. E, semanalmente, nas plataformas digitais do Novo Varejo Automotivo, todos os resultados atualizados das pesquisas MAPA e ONDA.

MAPA

Nacional

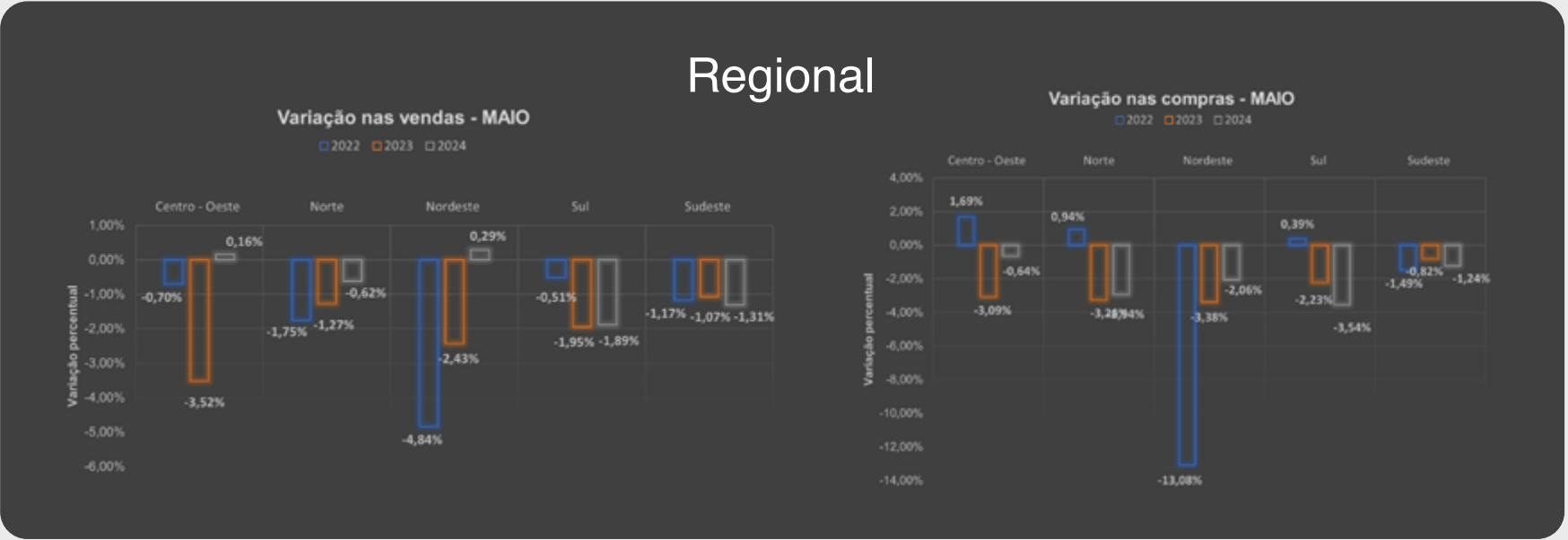


Na NTN, nos esforçamos para criar a experiência de dirigir mais inovadora.

www.ntn.com.br

MAPA

Regional

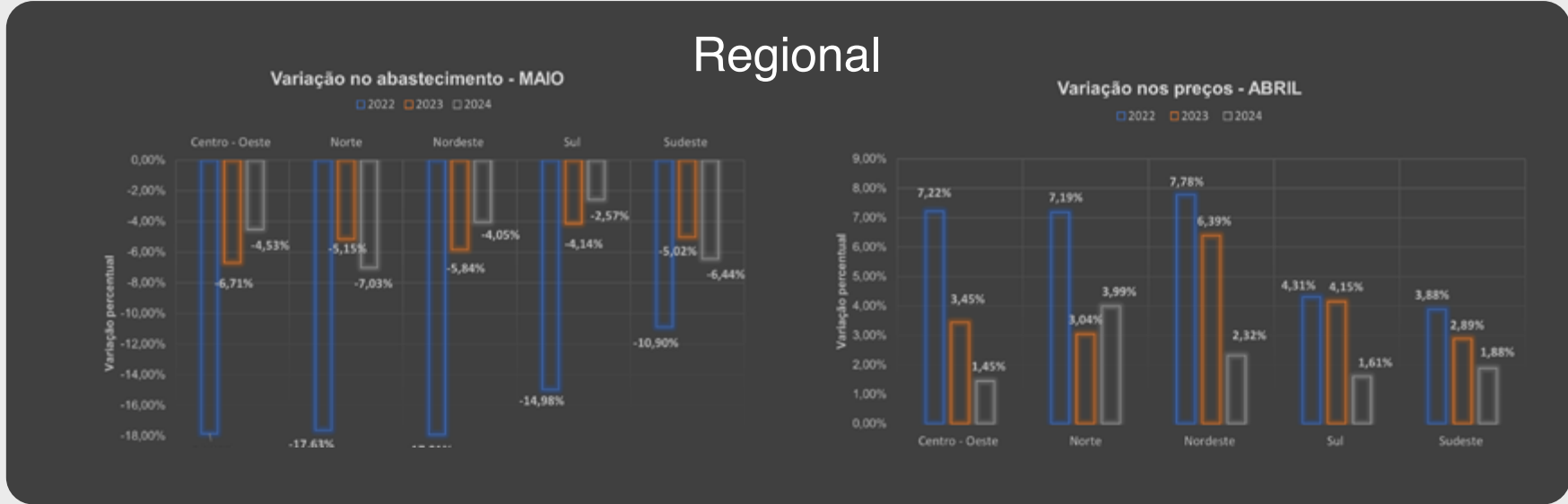


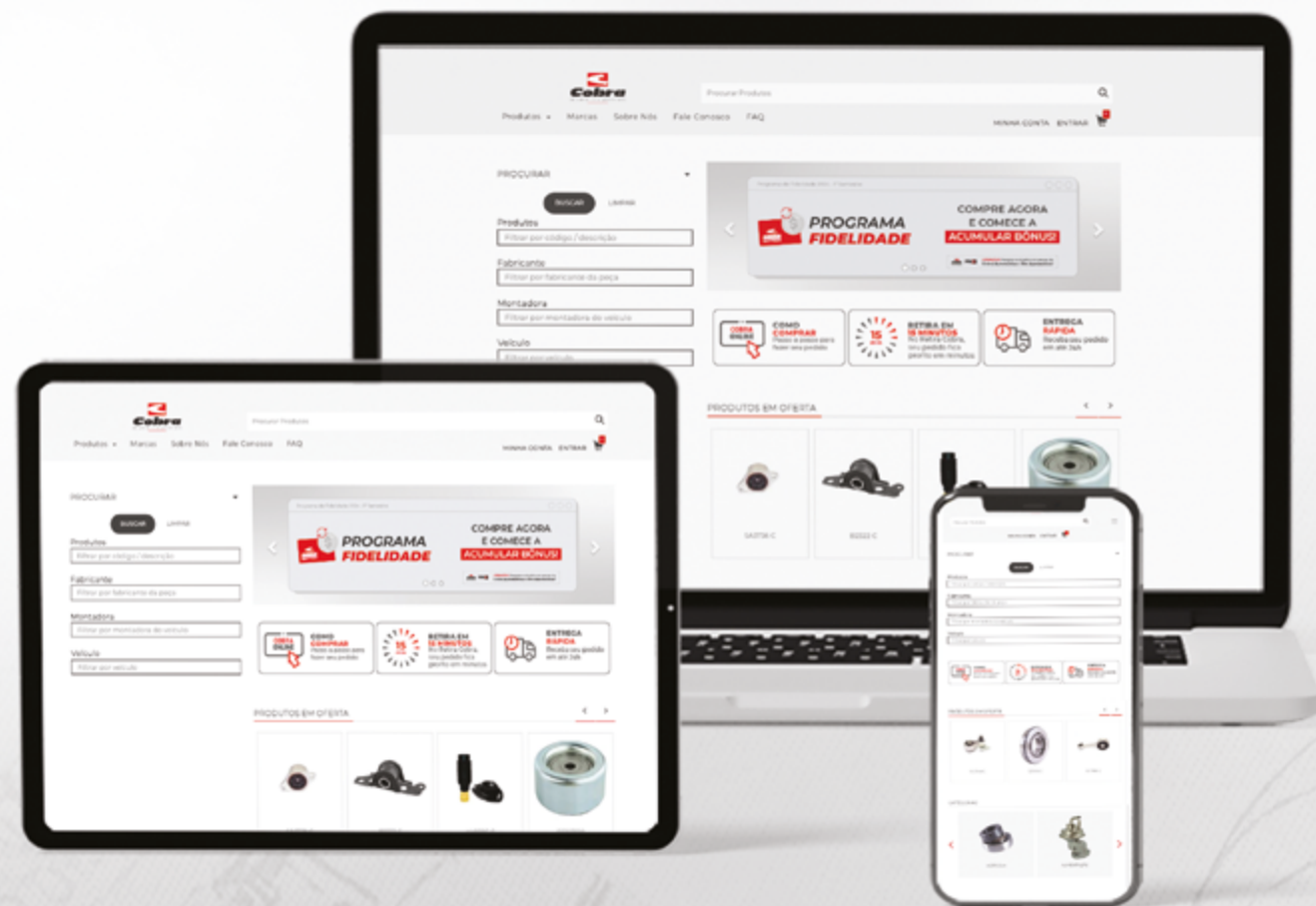
ONDA

Nacional



Regional





LOJA ONLINE COBRA

O MOVIMENTO DO MERCADO
COMEÇA AQUI

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

>>> COM O MODELO DE RETIRA COBRA
VOCÊ GARANTE SUAS
COMPRAS EM ATÉ



ONLINE E NO OFFLINE



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.



Encerramos nesta edição a retrospectiva dos últimos 30 anos do aftermarket automotivo brasileiro em homenagem ao aniversário do Novo Varejo

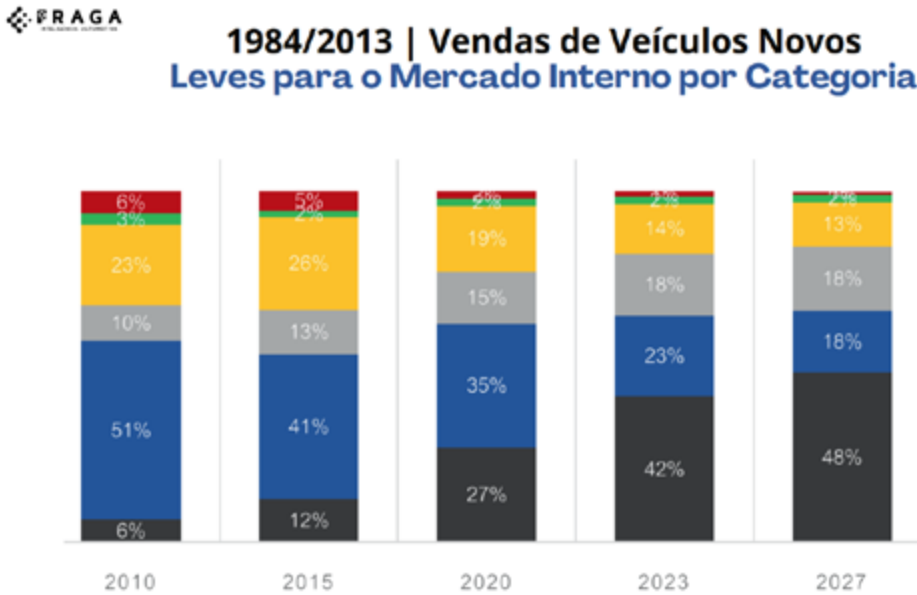
Nos últimos trinta anos vivenciamos mudanças estruturais significativas na economia política do Brasil, começando pela facilitação das importações em 1990 e seguindo com o Plano Real de 1994. O país transformou-se profundamente, e o mercado de reposição acompanhou essa evolução. Nesta edição, encerramos a série de três artigos destacando algumas das mudanças mais notáveis na indústria automobilística, que certamente impactaram o mercado de reposição de autopeças até os dias de hoje. Esta retrospectiva não é meramente um exercício de nostalgia, mas também uma justa homenagem da Fraga Inteligência Automotiva ao trigésimo aniversário da Novomeio Hub de Mídia e do Novo Varejo Automotivo.

DE 2014 AOS DIAS ATUAIS
Num contexto de grande insegurança econômica e baixa

previsibilidade, entramos em 2014, ano que, apesar das graves desconfiânças e incertezas, também trouxe momentos históricos como a realização de eventos globais como a Copa do Mundo e as Olimpíadas no Brasil. A crise política e a recessão econômica foram gradualmente arrefecendo, e apesar de não termos recuperado a pujança de outrora, o Brasil superou grandes desafios estruturais neste período, com diversas reformas que trouxeram avanços em temas centrais como a insegurança jurídica e o planejamento econômico. A retomada do crescimento, embora em patamares inferiores, foi caracterizada por um fenômeno complexo: a diversificação das preferências dos consumidores. Ao contrário dos períodos anteriores, eles começaram a conviver com uma ampla gama de possibilidades de veículos. As montadoras chinesas deram seus primeiros

passos para se firmar no mercado brasileiro, e os veículos asiáticos ganharam grande popularidade entre os consumidores, com modelos como o HB20, Nissan March e Toyota Etios disputando a preferência dos brasileiros e ganhando espaço significativo no mercado nacional. Além dos veículos asiáticos, diversos projetos de SUVs compactos começaram a chamar a atenção do mercado, estabelecendo uma forte tendência de compra, que só não foi maior devido à pandemia da Covid-19. Os efeitos da pandemia serão permanentemente lembrados, porém, apesar dos desafios, o mercado de reposição se destacou mais uma vez por sua resiliência anticrise. Entre os diversos setores afetados, o aftermarket se mostrou um dos menos impactados na economia, evidenciando sua robustez diante de adversidades. Esta década também foi marcante pelo forte crescimento

das iniciativas digitais no segmento da reposição e pela transformação acentuada na cadeia de abastecimento do aftermarket. Por exemplo, em 2016, o comércio eletrônico de peças era algo insignificante e talvez inimaginável devido à complexidade técnica dos produtos do setor. No entanto, este canal observou grandes investimentos e ano após ano foi se consolidando, até chegar aos atuais 10% do faturamento da reposição independente. O crescimento do digital foi importante não apenas para colaborar com o enfrentamento da pandemia, mas também para gerar e potencializar uma nova camada de prestadores de serviços e tecnologia dedicados ao setor no país, influenciando a tendência do conteúdo tecnológico nacional. Ao final, mesmo com grandes investimentos, as principais plataformas globais de e-commerce, marketplaces, catálogos e



MAIORES & MELHORES
em distribuição de autopeças

033 rooftop

Maiores e Melhores '24 From The Top

O maior encontro da elite empresarial e executiva do Aftermarket Automotivo chega ao topo do mais sofisticado complexo de eventos de São Paulo - 033 Rooftop Jk Iguatemi. Traga sua marca, seu time e seus clientes para celebrar a excelência empresarial dos gigantes da distribuição em mais uma noite de festa à altura desse vibrante Aftermarket. Os vencedores da 28ª edição da pesquisa, realizada pelo After.Lab com metodologia criada pela Ipsos, serão definidos por 500 varejistas de autopeças para veículos leves que serão entrevistados em todo o território nacional. E mais uma vez, a cerimônia em homenagem aos Maiores e Melhores será transmitida AO VIVO pela A.TV, o canal do Aftermarket Automotivo no Youtube.

27/11/2024 - 19h30

033 Rooftop JK Iguatemi

Destaque a sua marca entre as principais empresas e públicos do mercado.

Consulte sobre pacotes de patrocínio, ativações e convites individuais.
(11) 99981-9450 - comercial@novomeio.com.br

Realização:

Divulgação:

serviços não foram capazes de suprir as necessidades culturais e dramaticamente nacionais deste segmento. Em contrapartida, as companhias regionais se fortaleceram para atender de forma eficaz às necessidades dos agentes comerciais e das indústrias nacionais. Na contramão da nacionalização de serviços, a presença dos veículos e produtos de autopeças importados tem levantado grandes preocupações da indústria nacional que está se preparando com fortes investimentos para uma concorrência ainda mais intensa com os produtos e veículos importados.

O PRESENTE E O FUTURO PRÓXIMO

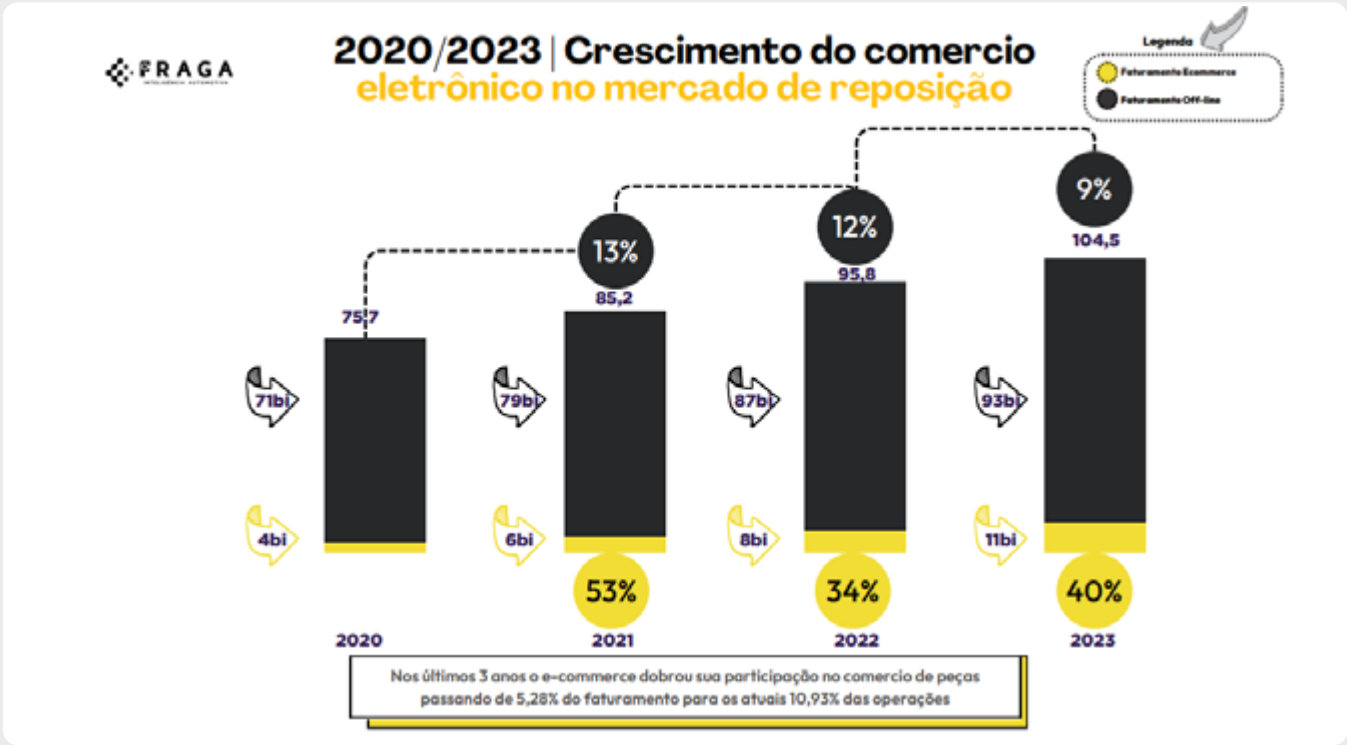
Neste contexto de retomada do crescimento e recuperação gradual da confiança, o Brasil atravessa um momento de entusiasmo, com grandes promessas de investimento tanto na produção de veículos e equipamentos originais quanto no aftermarket. As novas tecnologias disruptivas, como veículos elétricos, inteligência artificial e o metaverso, têm chamado a atenção dos tomadores de decisão do setor e certamente ganharão seus respectivos espaços no cotidiano dos profissionais e da população brasileira.

O mercado será cada vez mais desafiado a lidar com o novo e o inesperado, aumentando a necessidade de atenção e abertura para as mudanças. Na indústria automobilística, por exemplo, a ascensão das marcas chinesas no mercado traz importantes questionamentos sobre o futuro da mobilidade no Brasil, especialmente considerando que, em um curto período, montadoras como a BYD e a GWM se consolidaram no mercado de veículos eletrificados, trazendo um dinamismo inesperado para a maioria dos agentes do setor.

As empresas precisarão fortalecer incessantemente sua cultura e seus diferenciais estratégicos, introduzindo gradativamente um DNA cada vez mais digital e vencedor em seus profissionais. Os investimentos em inovação, tecnologia, melhoria contínua e serviços estratégicos trarão mais dinamismo ao mercado e impulsionarão a qualificação e a presença de prestadores de

serviços cada vez mais sofisticados, que auxiliarão significativamente no aumento da eficiência do ecossistema como um todo. Já é possível notar uma clara movimentação nesse sentido por parte das empresas de vanguarda do setor, tanto na indústria quanto no comércio, e esse caminho parece ser cada vez mais inevitável. Neste contexto, muitas dúvidas, incertezas, erros

e acertos surgirão, e certamente poderemos contar com parceiros de longa data como a Nhm para registrar na história cada um desses momentos. Parabéns, Nhm e Novo Varejo pelos seus 30 anos! Nós certamente esperamos que esses sejam apenas os primeiros 30 de uma longa história de serviços e colaboração com o mercado de reposição brasileiro.



2023 | Vendas de Veículos Zero | Por tecnologia de propulsão e Montadora

BYD e GWM prometem balançar o mercado de veículos Zero

	combustion	electric	hybrid	hybrid	electric + hybrid	Total
AUDI	0,16	0,80	2,70	5,02	2,38	0,25
BMW	0,37	6,36	-	2,78	6,44	0,63
BYD	-	58,90	-	27,05	19,32	0,84
CITROEN	1,61	-	-	-	1,54	0,01
EXEED	-	-	-	0,33	0,13	21,11
FIAT	22,01	1,06	-	-	0,19	1,20
FORD	1,24	0,03	0,44	-	0,34	15,29
GM	15,94	1,30	-	-	0,23	0,54
GREAT WALL	-	0,19	16,36	22,08	12,37	3,47
HONDA	3,59	-	0,59	-	-	8,85
HYUNDAI	9,19	0,53	1,01	-	0,76	0,09
IVECO	0,09	-	-	-	-	0,02
JAGUAR	0,02	0,09	0,29	0,10	0,02	5,80
JEEP	6,03	-	0,47	1,10	0,36	2,56
KIA	0,12	0,01	3,39	-	0,23	0,22
LAND ROVER	0,16	-	1,66	1,64	1,44	0,04
LEXUS	-	-	1,29	-	0,98	0,51
M.BENZ	0,47	0,94	1,38	0,02	1,21	0,07
MINI	0,03	2,46	-	1,90	1,06	0,86
MITSUBISHI	0,90	-	-	-	-	3,48
NISSAN	3,61	1,89	-	-	0,34	1,67
PEUGEOT	1,73	1,58	-	-	0,28	0,24
PORSCHE	0,15	1,94	-	5,58	2,16	0,63
RAM	0,66	-	-	-	-	5,87
RENAULT	6,11	2,01	-	-	0,36	0,01
SERES	-	1,02	-	-	0,11	0,02
SUBARU	-	-	0,37	-	0,28	0,04
SUZUKI	0,04	-	-	-	23,17	9,12
TOYOTA	8,45	-	30,46	-	8,12	0,36
VOLVO	-	14,12	9,81	17,39	-	15,69
VW	16,36	0,57	19,21	14,34	0,17	1,12
CHERY	0,80	0,94	-	-	7,97	-
Total Geral	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

FRASLE
MOBILITY

PENSOU NO PORTFÓLIO
MAIS COMPLETO
DE PASTILHAS,
PENSOU FRAS-LE ADVANCED.

CONFIRA AS NOVAS APLICAÇÕES COM ANTIRRUÍDO
E PEÇA ESSA TECNOLOGIA HOJE MESMO.

O portfólio das pastilhas de freio da linha Fras-le Advanced não para de crescer para atender você e seus clientes cada vez melhor. Sua qualidade e formulação exclusiva garantem **mais desempenho e alta durabilidade** e também o maior controle de ruído, contribuindo para o aumento do conforto e da vida útil de todo o sistema de freio. Pensou pastilhas de freio, já sabe, pediu Fras-le Advanced.

Chanfros para redução de ruído e vibração

Placa antirruído multicamada para absorção máxima de ruído e vibração. Consultar modelos disponíveis.

PENSOU FREIO.

FRASLE

Confira as novas aplicações com antirruído.

fras-le.com

FrasleOficial

Frasleoficial

Frasleoficial

Paz no trânsito começa por você.

18

novovarejo
automotivo

novovarejo
automotivo

19



Com prejuízo bilionário, aftermarket gaúcho precisará de tempo e apoio para retornar à normalidade

Mais de 4,5 mil empresas entre reparadores e varejistas foram impactadas pelas enchentes no Rio Grande do Sul

Desde o final do mês de abril, o Rio Grande do Sul tem vivido um de seus momentos mais dramáticos. A combinação de um volume de chuvas sem precedentes, uma geografia caracterizada pela confluência de rios e uma preparação incipiente sob o ponto de vista da infraestrutura resultou em uma série de enchentes – devastando grande parte do estado nos aspectos humanitário e econômico. De acordo com a Defesa Civil gaúcha, os impactos dos temporais atingiram 471 dos 497 municípios do estado, atingindo 2 milhões de pessoas, em uma tragédia que inclui 172 mortes já oficializadas e um percentual de 5% da população desabrigada. 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 estimavam que a região perdeu entre 150 e 200 mil veículos nas enchentes, sendo cerca de 2 mil pertencentes às mais de 300 concessionárias atingidas em todo o estado. Hoje já é possível falar em cerca de 270 mil veículos. 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. A tarefa de quantificar o tamanho deste prejuízo ainda é impossível. Afinal, entre empresários que nem sequer retornaram às suas casas – quanto mais às lojas e oficinas, locais ainda em risco iminente e muita sujeira e entulho – ainda há muita perda não contabilizada. O início deste trabalho, no entanto, já começou a ser realizado e nos dá uma noção do esforço hercúleo que será necessário para reconstruir a estrutura aftermarket gaúcho. No último dia 29 de maio, a Fraga Inteligência Automotiva

realizou uma live riquíssima para divulgar uma fotografia ampla sobre a situação das empresas do aftermarket automotivo.

Reparação

O que você pensaria se dissessem que 4,2% das oficinas do país foram impactadas pelas enchentes no Rio Grande do Sul? Pensaria que este número significa muito ou pouco? Para auxiliar a resposta da audiência, a live da Fraga Inteligência Automotiva contextualizou a proporção das oficinas gaúchas no espectro nacional. Segundo os números apresentados, o território gaúcho concentra 8% das 102 mil oficinas espalhadas pelo Brasil. Isso significa dizer que cerca de metade dos mais de 8 mil estabelecimentos de reparação automotiva do Rio Grande do Sul foram impactados. Ou seja, mais de 4 mil empresas! Para oferecer uma ideia ainda melhor do tamanho do estrago feito pelas enchentes no estado sulista, a apresentação quantificou este impacto em números de faturamento. Segundo o levantamento, as oficinas localizadas nas áreas alagadas so-

mam juntas, em faturamento agregado anual, um montante de R\$ 820 milhões. Mais do que aferir os prejuízos, a apresentação estimou o volume de dinheiro necessário para reconstruir o ecossistema de reparação gaúcho. De acordo com o levantamento, para cobrir gastos com ferramentas e equipamentos, bem como com reformas de escritórios, as empresas terão de gastar um valor médio de R\$ 115 mil – que, considerando o total das oficinas afetadas, chega à cifra final de R\$ 455 milhões. Considerando todas as circunstâncias, o prejuízo do comércio de autopeças pode chegar a quase R\$ 2,3 bilhões, conforme mostra a tabela que você vai ver daqui a pouco. Tão grave quanto isso é, claro, a redução de faturamento decorrente da supressão de demanda e fase de recuperação das empresas. Afinal, isso significa que as oficinas terão um capital menor do que o usual para se reerguerem, já que serão necessários até 10 meses para que o faturamento seja normalizado. E, claro, quando as oficinas não compram, distribuidores e varejistas de autopeças não vendem.

Frota afetada

Projeção de **270 mil** veículos afetados pelas enchentes, cerca de **6%** da frota do RS, sendo:



Somente nas três principais afetadas (Porto Alegre, Canoas e São Leopoldo), totalizam **236 mil**, sendo:



Recuperação (oficinas)



Reforma geral:

R\$ 40 mil

Equipamentos de elevação e suporte:

R\$ 35 mil

Equipamentos de troca e manutenção de fluidos:

R\$ 20 mil

Equipamentos de escritório:

R\$ 6 mil

Equipamentos de diagnóstico:

R\$ 4,5 mil

Equipamentos de ar comprimido:

R\$ 4 mil

Ferramentas manuais:

R\$ 2 mil

Ferramentas de corte e desmontagem:

R\$ 2 mil

Equipamentos de solda:

R\$ 1,5 mil

Estimativa de valor necessário para reconstrução das oficinas:

Por oficina:

R\$ 115 Mil

60%

será destinado a equipamentos e ferramentas

40%

serão divididas entre reformas e equipamentos de escritório.

Total:

R\$ 455 milhões

referência: Loja do Mecânico

LANÇAMENTOS DE SAPATAS DE FREIO



MAZZICAR
FREIOS



BPSA 0090108

RENAULT
DUSTER 2022>>
ZEN 1.6 SCE
INTENSE PLUS 1.6
ICONIC PLUS 1.3/1.6



BPSA 0090149

FIAT
FASTBACK 2023>>
PULSE 2022>>



BPSA 0090247-SH

CITROËN
C4 CACTUS



BPSA 0095720

FREIO DE MÃO
NISSAN
PATHFINDER /
FRONTIER/
XTERRA 2005>2024



BPSA 0097150

FREIO DE MÃO
FIAT DUCATO 2018>>
DUCATO X250
PEUGEOT BOXER
CITROËN JUMPER



BPSA 0094693

CHEVROLET
TRACKER 2021>>

EMPRESA CERTIFICADA ISO 9001:2015
PRODUTO HOMOLOGADO PELO INMETRO

WWW.MAZZICAR.COM.BR

mazzicar@mazzicar.com.br

(11) 4991-1454

mazzicar



QUALIDADE E VARIEDADE EM AUTOPEÇAS VOCÊ ENCONTRA AQUI NA VILLAFRANCA!



BOMBAS D'ÁGUA



BOMBAS DE VÁCUO



POLIAS ELETROMAGNÉTICAS



METAL BORRACHA



FREIO E EMBREAGEM



JUNTAS HOMOCINÉTICAS

WWW.VILLAFRANCANET.COM.BR

VENDAS@VILLAFRANCANET.COM.BR

(11) 5584-2400

villafranca_autopecas



Varejo e distribuição têm mais da metade das empresas atingidas

Se os impactos da tragédia gaúcha foram enormes na reparação, na distribuição e no varejo eles também foram gigantescos. De acordo com o levantamento da Fraga Inteligência Automotiva, 497 dos 935 estabelecimentos dos segmentos no Rio Grande do Sul foram afetados pelos alagamentos – juntos, eles representam um faturamento agregado anual de R\$ 2,11 bilhões. Além de terem tido essa receita comprometida, varejo e distribuição carregam com eles agora um problema tão ou mais dramático: a perda de estoques. Segundo Danilo Fraga, diretor da Fraga Inteligência Automotiva e colaborador de conteúdo do Novo Varejo, boa parte das peças que ficaram imersas na água se tornam irreversíveis causando um

prejuízo estimado – apenas no âmbito dos estoques – na casa dos R\$ 380 milhões. “Cada empresa teve, em média, um prejuízo de R\$ 766 mil em perda de produtos estocados. Além disso, é importante ressaltar o prejuízo que essas empresas terão se estimarmos os dias sem faturar enquanto atravessamos o período de reconstrução. Nesse cenário, estimamos um valor na casa de R\$ 1,14 bilhão, sendo R\$ 666,63 milhões do varejo e R\$ 476,35 da distribuição”, expôs Danilo Fraga. Um dos participantes da live, o diretor da Giros Distribuidora, Henrique Steffen, afirmou que sua empresa foi uma das afetadas pela crise e, em razão da inundação na empresa ter atingido a altura de 1,2 metro, a perda nos estoques chegou

a 30%. “O pior de tudo é que não tivemos um respaldo do governo. Isso fez com que várias empresas já tenham até desistido de se reerguerem após a tragédia. Só prorrogação de impostos não vai solucionar o nosso caso”, desabafou Steffen. Na mesma linha, o diretor da distribuidora Auto Pratense, Rogério Colla, mostrou preocupação com os prejuízos advindos de problemas enfrentados por outras empresas. Segundo ele, além das questões internas, seu negócio está tendo que lidar com pedidos constantes de adiamento de faturas e boletos. “Já tivemos 205 clientes nos solicitando a prorrogação de débitos. Isso significa mais de 4 mil boletos”, compartilhou Colla, antes de complementar

com uma visão mais ampla da conjuntura: “Não sabemos ainda a dimensão que a crise terá no nosso setor. Quem fala em R\$ 380 milhões em mercadorias perdidas pode errar, mas errar para baixo. De onde virá a reposição de estoque? Não estamos recebendo mercadoria. Os fabricantes conseguirão suprir?”. Por fim, o diretor da Auto Pratense levantou um tema que deve preocupar todo o after-market no futuro próximo: o possível uso clandestino de peças que ficaram imersas durante as enchentes. Em alerta a todo mercado, Colla afirmou que esses produtos podem ir para desmanches ou vendedores paralelos de todo o Brasil, prejudicando, inclusive, a segurança veicular.



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



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

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



SÃO MAIS DE 26MIL
PRODUTOS PARA ATENDER CARROS, MOTOS,
CAMINHÕES E ÔNIBUS!



A **Corteco**, reconhecida por seu vasto portfólio de peças de alta qualidade, é uma marca do **Grupo Freudenberg**, com uma gama de produtos que atende desde carros e motos até caminhões e ônibus. A tecnologia avançada e a confiabilidade dos produtos Corteco, são o resultado de um legado de pesquisa e desenvolvimento contínuos, assegurando que cada peça contribua para a eficiência e longevidade dos veículos.

Visite:
 @cortecobrasil
www.corteco.com.br

Assistência Técnica, Garantia:
 11 95033.8809
 cortecocomvoce@corteco.com.br

a brand of
FREUDENBERG-NOK



Comércio Quantidade e Faturamento (distribuidor e varejo)



Quantidade de Empresas e Faturamento no Varejo e Atacado de Autopeças

	Brasil	Rio Grande do Sul	Municípios afetados	Áreas alagadas
Quantidade de Empresas	14.540	935	594	497
Faturamento Agregado(R\$)	54,84 bilhões	3,55 bilhões	2,36 bilhões	2,11 bilhões
		Faturamento total >>>	4,57 bilhões	4,57 bilhões

Comercio | Resumo Analítico das Áreas Afetadas



Total Prejuízo Previsto (R\$MI)

	Empresas afetadas	Consumo (R\$ Bi)	Estoque	Dias sem Faturar
Distribuidor	48	1,90 bilhões	158,78 milhões	476,35 milhões
Varejo	449	2,66 bilhões	222,21 milhões	666,63 milhões
Total do Comércio	497	4,57 bilhões	380,99 milhões	1,14 bilhões

*Valores Anuais previstos em 03/24

Por empresa R\$ 766.165,64 R\$ 2.298.496,92

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



ACESSE E CONHEÇA
NOSSAS LINHAS
DE PRODUTOS



Rolamentos automotivos, industriais e agrícolas

Atuadores, mancais e rolamentos de embreagem

Cubos de roda, trizetas e cruzetas



Virabrequim, Tuchos, balancim, atuador de roda livre

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

Pollas, juntas de motor, correias e cabeçote do filtro



Suspensão

Ferragens

Mangueiras



Central de Vendas
11 2105.5000



Importando inovação, fabricando qualidade, distribuindo excelência.

luporini.com.br @luporinioficial

Reconstrução exige ajuda governamental

Ao refletir sobre o tamanho do prejuízo nos diferentes nichos do aftermarket afetados pelas enchentes no Rio Grande do Sul, a live da Fraga Inteligência Automotiva listou algumas das ações indispensáveis do poder público no sentido de resgatar a viabilidade das empresas do setor. Algumas das medidas sugeridas foram:

- Suspensão/Subsídios a pagamentos de juros e impostos
- Prorrogação de prazos de pagamento
- Aumento de limites de financiamento
- Acesso rápido e facilitado a crédito
- Perdão ou suspensão temporário do pagamento de dívidas
- Programas de manutenção de emprego e renda
- Antecipação de benefícios à população
- Antecipação de férias e disponibilização de teletrabalho
- Construção de estoques reguladores de materiais básicos
- Suspensão de frete mínimo
- R\$ 15 bilhões como apoio às empresas de todos os portes afetadas pelas inundações
- R\$ 30 bilhões para linha especial de crédito destinada a micro e pequenas empresas
- R\$ 5 bilhões de outra linha especial de crédito para pequenas e médias empresas
- R\$ 4,8 bilhões voltados à prorrogação do recolhimento de tributos federais por até três meses para pessoas físicas e jurídicas
- Liberação de R\$ 715 milhões em FGTS para 28,5 mil trabalhadores em 368 municípios
- R\$ 11 milhões para liberação de duas parcelas adicionais do seguro-desemprego a 6.636 trabalhadores

MOTORS IMPORTS NA AUTOPAR 2024

A MOTORS IMPORTS gostaria de agradecer a todos os visitantes que prestigiaram nosso estande na AUTOPAR 2024, a maior feira de autopeças da América Latina. Foi um privilégio apresentar a vocês nossa ampla gama de produtos de alta qualidade e tecnologia, dos principais fabricantes do mundo.

A participação na AUTOPAR 2024 foi um grande sucesso para a MOTORS IMPORTS. O evento proporcionou a oportunidade de fortalecer nosso relacionamento com clientes e parceiros, além de prospectar novos negócios.

Esperamos encontrá-los novamente na próxima edição da AUTOPAR.

Agradecemos à organização da feira pela excelente estrutura e pelo evento impecável.

Siga-nos em nossas redes sociais:    | @motorsimportsbr



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

**VEDAÇÃO COM
CONFIANÇA E
PRECISÃO!**



LANÇAMENTO

SILICONE

Experimente a solução para vedação.

O Forma Juntas AuthoMix chegou para redefinir seus padrões. Ele é um **selante de silicone 100%**, de cura neutra e secagem rápida, resistente a altas temperaturas com **picos de até 320°C**. Para uso em Motores, Carter, Bomba D'água, Caixas de Câmbio e muito mais.

Cura rápida na formação de película

Alta estabilidade térmica

Alta elasticidade e alta resistência ao cisalhamento

Excelente tolerância ao óleo

Resiste ao envelhecimento e ciclos térmicos

Bisnagas de 85g com bico dosador

Fale com nossos Revendedores e acelere seu estoque com a AuthoMix



Acesse o site e confira authomix.com.br

AUTHOMIX
Qualidade Original



Até o momento estima-se que enchente tenha atingido 270 mil carros

Seguradoras se posicionam sobre cobertura a carros em condição de perda total

No início desta reportagem, mencionamos o mar de quase 300 mil automóveis em estado de perda total que tomou conta das ruas do Rio Grande do Sul e dos pátios de empresas como as locadoras. Além do impacto visual e da comoção inevitável, uma pergunta nos vêm logo à mente: quem vai bancar este prejuízo milionário?

Bom, 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. 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.

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

2M C . C O M . B R

2mc



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



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

exclusiva à A.TV, o canal de vídeo da Novomeio Hub de Mídia para o aftermarket automotivo. 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 des-

cobriu 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 dos 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 Itajaí 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



Júlio Cesar participou da mobilização na Autopar em favor dos desabrigados no Rio Grande do Sul

Feira recebe doação de alimentos para os desabrigados do Rio Grande do Sul

“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 desa-

brigados no estado. Iniciativa semelhante ocorreu em alguns estandes. A ação resultou na arrecadação de 10 toneladas de alimentos. “A Equipe Autopar expressa extrema gratidão a todos que puderam aderir à nossa campanha de arrecadação em apoio ao Rio Grande do Sul. Ficamos extremamente contentes com o interesse e a adesão de muitos em participar desse movimento solidário e humanitário. A união de todos que contribuíram com alimentos,

água, produtos de higiene ou vestimentas irá fazer a diferença e impactar positivamente a vida de milhares de pessoas que precisam de assistência nesse momento de vulnerabilidade. Graças à contribuição de todos que ajudaram, concretizamos uma campanha de grande sucesso! É com muita satisfação que compartilhamos algumas imagens e resultados dos esforços dedicados em prol dessa iniciativa”, divulgou a organização da Autopar em nota.



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 rea-

lizou simultaneamente à Auto-par sua reunião de negócios com associados e representantes de toda a 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 nacio-

nal, 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 in-

dependentes 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 em-

presas 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 Iguau. 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 Darcy Piana



LANÇAMENTO: NOVAS HOMOCINETICAS

AJH00027	DESLIZANTE VIBRUS 16 MSU - 2016L - NOVO POLO 1.6 - 2016L - 35 ESTRELAS INTERNA	AJH04016	CA CACTUS 14-REV TWP - 2016L - 25 ESTRELAS EXTERNA/20 ESTRELAS INTERNA IL
AJH00028	COLF 1.0-12V TSI - 2014/2016 - 33 ESTRELAS INTERNA / 36 ESTRELAS EXTERNA ML	AJH04017	CA CACTUS 14-REV ASPIRADO - 2016/2020 - 26 ESTRELAS EXTERNA/20 ESTRELAS INTERNA IL
AJH00029	COLF 1.4-REV TSI TURBO MCHALINE - 2014/2017 - 35 ESTRELAS INTERNA / 36 ESTRELAS EXTERNA ML	AJH00030	KANCHO 2000/2016 - MEGANE 1.6-REV - 2006/2011 - 25 ESTRELAS EXTERNA/20 ESTRELAS INTERNA IL
AJH00030	VIBRUS 1.6 - 10 / 20 - 36 ESTRELAS EXTERNA X 24 ESTRELAS INTERNA ML	AJH00031	LOGAN 1.6-REV - 2014L - SANDERO 1.6-REV - 2014L - 25 ESTRELAS EXTERNA/20 ESTRELAS INTERNA IL
AJH00031	SOLO 1.0 - 2016L - 30C - 22 ESTRELAS INTERNA / 36 ESTRELAS EXTERNA ML	AJH00032	SANDERO LOGAN 1.6-REV MANUAL/AUTOMATICO - 2014/2015 - 25 ESTRELAS EXTERNA/22 ESTRELAS INTERNA ML
AJH00032	SOLO 1.0 AUTOMATICO / 1.4 - 24 ESTRELAS INTERNA / 26 ESTRELAS EXTERNA - CHAMFRO ESTIGADO DO SAME EURO 2010/11 ML	AJH00033	FOCUS 1.6 - 2014/2020 - 27 ESTRELAS EXTERNA X 24 ESTRELAS INTERNA - ML
AJH00033	CWIX 1.0 TURBO AUTOMATICO - 2005L - TRAXER 1.0 TURBO AUTOMATICO 2005L - 33 ESTRELAS EXTERNA X 22 ESTRELAS INTERNA ML	AJH00034	FUSION 2.0-REV - HYBRID - 2015/2017 - 27 ESTRELAS EXTERNA/24 ESTRELAS INTERNA ML
AJH00034	EQUINOX 2.0-REV CAMBIO AUTOMATICO - 2015L - 34 ESTRELAS INTERNA / 30 ESTRELAS EXTERNA ML	AJH00035	FESTA 1.6 - 2014L - 25 ESTRELAS EXTERNA / 22 ESTRELAS INTERNA ML
AJH00035	CWIX 1.0 8 V SIVADO CAMBIO MECANICO - 2005/2007 - 31 ESTRELAS EXTERNA/21 ESTRELAS INTERNA ML	AJH00036	HB20 1.6 - COM ABS - 2016L - 25 ESTRELAS EXTERNA/20 ESTRELAS INTERNA ML
AJH00036	TORO 2.0-REV 4X4 DIESEL CAMBIO MANUAL 2012L - 26 ESTRELAS EXTERNA / 27 ESTRELAS EXTERNA IL	AJH00037	CORDA DO ABS COM 48 DENTES ML
AJH00037	TORO 2.4 REV FLEX - 2016L - 27 ESTRELAS EXTERNA X 25 ESTRELAS INTERNA - AMEL TRAXER INTERNA	AJH00038	SOUL 1.6-REV - 2016L - COM CAMBIO AUTOMATICO 27 ESTRELAS EXTERNA/20 ESTRELAS INTERNA ML
AJH00038	TORO 2.4 REV FLEX - 2016L - 27 ESTRELAS EXTERNA X 25 ESTRELAS INTERNA - AMEL TRAXER INTERNA	AJH00039	CORDA DO ABS COM 48 DENTES T
AJH00039	TORO 2.4 REV FLEX - 2016L - 27 ESTRELAS EXTERNA X 25 ESTRELAS INTERNA - AMEL TRAXER INTERNA	AJH00040	OUTLANDER 2.0-REV - 2006L - 28 ESTRELAS EXTERNA/27 ESTRELAS INTERNA IL
AJH00040	TORO 2.4 REV FLEX - 2016L - 27 ESTRELAS EXTERNA X 25 ESTRELAS INTERNA - AMEL TRAXER INTERNA	AJH00041	ADN 2.4 2006/2011 - OUTLANDER 2.4 - 2006/2011 - 33 ESTRELAS EXTERNA/28 ESTRELAS INTERNA IL
AJH00041	CE 3.0 V6 AUTOMATICO - 2005/2008 - AUDI A8 AUTOMATICO - 2005L - 26 ESTRELAS INTERNA / 25 ESTRELAS EXTERNA ML	AJH00042	XRD 2014L - 26 ESTRELAS EXTERNA X 30 ESTRELAS INTERNA COM CORDA DO ABS 48 DENTES IL



NOVAS EMBREAGENS SOHCKBRAS PREMIUM, QUALIDADE É TUDO!



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

Baixe nosso catálogo www.autofaster.com.br

Maiores e Melhores Regional: complementando os resultados divulgados

Por uma falha em nossos processos, dois grupos de quesitos com os resultados da pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição Regional 2024 deixaram de ser divulgados na edição impressa 430 do Novo Varejo. A seguir, fazemos esta correção.

Você encontra a reportagem com os resultados completos do estudo também na edição digital 429, que pode ser acessada pelo endereço <https://novovarejoautomotivo.com.br/edicoes/>

RELACIONAMENTO

Apoio técnico

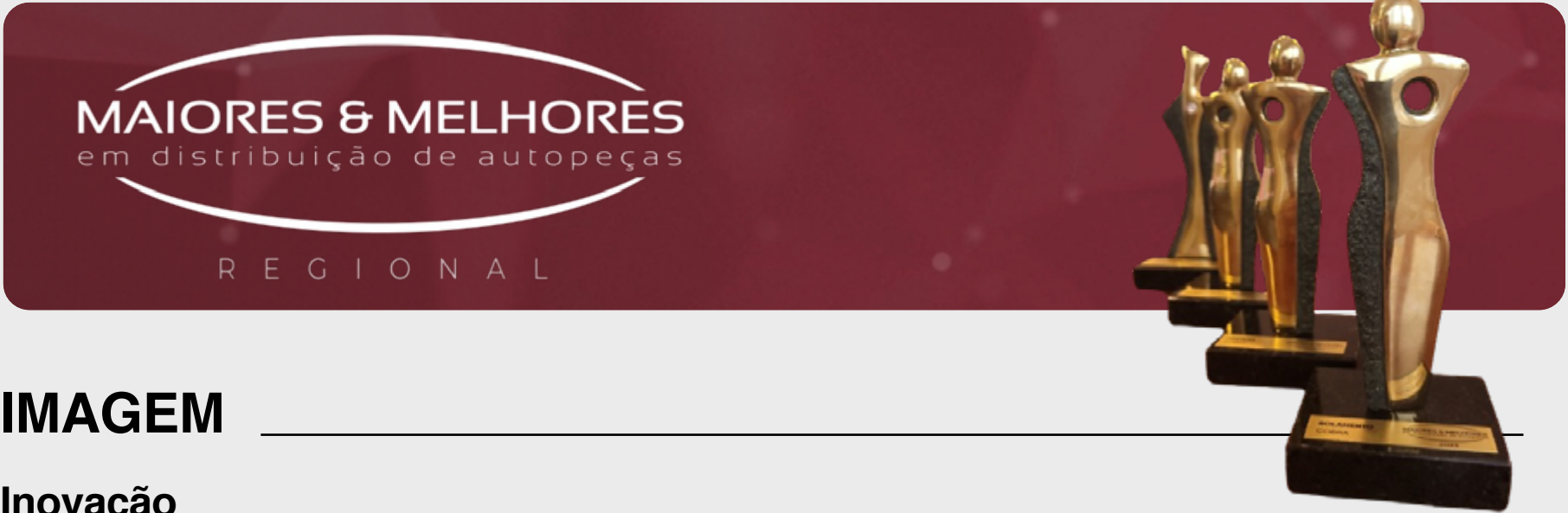
NORTE		NORDESTE		CENTRO-OESTE		SUDESTE		SUL	
MELO	7,85	AUTO NORTE	8,06	POLIFEÇAS	7,57	COMDIP	7,75	TOLI	7,77
PMZ	7,83	LIGPEÇA	7,77	JAVALI	7,55	COMPEL	7,74	ROLEMAR	7,64
RONDOBRAS	7,47	PADRE CÍCERO	7,74	CASTRILLON	7,18	JAHU	7,54	DPS	7,57

Garantia

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

Suporte promocional

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



IMAGEM

Inovação

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

Evolução

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

Admiração

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



Carlos Roberto, gerente do Sebrae Escritório Centro SP; Heber Carvalho, presidente do Sincopeças-SP; Antonio Carlos Beiram, diretor da G&B; e Sergio Fabiano, gerente de Certificação do IQA na apresentação do projeto



Loja do Futuro chega ao varejo de autopeças

Palestra sobre Inteligência Artificial marcou lançamento do programa do Sebrae e da FecomercioSP em parceria com o Sincopeças de São Paulo

Desenvolvido pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae-SP) e pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), o projeto Loja do Futuro foi apresentado ano passado na Feira do Empreendedor e em 2024 vem percorrendo inúmeras cidades paulistas com a proposta de oferecer aos comerciantes de diferentes segmentos do varejo um conjunto de iniciativas que exploram tecnologias, estratégias e práticas inovadoras para aprimorar a experiência do varejo e melhorar o desempenho de pequenos negócios.

Segundo a FecomercioSP, “o projeto é inspirado nas tendências e tecnologias exibidas nas últimas edições das feiras internacionais NRF, de Nova York, e Euroshop, em Düssel-

dorf, na Alemanha”. A iniciativa visa capacitar empresários do setor varejista para modernizar a gestão, aumentar a competitividade, digitalizar canais de vendas e estimular acesso a novos mercados. “O conceito da Loja do Futuro foi construído a partir de toda a experiência que tivemos, inclusive em feiras internacionais, e se baseia em quatro eixos: gestão moderna, digitalização dos canais de venda, inovação e acesso a mercado”, explicou na feira a gestora de Varejo do Sebrae-SP, Daniela Abdala.

Experiência

Agora em maio, o programa foi lançado oficialmente para o varejo de autopeças paulista em um evento realizado na sede do Sincopeças-SP. “Há dois anos, junto com o meu filho, começamos a vender no

e-commerce. E tem sido um aprendizado todo dia. Olha, em dois anos nós estamos engatinhando. E quem não começou, comece logo. Porque muda a história da sua empresa. Hoje nós vendemos no Brasil inteiro. Antes, vendíamos em Ribeirão Preto e região, mas estamos atingindo hoje vários estados – e esse pessoal volta a comprar da gente. Então, é uma opção boa, que a gente chama de inteligência artificial. Mas as empresas ainda têm uma resistência em saber como vender, como preparar suas vendas e isso tudo teremos com esse programa, Loja do Futuro, para dar uma experiência para vocês, uma abertura nesse mercado, o conhecimento através do treinamento para o comércio em geral. E vender autopeças é só uma consequência”, disse Heber Carva-

lho, presidente do sindicato logo na abertura do encontro. Entusiasta dos programas de aprimoramento para o varejo de autopeças e apoiador das iniciativas do Sincopeças nessa direção, Antonio Carlos Beiram, diretor da G&B e apresentador do podcast Automotivamente, destacou a necessidade urgente de buscar inovações para as lojas. “Vocês que são, em grande maioria, pequenos e médios varejos, têm que arrumar formas de concorrer, de se contrapor a todas essas transformações pelas quais o nosso mercado está passando. O varejo que não se mexer terá problema muito em breve. Porque o mercado está mudando rapidamente”. As inscrições para o Programa Loja do Futuro são gratuitas e já estão abertas, com vagas limitadas. Não perca tempo!

Inteligência Artificial no varejo: impactos e benefícios

O evento de lançamento do programa Varejo do Futuro no setor de autopeças paulista teve como destaque a palestra “Impacto da Inteligência Artificial no Varejo”, apresentada por Alexandre Robazza, gerente da Unidade de Relacionamento com Cliente do Sebrae-SP e especialista em marketing, comunicação e atendimento. O palestrante iniciou sua exposição questionando a plateia sobre seu sentimento em relação às tecnologias. “Medo? Desafio? Boas expectativas? Curiosidade? Conhecimento? Nós, de fato, estamos num momento único, de mudança de chave, de mudança de tecnologia. Estamos no olho de um furacão”. No caso específico da IA, Robazza lembrou que já usamos o recurso em nosso dia a dia, muitas vezes sem perceber. “O telefone celular tem uma série de inovações e aplicativos que

já usam inteligência artificial. Se algum de vocês usou o Waze para vir aqui, usou inteligência artificial”. Mas de que forma esse recurso – que não para de evoluir dia após dia – tende a impactar o ambiente corporativo e, em especial, o varejo de autopeças? Responder essa pergunta foi a proposta do palestrante. “Primeiro, é importante entender que as IAs podem ser uma ferramenta poderosa para ajudar a otimizar processos, reduzir custos e melhorar a eficiência de suas operações, ajudando a automatizar tarefas repetitivas, analisar informações e dados e oferecer insights valiosos para a tomada de decisões. Não tenham medo de explorar as possibilidades que as tecnologias podem oferecer e buscar maneiras de integrá-las em sua estratégia de negócios”. O palestrante contou que nos últimos seis meses esteve nos

principais eventos de tecnologia do mundo para entender e coletar os movimentos que as empresas estão fazendo. “Posso dizer para vocês, 100% delas estão introduzindo inteligência artificial nos seus negócios.

Por exemplo, a empresa de tecnologia que você tem como parceiro, um ERP ou um CRM. E, claro, os marketplaces. Eles estão correndo para introduzir as inteligências artificiais dentro das suas estruturas”.



Alexandre Robazza esclareceu conceitos de IA e trouxe aplicações práticas da tecnologia na atividade varejista

Apesar de representar, de fato, uma revolução tecnológica, a IA não é mágica, é matemática. “É basicamente um algoritmo. Nicolelis, talvez o maior cientista brasileiro, diz que a inteligência artificial não tem nada de inteligente e nada de artificial. É um código escrito por um humano. E o humano escreve o código que ele quer, para o resultado que ele quer. Então, a inteligência artificial nada mais é que a expressão da nossa vontade, de como nós queremos que ela se comporte. A gente tem as machine learnings, códigos que aprendem sozinhos. Mas eles aprendem sozinhos porque a gente escreveu o código dizendo pra ele, se tiver uma variável, em determinado momento, que passe a ser relevante para

considerar como informação, por favor, adicione aquela variável como relevante”. Assim, se a empresa tem um banco de dados, o algoritmo é capaz de buscar as variáveis dentro daquele banco. O palestrante explicou que, com a inteligência artificial, o banco de dados passa a ser gigante. “A Wikipedia hoje significa 0,2% do volume de informações que as inteligências artificiais estão buscando. O algoritmo vai buscar informação nas redes sociais, em trabalhos acadêmicos, sites, marketplaces, portais de notícia e assim por diante. Todos esses campos são bancos de dados estruturados. O que as IAs generativas estão trazendo é que, se você permitir, elas podem buscar o seu banco de dados mas também adicionar os bancos de dados disponíveis no mercado, abertos na internet – e é uma coisa monstruosa. Essa é a diferença entre as inteligências artificiais e a inteligência artificial generativa, que poderíamos chamar de criativa, e que na verdade só vai ter mais variáveis para poder te entregar, com uma linguagem natural, a informação que você está pedindo”. O potencial da IA também pode ser melhor explorado a partir de perguntas mais estruturadas, a chamada engenharia de prompt. Quanto melhor a pergunta, melhor será a resposta. “Pode ser uma pergunta simples, mas pode ser algo em que você vai dando informações, batendo um papo, trabalhando e, entre aspas,

educando a inteligência artificial para ela entender o que você quer. É uma conversa, e o melhor é que você crie um contexto. Você alimenta ela com informações. Dê à IA o que você espera que ela entregue. E comporte-se como se você não soubesse nada. Quanto mais aprendiz você for na sua pergunta, mais informação ela vai te entregar”. Alexandre Robazza mostrou como exemplos algumas ferramentas de IA disponíveis na internet, em que os gestores podem criar em poucos minutos apresentações diversas para suas empresas, personagens para representar os negócios, vídeos de treinamento, institucionais e conteúdos para as mídias sociais. Todas estão à sua disposição.

“Tenho dificuldade em entender o que é markup ou fluxo de caixa, por exemplo. Outra forma: use como ferramenta para tratar dados, criar, resumir e consolidar textos e documentos. Anexe documentos e peça sugestões de aprimoramento. Por exemplo, um contrato”. Alexandre Robazza mostrou como exemplos algumas ferramentas de IA disponíveis na internet, em que os gestores podem criar em poucos minutos apresentações diversas para suas empresas, personagens para representar os negócios, vídeos de treinamento, institucionais e conteúdos para as mídias sociais. Todas estão à sua disposição.

Usando a IA no dia a dia da loja

A teoria é muito interessante para que possamos conhecer melhor essa ferramenta que já está revolucionando o mundo corporativo e os costumes da sociedade. Mas, afinal, o que um varejista de autopeças pode fazer com a Inteligência Artificial para tornar seus negócios mais eficientes? Veja a seguir as dicas de Alexandre Robazza, gerente da Unidade de Relacionamento com Cliente do Sebrae-SP.

Apodere-se da inteligência artificial

“De manhã, qual é o prompt? Atuo no comércio varejista na cidade X, tenho uma loja física e também uma loja virtual própria disponibilizada em marketplaces. Poderia me apresentar um resumo das principais notícias dessa semana que podem influenciar o meu negócio? Essa é uma forma de vocês, diariamente, utilizarem o ChatGPT”.

Busque conhecimento técnico

“Tenho dificuldade em entender o que é markup ou fluxo de caixa, por exemplo. Outra forma: use como ferramenta para tratar dados, criar, resumir e consolidar textos e documentos. Anexe documentos e peça sugestões de aprimoramento. Por exemplo, um contrato”.

Gestão de pessoas

“Quais são os dias que eu tenho que fazer os pagamentos trabalhistas? Peço no prompt e ele vai me dar. Ou, também, crie uma dinâmica no prompt: tenho um pequeno negócio de varejo, com cerca de 20 colaboradores. Crie uma dinâmica para que eu possa trabalhar a união de equipe durante o treinamento interno. Ainda: crie vídeos de treinamento. A pessoa que entra, você tem que ensinar tudo de novo. Tenha uma documentação em vídeo para auxiliar nesse treinamento”.

Gestão financeira

“Peça para a IA analisar uma planilha de vendas em PDF, Excel, você pode gerar qualquer perfil de documento. Imagine que você tem várias unidades e vários vendedores. Tem lá a meta de cada um, mês a mês. Quem está vendendo mais? Quais são os três de menor planejamento, com menor execução de planejamento em relação aos com maior? Posso pedir para combinar planilhas, comparar uma com a outra”.

Gestão de processos

“Alguém aqui está usando um chatbot, por exemplo, para atender os pedidos que vêm pelo WhatsApp? Um botzinho automatizado? Já está disponível, gratuito. Você cria uma raiz de respostas: a pessoa te dá um olá no seu WhatsApp e aquela raiz pré-escrita, pré-definida, responde ‘olá, obrigado pelo seu contato, digite 1 para venda, 2 para atendimento ao cliente, 3 para devoluções etc’. É uma forma de otimizar e filtrar a primeira parte do atendimento. E a inteligência artificial generativa está sendo utilizada nos chatbots. Ela consegue estabelecer uma conversa, que pode ser, inclusive, de áudio”.

Marketing e comunicação

“Você tem problema de comunicação na empresa? Vamos aumentar a nossa visibilidade? Vamos criar textos e imagens para publicações digitais nas redes sociais? O chat GPT ou qualquer inteligência artificial já produz textos. Atue como um publicitário. E crie um texto para ser usado em uma publicação de Facebook, por exemplo. Além do texto, indique hashtags e uma descrição da melhor imagem para a postagem. Use a IA para criar texto de e-mail ou WhatsApp. Crie um texto para um e-mail aos clientes da loja oferecendo seus produtos, convidando-os para o estabelecimento. Crie vídeos apresentando o seu negócio e os seus produtos usando, por exemplo, o VideoGen”.

Tenha seu influenciador

“Você pode criar um influenciador exclusivo para a sua empresa. Você precisa pôr a sua carinha no celular e começar a conversar com seus clientes. Só que 70% de vocês têm dificuldade para fazer isso. Agora, você pode usar a inteligência artificial criando um influenciador, ou influenciadora, digital. Até com perfil no Instagram. Com o RenderNet.ai, que é gratuito até certo ponto, você consegue criar o personagem que quiser”.

Crie um assistente pessoal

“Você pode subir toda a sua documentação, suas planilhas e arquivos na sua área logada do chat GPT. Para isso, precisa de uma assinatura. Ao carregar essas informações, você consegue fazer qualquer pergunta para ele. Por exemplo: o histórico dos últimos cinco anos, em gráfico, das suas vendas. Ou das devoluções. Mais que isso, você pode criar assistentes. Por exemplo, você tem lá um gerente de vendas, pode criar uma espécie de página em que você vai dar as características e os documentos que o gerente de vendas tem acesso. A partir daí, passa a ter um assistente virtual que se comporta como um gerente de vendas”.





Agência Internacional de Energia prevê 17 milhões de carros elétricos e híbridos vendidos em 2024

Maioria dos consumidores latinos aposta nos carros elétricos, mas apenas 6,8% possuem um

Pesquisa revela que Brasil lidera ranking de países da região com quase um décimo dos entrevistados afirmando ter VE

O ano de 2024 está se preparando para ser um grande evento para o setor internacional de veículos elétricos (VE). Um relatório recente da Agência Internacional de Energia (IEA) sugere que 17 milhões de carros elétricos e híbridos serão vendidos globalmente ao longo do ano, um aumento de 20% em relação ao número registrado no ano passado. Nesse contexto, dados da YouGov Global Profiles sugerem que a América Latina deve ser um mercado crucial nesse processo. Dados de 19 de janeiro mostram que 64,8% dos consumidores da região pesquisados pela plataforma disseram que os carros elétricos são o futuro do setor. Isso é estatisticamente mais alto do que a porcentagem registrada para

todos os entrevistados da Global Profiles internacionalmente (59,8%) e o segundo valor mais alto entre as regiões pesquisadas, atrás apenas dos 73,9% observados na África do Sul. Em teoria, isso significaria que grande parte do público latino gostaria de comprar um veículo elétrico. Mas, atualmente, apenas uma fração dos consumidores da região possui um carro elétrico. Nos dados da Global Profiles, apenas 6,8% dos entrevistados na América Latina afirmam possuir um VE (100% elétrico ou híbrido). Nesse caso, a porcentagem se destaca das outras regiões observadas por ser notavelmente baixa. Entre todos os adultos observados pela plataforma, o número é de 12%. Na Europa e na Austrália, a segunda

região com menor número de registros de propriedade de VE, o número é de 8,5%.
Liderança
Para David Eastman, diretor-geral e comercial da YouGov na América Latina, é importante observar que a presença de VE não é a mesma em cada um dos países da região. De fato, de acordo com a Global Profiles, a adoção parece ser liderada pelo Brasil: nesse mercado, quase um décimo dos entrevistados afirma ter um carro elétrico. O México e a Colômbia contribuem para a média regional mais baixa, com taxas inferiores a cinco por cento. Mas a Argentina parece ser o mercado com o menor número de VEs nas ruas: apenas 2,7% dos entrevistados afirmam possuir um.

“A dissonância entre o interesse por esses modelos e sua penetração ainda baixa pode se dever a um problema de acessibilidade. Embora uma grande proporção de latinos queira comprar um carro nos próximos 12 meses, apenas 26,4% planejam comprar um carro novo. Globalmente, esse número é de 29,9%. Ao mesmo tempo, em comparação com a porcentagem internacional, os latinos têm maior probabilidade de pensar em comprar um carro usado em um futuro próximo. Nesse contexto, à medida que os VE se tornarem mais acessíveis (e também entrarem no mercado de segunda mão), talvez mais latino-americanos possam comprar um”, pontua Eastman.

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

LÍDER EM SUSPENSÃO PORQUE É NAKATA

fleg.



Amortecedor, mola, bandeja, bucha, pivô, coxim, bieleta tem que ser Nakata. Sabe por quê? Porque Nakata é a marca que mais entende de suspensão e é a marca número um no coração dos mecânicos. Ou seja: é certeza de bons negócios. Com Nakata é tudo azul nas vendas.

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



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



EAD
Cursos online, gratuitos e com certificado.



INSTAGRAM
Imperdível para quem trabalha com vendas de autopeças.



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

TUDO AZUL. TUDO NAKATA.
NAKATA®