



# novovarejo

a mídia do aftermarket **automotivo**



## LEILÃO E DESMONTE

Passada a enchente, é hora de cuidar da correta destinação das peças perdidas nos estoques dos estabelecimentos gaúchos ou retiradas dos automóveis sucateados.

A legislação prevê que parte delas retornará por meio do desmonte de veículos leiloados. Mas carros não segurados são um problema ainda maior para o aftermarket



aftermarket  
automotivo

  
**SAMPTEL**  
PEÇAS AUTOMOTIVAS



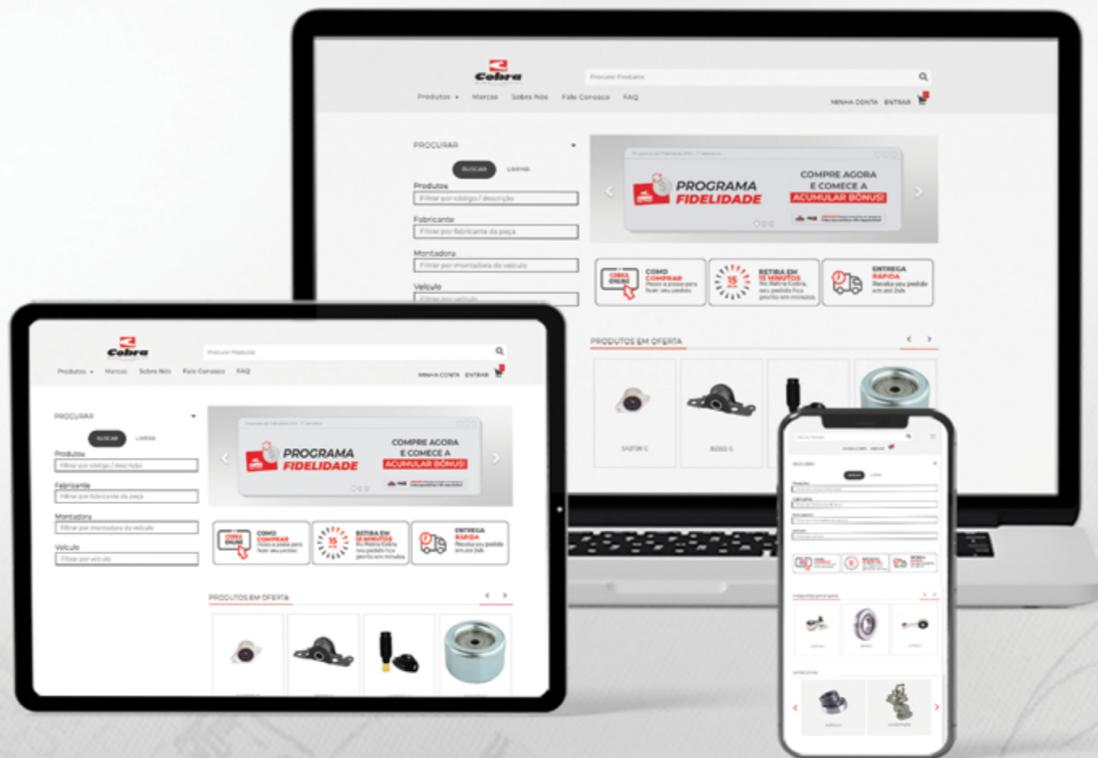
A INOVAÇÃO  
ESTÁ EM  
**NOSSO  
DNA**



CATÁLOGO ONLINE  
e ELETRÔNICO+ de  
**3.500** itens

COM O MODELO DE RETIRA COBRA

VOCÊ GARANTE SUAS COMPRAS EM ATÉ



# LOJA ONLINE COBRA

O MOVIMENTO DO MERCADO COMEÇA AQUI

ONLINE E NO OFFLINE



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

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.



## Gostemos ou não, é assim que está posto

Uma das questões mais controversas para o aftermarket automotivo brasileiro é a regulamentação dos desmontes de veículos. Tanto os que são favoráveis à tese quanto aqueles que se posicionam contrários têm argumentos de sobra para defender suas posições.

A concorrência com as peças usadas sempre existiu, em maior ou menor grau. No começo, os estabelecimentos em que os carros terminavam seus dias eram chamados genericamente de 'ferros-velhos'. Me lembro com muita clareza de um deles quase na esquina da minha rua, no bairro do Alto da Lapa, zone oeste da capital paulista, no início da década de 1970. Hoje é absolutamente inimaginável um ferro-velho naquele local, que agora abriga uma elegante pizzaria... Talvez impulsionados pelo crescimento da frota – que aumentou não apenas o volume de carros sucateados, mas também os furtos e roubos – tais negócios muitas vezes informais foram expandindo tentáculos e ganharam a denominação de 'desmanches', passando a ocupar terrenos cada vez maiores. Não é segredo pra ninguém que em muitos deles os carros subtraídos de seus proprietários por vias criminosas viravam peças de reposição vendidas por preços convidativos.

O caos generalizado na operação desses estabelecimentos acabou redundando em projetos de lei – que viraram de fato leis – visando a sua regulamentação.

Em janeiro de 2014, por exemplo, acompanhamos em detalhes a implantação da Lei do Desmonte no estado de São Paulo, promulgada para inibir o roubo de veículos e garantir controle sobre as peças reaproveitadas dos carros sucateados.

Na oportunidade, algumas lideranças do aftermarket elogiaram a iniciativa que, em tese, garantiria o acesso do consumidor apenas a produtos de origem legal. Para estes formadores de opinião, a regulamentação era uma notícia positiva, considerando que, gostando ou não, a concorrência dos desmanches estava posta e iria continuar. Por outro lado, a lei também trouxe insatisfação para aqueles que defendiam – e ainda defendem – que é preciso incentivar o uso de peças novas e que, na verdade, tais regulamentações beneficiavam, essencialmente, os lobbies das seguradoras, ávidas por maximizar receitas com o desmonte dos carros dados como perda total. Eram, enfim, estímulos legais a uma concorrência injusta.

Mas, afinal, por qual motivo estamos trazendo esse assunto agora para reflexão? Elementar, meu caro Watson. O aftermarket automotivo brasileiro está prestes a enfrentar um ciclo que vai resultar na chegada de milhares de peças originárias de até 300 mil veículos sucateados em decorrência das enchentes no Rio Grande do Sul – isso para não falar de peças reaproveitadas de estoques de diferentes perfis de estabelecimentos comerciais.

No caso dos carros sem possibilidade de recuperação, o desmonte – gostemos ou não, de novo – é absolutamente inevitável. A única barreira para que essas peças não sejam introduzidas no mercado de forma clandestina é a legislação. No caso, aquela que regula o reaproveitamento desses componentes. É o que mostramos em nossa reportagem de capa. É bastante legítimo ser contrário ao reaproveitamento de peças de veículos – ainda que a agenda ambiental cada vez mais venha a alavancar esse processo. Só que neste momento único que estamos vivendo, gostemos ou não, a lei pode ser nossa tábua de salvação contra um destino ainda pior.

Nhm  
www.novomelo.com.br

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Ano 31 - #434 15 de Junho de 2024

**Distribuição para mailing eletrônico 35.000**

**Audiência estimada em views no site 45.000**

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

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

**Direção**  
Ricardo Carvalho Cruz

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

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

**Arte**  
Lucas Cruz  
Amanda Sangalli

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

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)

## Amortecedor tem que ser Cofap

Para garantir maior durabilidade, mais conforto e segurança em todos os trajetos, os amortecedores Cofap estão disponíveis nas versões Turbogas, Super, Spa e Powershock.

Confira e escolha no maior catálogo do mercado de autopeças.



SIGA:



www.mmcofap.com.br

**cofap**

Paz na trânsito começa por você



A taxação das compras feitas por pessoas físicas das compras internacionais até 50 dólares é benéfica para o varejo brasileiro na opinião do especialista Rodrigo Garcia.

08

As enchentes no Rio Grande do Sul resultaram em muitos carros e componentes automotivos destruídos. Se a legislação for corretamente seguida, o reaproveitamento das peças na reposição seguirá normas rígidas.

24

34

Depois de muita espera e até a inclusão de um 'jabuti', legislativo brasileiro conclui votação do programa Mover, a atualização da política para o setor automotivo.



Pesquisa realizada pelo Sindirepa detecta desabastecimento de peças dos automóveis Ford para a manutenção dos veículos da marca nas oficinas independentes.

53

16 Levantamento inédito aprofunda status das finanças pessoais dos consumidores brasileiro e apura preferências de pagamento e preocupações com fraudes e inflação.

## Como adequar sua empresa à LGPD

*A chegada da Lei Geral de Proteção de Dados trouxe preocupação aos gestores. A edição 334 tratava das questões de adequação à nova obrigatoriedade. Algumas empresas ainda não estão prontas*

Cientes da sensibilidade legal do tema, bem como de seu impacto na forma com que o negócio é visto pelos olhos da sociedade, as empresas ainda não preparadas iniciaram uma corrida contra o tempo em busca da adequação à LGPD – Lei Geral de Proteção de Dados. Com a nova exigência, as empresas ficaram sujeitas a advertências, publicização da infração e multas de até 2% de seu faturamento para cada infração cometida, multas estas sempre limitadas a um teto de R\$ 50 milhões.

O tema foi objeto de reportagem da edição 334 do Novo Varejo, que demonstrava por meio de pesquisas que, ainda em agosto de 2021, período do início de vigência da regra, a falta de adequação das empresas brasileiras e a existência de gargalos na implantação ainda eram relevantes. Questionado sobre o primeiro passo a ser dado pelas empresas, o especialista André França Cardoso

apontava que a regularização deveria ser iniciada com um levantamento completo da situação atual dos processos da empresa. “É preciso conhecer quais são os processos de negócio que utilizam dados pessoais, quais são os contratos e documentos que os regulam, quais são os sistemas e a infraestrutura tecnológica que os suportam”.

Nesse sentido, era fundamental que a área de TI fosse inserida no centro dos processos de captura, tratamento e uso dos dados pessoais, bem como a autorização do uso de dados por parte do usuário, deixando clara a utilização dos mesmos e sua finalidade. A complexidade da adequação em geral exigia assessoria externa, na maioria dos casos a partir de dois vetores: uma especialização nos aspectos jurídicos e outra voltada à adequação técnica e operacional.

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](http://compreonline.pellegrino.com.br)

**Pellegrino**  
Conte com nossa gente.



Rodrigo Garcia é favorável à taxa, que beneficia varejo brasileiro

## À espera da sanção presidencial, 'Taxa das Blusinhas' deve impactar pouco o setor de autopeças

*Em contrapartida, especialista afirma que imposto é crucial para a competitividade do varejo brasileiro como um todo*

Era para a votação na Câmara dos Deputados, do último dia 11 de junho, deliberar sobre o Mover, programa cujo objetivo principal é delimitar a nova política de mobilidade nacional na esteira do Rota 2030. No entanto, como não é raro no Brasil, arrumou-se um jeito de incluir no pacote a taxa das compras internacionais até US\$ 50, conhecida como 'Taxa das Blusinhas'. Resultado final: uma aprovação retumbante por 380 votos a 26 e o envio para a sanção presidencial.

A inclusão deste grande Jabuti teve como razão principal a pressão do varejo brasileiro em relação a uma suposta vantagem competitiva que a isenção dava a players internacionais como Shein e Shopee e o consequente enfraquecimento da indústria varejista brasileira.

Para entender o que está em jogo a depender da assinatura ou não da caneta presidencial, é preciso, antes de tudo, observar quais têm sido os itens mais consumidos pelos brasileiros nos últimos anos dentro deste parâmetro.

De acordo com a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), a liderança absoluta pertence ao segmento de vestuário, seguido de materiais para residência como tapetes e lâmpadas, desembocando, em menor grau, em bebidas não alcoólicas e brinquedos.

Quanto à origem dos produtos importados, a CNC confirma o que aqueles que acompanham o setor de varejo já sabem: a liderança isolada pertence à China, com mais da metade (51,8%) das importações. Na sequência do gigante asiático, aparecem nossos vizinhos Argentina (6,2%) e Paraguai (5,9%).

A fim de traçar um panorama geral sobre o que cerca essas importações voltadas majoritariamente às pessoas físicas, os chamados 'consumidores finais', conversamos com o diretor-executivo da Petina Soluções em Negócios Digitais, Rodrigo Garcia.

Na entrevista, o especialista da startup especializada em vendas online via marketplaces foi categórico ao dizer que o fim da isenção para produtos até US\$ 50 não é apenas importante, mas é essencial para a competitividade do varejo brasileiro em seus mais diferentes níveis.

**Novo Varejo - Como a taxa para compras do exterior de até US\$ 50 impacta o varejo brasileiro?**

**Rodrigo Garcia** - Certamente impacta, positivamente! A não tributação deixava o varejo bem menos competitivo, pois a indústria brasileira já tem uma carga tributária muito alta e com essa tributação

isenta de até US\$ 50, automaticamente, o dinheiro que poderia ser gasto aqui, com empresas brasileiras, estava indo para o exterior, sem a devida tributação.

**NV - Muito se fala da concorrência desleal possibilitada por esse mecanismo. Você consegue detalhar como ela se dá? Quais fatores fazem com que os varejistas brasileiros não consigam praticar a mesma precificação desses concorrentes internacionais?**

**RG** - A diferença está nas cargas tributárias, enquanto os produtos internacionais não pagam impostos, os varejistas pagam cerca de 80% a 90% de imposto. É impossível ter uma concorrência leal desta forma. Por exemplo, um produto vendido a R\$ 100, vindo de fora, deveria custar pelo menos R\$ 200 com os impostos e custos de importação. Então, é uma questão de igualdade, porque as empresas devidamente constituídas que fazem importação pagam imposto muito maior do que 20%.

**NV - Existe algum porte de varejo mais impactado do que outro por esse cenário? Me refiro aos grandes, pequenos, médios e microvarejistas...**

**RG** - Não diria que o impacto seja por tamanho de empresa, mas por formato de venda. Nesse sentido, acredito que o maior impacto é para quem vende online e isso independe do porte da empresa, uma vez que temos empresas de todos os tamanhos vendendo em marketplaces. No final, acabam todas sendo impactadas.

**NV - E quando falamos de segmentação de produtos, quais varejos são os mais impactados?**

**RG** - Quando segmentamos por produto, aqueles que têm um ticket médio mais baixo acabam sendo mais impactados. Por exemplo, vestuários, eletrônicos, brinquedos, utilidades domésticas, etc.

**NV - Existe alguma outra saída viável, que não a taxa das compras até US\$ 50, para equilibrar esse jogo de competitividade? Pergunto porque existe toda uma massa consumidora que não necessariamente pensa na 'big picture' da geração de empregos e da competitividade do país e se preocupa majoritariamente com o preço a ser pago em suas compras.**

**RG** - O melhor cenário para as empresas nacionais seria realmente a taxa. Mas pensando nos consumidores, poderia existir alguma forma de registro e de limitação, como uma isenção de duas compras por ano sem a taxa, por exemplo, ou então uma isenção de imposto somente para vendas online de produtos que tenham baixa oferta nacional. No entanto, qualquer alternativa para vendas no mercado interno, seria relacionado a alteração de carga tributária, algo bem distante da nossa realidade.

**NV - Após a aprovação no Congresso, qual o seu nível de otimismo quanto à retomada da taxa?**

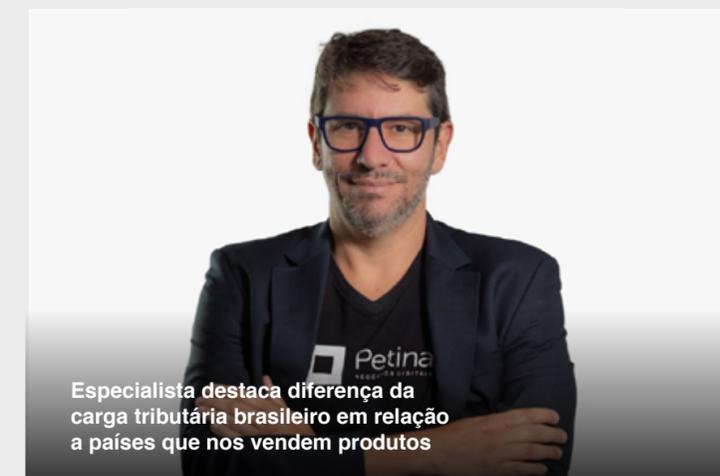
**RG** - Estamos otimistas que seja realmente aprovada, pois o Governo também tem uma queda na arrecadação com a ausência da tributação.

**NV - Suponhamos que esses impostos não retornem. Quais dicas você dá para o varejista que quer ser competitivo, mesmo sendo incapaz de igualar esses preços sem tornar sua margem inviável? Que práticas é possível adotar para ser relevante em outros campos?**

**RG** - Quando se fala de taxa de impostos, é difícil visualizar alternativas em relação a equiparação de preços, mas é possível ser mais competitivo em termos de qualidade, facilidade de pagamentos, logística, política de trocas e tempo de entrega.

**NV - Por fim, gostaria que você nos desse um panorama internacional, ao passo que este tema, o do 'protecionismo', tende a ser politizado e levado para o campo ideológico. Como as economias ditas 'liberais' tratam esses impostos de importação relacionados ao consumo?**

**RG** - Normalmente, existe um acordo bilateral entre os países para conseguir manter essa isenção, que não é aplicado apenas para as vendas do varejo, engloba também o comércio geral entre os países. Mas trazendo para a nossa realidade, a carga tributária que temos é bem diferente da carga praticada nos USA, por exemplo. Quanto maior a carga tributária do país, mais desleal fica a competitividade.



Especialista destaca diferença da carga tributária brasileiro em relação a países que nos vendem produtos



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



www.ntn.com.br

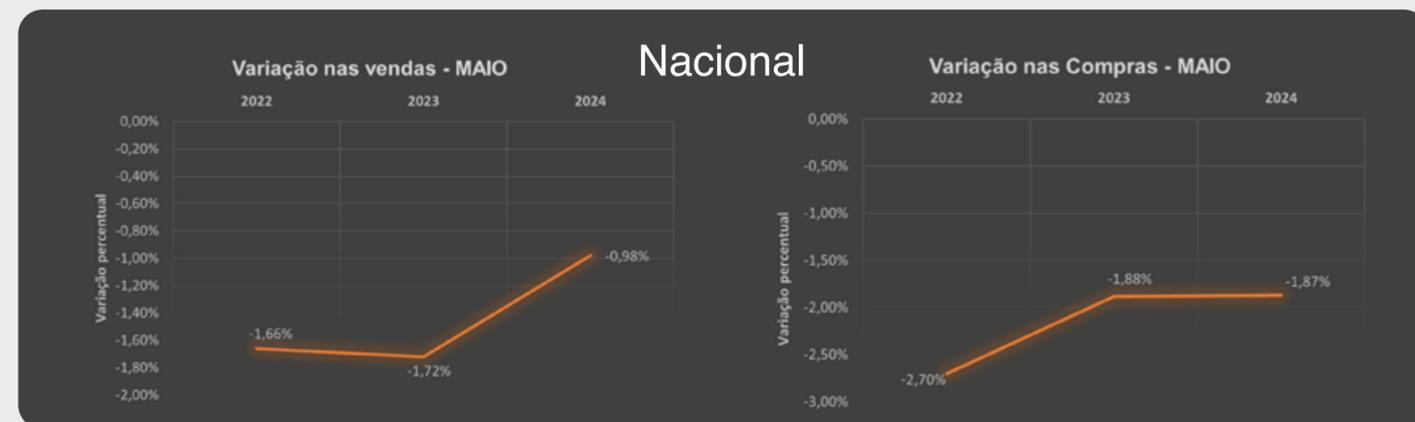
# VIES - Variações nos Índices e Estatísticas Maio de 2022, 2023 e 2024

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.

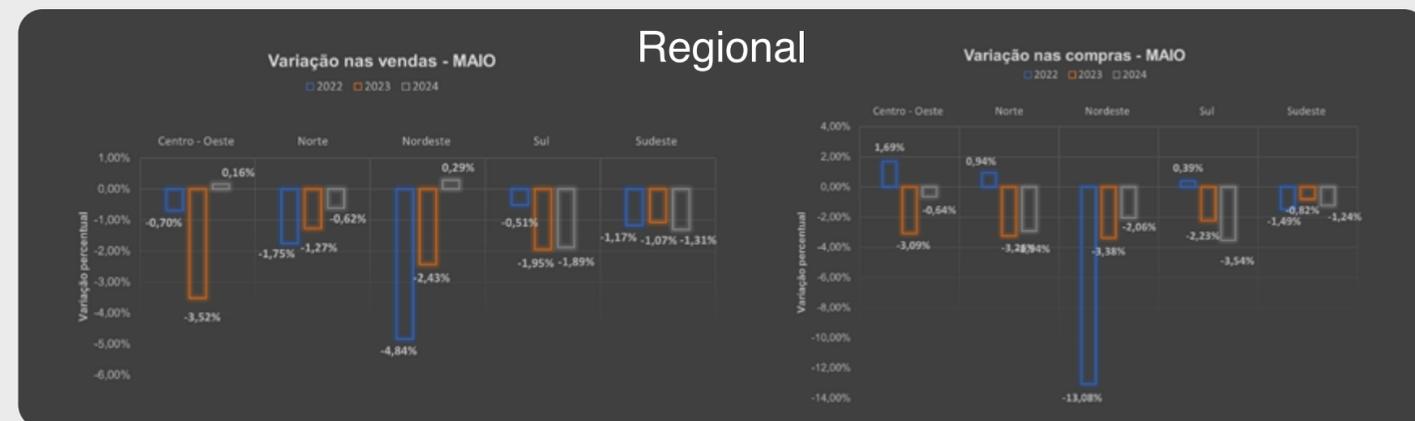
Os gráficos nacionais mostram que o mercado varejista teve melhor desempenho em relação aos indicadores de 2023 e 2022, ainda que todos os índices tenham sido desfavoráveis no contexto da atividade varejista. Na pesquisa MAPA, a média nacional das vendas mostrou queda de -0,98%, resultado, ainda que 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

empatou 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, subiram 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



## Regional



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.



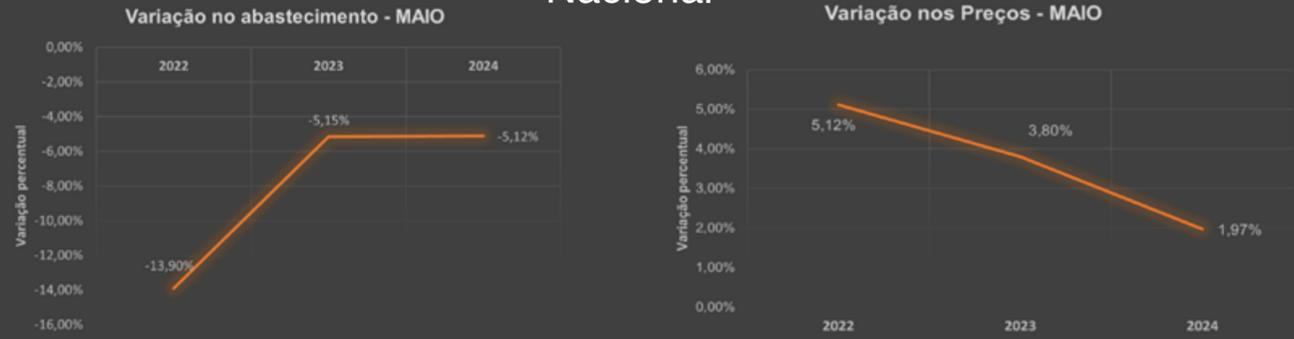
MONROE AXIOS 65 ANOS

A marca preferida dos mecânicos

Facebook: /MonroeBR Instagram: @monroeamortecedores YouTube: @MonroeBrasil Website: www.monroe.com.br

## ONDA

### Nacional



### Regional



### 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



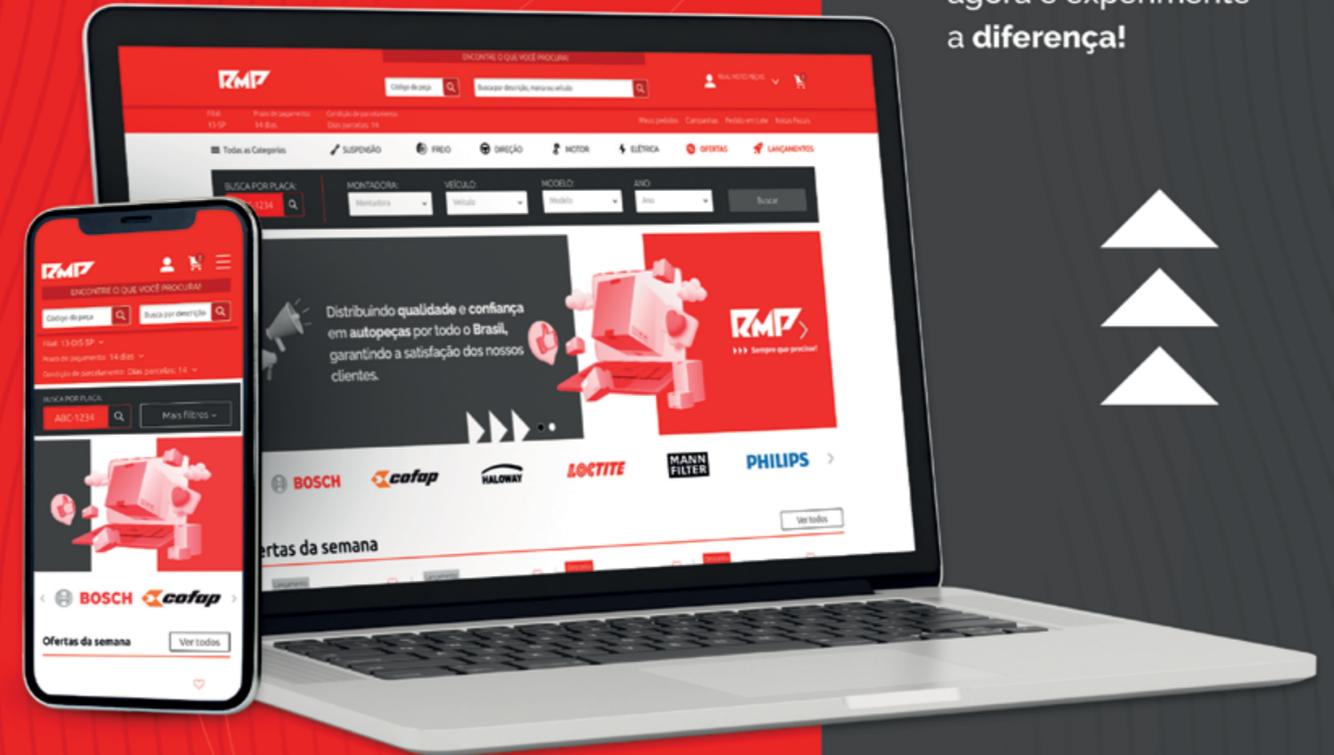
Itajaí/SC 47 3404-5863 | São José/SC 48 3249-4000 | Curitiba/PR 41 3028-3333 | Porto Alegre/RS 51 3368-3300 | São Paulo/SP 11 3738-3738 | Campinas/SP 19 3772-3150 | Rio de Janeiro/RJ 21 3037-1237 | Brasília/DF 61 3048-6600



Transforme sua busca por **autopeças e acessórios** com um **clique**.

O e-commerce da RMP mudou e está muito mais **moderno, interativo e responsivo**, para você fazer suas compras de qualquer lugar.

**Visite** nosso **site** agora e experimente a **diferença!**



Posicione a câmera do seu smartphone para acessar.

Conheça nossas **redes sociais:**

rmpdistribuidora  
 RMP Distribuidora



# Lado a lado com você, em todo o Brasil

#POR  
TODO  
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.*

**30**  
FILIAIS



Sama



Laguna



Matrix

Conheça a filial mais perto de você.

**Sama**  
Autopeças

**Laguna**  
Autopeças

**MatriX**



Levantamento realizado pela TransUnion explora o status das finanças pessoais da população e quais mudanças são esperadas

## Consumidor brasileiro compra agora e paga depois, sofre com tentativas de golpes no PIX e com a inflação

Um terço dos brasileiros diz já ter usado o método de pagamento "Compre Agora, Pague Depois" (BNPL). O dado é da edição do primeiro trimestre de 2024 do Estudo Consumer Pulse, realizado pela TransUnion, empresa global de informações e insights. O levantamento mostra ainda que os golpes do PIX cresceram e que há uma preocupação generalizada com o impacto da inflação nas finanças pessoais.

Entre os destaques, vale apontar que 31% dos entrevistados brasileiros afirmaram já ter usado o BNPL como forma de pagamento graças à facilidade em uso no momento da compra. Esse dado reforça a importância de oferecer uma experiência de qualidade para o consumidor. A facilidade de contratação do meio de pagamento influenciou a decisão do consumidor, sendo tão relevante quanto fatores como taxas de juros.

"Experiências de compra com menos atritos para o consumidor impactam diretamente a taxa de conversão de clientes, evitando abandonos ao longo da jornada e construindo fidelidade ao entregar a agilidade demandada pelo consumidor atual. Para isso, é fundamental que as empresas tenham confiança e insumos para tomarem decisões de forma instantânea, reduzindo o tempo de espera e aprimorando a interação com o consumidor nesta jornada", afirma Claudio Pasqualin, Chief Product Officer (CPO) da TransUnion Brasil. "O desafio é justamente encontrar o equilíbrio entre análise de risco e a experiência que promove novos negócios", acrescenta.

### Fraudes

Outro destaque do estudo refere-se aos esquemas de fraude: 29% dos entrevistados disseram ter sido alvo de tentativas de fraude online, por e-mail, telefone ou mensagens de texto no primeiro trimestre. Desses, 6% afirmaram ter sido vítimas. Entre aqueles que disseram ter sido alvo, 29% relataram ter sido por

meio do golpe do PIX, um aumento de cinco pontos percentuais em relação ao quarto trimestre de 2023.

A constatação mostra a crescente importância de uma estratégia antifraude para operações digitais pelas financeiras, o que impacta diretamente a relação entre essas organizações e seus clientes. "Novos golpes aparecem todos os dias, e é preciso estar atualizado com relação às suas estratégias e às tecnologias para mitigação. Isso nos ajuda a, por exemplo, realizar uma análise dos padrões de comportamento dos clientes, o que permite barrar transações suspeitas", observa Helena Leite, Market Planner da TransUnion Brasil.

### Inflação

Como último dado de destaque, é possível evidenciar que há uma preocupação crescente dos brasileiros com a inflação. Apesar de a expectativa de aumento de gastos em compras em lojas físicas ou online ter crescido em 2%, totalizando 31% dos entrevistados, e 32% deles afirmarem que pretendem solicitar aumento no limite de seus cartões de crédito, o brasileiro está cada vez mais preocupado com o aumento dos preços devido à inflação. Os principais gastos com aumento de preço considerados mais preocupantes são compras de mercado (75%), despesas médicas (51%) e contas fixas (50%). Dentre as preocupações envolvendo as finanças domésticas, 30% dos consumidores experienciaram inflação nas mercadorias do dia a dia, um aumento de 1% com relação ao período anterior.

"Diante desses cenários, as instituições financeiras enfrentam cada dia mais desafios para manter e melhorar o relacionamento com os seus clientes, assim como com as ferramentas que utilizam na operação para oferecer segurança, melhor experiência, e com isso crédito acessível e condizente com a necessidade do consumidor", finaliza Pasqualin.

# CATÁLOGO ONLINE AMPRI

## BUSQUE NOSSOS PRODUTOS COM MAIS RAPIDEZ

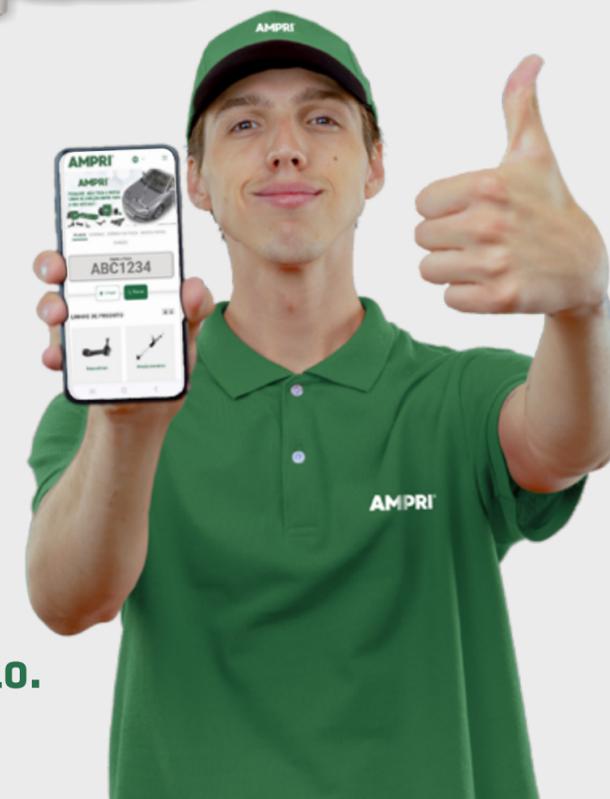


Acesse agora:  
[catalogo.ampri.com.br](https://catalogo.ampri.com.br)

PLACA VEÍCULO CÓDIGO DA PEÇA BUSCA GERAL CHASSI

Digite a Placa  
**ABC1234**

Limpar Buscar



Faça busca dos nossos produtos pela placa ou chassi do seu veículo.

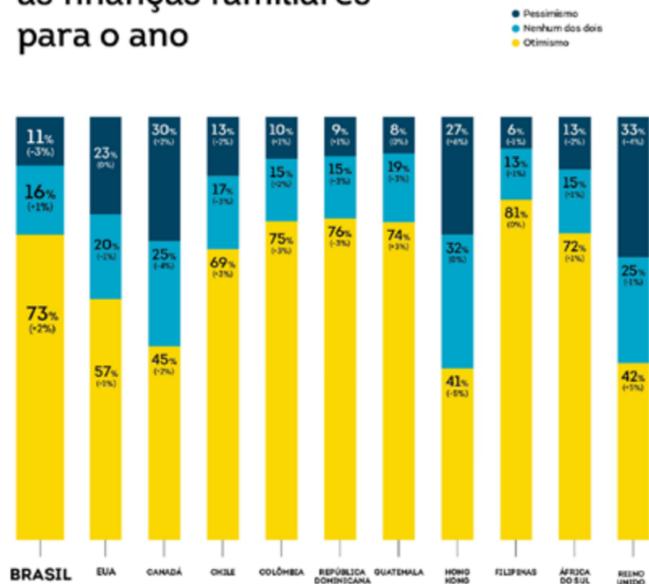
# AMPRI®

[www.ampri.com.br](https://www.ampri.com.br)

COMPARTILHE AMPRI

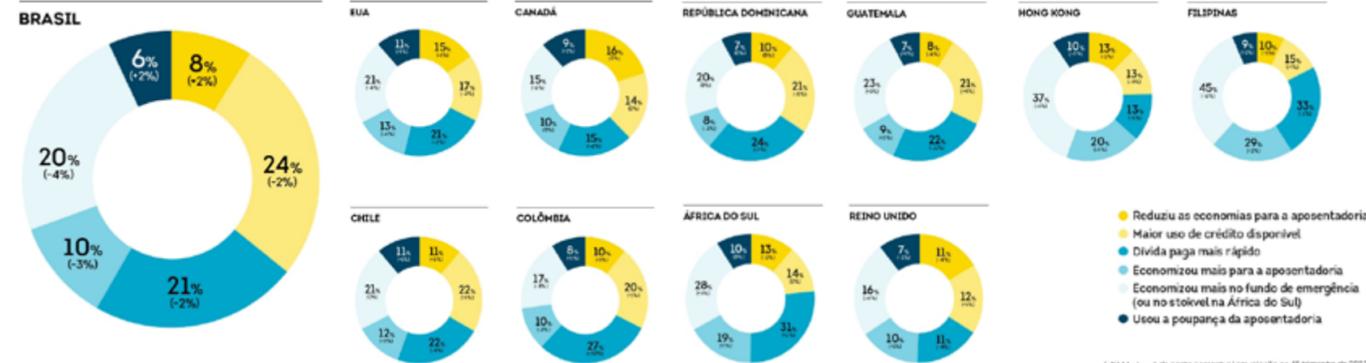


## Otimismo em relação às finanças familiares para o ano



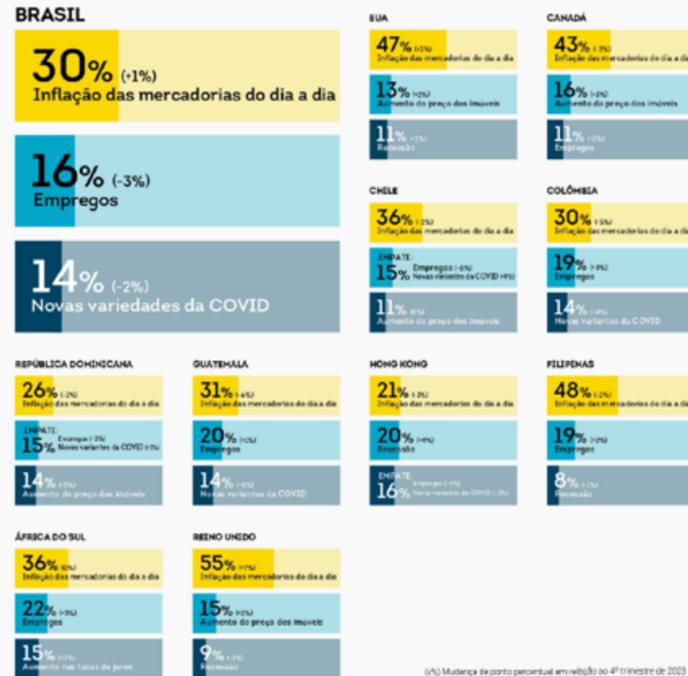
(%) Mudança de ponto percentual em relação ao 4º trimestre de 2023

## Mudanças nas dívidas e economias relatadas nos últimos três meses



(%) Mudança de ponto percentual em relação ao 4º trimestre de 2023

## Principais preocupações com as finanças domésticas



(%) Mudança de ponto percentual em relação ao 4º trimestre de 2023

**033 rooftop**

**MAIORES & MELHORES**  
em distribuição de autopeças

## 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:

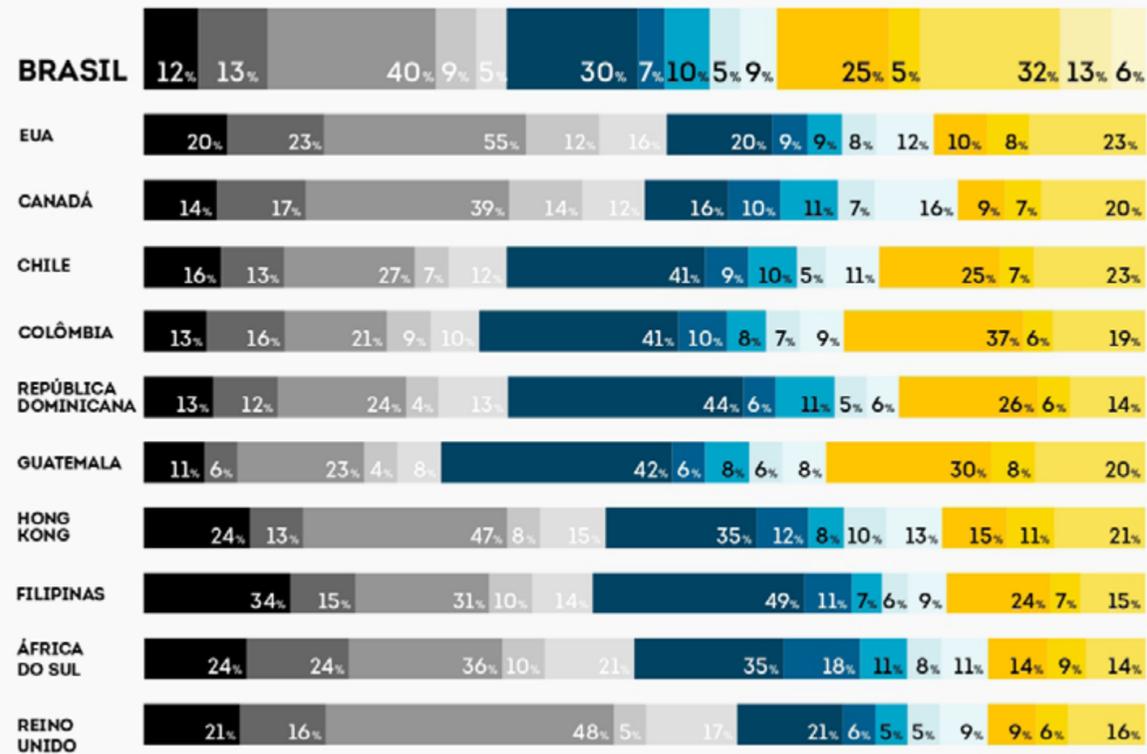
**BNPL – Buy Now, Pay Later** ou “compre agora, pague depois”, em tradução livre, é uma forma de pagamento alternativa que permite comprar produtos e serviços sem a necessidade de pagar o valor total à vista. O cliente financia imediatamente as compras e paga o valor em parcelas fixas ao longo do tempo.

**Golpe do PIX** é um termo abrangente usado para descrever táticas usadas por criminosos para convencer suas vítimas a fazerem pagamentos ou transferências bancárias usando o sistema do PIX, roubando seu dinheiro. Na maioria dos casos, a abordagem ocorre por canais digitais, como redes sociais, aplicativos de mensagens e e-mails.

## Tipo de nova atividade de crédito e empréstimo planejada para o próximo ano

Entre as pessoas que planejam solicitar um novo crédito ou refinar o crédito existente

- Novo BNPL - Compre agora, pague depois
- Novo financiamento ou leasing de automóvel
- Novo cartão de crédito
- Nova linha de crédito com garantia de imóvel
- Nova hipoteca, financiamento habitacional ou pagamento de títulos
- Novo empréstimo pessoal
- Novo empréstimo para estudante
- Refinanciamento de empréstimo de automóvel
- Refinanciamento de linha de crédito com garantia de imóvel
- Refinanciamento de hipoteca, financiamento habitacional ou pagamento de títulos
- Refinanciamento de empréstimo pessoal
- Refinanciamento de empréstimo para estudante
- Solicitação de aumento no crédito disponível para um cartão de crédito existente
- Nova linha de crédito com carro em garantia\*\*
- Linha de crédito refinada com carro em garantia\*\*



\*\*Opções de resposta somente para o Brasil.

A pesquisa Consumer Pulse da TransUnion realizada com 11.488 pessoas consumidoras foi conduzida de 5 a 23 de fevereiro de 2024 pela TransUnion em parceria com o provedor de pesquisa terceirizado, Dynata. Pessoas de 18 anos ou mais que residem no Brasil, Canadá, Chile, Colômbia, Guatemala, República Dominicana, Hong Kong, Filipinas, África do Sul, Reino Unido e EUA foram entrevistadas por meio de um método de pesquisa painel on-line combinando o uso de dispositivos como computador desktop, celular e tablet. As perguntas da pesquisa foram administradas em chinês (Hong Kong), inglês, francês (Canadá), português (Brasil) e espanhol (Chile, Colômbia, República Dominicana e Guatemala). Para aumentar a representatividade nos dados demográficos dos residentes, a pesquisa incluiu cotas para equilibrar as respostas às dimensões estatísticas do censo de idade, gênero, renda familiar e região. As gerações são descritas da seguinte maneira: Geração Z, entre 18 e 26 anos; Millennials, entre 27 e 42 anos; Geração X, entre 43 e 58 anos; Baby Boomers, acima de 59 anos. Observe que alguns percentuais do gráfico podem não somar 100% devido ao arredondamento ou à variedade das respostas aceitas.

**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](http://authomix.com.br)





## Rio Grande do Sul tem missão complexa para evitar que peças danificadas retornem ao mercado por vias paralelas

*Aparato regulatório, no entanto, dá sustentação ao estado neste trabalho, que abrange estoque de peças novas e veículos sucateados*

Nas últimas reportagens do Novo Varejo, você tem acompanhado os detalhes dos prejuízos que as enchentes no Rio Grande do Sul trouxeram a todo o ecossistema automotivo. Com a perda de veículos de pessoas físicas, frotas inteiras de locadoras, veículos 0km nos pátios das concessionárias, estoques de lojas e distribuidoras de autopeças, além de equipamentos nas oficinas, os danos passam da casa dos bilhões de reais.

À medida que a magnitude do problema tem sido quantificada por cada um dos players envolvidos, porém, aumentam as preocupações quanto a questões intangíveis que, como em um 'efeito rebote', podem trazer prejuízos duradouros não só para as empresas do setor, mas para a sociedade em geral. Entre esses pontos, um dos que mais chamam a atenção neste momento de retomada diz respeito à destinação das autopeças danificadas pelo contato prolongado com a água que ficou das enchentes.

Não é preciso ser nenhum especialista em mecânica automotiva para aferir o estrago feito por essa imersão na água suja. Ainda assim, é importante recorrer a experts como o mecânico e palestrante Tales Domingues, conhecido nas redes sociais como 'Doutor Carro', para lembrar o quão sensíveis as peças de ferro ou alumínio são a esse contato.

Dono de uma base de mais de 250 mil seguidores no Instagram, Domingues destaca que a simples composição da água – baseada nos elementos hidrogênio e oxigênio – já é, por si só, capaz de levar peças variadas a um rápido processo de oxidação.

Essa dinâmica destrutiva da relação entre autopeças e água é, aliás, o principal fator pelo qual, de acordo com levantamento realizado pela Fraga Inteligência Automotiva, os prejuízos de varejos e distribuidores gaúchos no âmbito do estoque alcançam o valor de R\$ 380 milhões.

Tamanha perda somada a um cenário repleto de vulnerabilidade nos aspectos econômico e social tem feito crescer entre as lideranças do aftermarket automotivo brasileiro a preocupação quanto à destinação que será dada a estes estoques perdidos. Afinal, tanto a tentativa de mitigação dos danos financeiros quanto a falta de cuidado no descarte dos produtos podem resultar na entrada de uma enxurrada de autopeças danificadas no mercado pelas vias informais. Neste contexto, o presidente do Sincopeças do Rio Grande do

Sul, Marco Antônio Vieira Machado, destaca que a situação exige muita atenção de toda a cadeia em torno de práticas de orientação e fiscalização do descarte correto desses estoques perdidos. "Desta forma estaremos combatendo o mercado informal, que já era uma preocupação constante, além de proteger a frota brasileira quanto a qualidade técnica das peças e, conseqüentemente, a segurança dos veículos. Não podemos correr o risco de termos, daqui uns meses, uma explosão de problemas veiculares causados por peças, que, a princípio, seriam inutilizáveis", afirmou a liderança.

No conjunto de ações concretas para prevenir que a situação temida se concretize, Machado aponta a necessidade do engajamento das fábricas, para que estas converse com seus distribuidores e lojistas afetados para o recolhimento de peças a fim de realizar análise para seleção do que está em condição de uso ou que foi danificado com destino ao descarte correto, buscando mitigar futuros impasses referentes a garantias. "Aos lojistas e distribuidores a orientação é não descartar mercadorias em lixo comum para que não caiam em mãos erradas como o comércio informal ou desmanches, evitando sua distribuição para todo o Brasil", complementa o presidente do Sincopeças-RS.



**Tales Domingues, o 'Doutor Carro', destaca processo de oxidação de peças submersas**



Pátio da Pestana Leilões já abriga milhares de carros sucateados após enchentes do Rio Grande do Sul

## Legislação minimiza riscos quanto à destinação dos veículos sucateados

Dados coletados por diferentes órgãos apontam que o número de veículos que ficarão inutilizáveis após as enchentes no território gaúcho gira em torno dos 300 mil. Dentro deste volume total, porém, existe uma divisão bastante heterogênea no que diz respeito à propriedade dos automóveis. Exemplos desses diferentes perfis são: carros de empresas como locadoras e concessionárias; carros de pessoas físicas; carros segurados e não segurados. Mas por que isso é importante? A resposta é, mais uma vez, a

destinação das autopeças e das sucatas. Segundo os especialistas ouvidos por nossa reportagem, o grupo dos automóveis vinculados de alguma maneira a pessoas jurídicas (locadoras, concessionárias e seguradoras) é o menos problemático. Isso porque, segundo Fábio Pietoso, leiloeiro profissional e proprietário de uma empresa especializada no segmento, os leilões automotivos serão o destino mais frequente desse grupo e, especialmente no Rio Grande do Sul, essa atividade conta com um aparato bastante robusto no que diz respeito à regulamentação.

### RS deve ter boom de leilões de carros para desmonte nos próximos meses

A busca por desovar a frota diagnosticada com perda total irá desembocar diretamente no aumento do volume de leilões de veículos e sucatas no estado do Rio Grande do Sul. Profissional do setor e proprietário da Turani Leilões, Gustavo Turani afirma que tanto empresas como locadoras, seguradoras e os leiloeiros têm pressa para a realização desses eventos. “Há pressa, pois o próprio pátio dos leiloeiros tende a lotar e, do outro lado, há a forte intenção de recapitalizar”, conta. Dados oficiais do Detran, no entanto, mostram que esse aumento significativo na oferta de leilões ainda não se traduzirá nos eventos dos próximos 30 dias. Isso porque, de acordo com a agenda oficial, o estado terá 1.012 veículos (entre conservados e sucatas) leiloados no período, número inferior à média mensal de 1.330 alcançada no primeiro trimestre de 2024.



Gustavo Turani diz que todos os envolvidos têm pressa em realizar os leilões



**PEÇA ON**  
PESQUISA RÁPIDA. RESULTADOS PRECISOS.

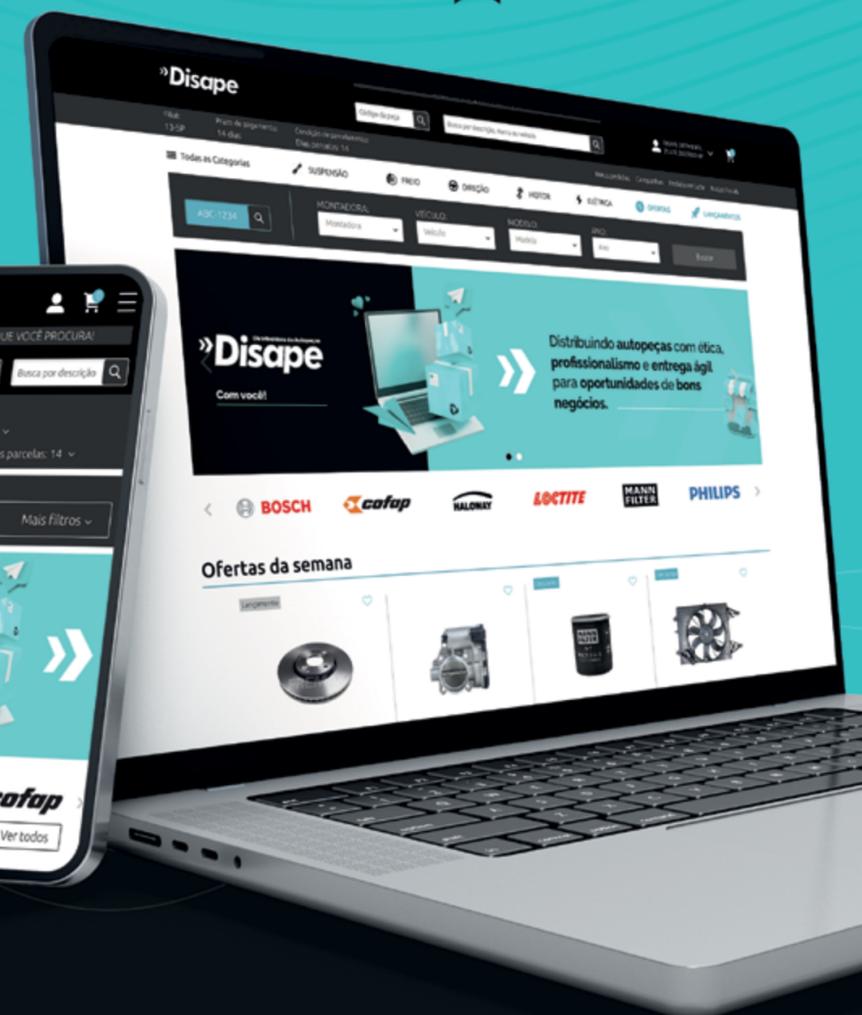


Uma nova experiência de compra de autopeças a um clique de distância.



A credibilidade e confiança de sempre, agora mais moderna, interativa e responsiva, para garantir autopeças e acessórios automotivos das melhores marcas onde você estiver.

Acesse a loja online da **Disape** e aproveite.



Conheça nossas redes sociais:

- Instagram: disapedistribuidora
- Facebook: Disape Distribuidora

Distribuidora de Autopeças  
**Disape**

Compreender a robustez desse conjunto de regras passa por lembrar que o estado foi o primeiro do país a credenciar os chamados desmanches, iniciando este processo em 2011 e concluindo-o no ano de 2015. Tal credenciamento foi fundamental para fazer valer uma regra central no edital dos leilões oficiais gaúchos, regra esta reforçada pelo Detran estadual em posicionamento dado com exclusividade à nossa reportagem.

“Somente podem se habilitar para dar lances em lotes de sucatas os Centros de Desmanches de Veículos Automotores, Comércio de Peças Usadas e Reciclagem de Sucata (CDV) registrados operacionais ou credenciados pelo Departamento Estadual de Trânsito - DETRAN/RS, ou empresas de outras unidades da Federação que tenham como atividade desmontagem de veículos automotores terrestres destinados à comercialização de partes, peças e acessórios automotivos, conforme o Certificado de Credenciamento do Centro de Desmanches de Veículos Automotores, Comércio de Peças Usadas e Reciclagem de Sucata”, afirmou o Detran-RS.

Esse aparato legal e regulatório faz com que líderes do aftermarket como o presidente do Sincopeças-RS, Marco Machado, mostrem-se muito menos preocupados com o destino das peças dos carros do que o fazem quando o assunto se refere aos estoques. Machado destaca, por exemplo, que os CDVs gaúchos contam com um controle de qualidade importante, bem como com um procedimento padrão no quesito cuidado ambiental e, só depois de verificar que as peças atendem a critérios padronizados pelo Inmetro e pelo próprio Detran, é que as disponibilizam para venda. Além de um processo de qualidade bastante estruturado, o universo dos desmanches do Rio Grande do Sul conta com um importante mecanismo de transparência na distribuição e venda desses produtos reutilizáveis: o site Peça Legal.

Criado no ano de 2021, o espaço consiste em uma ferramenta de busca que reúne o estoque cadastrado e permite pesquisas por tipo de veículo (carros, motos, caminhões, ônibus e outros), pelo nome da peça que o cidadão procura e também pelo modelo de veículo.

“As peças comercializadas pelos estabelecimentos têm rastreabilidade de origem e respeitam critérios técnicos de segurança e normas ambientais. Já as peças não reutilizáveis vão para destinação ecológica” garante o Detran-RS.

Tudo isso disciplina e regulariza o destino das peças retiradas dos carros comercializados em leilão para desmonte dentro das regras estabelecidas impedindo, por exemplo, que componentes relacionados à segurança não sejam vendidos. Mas, não há como evitar uma realidade: muitos milhares de peças fruto de

desmonte de veículos, ainda que obedecendo a um arcabouço legal, retornarão ao mercado e representarão concorrência com os estabelecimentos do aftermarket automotivo.

#### Desova

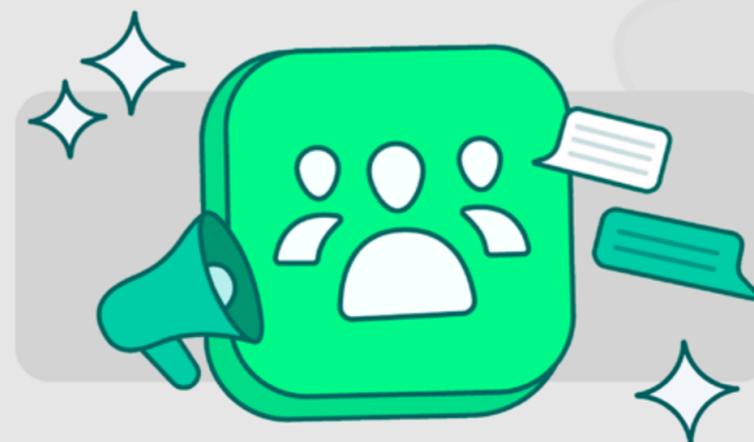
A situação, no entanto, se torna mais complexa quando se trata da destinação dos veículos não segurados pertencentes a pessoas físicas. Nestes casos, a via de ‘desova’ se torna muito mais diversa e exige maior atenção das autoridades fiscalizadoras.

O primeiro motivo da preocupação adicional em relação a esses automóveis está relacionado ao volume – fontes do mercado indicam que, dentro do escopo de cerca de 300 mil veículos, o percentual de automóveis sem cobertura de seguro chega a 80%. Já o segundo ponto e, talvez ainda mais sensível, está relacionado à falta de controle e padronização na destinação dos carros sucateados. Afinal, por tratarem suas negociações no modelo de ‘varejo’, os proprietários dos automóveis tendem a abrir seus leques de opções e vender seus carros inutilizáveis pela via mais lucrativa possível, ainda que isso signifique não ser necessariamente a mais responsável.

Um exemplo dessa pluralidade de opções e caminhos a serem seguidos daqui pra frente foi dado pelo CEO da JVMC Participações, Rodrigo Clemente, cuja empresa está trabalhando para trazer uma frota de 18 mil veículos para São Paulo. “Nossa intenção é trazer todo esse material, com a devida documentação e a ajuda de uma empresa do Sul para a realização de um processo de separação e descontaminação das peças, revender essas autopeças para a indústria e reverter o valor arrecadado em eletrodomésticos para as pessoas que perderam tudo na tragédia”, compartilhou Clemente.

Apesar das preocupações expressas publicamente por nomes do mercado como o diretor da distribuidora Auto Pratense, Rogério Colla, o Sincopeças-RS observa que o cenário tal como está posto pode, também, representar uma oportunidade e não um problema para o aftermarket como um todo. Por meio da opinião de Machado, seu presidente, a entidade projeta que os veículos não segurados provocarão um aumento importante na procura por serviços de recuperação, movimentando toda a cadeia de negócios do mercado independente. “Os veículos muito novos que derem perda total provavelmente serão recuperados e irão a leilão com valores atrativos. Imagino que o descarte de veículos dessa natureza será pequeno e não irá comprometer nem o Rio Grande do Sul, nem o Brasil”, projetou a liderança, acrescentando que os veículos zero quilômetro não emplacados serão desmanchados pelas próprias montadoras.

aftermarket  
automotivo  
comunidade



### 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



A.TV

## Presidente do Sindirepa Brasil, Antonio Fiola comenta impacto da enchente nos carros e nas autopeças

**Novo Varejo - Por que a exposição a enchentes e alagamentos pode tornar uma autopeça inutilizável?**

**Antonio Fiola** - Porque a água acaba causando corrosão, ferrugem e danifica o funcionamento das peças. Dá para recuperar o carro quando a água não atinge o painel. É importante destacar que, no caso da enchente, a água é suja e vem com barro e contamina mais ainda.

muito, a água geralmente acaba comprometendo, o fabricante é que pode avaliar melhor cada situação. No caso de recuperação do veículo, se a água não atingiu o painel do carro, pode ser feita a troca dos feltros e tratamento com higienização interna, mas a água também não pode entrar no escapamento e pelo filtro de ar porque dá calço hidráulico se o carro estiver em movimento.

**NV - Quais são os componentes mais sensíveis a estes cenários?**

**AF** - Os módulos eletrônicos são os mais sensíveis e acabam oxidando. O módulo fica com água, vai evaporando e forma o zinabre e pode acarretar problemas futuros, por isso a parte eletrônica é a mais sensível.

**NV - Quais riscos o retorno dessas peças via mercado irregular, sem uma avaliação criteriosa, representam não apenas para o aftermarket, mas sobretudo para a segurança no trânsito?**

**AF** - Isso é muito preocupante porque sem avaliação pode ser extremamente perigoso e trazer prejuízos para os reparadores, que devem ficar atentos e, principalmente, aos donos dos carros, pois pode colocar em risco a segurança no trânsito. É uma situação muito complexa e delicada – não tem protocolo definido para essa situação tão atípica que o Rio Grande do Sul viveu.

**NV - Existem maneiras seguras de recuperar autopeças expostas a alagamentos e enchentes por longos períodos?**

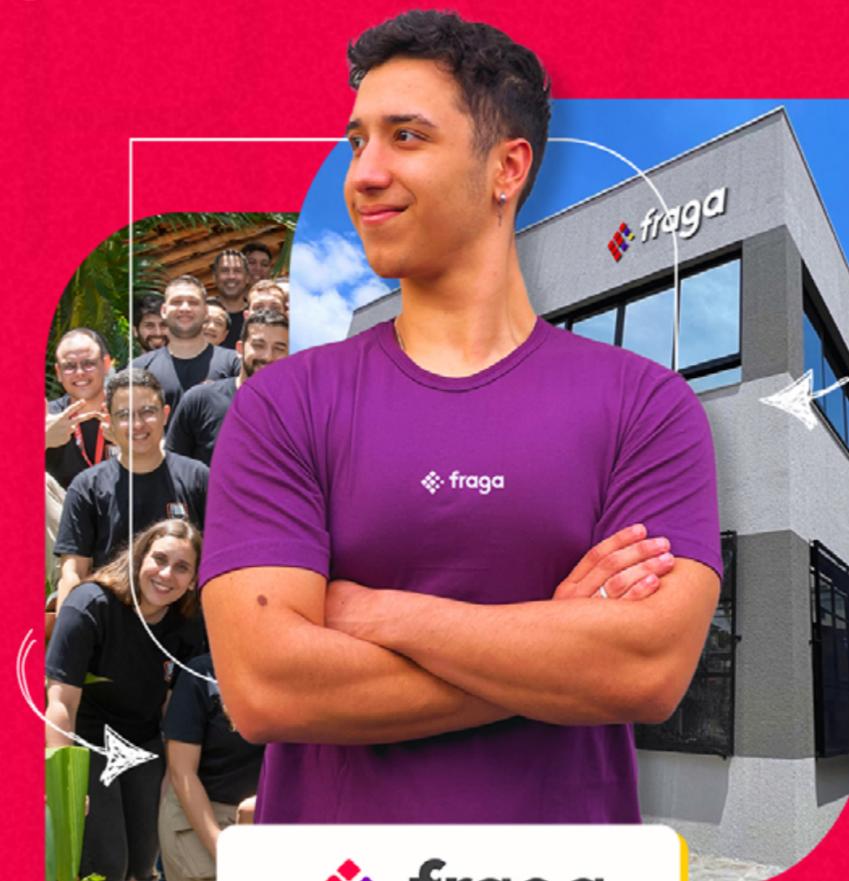
**AF** - Falando em autopeças é muito complicado, depende



Fiola avalia situação como complexa e delicada visto que não há protocolo para uma crise tão impactante

Quando o novo  
se junta com  
um legado

nasce uma  
**nova era.**



 **fraga**

Bem-vindos à nova era  
da reposição automotiva.

 fraga inteligência automotiva

 fraga.com.br

 (19) 97118-1895



## Detran-SP lança campanha para combater comércio ilegal de peças com origem no crime

O Departamento Estadual de Trânsito de São Paulo (Detran-SP), em parceria com a Secretaria de Segurança Pública (SSP), lançou campanha de combate ao uso de peças ilegais no estado: "Quem compra peças ilegais paga o preço pelo crime". A iniciativa quer sensibilizar e educar a sociedade sobre os riscos do comércio ilegal das chamadas "peças de sangue", obtidas a partir do roubo e furto de veículos.

A campanha inclui três filmes, banners eletrônicos e spot de rádio. A veiculação, que começou em 9 de junho, é em emissoras abertas de televisão e de rádio, além de redes sociais e ambientes acessíveis ao público, como os canais do Disque Denúncia. Os filmes projetam imagens de anúncios de comercialização de autopeças (como central multimídia e roda de liga leve) enquanto, ao fundo, simulam sons de crimes envolvendo veículos. Na medida em que o sangue das vítimas é respingado nas peças, os preços de venda anunciados vão sendo reduzidos. A mensagem reforça a ideia de que o valor, abaixo dos de mercado, das "peças de sangue" só é praticado porque a origem do item é criminosa. O preço a ser pago, muitas vezes, é o da vida de quem sofreu o roubo do veículo, por exemplo. Neste contexto, o consumidor que compra esse tipo de peça acaba alimentan-

do o mercado do crime. Os filmes também incentivam as pessoas a conferirem a procedência da peça nos canais oficiais do Detran-SP antes da compra, além de denunciarem situações suspeitas e ilegais pelo Disque Denúncia 181. No spot de rádio, o conceito é o mesmo, com anúncios das promoções de preços dos itens sendo substituídos pelos sons de roubo do veículo.

As peças impressas ou eletrônicas (banners) adotam o mesmo mote criativo a partir do slogan "Quem compra peças ilegais paga o preço pelo crime". Entretanto, em vez da queda progressiva do preço cobrado, simulam anúncios de peças em promoção, nas quais o preço original do item, na média do mercado, é riscado e substituído pela "oferta" de roubo, assalto ou latrocínio. Além disso, também destacam o canal do Disque Denúncia 181, para acolher denúncias dos cidadãos sobre atividades suspeitas ou irregulares no comércio de autopeças.

"Todas as vezes em que se compra uma peça de maneira ilegal há a grande probabilidade de que ela, de fato, esteja 'suja de sangue', pois pode ser produto de um furto ou de um latrocínio. No mínimo, alguém foi lesado para que ela seja vendida ilegalmente, mais barata. Essa peça pode ter custado a vida de alguém", ressalta o diretor-presidente do Detran-SP, Eduardo Aggio.

## Mercado de autopeças usadas e o monitoramento pelo Detran-SP

O mercado ilegal de autopeças faz novas e constantes vítimas, pois é o crime que abastece seu estoque. A Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo registrou, de janeiro a abril de 2024, 9.685 casos de roubos e 30.283 de furtos de veículos.

Exatamente para coibir essas práticas ilegais, desde 2014, com a instituição da Lei nº 12.977, o Detran-SP é o responsável por regular e coordenar a atividade do mercado de veículos automotores terrestres. Atualmente, o órgão autoriza apenas três segmentos de empresas credenciadas a venderem autopeças, como empresas de comércios, recuperadoras e desmontadoras de veículos e peças, desde que devidamente regularizadas e credenciadas. Além da autorização do Departamento de Trânsito, os desmontes também precisam da certificação da Companhia Ambiental do Estado de São Paulo (Cetesb) para funcionarem regularmente.

A meta do Detran-SP é mais que triplicar as ações

contra os desmanches clandestinos em todo o estado, até fim de junho: 850 neste primeiro semestre, contra 249 no ano passado, um aumento de 241%. O comércio legalizado de autopeças usadas no estado prevê a etiquetagem de cada item com um código de barras, monitorado pelo Detran-SP. Os itens registrados ficam disponíveis para consulta (até a venda) em sistema - que indica também os desmontes cadastrados onde uma determinada peça pode ser encontrada. Estão em estoque atualmente 8,16 milhões de peças usadas de veículos, devidamente seriadas, das quais 1,48 milhão foram lançadas em sistema nos últimos 12 meses, 138.505 delas no último mês. O Detran-SP mantém 1.114 empresas credenciadas para a venda de autopeças usadas, sendo 865 desmontes legais e 138 recuperadoras. Nesta lista, constam 16 recicladoras, que não podem vender autopeças individualmente, apenas carcaças ou carros compactados e prensas.

## 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?





## Legislativo conclui votação do Programa Mover

*Nova política do setor automotivo brasileiro estimula pesquisa e desenvolvimento, além de incentivar veículos menos poluentes*

A Câmara dos Deputados concluiu no último dia 11 de junho a votação do projeto de lei que institui o Programa Mobilidade Verde e Inovação (Mover). O texto seguiu para sanção presidencial. O projeto prevê incentivos financeiros de R\$ 19,3 bilhões em cinco anos e redução do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) para estimular a pesquisa e o desenvolvimento de soluções tecnológicas e a produção de veículos com menor emissão de gases do efeito estufa.

O relator da proposta, deputado Átila Lira (PP-PI), ressaltou que a criação do Mover é de extrema relevância para a economia brasileira. “Por meio do Programa Mover, teremos um incentivo para a produção nacional e para o desenvolvimento tecnológico e ambiental, com repercussão evidente na geração de emprego e renda em nosso País”, disse.

Em plenário, os deputados aprovaram 11 emendas do Senado

ao Projeto de Lei 914/24, entre elas a que exclui regras sobre exigência de conteúdo local em exploração de petróleo e a que exclui a previsão de incentivos à produção de bicicletas.

O projeto foi originalmente apresentado pelo Poder Executivo, que aproveitou o texto da Medida Provisória 1205/24. Um decreto presidencial e uma portaria do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDICS) já regulamentaram o tema quanto à redução do IPI e à habilitação dos projetos das indústrias e montadoras do setor para acessar os incentivos financeiros, orçados em R\$ 3,5 bilhões para 2024.

Para terem acesso aos incentivos do Mover, as empresas devem ter projetos aprovados pelo ministério e aplicar percentuais mínimos da receita bruta com bens e serviços automotivos na pesquisa e no desenvolvimento de soluções alinhadas à descarbonização e à incorporação de tecnologias assistivas nos veículos.

MAIORES & MELHORES

em distribuição de autopeças

PESADOS

## Vem aí a primeira edição do Maiores e Melhores Pesados

O maior portfólio de pesquisas no Aftermarket Automotivo brasileiro ganha um novo e inédito estudo a partir deste ano. O After.Lab já está realizando a primeira edição da pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças Pesados. Pela primeira vez, o varejo de componentes para caminhões e ônibus terá a oportunidade de avaliar os produtos e serviços oferecidos por seus fornecedores.

Em breve divulgaremos, nas edições do Novo Varejo Automotivo, o calendário de divulgação dos resultados.

**AMPLIE A VISIBILIDADE DA SUA MARCA NO SEGMENTO DE PESADOS**

Consulte sobre pacotes de patrocínio:

(11) 99981-9450 | [comercial@novomeio.com.br](mailto:comercial@novomeio.com.br)

REALIZAÇÃO

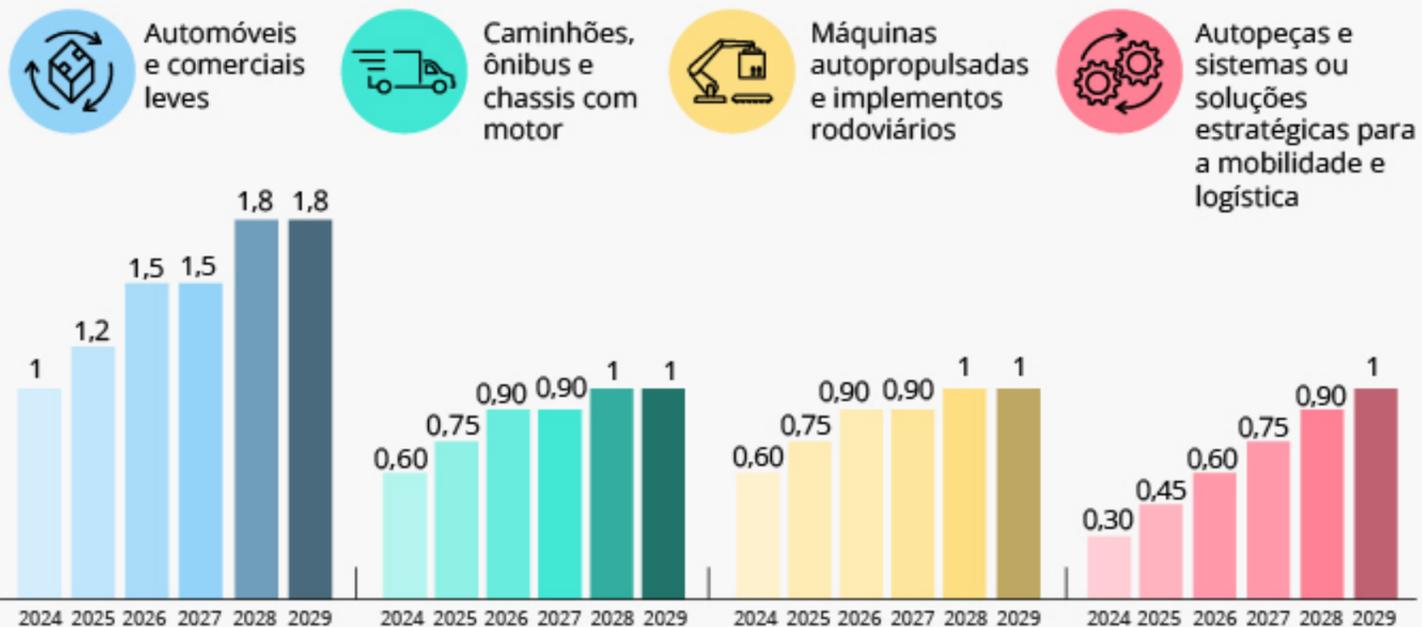


DIVULGAÇÃO



## Percentuais de investimento para contar com benefícios do Mover (incidentes sobre a receita bruta)

### Produto fabricado ou comercializado em %



Fonte: Portaria MDCIS 43/24

Arte: Agência Câmara 03/06/24

## Elétricos X híbridos

Por meio de decreto publicado no último dia 4 de abril, o Poder Executivo diminuiu em 3 pontos percentuais o IPI para veículos de passeio híbridos com motor a combustão movido a etanol ou gasolina/etanol (flex).

A redução valerá até 31 de dezembro de 2026 e, somada à volta do Imposto de Importação sobre veículos híbridos e elétricos, torna mais caros os elétricos em relação aos híbridos com opção de etanol, inclusive se fabricados no Brasil. Os veículos híbridos são definidos na portaria do MDICS como aqueles com motor elétrico e motor a combustão,

seja o motor elétrico abastecido por baterias recarregáveis externamente ou apenas por meio do aproveitamento da energia de frenagem ou de parte daquela gerada pela combustão.

Com esse desconto, as alíquotas para os híbridos variam de 3,77% a 12,05% de IPI, segundo a massa (inclui opcionais, acessórios e combustível) do veículo em marcha e a eficiência energética (quanta energia é necessária para movê-lo em 1 km). Já os exclusivamente elétricos terão alíquotas de 5,27% a 13,55%.

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

**MAIS**  
AUTOMOTIVE

WWW.MAISAUTOMOTIVE.COM.BR



CONFIRA AS NOSSAS REDES SOCIAIS

### WEGA MOTORS LANÇA KIT DE FILTRO PARA TROCA COMPLETA

A Wega Motors anunciou o lançamento de seu mais novo produto: o Kit de Filtro para Troca Completa, que propõe avanço na maneira como motoristas e profissionais da área realizam a manutenção de veículos leves e VUCs. São 99 modelos diferentes de kits. “Nosso principal objetivo é mudar o conceito de troca de filtro. Ao realizar a troca do filtro do óleo, é essencial efetuar também a substituição completa dos quatro filtros principais. Nossa abordagem não apenas simplifica o processo de manutenção, mas também garante o máximo desempenho e longevidade do veículo”, diz Thuaney Castro, Gerente de Marketing da Wega Motors.



Novidade já está disponível nos distribuidores da marca

### NOVOS ITENS KS PARA DIFERENTES MARCAS E MODELOS

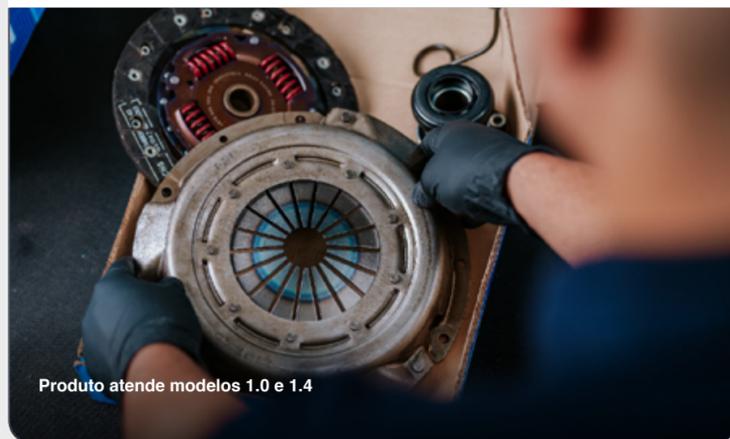
A Motorservice, divisão responsável pela comercialização das marcas Kolbenschmidt (KS), Pierburg e BF no mercado de reposição, lançou neste mês de junho aproximadamente 30 novos itens para diferentes marcas e modelos. Na linha leve e utilitários entre os lançamentos estão os anéis de segmento para os veículos da Nissan – March e Versa, Renault – Oroch, Duster, Captur, Sandero e Logan; pistão com anel para os modelos Nissan March e Versa; válvulas de admissão e escape para Mitsubishi Lancer, Outlander e ASX e também para os veículos Chevrolet S10 e Trailblazer.



Entre os novos componentes estão pistão com anel, conjunto motor kit, camisas, anéis de segmento, bronzinas de mancal, válvulas de admissão e escape

### NOVO KIT DE EMBREAGEM SACHS PARA MODELOS CHEVROLET ONIX

A ZF Aftermarket aumenta sua gama de produtos para carros de passeio e lança no mercado de reposição Kit de Embreagem com atuador SACHS para aplicação em modelos Chevrolet Onix. O produto atende Onix 1.0 e 1.4 de quatro cilindros e seis marchas, fabricados a partir de 2016.



Produto atende modelos 1.0 e 1.4

### PACCAR PARTS APRESENTA FLUIDO DE ARREFECIMENTO

A PACCAR Parts anuncia o lançamento do Fluido de Arrefecimento DAF Xtreme Longlife Coolant. O lançamento já vem pronto para uso e é indicado para todos os modelos da DAF Caminhões e para uma ampla gama de veículos multimarcas, iniciando pela categoria de leve até super pesados. O produto está disponível em duas embalagens (4 litros e 20 litros) e pode ser encontrado nas concessionárias DAF e também nas lojas TRP.



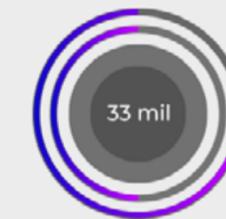
Produto é indicada para todos os modelos DAF Caminhões e veículos multimarcas

### Resultados de Audiência que Impulsionam esse Aftermarket

Traga a sua marca para os ambientes digitais onde estão seus clientes diretos e indiretos.

(dados dos últimos 90 dias)

**33 mil acessos ao nosso site:** Prova de que nosso conteúdo é relevante e atrai atenção.



**18 mil usuários únicos:** Engajamento e interesse contínuo.

### 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.

**Junte-se a Nós:** Alcance e engajamento que impulsionam grandes marcas!

**Anuncie** - comercial@novomeio.com.br



# Vendas no Varejo ficam estáveis em maio

Rio Grande do Sul teve alta de 4,7%, impulsionado por artigos de primeira necessidade

O faturamento do Varejo em maio ficou estável (0,0%), descontada a inflação, em comparação com o mesmo mês de 2023, de acordo com o Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA). Em termos nominais, que espelham a receita de vendas observadas pelo varejista e embutem a inflação, houve alta de 4,0%.

Ao descontar a inflação, o macrossetor de Bens Não Duráveis apresentou alta nas vendas (+2,5%), com destaque para os segmentos de Supermercados e Hipermercados; Cosméticos; e Varejo Alimentício Especializado. Já os macrossetores de Serviços e Bens Duráveis e Semiduráveis registraram quedas de 5,1% e 1,7%, respectivamente. O resultado negativo de Serviços foi influenciado principalmente por Turismo e Transporte; enquanto Bens Duráveis se ressentiram da retração em Vestuário e Artigos Esportivos. "O Dia das Mães representou um alento para o Varejo no mês de maio. Setores presenteáveis, como Óticas e Joalherias, tiveram desempenho acima da média. O segmento de Móveis, Eletro e Departamento seguiu na mesma direção e ajudou o comércio de maneira geral a não registrar variação negativa", afirma Carlos Alves, vice-presidente de Tecnologia e Negócios da Cielo. Rio Grande do Sul O Varejo no estado cresceu 4,7% em maio, descontada a inflação, em comparação com o mesmo mês do ano passado. Em termos nominais, a alta foi de 8,6%. "Apesar das enchentes que assolaram o estado durante o mês, o faturamento do Varejo subiu, impulsionado principalmente pela compra de produtos essenciais encontrados em supermercados, postos de gasolina e farmácias", afirma Alves. "Houve crescimento também no setor de Móveis, Eletro e Departamento, possivelmente provocado pelas perdas de itens desta categoria nas enchentes". O executivo lembra que o governo

federal divulgou medidas de auxílio financeiro para a população do estado, como saque antecipado do FGTS, antecipação do Bolsa Família, restituição do imposto de renda e liberação de duas parcelas antecipadas do seguro-desemprego. "Essas medidas podem ter contribuído para o crescimento do comércio no estado ao longo do mês de maio", diz.

## E-commerce e vendas presenciais

Em termos nominais, ou seja, que refletem a receita observada pelo varejista, o e-commerce cresceu 5,8% em maio no país. Já as vendas presenciais cresceram 3,6% em relação ao mesmo mês de 2023.

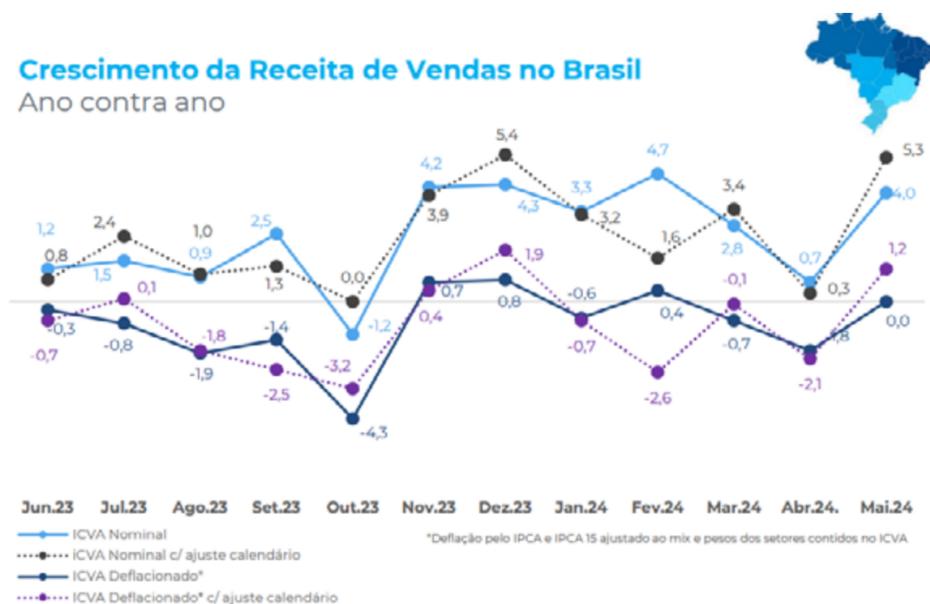
## Inflação

O Índice de Preços ao Consumidor Amplo 15 (IPCA-15), prévia do IPCA divulgada pelo IBGE, registrou alta de 0,44% para o mês de maio. Segundo o instituto, o principal impacto de alta veio do reajuste de preço da gasolina. Ao ponderar o IPCA e o IPCA-15 pelos setores e pesos do ICVA, a inflação do varejo ampliado acumulada em 12 meses em maio foi de 3,7%.

## Regiões

De acordo com o ICVA deflacionado e com ajuste de calendário, os resultados de cada região em relação a maio de 2023 foram: Sul (3,2%), Nordeste (0,8%), Centro-Oeste (0,4%), Sudeste (0,4%) e Norte (-0,1%). Pelo ICVA nominal – que não considera o desconto da inflação – e com ajuste de calendário, os resultados foram: Sul (7,1%), Nordeste (5,6%), Sudeste (5,2%) Norte (4,3%) e Centro Oeste (3,5%).

Crescimento da Receita de Vendas no Brasil  
Ano contra ano



## Índice Cielo de Varejo Ampliado

Período analisado: 01/05/24 – 31/05/24

### Deflacionado



Crescimento ano contra ano, deflacionado e sem ajuste de calendário.

### Nominal



em comparação com o mesmo período de 2023.

### E-commerce



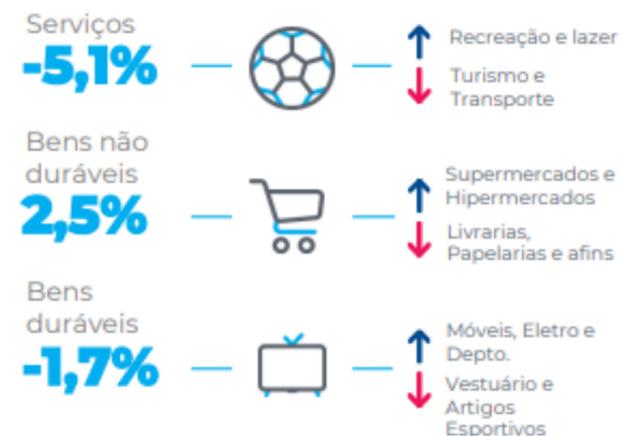
em comparação com o mesmo período de 2023.

### Comércio físico

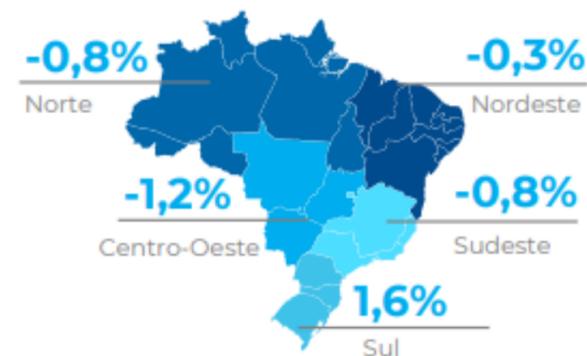


em comparação com o mesmo período de 2023.

## Macrossetores | Crescimento na passagem anual:



## Desempenho deflacionado do varejo por regiões



O Dia das Mães representou um alento para o Varejo no mês de maio. Setores presenteáveis, como Óticas e Joalherias, tiveram desempenho acima da média. O segmento de Móveis, Eletro e Departamento seguiu na mesma direção e ajudaram o comércio de maneira geral a não registrar variação negativa.

## Portfólio After.Lab de Estudos de Mercado

Maior acervo de pesquisas em tempo real sobre o Aftermarket Automotivo

### MAPA

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

### ONDA

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

### LUPA

**Lubrificantes em Pesquisa no Aftermarket Automotivo.** O estudo apura a participação dos óleos de motor, transmissão, direção, diferencial, além de 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.**

### VIES

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

**AFTER.LAB**

aftermarket  
automotivo

novovarejo  
automotivo

MAIS  
AUTOMOTIVE

Q.TV

MAIORES & MELHORES  
em Distribuição de Autopeças

Prêmio  
INOVA  
PROPOSTA BY AFTER.LAB

WIPAC

Nhm

## Vendas no varejo de veículos e motos, partes e peças crescem 28,8% em um ano

Na passagem de março para abril, setor varejista como um todo avançou 0,9%, quarto bom resultado seguido

Na passagem de março para abril, as vendas totais no comércio varejista no país cresceram 0,9%, atingindo o maior patamar da série. Esse foi o quarto resultado positivo seguido do setor, que acumula alta de 4,9% no ano e de 2,7% nos últimos 12 meses. Os dados são da Pesquisa Mensal de Comércio (PMC), divulgada pelo IBGE.

“Esse comportamento de quatro pontos não negativos seguidos também aconteceu no ano passado, entre junho e setembro, mas com amplitudes menores. Neste ano, o varejo veio com resultados mais expressivos e, nos últimos três meses, vem alcançando o último recorde da série com ajuste sazonal, que havia sido em outubro/novembro de 2021”, explica Cristiano Santos, gerente da pesquisa.

Das oito atividades pesquisadas, cinco avançaram em abril, com destaque para hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (1,5%) e equipamentos e material para escritório, informática e comunicação (14,2%), que exerceram as principais influências sobre o resultado geral.

No segmento de combustíveis e lubrificantes (2,2%), o resultado de abril é a primeira alta do ano. “Nessa atividade, houve um comportamento parecido com o de hiper e supermercados. Em janeiro, observamos um resultado próximo de zero, seguido de duas quedas.

Essa base de comparação baixa deu oportunidade de crescimento nessa passagem de março para abril”, avalia Cristiano. No comércio varejista ampliado, que inclui, além das atividades do varejo, as de veículos, motos, partes e peças, material de construção e atacado de produtos alimentícios, bebidas e fumo, houve queda de 1,0%.

### Vendas setoriais avançam 2,2% em um ano

As vendas do varejo avançaram 2,2% na comparação com abril do ano passado. O crescimento foi disseminado por seis dos oito setores: artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria (18,9%), equipamentos e material para escritório informática e comunicação (16,1%), móveis e eletrodomésticos (8,0%), outros artigos de uso pessoal e doméstico (4,6%), livros, jornais, revistas e papelaria (2,4%) e combustíveis e lubrificantes (1,8%). Já hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-1,3%) teve um resultado negativo nesse indicador pela primeira vez desde julho de 2022 (-0,3%). O setor de tecidos, vestuário e calçados (-1,5%) também recuou nessa comparação.

Duas atividades do varejo ampliado registraram crescimento nas vendas: veículos e motos, partes e peças (28,8%) e material de construção (16,3%). Já para o outro setor adicional, atacado de produtos alimentícios, bebidas e fumo, houve queda de 13,0%.

### Vendas crescem em 18 unidades da federação em relação a março

Com o avanço de 0,9% no volume de vendas do varejo ante o mês anterior, 18 unidades da federação registraram alta. As maiores variações ficaram com Rondônia (5,1%), Roraima (4,5%) e Amapá (3,7%). Entre as nove no campo negativo, os destaques foram Maranhão (-1,4%), Bahia (-1,2%) e Paraíba (-1,1%). Para comércio varejista ampliado, nessa mesma comparação, os resultados positivos vieram de 16 unidades da federação. Goiás (8,2%), Roraima (7,3%) e Amapá (5,2%) tiveram as maiores variações. No lado negativo, os destaques foram São Paulo (-4,1%), Maranhão (-3,7%) e Tocantins (-3,0%).



## Varejo brasileiro precisa avançar no comércio fluido, diz KPMG

O potencial do Brasil no comércio fluido é enorme, considerando que apresenta forte presença de lojas físicas e uso intenso de mídias sociais. Muitas transações de varejo já são multicanais, com consumidores pesquisando produtos on-line antes de comprá-los nas lojas físicas. Ainda assim as empresas do setor precisam avançar mais no assunto para melhorar a experiência do consumidor e diminuir pontos de fricção. Essas afirmações constam no estudo “Rumo ao comércio fluido – o desafio do comércio centrado no cliente: uma revisão global”, feito pela KPMG. O relatório avalia o cenário atual do comércio em países como Alemanha, Austrália, Brasil, Canadá, China, Estados Unidos, Índia e Reino Unido.

O conteúdo destacou também que os consumidores brasileiros ainda gostam de lojas físicas, com uma forte cultura de ida aos shoppings, mas o comércio eletrônico está crescendo rapidamente, a uma taxa de 14,3% ao ano, devendo ultrapassar US\$ 200 bilhões até 2026. Outro dado é que a confiança do consumidor brasileiro está em seu nível mais alto desde 2019. Com a queda do desemprego e da inflação, as perspectivas econômicas são encorajadoras; além disso, o ciclo de redução da taxa de juros está apenas começando. “Confiar em equipes e departamentos que se comunicam entre si não é mais o bastante, nem apenas colocar tecnologia e a inteligência artificial na resolução do problema. Os futuros negócios varejistas de sucesso devem abraçar o foco implacável no cliente com uma integração organizacional, para então verificar qual tecnologia que isso requer”, afirma Fernando Gambôa, sócio-líder de Consumo & Varejo da KPMG no Brasil e na América do Sul.

### Ativo

O documento também informa que a loja física de varejo ainda é a forma mais importante de fazer compras no Brasil e se tornou

um ativo crucial nas estratégias de varejo, oferecendo uma experiência de compra superior em comparação com o comércio eletrônico, na medida em que proporciona aos consumidores a chance de testar produtos e os varejistas treinam funcionários, atuando como embaixadores da marca.

Outra conclusão é que a forma como o consumidor se relaciona com o comércio hoje tem muitos caminhos, estando cada vez menos linear, por isso é importante as empresas estarem presentes em todos os canais e pontos de contato, de forma integrada. Nesse sentido, a loja física ganha um novo papel dentro dessa interação com o cliente. O Brasil tem uma enorme gama de lojas físicas e muitos usuários de mídias sociais; o país é um dos maiores consumidores mundiais de redes sociais e 67% dos compradores dizem procurar produtos no Instagram.

Um grande desafio ao comércio brasileiro integralizado citado no estudo é o atendimento ao cliente que mora em locais de difícil acesso, incluindo as regiões rurais e as comunidades sem códigos postais, devido ao enorme tamanho do país e suas diferenças regionais. Como formas de iniciativas para solucionar esse problema, os varejistas estão investindo forte em logística, usando dados e IA para reduzir custos e melhorar a conveniência. Muitos supermercados agora entregam mantimentos em até uma hora em áreas urbanas. Startups já alcançam comunidades sem códigos postais, por meio de técnicas de rastreamento sofisticadas e funcionários locais. As lojas estão sendo cada vez mais usadas como centros de distribuição e pontos de “clique e retire”, nas grandes cidades. “Acreditamos que o varejo está diante de uma terceira onda de disrupção digital. Na era multicanal, os mercados on-line e físico operavam de forma independente, hoje os varejistas começaram a construir pontes para incentivá-los a trabalhar juntos. Com o comércio fluido, estamos agora entrando em uma nova onda evolutiva”, diz Fernando.





## Chuvas no Sul impactam vendas de veículos usados

Relatório divulgado pela FENAUTO sobre as vendas de veículos usados durante o mês de maio apontou que, no mês, não foram registradas transferências feitas no Rio Grande de Sul, entre os dias 07/05 e 26/05, o que provocou uma queda significativa de 78% no resultado do estado. A queda nas vendas está diretamente relacionada às fortes chuvas e inundações que assolaram o Estado e, em maio, foram transferidas 21.184 unidades contra 97.584 em abril.

Em termos nacionais, a variação em razão do resultado no Sul ficou negativa em 8,2%. Mas, mesmo assim, as vendas Brasil fecharam com um resultado acumulado positivo de 6,6% em relação a 2023, chegando a um total de 6.048.587 veículos comercializados no período.

Enilson Sales, presidente da FENAUTO, comenta que “a tragédia que se abateu sobre nossos irmãos gaúchos realmente é triste e todos nós torcemos para que se recuperem logo. Mas, pelas proporções que esse acontecimento atingiu, estimamos que a economia ainda levará um bom tempo para se recuperar plenamente. Isso é realmente preocupante, na medida em que a contribuição das vendas do estado, no resultado nacional, é grande. Vamos acompanhar com atenção a recuperação dos negócios mês a mês e o impacto que elas terão até o final do ano”.

### Modelos mais vendidos em maio

#### CARROS

VW Gol	58.209 unidades
Fiat Uno	32.118 unidades
Fiat Palio	30.669 unidades

#### COMERCIAIS LEVES

Fiat Strada	28.246 unidades
VW Saveiro	17.422 unidades
Toyota Hilux	14.144 unidades

#### MOTOS

Honda CG150	67.794 unidades
Honda BIZ	31.388 unidades
Honda NXR150	27.603 unidades

## Eaton lança linha de transmissões automatizadas Advantor em evento imersivo para montadoras e clientes do setor automotivo

Para apresentar sua nova plataforma de transmissões automatizadas que chegará ao mercado automotivo nos próximos anos, a Eaton organizou um evento imersivo com montadoras e clientes do setor, entre os dias 6 e 14 de junho, na unidade de Valinhos (SP). A linha Advantor foi desenvolvida localmente com suporte do time global e é o grande lançamento do Eaton Experience 2024. Projetada para atender as demandas específicas das frotas brasileiras de veículos comerciais urbanos, estradeiros e vocacionais, a solução possibilita economias de combustível que variam de 10% a 20% dependendo da aplicação quando comparada às transmissões manuais e automáticas e melhor experiência aos motoristas.

A nova série de transmissões contará com três versões diferentes. A Advantor-6, desenvolvida para o mercado de caminhões leves e micro-ônibus; a Advantor-10, destinada ao segmento de caminhões semipesados e a Advantor-8, que equipará ônibus médios. Com expertise no desenvolvimento de soluções automatizadas, a Eaton avança ainda mais nesta tecnologia que agora conta com uma plataforma única de componentes de automação, reduzindo a complexidade de peças, aumentando a robustez, reduzindo manutenção, facilitando o atendimento na área de serviços, o que proporciona economia de custo significativo ao longo de seu ciclo de vida.

“Mais uma vez damos um largo passo rumo ao futuro e às soluções automatizadas, que entregam mais eficiência, durabilidade, segurança e conforto para aplicação em veículos comerciais. O desenvolvimento da linha Advantor foi conduzido com o know-how profundo dos engenheiros do nosso Centro de Pesquisa & Desenvolvimento do Brasil considerando as características e necessidades do mercado automotivo do nosso país”, comenta Antonio Galvão, presidente do Grupo Mobility e Corporativo da América do Sul.

#### Benefícios

A série Advantor será produzida no Brasil e foi desenvolvida sobre uma base mecânica já existente e robusta que reforça os benefícios das transmissões automatizadas. Ela possui recursos que promovem segurança e conforto ao motorista como assistente de partida em rampa, o auto neutro e o modo manobra, permitindo que os motoristas se concentrem na estrada e reduzam o cansaço com a constante troca de marchas das aplicações urbanas. A seleção inteligente de marchas e a comunicação aprimorada com o motor contribuem para melhorar a economia de combustível, reduzindo em até 20% o consumo comparado com transmissões automáticas em veículos vocacionais. Além disso, a Advantor apresenta o melhor intervalo de troca de lubrificante da categoria e a sua embreagem pode durar até duas vezes mais, minimizando ainda mais os custos de manutenção.

A unidade de controle eletrônico totalmente nova possui mais

memória, maior velocidade, Serviços de Diagnóstico Unificado (UDS) disponível em todas as versões, além de estar preparada para as demandas futuras de segurança cibernética, segurança funcional e compatível com todas as aplicações em veículos híbridos e elétricos.



Novidades foram apresentadas em grande evento na planta de Valinhos

### Eaton Experience 2024

Montadoras, distribuidores e demais empresas de transportes conheceram na Eaton Experience 2024 o portfólio completo da marca para o mercado automotivo por meio de conteúdo técnico, plant tour na fábrica de Valinhos e tests drives em caminhões e ônibus com destaque para a nova série de transmissões automatizadas Advantor. Também conheceram mais de perto as várias soluções desenvolvidas para veículos comerciais híbridos e elétricos incluindo breaktor, unidade de distribuição de potência (PDU), inversores, conversores, toda a linha de terminais e conectores com mais de 2,5 mil terminais disponíveis e a família de transmissões 4 velocidades preparada todas as aplicações em veículos comerciais.

O evento expôs, ainda, todo o portfólio de reposição da multinacional, incluindo a linha de componentes originais, Eaton Aftermarket Parts (EAP), ECOBox, linha de transmissões e embreagens remanufaturadas, graxa e lubrificantes, que estão chegando às prateleiras automotivas com nova identidade visual.



Empresa se consagrou cedo no comércio de pneus e hoje atua com amplo portfólio de produtos e serviços

## DPaschoal celebra 75 anos de história em nova fase

Tradicional rede de serviços e produtos para a manutenção veicular teve 70% do controle adquiridos pela Stellantis

A DPaschoal comemora, neste mês de junho, 75 anos de uma trajetória marcada por tradição e confiabilidade. Desde sua fundação, em 1949, a empresa construiu uma história de destaque na prestação de serviços automotivos especializados, além da revenda e distribuição de pneus e peças multimarcas, consolidando-se como uma referência no mercado brasileiro. Recentemente adquirida pela Stellantis, a empresa passa a viver uma nova fase, que traz o objetivo de transformar a DPaschoal na empresa líder do mercado. “Celebramos os 75 anos da DPaschoal com todo o seu legado que, somado à força da Stellantis, impulsiona a empresa no desafio de ser tornar a mais eficiente e rentável do segmento, com novas linhas de produtos e, claro, sempre com foco no cliente”, analisa Paulo Solti, Vice-Presidente de Peças e Serviços da Stellantis para a América do Sul.

Hoje, a DPaschoal tem mais de seis milhões de clientes em sua base cadastral e um índice de satisfação de clientes (NPS) de 88%. A empresa opera mais de 125 lojas próprias espalhadas por oito estados brasileiros, oferecendo uma gama ampla e variada de produtos e serviços para veículos leves, pesados e agrícolas.

Além disso, conta com 28 centros de distribuição de peças e pneus, o que garante sua presença em todo o território nacional. Por meio de diversas plataformas, a DPaschoal trabalha com a multicanalidade para atender a todos os clientes, com propostas B2B e B2C, tanto em e-commerce quanto em lojas físicas, com suas unidades de negócio:

DPK, KDP, AutoZ, Kmaxx, Recmaxx, Autocred e Maxxipel.

### Treinamentos

Destaque em formação de pessoas, a Maxxi Training Academy – criada pela DPaschoal para auxiliar o mercado na construção e distribuição de conhecimento técnico, comercial e de gestão para todos os profissionais do setor automotivo – tem o objetivo de preparar e capacitar profissionais para o mercado de trabalho. Ao longo dos seus 13 anos foram realizadas mais de 150 mil certificações, com formações voltadas à manutenção de veículos de passeio, pesados, motos e linha agrícola, além de treinamentos sobre gestão de negócios.

“Comemorar os 75 anos da DPaschoal é um momento de grande orgulho e um marco crucial em nossa história empresarial. Desde o início, nossos valores de tradição, confiabilidade e dedicação ao cliente têm sido os pilares de nossa jornada. Cada desafio superado e cada conquista alcançada ao longo do caminho contribuíram para tornar a DPaschoal uma referência no setor automotivo brasileiro. Ao longo dessas sete décadas e meia, construímos relações de confiança com nossos clientes, colaboradores e parceiros. Expresso minha sincera gratidão a todos que contribuíram para nosso sucesso – nossos colaboradores, parceiros e, acima de tudo, nossos clientes, combustível diário de nossa dedicação. Comprometemo-nos a continuar honrando essa confiança e aprimorando constantemente nossos produtos e serviços”, avalia Gerson Prado, Diretor-Geral da DPaschoal.

## Número de famílias inadimplentes volta a cair em São Paulo

Inadimplência de maio, que ficou abaixo do mês anterior, já deve estimular o consumo das famílias paulistanas

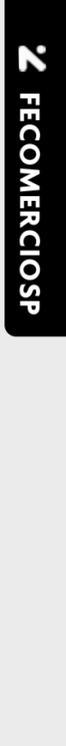
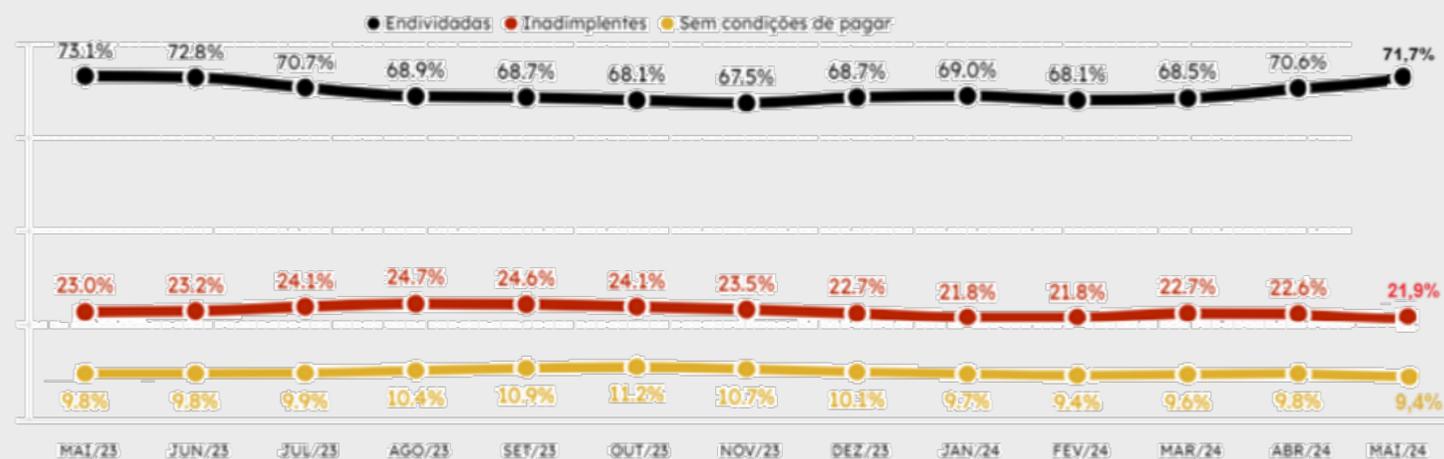
Após um período de estagnação, a inadimplência voltou a cair em São Paulo. Dados da Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC), elaborada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), apontam uma queda no percentual de famílias com contas em atraso — de 22,6% em abril para 21,9% em maio. A redução foi ainda maior em comparação a maio de 2023, que registrou um índice de 23%. Outro dado positivo revelado pela pesquisa foi quanto à quantidade de famílias que afirmam não ter condições de quitar as dívidas em atraso, que diminuiu de 9,8%, em abril, para 9,4%, em maio.

Na análise da FecomercioSP, esse contexto favorável pode ser explicado pela queda na inflação em relação ao primeiro trimestre de 2024, quando principalmente os alimentos sofreram aumento, provocado pelo fenômeno El Niño. No entanto, em maio, a demanda menos aquecida e a estabilização climática promoveram avanços mais modestos nos preços, contribuindo para

um ajuste melhor no orçamento e maior potencial de pagamentos de dívidas em atraso.

A pesquisa mostrou ainda que houve redução do tempo médio de comprometimento da renda com dívida em atraso: de 65,5 dias, em maio de 2023, para 65,2 dias, no mesmo período deste ano. Vale ressaltar que a maior parte das dívidas não passa de 90 dias, o que torna mais fácil o seu pagamento e menor cobrança de juros.

As famílias com renda mais baixa (até dez salários- mínimos) foram as principais responsáveis por esse cenário favorável. Isso aconteceu porque o percentual de inadimplência caiu de 26,1% para 25,3%, entre abril e maio, e é ainda mais significativo se comparado ao ano anterior, quando estava em 27,7%. As famílias com renda mais alta (acima de dez salários-mínimos) também registraram uma queda, mas em menor relevância (-0,8%). Além disso, ainda está com um nível de inadimplência superior ao registrado no ano passado.



Empresa se consagrou cedo no comércio de pneus e hoje atua com amplo portfólio de produtos e serviços

## DPaschoal celebra 75 anos de história em nova fase

Tradicional rede de serviços e produtos para a manutenção veicular teve 70% do controle adquiridos pela Stellantis

A DPaschoal comemora, neste mês de junho, 75 anos de uma trajetória marcada por tradição e confiabilidade. Desde sua fundação, em 1949, a empresa construiu uma história de destaque na prestação de serviços automotivos especializados, além da revenda e distribuição de pneus e peças multimarcas, consolidando-se como uma referência no mercado brasileiro. Recentemente adquirida pela Stellantis, a empresa passa a viver uma nova fase, que traz o objetivo de transformar a DPaschoal na empresa líder do mercado. “Celebramos os 75 anos da DPaschoal com todo o seu legado que, somado à força da Stellantis, impulsiona a empresa no desafio de ser tornar a mais eficiente e rentável do segmento, com novas linhas de produtos e, claro, sempre com foco no cliente”, analisa Paulo Solti, Vice-Presidente de Peças e Serviços da Stellantis para a América do Sul.

Hoje, a DPaschoal tem mais de seis milhões de clientes em sua base cadastral e um índice de satisfação de clientes (NPS) de 88%. A empresa opera mais de 125 lojas próprias espalhadas por oito estados brasileiros, oferecendo uma gama ampla e variada de produtos e serviços para veículos leves, pesados e agrícolas.

Além disso, conta com 28 centros de distribuição de peças e pneus, o que garante sua presença em todo o território nacional. Por meio de diversas plataformas, a DPaschoal trabalha com a multicanalidade para atender a todos os clientes, com propostas B2B e B2C, tanto em e-commerce quanto em lojas físicas, com suas unidades de negócio:

DPK, KDP, AutoZ, Kmaxx, Recmaxx, Autocred e Maxxipel.

### Treinamentos

Destaque em formação de pessoas, a Maxxi Training Academy – criada pela DPaschoal para auxiliar o mercado na construção e distribuição de conhecimento técnico, comercial e de gestão para todos os profissionais do setor automotivo – tem o objetivo de preparar e capacitar profissionais para o mercado de trabalho. Ao longo dos seus 13 anos foram realizadas mais de 150 mil certificações, com formações voltadas à manutenção de veículos de passeio, pesados, motos e linha agrícola, além de treinamentos sobre gestão de negócios.

“Comemorar os 75 anos da DPaschoal é um momento de grande orgulho e um marco crucial em nossa história empresarial. Desde o início, nossos valores de tradição, confiabilidade e dedicação ao cliente têm sido os pilares de nossa jornada. Cada desafio superado e cada conquista alcançada ao longo do caminho contribuíram para tornar a DPaschoal uma referência no setor automotivo brasileiro. Ao longo dessas sete décadas e meia, construímos relações de confiança com nossos clientes, colaboradores e parceiros. Expresso minha sincera gratidão a todos que contribuíram para nosso sucesso – nossos colaboradores, parceiros e, acima de tudo, nossos clientes, combustível diário de nossa dedicação. Comprometemo-nos a continuar honrando essa confiança e aprimorando constantemente nossos produtos e serviços”, avalia Gerson Prado, Diretor-Geral da DPaschoal.

# Efeito RS afeta produção, mas média diária de vendas e nível de emprego animam setor

O ritmo de crescimento da produção foi interrompido em maio pelos reflexos dos alagamentos no Rio Grande do Sul. Fábricas pararam ou tiveram seu ritmo reduzido não só naquele estado, mas também em outras regiões do país, dada a importância estratégica de vários fornecedores gaúchos. De acordo com levantamento da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA), a produção de autoveículos em maio fechou em 166,7 mil unidades, queda de 24,9% na comparação com abril. Greves de algumas fábricas e a operação-padrão de funcionários do Ibama e do Ministério de Agricultura e Pecuária (MAPA), responsáveis por liberações ambientais de veículos e contêineres de componentes, também tiveram efeito negativo sobre a produção. A produção de pesados, ao contrário da de veículos leves, trouxe boas notícias em maio. A de caminhões superou a marca de 50 mil unidades no ano, com elevação de 30% sobre os primeiros cinco meses de 2023. Já os mais de 12

mil ônibus produzidos no período representam o melhor resultado acumulado para o segmento desde 2015. Embora os números absolutos de emplacamentos tenham apresentado retração em relação a abril, este foi o melhor maio em média diária de vendas desde 2019, com 9.250 unidades emplacadas por dia. Isso apesar da queda de 64% no Rio Grande do Sul, que representa 5% do mercado nacional, e do feriado prolongado nos últimos dias do mês. As vendas totais foram de 194,3 mil unidades, 12% a menos que o ótimo abril, mas 10% a mais que maio de 2023. No acumulado do ano, já são 930 mil unidades emplacadas, 15% a mais que nos primeiros cinco meses de 2023. Outra boa notícia para o setor em maio foi o nível de empregos diretos nas fábricas de autoveículos. Em maio, o número de vagas diretas chegou a 103.299, um crescimento de 1,3 mil empregos em relação a abril e de 3,1 mil sobre maio de 2023. "Esse é o melhor nível desde novembro de 2022, indicando os primeiros

reflexos positivos dos investimentos anunciados pelos fabricantes desde o ano passado", comemorou o Presidente Márcio de Lima Leite, destacando o poder de geração de empregos indiretos na cadeia automotiva, da ordem de 10 para cada vaga direta. Balança comercial O crescimento das importações continua sendo um ponto de atenção para o setor automotivo brasileiro. O volume de emplacamentos de autoveículos vindos de outros países já chegou a 160 mil unidades de janeiro a maio, 44 mil a mais do que no mesmo período de 2023, uma alta de 38%. Os modelos elétricos e híbridos de origem chinesa, ainda usufruindo

de um Imposto de Importação abaixo da média de outros veículos, representaram 82% desse crescimento das importações no ano. No sentido contrário, as exportações continuam muito abaixo das expectativas. O desaquecimento dos mercados da América do Sul persiste, bem como o crescimento da presença de produtos asiáticos nesses países. Em maio, foram embarcadas apenas 136,3 mil unidades. No acumulado de janeiro a maio, as 193,8 mil unidades exportadas representaram recuo de 29,7% sobre igual período do ano passado.

JUN/2024 Ed. 457
JUN 2024/ JUN 2024
anfavea.com.br



## CARTA DA ANFAVEA

### Resultados de maio e janeiro a maio de 2024

Results for may and January to may 2024 / Resultados de mayo y Enero a mayo de 2024



APOIE

### FAÇA UMA DOAÇÃO

A Cruz Vermelha Caxias do Sul está trabalhando intensamente para ajudar a população afetada pela tragédia climática no Rio Grande do Sul.

Se você também quiser fazer sua parte, faça PIX de qualquer valor para o CNPJ 08.879.164/0001-42 ou use o QR Code ao lado no aplicativo do seu banco na área PIX.



Automóveis - Passenger Cars / Automóviles					
Licenciamento		Exportação		Produção	
Vehicle registration / Matriculación de vehículos		Export / Exportaciones		Production / Producción	
Unidades / Units		Unidades / Units		Unidades / Units	
MAI 24 - MAY 24/MAY 24	144,1 mil	MAI 24 - MAY 24/MAY 24	20,0 mil	MAI 24 - MAY 24/MAY 24	129,2 mil
ABR 24 - APR 24/ABR 24	164,4 mil	ABR 24 - APR 24/ABR 24	21,8 mil	ABR 24 - APR 24/ABR 24	167,4 mil
MAI 24/ABR 24	-12,4 %	MAI 24/ABR 24	-8,1 %	MAI 24/ABR 24	-22,8 %
MAI 23 - MAY 23/MAY 23	127,5 mil	MAI 23 - MAY 23/MAY 23	36,6 mil	MAI 23 - MAY 23/MAY 23	175,1 mil
MAI 24/MAI 23	13,0 %	MAI 24/MAI 23	-45,4 %	MAI 24/MAI 23	-26,2 %
JAN-MAI 24 - JAN-MAY 24 - ENE-MAY 24	685,2 mil	JAN-MAI 24 - JAN-MAY 24 - ENE-MAY 24	101,1 mil	JAN-MAI 24 - JAN-MAY 24 - ENE-MAY 24	697,7 mil
JAN-MAI 23 - JAN-MAY 23 - ENE-MAY 23	591,7 mil	JAN-MAI 23 - JAN-MAY 23 - ENE-MAY 23	156,3 mil	JAN-MAI 23 - JAN-MAY 23 - ENE-MAY 23	729,0 mil
JAN-MAI 24 / JAN-MAI 23	15,8 %	JAN-MAI 24 / JAN-MAI 23	-35,3 %	JAN-MAI 24 / JAN-MAI 23	-4,3 %

Fonte: Renavam/Denatran

Comerciais Leves - Light commercials / Comerciales livianos					
Licenciamento		Exportação		Produção	
Vehicle registration / Matriculación de vehículos		Export / Exportaciones		Production / Producción	
Unidades / Units		Unidades / Units		Unidades / Units	
MAI 24 - MAY 24/MAY 24	39,4 mil	MAI 24 - MAY 24/MAY 24	5,2 mil	MAI 24 - MAY 24/MAY 24	23,6 mil
ABR 24 - APR 24/ABR 24	44,0 mil	ABR 24 - APR 24/ABR 24	3,9 mil	ABR 24 - APR 24/ABR 24	40,2 mil
MAI 24/ABR 24	-10,4 %	MAI 24/ABR 24	31,4 %	MAI 24/ABR 24	-41,3 %
MAI 23 - MAY 23/MAY 23	38,9 mil	MAI 23 - MAY 23/MAY 23	7,3 mil	MAI 23 - MAY 23/MAY 23	42,5 mil
MAI 24/MAI 23	1,3 %	MAI 24/MAI 23	-29,3 %	MAI 24/MAI 23	-44,4 %
JAN-MAI 24 - JAN-MAY 24 - ENE-MAY 24	190,5 mil	JAN-MAI 24 - JAN-MAY 24 - ENE-MAY 24	27,8 mil	JAN-MAI 24 - JAN-MAY 24 - ENE-MAY 24	164,9 mil
JAN-MAI 23 - JAN-MAY 23 - ENE-MAY 23	163,1 mil	JAN-MAI 23 - JAN-MAY 23 - ENE-MAY 23	29,2 mil	JAN-MAI 23 - JAN-MAY 23 - ENE-MAY 23	166,0 mil
JAN-MAI 24 / JAN-MAI 23	16,8 %	JAN-MAI 24 / JAN-MAI 23	-4,8 %	JAN-MAI 24 / JAN-MAI 23	-0,7 %

Fonte: Renavam/Denatran



## Licenciamento de autoveículos novos nacionais

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

► 2024

► 2023

	MAI MAY/MAY A	ABR APR/ABR B	JAN-MAI JAN-MAY/ENE-MAY C	MAI MAY/MAY D	JAN-MAI JAN-MAY/ENE-MAY E	A/B %	A/D %	C/E %
<b>Unidades - Total / Units / Unidades</b>	<b>161.348</b>	<b>184.571</b>	<b>770.314</b>	<b>149.064</b>	<b>693.417</b>	<b>-12,6</b>	<b>8,2</b>	<b>11,1</b>
<b>Veículos leves / Light vehicles / Vehículos livianos</b>	<b>151.045</b>	<b>172.628</b>	<b>718.935</b>	<b>139.615</b>	<b>643.077</b>	<b>-12,5</b>	<b>8,2</b>	<b>11,8</b>
Automóveis / Passenger cars / Automóviles	121.388	139.562	575.108	110.168	521.583	-13,0	10,2	10,3
Comerciais leves / Light commercials / Comerciales livianos	29.657	33.066	143.827	29.447	121.494	-10,3	0,7	18,4
<b>Caminhões / Trucks / Camiones</b>	<b>9.020</b>	<b>10.207</b>	<b>44.259</b>	<b>7.529</b>	<b>40.798</b>	<b>-11,6</b>	<b>19,8</b>	<b>8,5</b>
Semileves / Semi-light / Semilivianos	57	48	341	124	457	18,8	-54,0	-25,4
Leves / Light / Livianos	819	860	3.590	675	3.716	-4,8	21,3	-3,4
Médios / Medium / Medianos	683	814	3.442	721	3.589	-16,1	-5,3	-4,1
Semipesados / Semi-heavy / Semipesados	2.679	2.777	12.281	2.363	12.225	-3,5	13,4	0,5
Pesados / Heavy / Pesados	4.782	5.708	24.605	3.646	20.811	-16,2	31,2	18,2
<b>Ônibus / Buses / Ómnibus y Colectivos</b>	<b>1.283</b>	<b>1.736</b>	<b>7.120</b>	<b>1.920</b>	<b>9.542</b>	<b>-26,1</b>	<b>-33,2</b>	<b>-25,4</b>

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/DIC	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	161,3								770,3

Fonte/Source/Fuente: Renavam/Denatran



## Licenciamento de autoveículos novos importados

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

► 2024

► 2023

	MAI MAY/MAY A	ABR APR/ABR B	JAN-MAI JAN-MAY/ENE-MAY C	MAI MAY/MAY D	JAN-MAI JAN-MAY/ENE-MAY E	A/B %	A/D %	C/E %
<b>Unidades - Total / Units / Unidades</b>	<b>32.908</b>	<b>36.271</b>	<b>159.355</b>	<b>27.460</b>	<b>115.612</b>	<b>-9,3</b>	<b>19,8</b>	<b>37,8</b>
<b>Veículos leves / Light vehicles / Vehículos livianos</b>	<b>32.381</b>	<b>35.720</b>	<b>156.827</b>	<b>26.766</b>	<b>111.741</b>	<b>-9,3</b>	<b>21,0</b>	<b>40,3</b>
Automóveis / Passenger cars / Automóviles	22.664	24.823	110.107	17.340	70.095	-8,7	30,7	57,1
Comerciais leves / Light commercials / Comerciales livianos	9.717	10.897	46.720	9.426	41.646	-10,8	3,1	12,2
<b>Caminhões / Trucks / Camiones</b>	<b>527</b>	<b>551</b>	<b>2.526</b>	<b>694</b>	<b>3.865</b>	<b>-4,4</b>	<b>-24,1</b>	<b>-34,6</b>
Semileves / Semi-light / Semilivianos	483	491	2.286	649	3.602	-1,6	-25,6	-36,5
Leves / Light / Livianos	23	29	115	23	171	-20,7	0,0	-32,7
Médios / Medium / Medianos	13	23	98	20	70	-43,5	-35,0	40,0
Semipesados / Semi-heavy / Semipesados	1	4	6	0	8	-75,0	-	-25,0
Pesados / Heavy / Pesados	7	4	21	2	14	75,0	250,0	50,0
<b>Ônibus / Buses / Ómnibus y Colectivos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-66,7</b>

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/DIC	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	32,9								159,4

Fonte/Source/Fuente: Renavam/Denatran



## Dificuldades em encontrar autopeças Ford começam a crescer junto as oficinas

Por Sindirepa-BR

O Sindirepa realiza periodicamente enquetes junto as oficinas independentes para entender o tema do desabastecimento de autopeças, que podem ser de ordem sazonais a exemplo do ocorrido no período da pandemia, ou agora em função da catástrofe no Rio Grande do Sul, mas também podem ser de ordem de gestão de estoques ou mesmo para priorização da rede de concessionários, o que deixa as oficinas em situação muito delicada.

A entidade tem notado já há algum tempo o desabastecimento de autopeças dos veículos da marca Ford, cujo parque estimado pelo Sindirepa é da ordem de mais de 4 milhões de unidades, quantidade considerável que circula no mercado brasileiro após o fechamento das unidades fabris no país, que se transformou em marca importadora.

### Preocupação

O último levantamento realizado em maio/24 sinalizou que 85,7% das oficinas estão encontrando dificuldades em encontrar auto-

peças da marca Ford, o que acendeu uma luz vermelha sobre a preocupação da marca no atendimento a maior rede de oficinas do país que é a rede independente, isto por que 42,9% das oficinas se valem do acesso ao conteúdo técnico disponibilizado pela marca, comprovando sua preocupação no atendimento aos clientes proprietários de veículos Ford.

A entidade manifestará ofício a marca solicitando esclarecimentos sobre o que está ocorrendo e se ainda manterá o relacionamento que já teve no passado, chegando até a criar um prêmio do melhor reparador Motorcraft, mas que desde sua mudança de operação no país não tem demonstrado o mesmo entusiasmo e proximidade.

Em geral as montadoras e principalmente as importadoras não têm criado nada dedicado ao universo de mais de 100 oficinas no país, e mantém a anos o mesmo formato de sites com conteúdos técnicos de veículos com baixa tecnologia, não apresentando qualquer modelo de acesso a diagnósticos e conectividade a exemplo do mercado europeu e norte-americano. Situação similar convivem nossos parceiros da Argentina e Uruguai.

# Semana de 03 a 07 de junho

Apresentamos nas próximas páginas os resultados dos estudos MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e ONDA - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços da semana de 03 a 07 de junho. As pesquisas são realizadas pelo After.Lab

## MAPA

Começando o detalhamento pelo MAPA, os profissionais do After.Lab flagraram um esboço de recuperação, ainda que muito discreto, mas que já constitui uma trajetória de quatro semanas de melhora no desempenho de vendas no varejo. A média nacional ponderada foi de 1,04%.

A variação nas vendas por região apontaram os seguintes índices: 2,14% no Norte; 3,93% no Nordeste; 0,77% no Centro-Oeste; 0,36% no Sudeste; e variação zero no Sul.

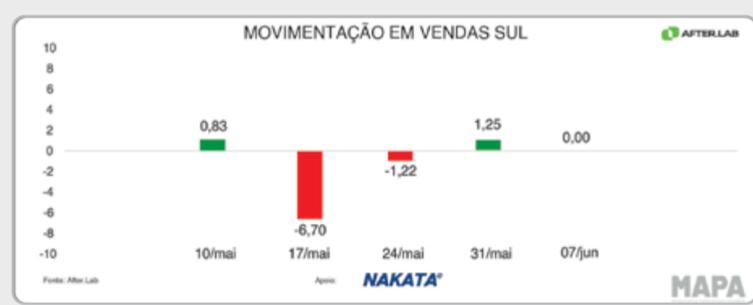
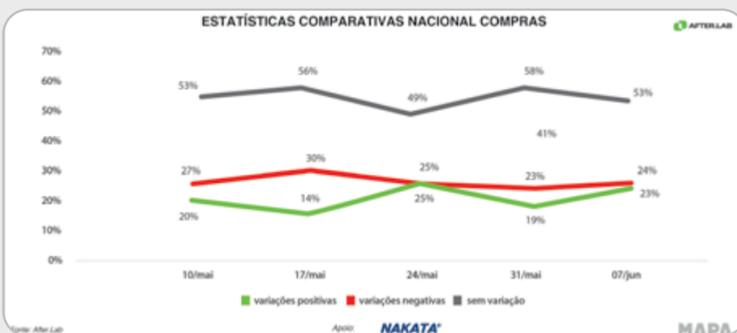
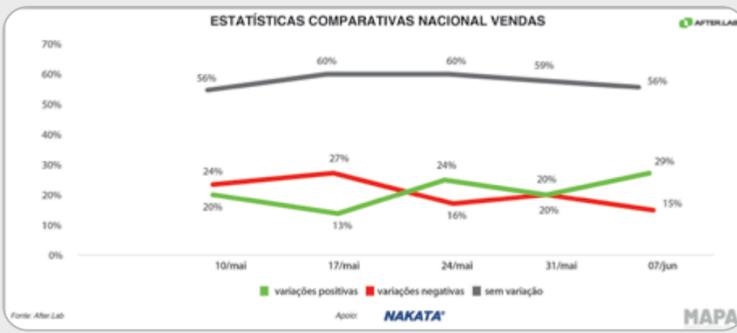
Já as compras não acompanharam a recuperação das vendas, pelo contrário, e caíram ainda mais na comparação com a semana anterior, fechando o período com índice de -1,37% na média nacional ponderada. Forma-se, aí, uma curva crescente de queda que dura três semanas.

– empresa de inteligência de negócios da Nhm - Novomeio Hub de Mídia e divulgadas semanalmente nas plataformas digitais do NovoVarejo Automotivo.

Na divisão regional das compras, 2,86% no Norte; -1,07% no Nordeste; 1,54% no Centro-Oeste; -4,2% no Sudeste; e 2,86% no Sul, uma boa notícia.

O MAPA apurou que 56% dos varejistas entrevistados não indicaram variação no volume de vendas. Os que apontaram crescimento foram 29% dos entrevistados. Já para 15% 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 23% enquanto 24% dos entrevistados reduziram suas compras no período.



# ONDA

Passemos agora às informações do ONDA. A apuração do After.Lab nesta semana mostrou que se agravaram as queixas dos varejistas entrevistados quanto a desabastecimento e alta nos preços das autopeças.

O abastecimento apresentou média nacional ponderada de -7,9%, carência que aumentou na comparação com a semana anterior e que se posiciona como o índice mais alto nas últimas cinco pesquisas.

Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do Brasil apontaram as seguintes variações: -5,71% no Norte; -2,5% no Nordeste; -3,85% no Centro-Oeste; -10,67% no Sudeste; e -8,33% no Sul.

Os itens em geral representaram a maior falta de produtos, apontados por 45,2% dos entrevistados, seguidos por suspensão, com 12,9% das respostas, e parte elétrica, com 9,7%.

Da mesma forma que o abastecimento continua com precariedades crescentes, a percepção dos varejistas acerca dos preços

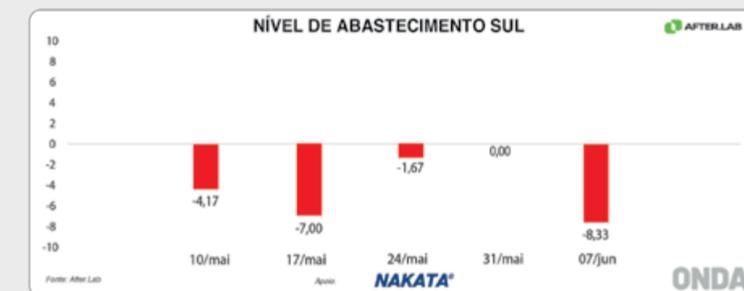
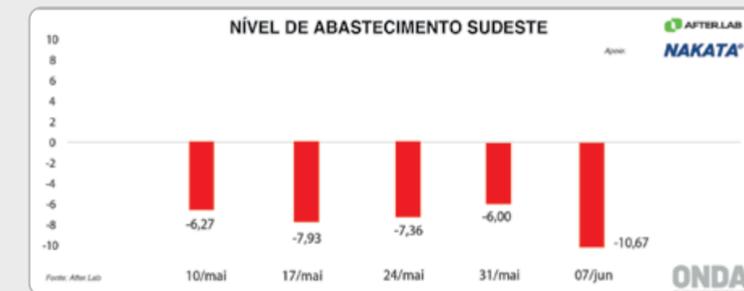
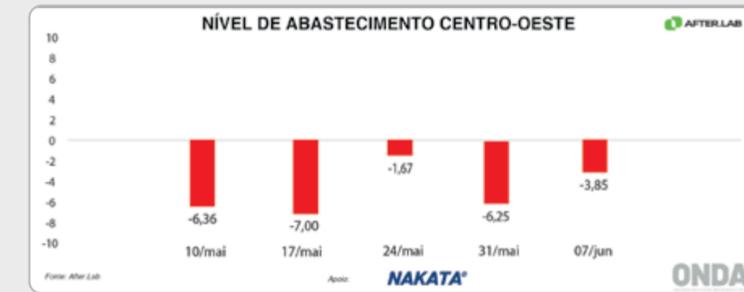
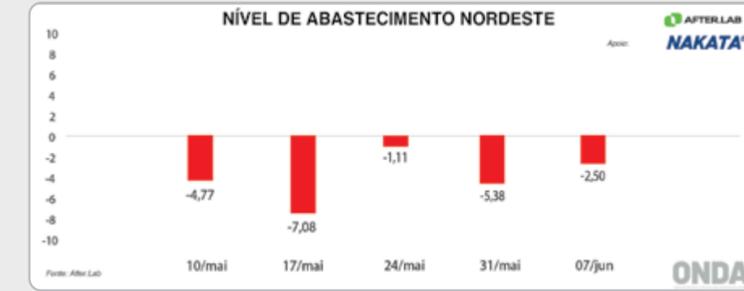
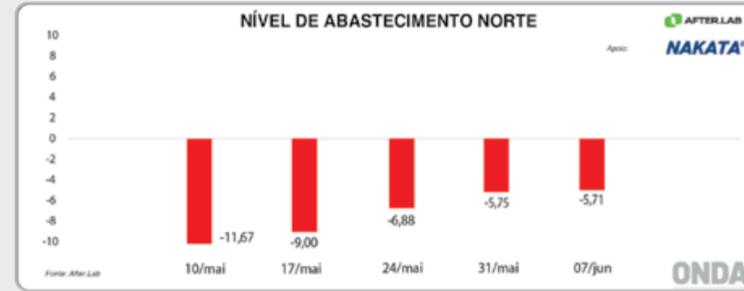
também indica elevações. Nesta semana, em especial, as queixas cresceram. Por ser esta uma avaliação apenas subjetiva por parte dos varejos, o índice é tratado como mero indicador de tendência. O viés nacional de alta foi de 6,4% no período, índice bastante alto quando comparado aos anteriores.

Em relação ao comportamento dos preços por região, 1,43% no Norte, 2,5% no Nordeste; 1,92% no Centro-Oeste; 7,73% no Sudeste; e 10% no Sul.

Os itens em geral responderam por 52% das percepções de alta nos preços, seguidos por componentes de motor, com 8% das respostas, e suspensão, também com 8%.

O abastecimento se manteve estável para 41% dos entrevistados. Em relação aos preços, a curva de estabilidade caiu para 54%.

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





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

**2MC.COM.BR**

**2mc**