



# novovarejo

a mídia do aftermarket **automotivo**

EDIÇÃO 443 ANO 31 15 DE SETEMBRO DE 2024 NOVOVAREJOAUTOMOTIVO.COM.BR NVD - NOVO VAREJO DIGITAL



## Direito de reparar

Brasil está inserido no debate global do movimento Right to Repair / Right to Connect mas ainda é preciso percorrer um longo caminho até que a liberdade de escolha do consumidor esteja protegida

aftermarket  
automotivo

  
**SAMPEL**  
PEÇAS AUTOMOTIVAS



A INOVAÇÃO  
ESTÁ EM  
**NOSSO  
DNA**

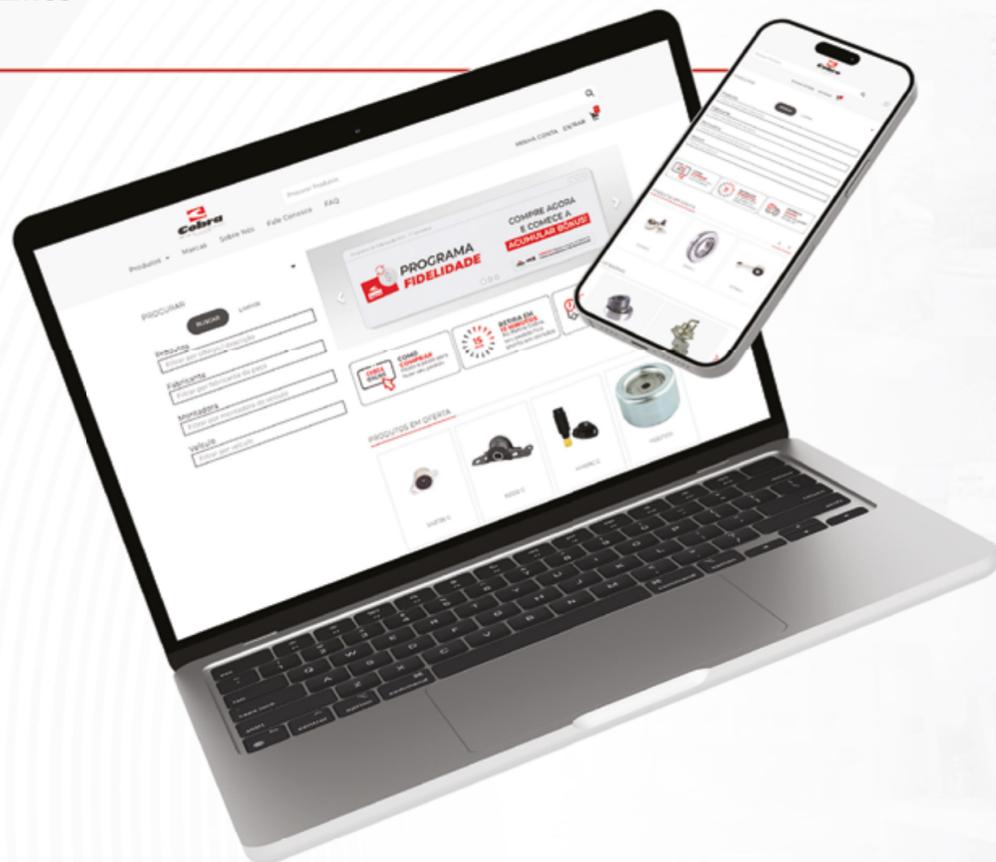


**CATÁLOGO ONLINE**  
e **ELETRÔNICO** + de  
**3.500** itens

 **USCA na Rede**



N° 1 EM ROLAMENTOS



# LOJA ONLINE COBRA

O MOVIMENTO DO MERCADO  
COMEÇA AQUI

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



## PRESENÇA NACIONAL 35 FILIAIS

A Cobra está nas principais cidades para atender o seu negócio!  
Encontre a filial próxima de você ou compre online.



Acesse:  
[loja.cobrarolamentos.com.br](http://loja.cobrarolamentos.com.br)



## Debate “acalorado” e cada vez mais necessário

O período de 20 de junho a 22 de setembro corresponde, em 2024, ao inverno no Brasil. A memória afetiva dos mais “antigos” inevitavelmente relaciona a estação ao frio. Nada mais óbvio.

Mas, nos últimos anos, tal lembrança vem sendo – literalmente – derretida por temperaturas de verão extremo fora de hora e suas consequências. A mais visível, nos últimos dias, tem sido a profusão de incêndios e queimadas que cobriram com fumaça 60% do território brasileiro. Um desastre. De acordo com estudo do INPE - Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais, em três décadas os dias com ondas de calor subiram de 7 para 52 ao ano. Entre outros impactos, as transformações alteram o regime de chuvas, com escassez em grande parte do país e excesso em áreas específicas, como a região Sul – ninguém esqueceu de um Rio Grande do Sul engolido pelas águas poucos meses atrás.

As emissões de CO2 têm relação direta com os desastres que estamos enfrentando e vamos enfrentar com frequência e intensidade cada vez maiores. O IPCC - Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas das Nações Unidas diz que, entre 2011 e 2020, a temperatura média da superfície do planeta ficou 1,1°C acima do período de 1850 a 1900. Parece pouco né? Mas os efeitos não precisam ser descritos, você está vendo com os próprios olhos. O aumento se deve exclusivamente às atividades humanas, principalmente aquelas que geram emissões de gases de efeito estufa, entre elas as emissões veiculares. A urgência dos processos de descarbonização está posta. Só que os índices de

emissões continuam subindo. A indústria da mobilidade vem tentando encontrar soluções para tornar o transporte menos agressivo à vida na Terra. Os desafios são imensos, afinal são quase 150 anos de uso de combustíveis fósseis.

Na Europa, bilhões de euros já foram investidos na eletrificação a fim de encerrar as vendas de carros com motores a combustão a partir de 2035, como manda a lei. Só que o prazo vem se mostrando cada vez mais inatingível.

Neste mês de setembro, a ACEA – a AFAVEA do continente – questionou a viabilidade do cumprimento das metas de redução de emissões de CO2 para veículos leves até 2025. Já se fala em adiamento. Embora as montadoras tenham ampliado a oferta de carros elétricos, o mercado destes veículos está se deteriorando. Segundo a entidade, condições cruciais não foram proporcionadas: infraestrutura de carregamento e reabastecimento, ambiente de fabricação competitivo, energia verde acessível, incentivos para compra e impostos, e um suprimento seguro de matérias-primas, hidrogênio e baterias. Os obstáculos são creditados à falta de planejamento da União Europeia.

E o Brasil, o que tem feito? Muito pouco. A última novidade foi a aprovação, pelo Legislativo, dos “combustíveis do futuro”. Entre várias implicações, a nova lei – ainda não sancionada – aumenta para até 35% a mistura de etanol na gasolina. Bem aceitável para quem tem carro flex. Já os proprietários de veículos movidos exclusivamente a gasolina talvez façam a alegria dos mecânicos. Pelo menos uma potencial boa notícia para o aftermarket automotivo.

### Publisher

Ricardo Carvalho Cruz  
(rccruz@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)

### Endereço

Rua José Furtado de Mendonça  
nº 109/111  
Jardim Monte Kemel  
Cep 05634 120  
São Paulo

### 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](http://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 - #443 15 Setembro 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.

### Acompanhe nossas redes

[www.novovarejoautomotivo.com.br/](http://www.novovarejoautomotivo.com.br/)  
[www.facebook.com/novovarejoautomotivo](https://www.facebook.com/novovarejoautomotivo)  
[www.instagram.com/novovarejoautomotivo](https://www.instagram.com/novovarejoautomotivo)  
[www.linkedin.com/company/novovarejoautomotivo/](https://www.linkedin.com/company/novovarejoautomotivo/)  
[www.youtube.com/@ATVmidia](https://www.youtube.com/@ATVmidia)

### 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)

**Nhm**

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

# Amortecedor Cofap

Conforto e segurança em cada quilômetro



Seja qual for o seu caminho, conte sempre com os amortecedores Cofap.  
A marca número 1 entre quem mais entende de qualidade.



Acesse aqui nosso site

SIGA:





[www.mmcofap.com.br](http://www.mmcofap.com.br) Paz no trânsito começa por você



**08 Entrevista**

Luiz Sérgio Alvarenga tem sido uma das mais importantes presenças institucionais do aftermarket brasileiro nas últimas três décadas. Em entrevista ao Diálogo Automotivo, da A.TV, ele detalhou os pontos mais importantes da atual pauta de discussões do mercado.

**22 Capa**

O movimento Right to Repair / Right to Connect representa um dos pilares do tripé que sustenta os temas mais importantes do mercado de reposição. Apesar da importância deste tópico, ainda é preciso avançar muito mais no país.

**28 Eleições**

Estamos a poucos dias das eleições municipais no Brasil. A escolha do candidato também impacta o mercado de reposição porque importantes ações estão vinculadas ao poder Executivo das cidades.

**32 Tributos**

Secretaria da Fazenda do Estado do Paraná promove ação para regularizar débitos tributários do setor de autopeças com foco no regime de Substituição Tributária. Nossa reportagem ajuda você a conhecer melhor o programa.

**34 Pesquisa**

Executivos das empresas finalistas da primeira pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças para veículos pesados comentam performance no estudo e avaliam tendências para o segmento.



HÁ 100 EDIÇÕES

## Empresários do varejo de autopeças confrontam realidade dos balconistas com atributos da norma ABNT

Edição 343 trouxe os resultados de um survey que realizamos com varejistas para comparar o perfil dos profissionais atuais com as evoluções na carreira dos vendedores a partir da adequação à nova norma ABNT

Nos últimos meses o valor fundamental do balconista para o Aftermarket Automotivo motivou dirigentes de entidades e formadores de opinião do setor a se articularem para criar uma norma regulatória das competências da profissão junto à Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). O projeto coordenado pelo presidente do Sincopeças Brasil, Ranieri Leitão, recebeu apoio significativo dentro do aftermarket. De varejistas a fabricantes de peças, passando pela imprensa especializada e pelas insti-

tuições de capacitação, os diversos players envolvidos com o dia a dia da reposição voltaram suas atenções para as tratativas que visaram – acima de tudo – a elevar o nível e profissionalizar ainda mais o comércio de peças automotivas no país. A configuração da norma contempla balizadores de pontos importantes como escolaridade, conhecimento técnico e experiência na profissão. Mas de que forma a inserção desses conceitos traduzidos pelo documento da ABNT no cotidiano real do varejo de auto-

peças vinha sendo feita? Será que o segmento estava preparado para adotar as recomendações da norma na hora de qualificar ou selecionar seus profissionais de venda? Buscar respostas para estas perguntas foi a missão de nossa reportagem 100 edições atrás. Para compreender com maior profundidade o terreno em que eram plantadas as novas diretrizes dos balconistas, o Novo Varejo realizou um levantamento junto a varejistas de diferentes portes e localidades do país. Durante o survey, convidamos os

empresários do setor a compartilharem detalhes importantes sobre o perfil de seus profissionais – nos ajudando a desenhar uma fotografia do segmento e enxergar as áreas que precisariam de maior esforço em uma fase mais avançada dos trabalhos a partir da norma ABNT e de sua implementação prática. Conscientizar os empresários para a importância da adoção de normas técnicas em seu dia a dia era um desafio constatado naquele momento. E que, infelizmente, persiste ainda hoje.

## ENTRE OS MELHORES DISTRIBUIDORES DA LINHA PESADA?

tá na **mão** *tá na* **pellegrino**



### FINALISTA DO PRÊMIO MAIORES & MELHORES EM DISTRIBUIÇÃO DE AUTOPEÇAS - PESADOS.

A Pellegrino foi finalista do prêmio Maiores & Melhores em Distribuição de Autopeças. Este ano, na categoria **Pesados**.

Agradecemos a confiança e reconhecimento de todos os clientes e parceiros. E podem ter certeza de que vamos continuar trabalhando para entregar sempre nosso melhor a vocês que rodam pelas estradas do país, abastecendo e fazendo tanto pela economia do Brasil.

**Prefere comprar direto pela internet?**

Tá na mão também. Faça seu pedido em: [compreonline.pellegrino.com.br](http://compreonline.pellegrino.com.br)

-  **Pellegrino Distribuidora de Autopeças**
-  **Pellegrino Autopeças**
-  **@pellegrinoautopecas**





Foto: divulgação

Luiz Sérgio Alvarenga esteve presente nas principais discussões envolvendo o aftermarket automotivo em mais de três décadas

## Pauta do aftermarket hoje se sustenta em três pilares

Right to Repair/to Connect, inspeção técnica veicular e atuação dos marketplaces são as prioridades do mercado na visão de Luiz Sérgio Alvarenga

Com 35 anos de experiência no setor automotivo, Luiz Sérgio Alvarenga tem sido uma das mais importantes presenças institucionais do aftermarket brasileiro. Protagonista nos mais importantes debates do setor em mais de três décadas, o executivo construiu sólida trajetória no Sindirepa de São Paulo, mas não apenas lá. Passou por entidades representativas também da distribuição e do varejo, entre outras. Foi um dos responsáveis diretos pelos trabalhos que resultaram na nova norma ABNT para os vendedores de autopeças, além de pioneiro da normalização para os serviços de reparação.

Recentemente, anunciou que vai deixar o Sindirepa e, eventualmente, o próprio mercado como liderança – mas vai continuar oferecendo seu valioso conhecimento por meio da Alvarenga Projetos Automotivos, consultoria fundada em 2000.

Em agosto, Luiz Sergio Alvarenga foi entrevistado pelo podcast Diálogo

Automotivo, da A.TV, o canal de conteúdo em vídeo do mercado de manutenção de veículos. Além de repassar sua trajetória, falou de conjuntura e tendências do setor.

Nas páginas a seguir, apresentamos um resumo da conversa, que durou mais de uma hora e trouxe densas informações. É um convite para que você corra lá no Youtube e assista à íntegra. É imperdível.

### Novo Varejo - Qual é a pauta mais importante do mercado hoje?

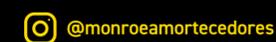
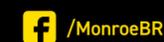
**Sergio Alvarenga** - Eu diria que no canal independente as grandes pautas hoje são o Right to Repair, movimento global de direito ao reparo, questões ligadas à tecnologia, de acesso, informações e diagnóstico dos veículos por parte das oficinas, que encontram dificuldade, existe um bloqueio das montadoras – e, mais recentemente, a conectividade, que é um passo mais à frente da tecnologia dos veículos, que torna a informação na nuvem e inviabiliza até o acesso de alguns equipamentos, as informações ficam

# SUA ESCOLHA FAZ A DIFERENÇA!



Cada compra de Monroe Amortecedores e Monroe Axios contribui diretamente para os projetos educacionais do Instituto Ayrton Senna, uma organização comprometida em proporcionar educação de qualidade a crianças e adolescentes em todo o Brasil.

Ao escolher Monroe, você não apenas adquire desempenho nas estradas, mas também investe no potencial de milhares de estudantes. Juntos, conduzimos mudanças e impulsionamos a educação para construir um amanhã mais brilhante.



resguardadas nas montadoras, que têm uma vantagem competitiva no pós-venda. O outro movimento importante é quase a manutenção de uma briga ferrenha, eterna, de resgatar a inspeção técnica veicular, que está prevista no artigo 104 do Código de Trânsito, desde 1997. E o Estado não regulamenta, não inicia, e está claro na lei que é uma obrigação do Estado. E eu diria que, o terceiro pilar, que é um problema contemporâneo, das gerações mais atuais, é o combate ao mercado ilícito em plataformas de marketplace. Esse vai ser o grande vilão porque vem sorrateiramente atacando tanto o canal original quanto o independente. O crime organizado se instalou nas plataformas e você tem peça pirata, peça falsificada, descaminho fiscal, subfaturamento, peça sem o selo do Inmetro compulsório e assim por diante.

**Novo Varejo - A complexidade tecnológica dos veículos não para de crescer, e muito rapidamente. A liberação das informações por parte das montadoras basta para que os**

**reparadores possam reparar esses carros?**

**Sergio Alvarenga** - Pela resiliência do setor e conhecendo a cultura brasileira eu acho que eles têm capacidade e aptidão de enfrentar esses desafios, daria um alívio gigantesco. Ele não resolve por completo o todo, eu entendi a sua pergunta, porque impacta numa questão de capacitação também, até o próprio corpo docente você tem dificuldade de formar no Brasil. Existe um programa de avaliação mundial da educação chamado PISA, o Brasil é um dos signatários. Estamos abaixo dos indicadores da OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico) em matemática, literatura e ciências. Ou seja, o brasileiro não sabe interpretar um texto, às vezes não sabe ler, não sabe fazer uma conta básica. É isso que está se formando para frente e que já estava sendo feito lá atrás, nós estamos sofrendo isso hoje. Então, imagina uma dificuldade básica de educação somada à velocidade da tecnologia que você colocou muito bem. Isso resguarda

dado que o Brasil ainda tem um delay com os países desenvolvidos. Se tivéssemos a velocidade de Europa e Estados Unidos, seria muito pior. A gente perde um pouco o tom do mundo, mas, ao mesmo tempo, dá um fôlego para o ser humano se adaptar à situação. Hoje você tem uma robotização em massa na indústria automobilística, é só pegar um vídeo do YouTube para ver como é que se monta um carro. Como um ser humano vai mexer num chicote de carro embaixo de um tapete ou de um produto totalmente enrijecido ali? A complexidade é gigantesca. Então, existe uma situação que é o acesso à informação, que resolve uma parte do problema; mas um outro problema ainda é um agravante crônico do país como um todo.

**Novo Varejo - Um dos seus legados nesses 35 anos foi ter contribuído com a normalização dos serviços na oficina. Como foi essa conquista para o mercado?**

**Sergio Alvarenga** - Quando a gente conseguiu ter espaço

na ABNT, o setor nem pensava nisso. Era um ambiente da indústria. Eu captei que a gente deveria copiar o modelo da indústria. Primeiro conseguimos o respeito de ter serviços automotivos no meio daquilo tudo. E depois construir normas com um setor que tínhamos que explicar. O pioneirismo ali foi duro, porque você tinha que trazer as oficinas, o setor na mesa, um negócio totalmente distante, porque o canal independente de reposição tem uma peculiaridade. Do ponto de vista da oficina, ele é extremamente técnico, sempre foi. E o resto totalmente comercial. Então, falar de um ambiente técnico, mas do ponto de vista de norma, era um pouco complicado na época. Uma coisa era falar das questões técnicas do carro, outra era transformar uma coisa técnica num documento oficial, uma norma brasileira, acreditada, prevista no Código de Defesa do Consumidor. E eu fui aprendendo ao longo do tempo, foi uma escola. A gente construiu uma série de normas para dar amparo jurídico, de marketing

e de relacionamento com a sociedade – mas se passaram 35 anos e o nível de utilização é muito baixo. Essa é a parte frustrante. Você tem o documento, tem a publicação, mas a cadeia de valor não se vale aquilo. O que é uma tristeza, enquanto a montadora dispara na frente. Qualquer situação que tem, ela se vale de uma norma, institucionaliza, vira uma lei, ela trava processos de âmbito até comercial do país, enquanto o setor independente tem baixo uso, baixo conhecimento. E que é pilar para a capacitação que foi falada agora, porque a partir do momento que você tem um Right to Repair, tem que ter uma documentação legal. E a norma pode providenciar tudo isso com padrão, que é outro problema, a gente tem dificuldade de ter padrão nas coisas e isso dificulta.

**Novo Varejo - Outro legado é a Lei Alvarenga. Conta essa história...**

**Sergio Alvarenga** - Foi um carinho da diretoria do Sindirepa São Paulo, é uma lei estadual. Fomos abraçados por um parlamentar na época, já falecido, que acolheu e entendeu a necessidade, porque sem o Legislativo você não consegue fazer nada. Construímos um texto que foi bem acolhido, passou por consultas públicas, algumas pessoas divergindo, mas acabou sendo aprovado

pela Assembleia Legislativa por unanimidade. O governador da época, era 2014, não promulgou, entendeu que era um assunto de esfera federal. Não era, ele confundiu a situação da profissão mecânico com a empresa mecânica. E a empresa era de esfera estadual, perfeitamente aceitável, tanto que foi publicada em janeiro de 14 essa lei das normas, que chamava 'normas básicas para oficinas mecânicas' e uma série de segmentos que cobria, com exceção de funilaria e pintura e retífica. Naquele momento, o entendimento era que quando tem um setor com muita regulamentação, muita lei, você acaba engessando e fica difícil. Só que quando não tem nada, também é muito ruim, porque entra e sai quem quer no mercado, faz o que quer, não tem um regramento mínimo. E a proposta era fazer uma lei inclusiva. A legislação estava balizada em dois pontos: normas ABNT e carga horária de capacitação profissional. A lei inspirou o Estado de Pernambuco, que acabou pegando o mesmo modelo, que foi para todos os Estados onde existem Sindirepas. Então, estava criando um efeito multiplicador interessante.

**Novo Varejo - Vamos para o segundo pilar do tripé que você apontou: a inspeção veicular. Eu sei que você recentemente esteve em Brasília para discu-**

**tir esse assunto, que é uma exigência da lei também. Você trouxe a inspeção de Brasília?**

**Sergio Alvarenga** - É, lamentavelmente eu não trouxe a inspeção de Brasília. Eu entrei no setor ainda jovem tratando de inspeção técnica veicular na entidade das concessionárias, a atual FENABRAVE. Assessorava o engenheiro Roberto Scaringella, que foi presidente do CONTRAN e secretário municipal de Transportes em São Paulo. E ali comecei a aprender, viajar o mundo. Fui ver como era a inspeção na Europa, nos Estados Unidos, na América Latina. Havia muito interesse no assunto naquele momento – estamos falando da década de 90. E aí a legislação, em 97, acabou confirmando isso no artigo 104, que está em vigor até hoje. Eu acompanhei todas as consultas públicas brasileiras possíveis. Várias resoluções foram publicadas pelo CONTRAN e que exigiam um parceiro técnico internacional; uma empresa nacional, maioria das vezes sendo formada por grandes empreiteiras, incorporadoras, porque elas tinham os terrenos. Então a tecnologia vinha de fora. Foram N consultas públicas, N problemas, N coisas. Eram discussões individuali-

zadas, o Estado tal não concordava, aquilo não andava e tinha que ter um pacto federativo. E acabou não andando, indo e voltando. O único caso de sucesso foi a inspeção de emissões na cidade de São Paulo, porque encontrou uma brecha na lei que permitia, não era de segurança, só emissões. Foi um marco fantástico porque criou uma conscientização na sociedade. Começou, também, a elevar o nível do setor, mais capacitação, mais treinamento, exigia-se muito. Depois, por uma questão política, aquilo finalizou e foi um gap gigantesco. Agora, tive a oportunidade de estar com o presidente do Sincopesas-BR, Ranieri Leitão, em Brasília, na audiência com o ministro dos Transportes, Renan Filho, que nos recebeu e ouviu nossas demandas. O presidente Ranieri tinha acabado de concluir uma cartilha resumida resgatando a inspeção técnica veicular, os impactos na sociedade, custo público, a questão das mortes em idades ativamente econômicas no país. Entregou a cartilha feita brilhantemente pela CNC, a Confederação Nacional do Comércio, ao ministro – estava junto o diretor da Senatran, Secretaria Nacional de

**SNR**  
Brand of NTN Group

Nossa linha de reposição automotiva: confie em quem fornece para as principais montadoras

www.ntn.com.br

# Sama, vencedora

do Prêmio Maiores e Melhores em  
Distribuição de Autopeças – Pesados.

DE 28 CATEGORIAS PARTICIPANTES,  
A SAMA VENCEU 26.

Conheça quais são:

## Portfólio

- Acessórios
- Arla
- Baterias
- Bomba Injetora
- Câmbio e Diferencial
- Componentes de Injeção
- Componentes de Motor
- Componentes de Refrigeração para Motor
- Componentes de Suspensão
- Embreagem
- Faróis e Lanternas
- Filtros
- Lona e Encerados
- Lubrificantes
- Sistema de Direção
- Sistema de Freio

## Desempenho empresarial

- Admiração
- Apoio Técnico
- Comunicação
- E-Commerce e Ações Digitais
- Entrega
- Ética
- Evolução
- Garantia
- Inovação
- Variedade das Marcas

Agradecemos a **confiança** e o **reconhecimento** de nossos clientes, parceiros e fornecedores, reforçando o nosso **compromisso** de seguir trabalhando para entregar sempre o nosso melhor a vocês.



Trânsito. Entenderam, colocaram uma série de situações que a gente também não tinha pensado na visão do homem público e a gente captou algumas dificuldades que existiam. Há inúmeras barreiras ainda para que isso aconteça, embora a lei exista. O artigo 104 está na lei, é uma obrigação do Estado, mas não conseguimos encontrar o caminho adequado. Você tem que criar um ambiente inicial de conscientização.

**Novo Varejo - Essa questão está de certa forma relacionada à representatividade do aftermarket junto às esferas de poder, algo que a montadora tem. A Aliança do Aftermarket nasceu também com essa missão. A Aliança**

**tem futuro? E uma segunda pergunta: o dono do carro não tem muita clareza sobre o nosso mercado, sobre o estágio de competências que tem a oferecer. Como estabelecer um diálogo com o cliente final?**

**Sergio Alvarenga** - Eu fiz um estudo recente porque fiquei intrigado com o sexto programa automotivo, o Mover. Tive a coragem de ler os seis programas e todos são iguais ao que o Juscelino Kubitschek fez em 1956, quando foi presidente do Brasil. Ele trouxe a indústria automobilística, foi um feito. Agora, os programas seguintes, independente de governo, qualquer um, é um copia e cola de incentivo fiscal. Enquanto o mundo manda uma montadora atender tal requisito para a sociedade e

tem penalidades, o Brasil dá benefícios fiscais, por N questões, não vou entrar aqui, mas é o inverso. E tem todo um foco de legislação para a produção, quando se fala em melhorar segurança, é colocar mais tecnologia de segurança, eletrônica, robotizada, informatizada, o carro operar. E aí esquecem da frota para trás, que não tem a mesma tecnologia. Aquela pode continuar matando, mais ou menos isso? A gente olha para frente e não olha o retrovisor. Você estará no teu carro ultramoderno, seguro, e vai vir uma Kombi velha e te matar. Aí quando a gente traz para o campo das instituições, tem dificuldades históricas. Não é que você juntou em uma aliança e amanhã está todo mundo alinhado, perfeito. Não. Todo mundo

vem com seus vícios ainda, com suas representatividades e nós estamos no processo de construção. Às vezes não é na nossa geração, você consegue alicerces e lá na frente vai ver algum resultado. Mas só de ver a aliança, que já foi complicada no passado, quando se tentaram várias ações, eu acho que é bacana. O setor se uniu no passado, criou o programa Carro 100%, Caminhão 100%, Moto 100%. Fez trabalhos de campo com a sociedade. Também não conseguiu alavancar ou ter sustentação. Então, basicamente, a Aliança ainda tem um caminho um pouquinho mais longo para atingir o que você falou, ter um lobby muito forte, sadio, porque a montadora se vale de proteções legais muito favoráveis a ela. É só ler o

último programa automotivo, dá para entender. Nosso setor não consegue ter um assento, uma participação que possa atender os mais de um milhão de empregos que superam em dez vezes o que a montadora e a rede de funcionárias empregam. Mas é uma questão cultural, filosófica.

**Novo Varejo - Para finalizar, o terceiro pilar do tripé que sustenta a pauta do mercado hoje: os marketplaces. Como estão e o que representam para o aftermarket?**

**Sergio Alvarenga** - É uma situação nova, mas já dá para sinalizar algumas questões. Não precisa ser catedrático

para entender que você tem um processo de sedução muito rápido no digital. Todo mundo vai lá, clica e compra. Mas uma coisa é comprar linha branca, outra é comprar peça técnica envolvida com segurança, com legislações, com certificações, e multimarcas com N alternativas. E aí você tem, sorrateiramente, algo que seduz, atrai para a plataforma. Quem tinha o contato com o cliente, vai começando a perder. E aí o cliente fica mais comigo. Eu vou aumentando taxas. Então, você está entregando todo o negócio, a tua marca está sendo esquecida porque, eventualmente, um

dia, quiçá, acho que vou criar a marca própria. Aí você já era. Então, são coisas que ninguém pensa depois. Pensa agora. Tem que vender. Vende muito, põe lá que vende. Mas você está preparando o terreno para uma coisa complicada na frente. Não que não seja o caminho natural dos negócios, mas quando você tem uma regra mais clara, onde você está pisando, teu investimento fica mais seguro. O problema é quando você não tem regras claras. Tem sinais de mercado que nenhum setor pode reclamar que foi pego de surpresa. O setor de reparação é um exemplo.

Quantas vezes a gente soube que a velocidade média nas grandes capitais ia cair para 50 quilômetros por hora? Se diminui a velocidade, diminui o impacto numa colisão. Há quanto tempo existe radar fotográfico para limitar a velocidade? Há quanto tempo já está se falando de sistemas inteligentes no carro para evitar a colisão? Você não acha que vai diminuir esse tipo de negócio? É evidente que teu negócio está minando, a tecnologia está impedindo aquilo de evoluir. Então, há sinais que são dados e você tem que olhar e replanejar o negócio.



Executivo participou do podcast Diálogo Automotivo que pode ser assistido pelo canal da A.TV no Youtube

## Delafina comemora 50 anos de mercado e sucesso



Em 1974, Roberto Delafina trabalhava como gerente regional General Motors, em Bauru (SP) quando surgiu a oportunidade de assumir a representação comercial de uma grande empresa de escapamentos. Ele aceitou o desafio e assim nasceu a Delafina Representações Comerciais, atendendo todo interior de São Paulo, cercada pelas dificuldades da época, como as limitações de transporte e comunicação, em que os atendimentos eram feitos porta a porta, com os pedidos ainda sendo tirados no bloco de papel enviados pelo correio, malotes, telegrafo e posteriormente, fax. Comunicativo e empreendedor, Roberto Delafina foi expandindo sua rede de clientes, ampliando assim as fábricas representadas e montando uma equipe interna de atendimento qualificada para as novas e crescentes demandas. Em 1988, Marcelo Delafina – seu filho, que já trabalhava na empresa desde

os 12 anos – passa a integrar a sociedade. As vendas foram aumentando e a necessidade de pulverizar ainda mais a atuação fez o número de funcionários aumentar, chegando a 18 pessoas atuando como promotores, vendedores e prepostos. Entre esses colaboradores, um deles se destacou e, alguns anos depois, Wilson Ribas também passou a integrar a sociedade. Em 2001, atendendo às necessidades de mercado, que exigia uma atuação mais consultiva – já uma tradição da Delafina – a razão social da empresa passou a ser Delafina Assessoria de vendas Empresarial, ampliando o escopo de atendimento, que passou a englobar, além das vendas, a consultoria estratégica de mercado, assessorando os negócios, com planejamento diferenciado, pós-vendas e interação com todos os envolvidos no setor, das fábricas ao aplicador final. Nesse sentido, a Delafina criou um sis-

tema próprio de controle de vendas, sempre em busca das inovações tecnológicas para atender suas representadas e clientes, que continua sempre em aprimoramento.

### Forças e vivências

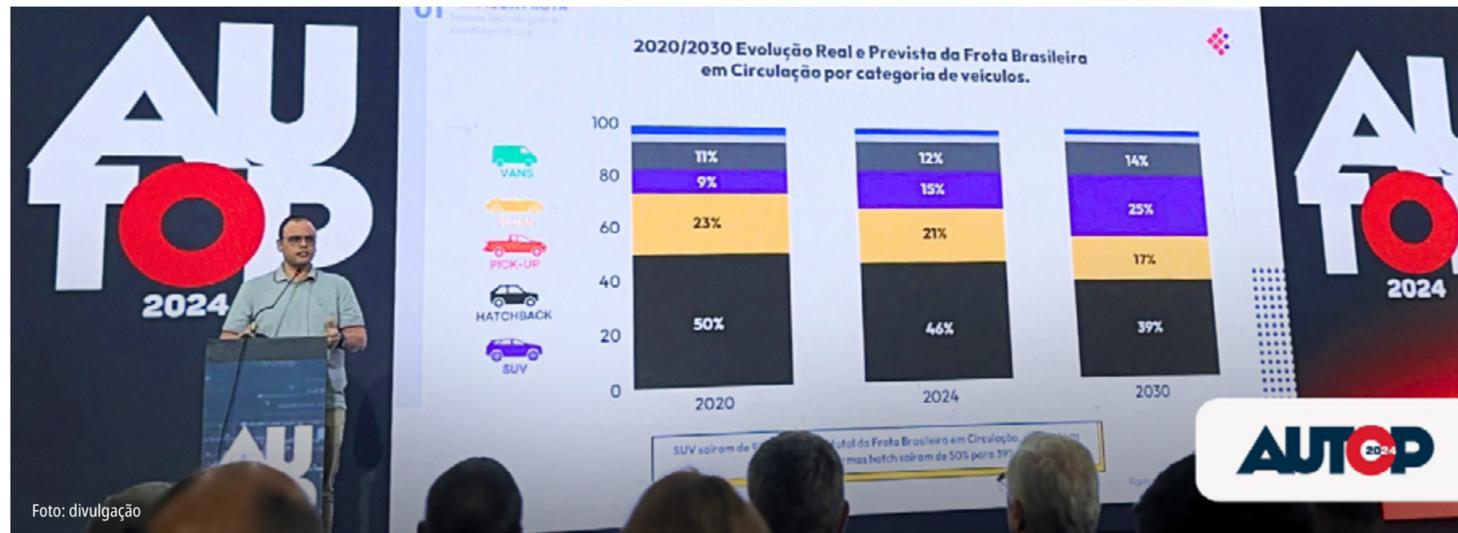
Com 50 anos de história, a Delafina representou diversas empresas de renome, como Monroe Amortecedores, Behr Hella, Fraudenberg (NOK), Velas NGK do Brasil e Freios Controlil, entre outras. Atualmente atua com empresas de excelência como Car80, Hipper Freios, Marflex, Maxon Oil, Parafllu e Spreed Break. Foram inúmeros prêmios durante essas décadas em reconhecimento ao excelente serviço prestado. A Delafina passou por tempos difíceis, acompanhando diferentes momentos históricos do país, enfrentando anos de inflação galopante e atravessando diversos planos econômicos e instabilidades governamentais. Ainda assim, a forma

séria e determinada de seus sócios, trabalhando com profissionalismo e foco, fez com que a empresa chegasse a essa marca histórica, os 50 anos, com muito ainda a oferecer a mercado. Sempre de olho na expansão dos negócios, a Delafina busca incessantemente aprimorar sua forma de atuação, buscando atender às necessidades do mercado, trazendo inovações e análise estratégica de mercado tão específico.

**“Chegar aos 50 anos de empresa é poder transmitir sua história, partilhar vivência e visões de épocas diferentes. Do mesmo modo, é poder observar as evoluções constantes, desenvolvimento, aprendizados e partilhar entre representadas, clientes e colaboradores”**

É com orgulho que a Delafina agradece a todos que fizeram e fazem parte de sua história!

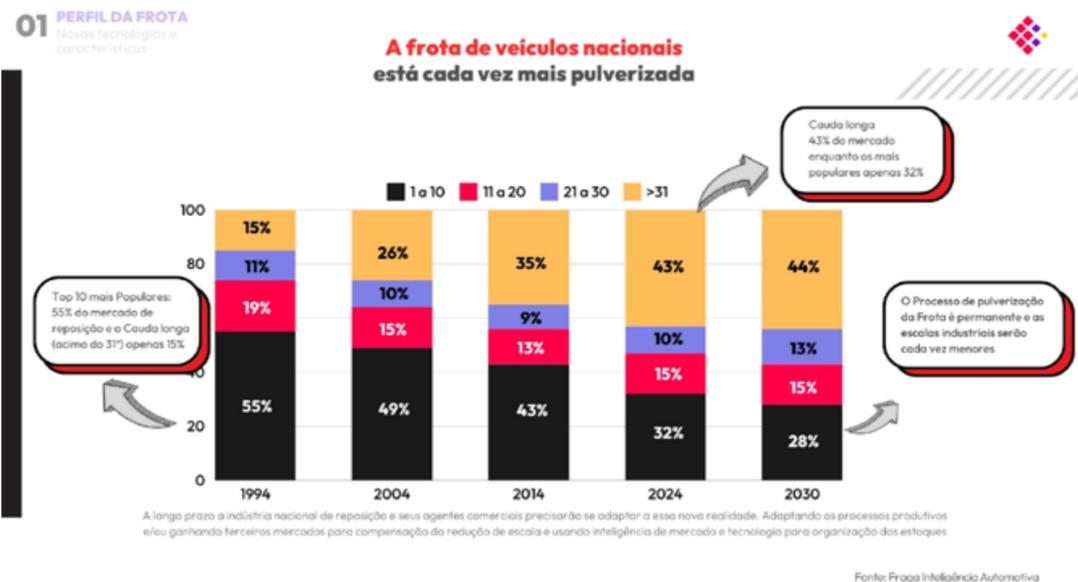




## 1º Fórum de Integração da Autop 2024

Durante a Autop 2024, a Fraga Inteligência Automotiva, líder em dados do segmento de reposição, foi protagonista em discussões estratégicas para o setor de reposição automotiva. CEO da companhia, Danilo Fraga participou do 1º Fórum de Integração da AUTOP 2024 trazendo como pauta os principais desafios e oportunidades no aftermarket automotivo brasileiro. Em sua palestra, Danilo destacou a constante transformação do setor devido ao avanço tecnológico e à crescente complexidade da frota brasileira. De acordo com o especialista e com base nos dados da Fraga Inteligência Automotiva, a frota de veículos brasileira está crescendo mais devagar, porém mais pulverizada.

Isso significa que os modelos estão aumentando, o que impacta diretamente o mercado de reposição. Além disso, ele também enfatizou a necessidade dos profissionais da indústria de reposição de se adaptarem às mudanças e se ajustarem a essa nova realidade. “A longo prazo, a indústria nacional de reposição e seus agentes comerciais precisarão se adaptar a essa nova realidade, ajustando processos produtivos e utilizando inteligência de mercado para organizar estoques”, destacou.



São **24 RMPs no Brasil**, para entregar as peças que movem o seu negócio.

Conheça nosso novo endereço **em Natal/RN**, projetado para oferecer mais rapidez, conforto e **as melhores peças de reposição.**

Venha nos visitar e conhecer nossa nova casa!

Conheça nossas redes sociais

Instagram: [rmpdistribuidora](#)

Facebook: [RMP Distribuidora](#)

Posicione a câmera do seu smartphone e acesse a loja online da RMP pelo QR CODE

## Impacto do comércio eletrônico e necessidade de adaptação

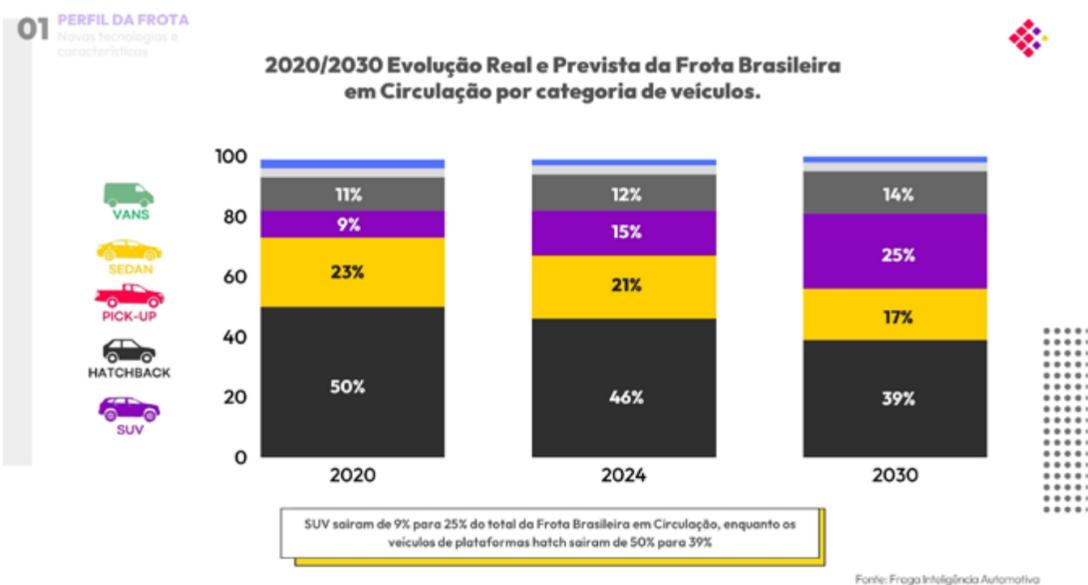
Danilo Fraga também discutiu o impacto do comércio eletrônico no mercado de reposição, observando tanto os benefícios quanto os desafios. A comercialização de peças por plataformas digitais facilitou o acesso e ampliou o mercado, mas também trouxe preocupações sobre a procedência e a qualidade dos produtos, destacando a responsabilidade das oficinas mecânicas em garantir a qualidade das peças instaladas. Outro ponto relevante abordado foi a ascensão significativa dos SUVs, que passaram de representar 9% para 25% da frota brasileira. Esse crescimento exige uma adaptação do mercado de reposição, que precisa estar preparado para uma demanda maior por peças específicas desses modelos.

Durante o evento, Fraga apresentou uma análise do faturamento do mercado de reposição nas oficinas brasileiras. Ele observou um crescimento significativo nos últimos anos, impulsionado pela pulverização da frota e pela demanda crescente por manutenção de veículos mais complexos. No entanto, ressaltou a necessidade de maior profissionalização e a

adoção de tecnologias avançadas para otimizar processos e garantir a qualidade dos serviços. Além disso, a análise também destacou a importância das estratégias de precificação

no aftermarket automotivo. Dados sobre a margem de lucro em diferentes categorias de peças, ressaltaram que a gestão eficiente dos custos e uma precificação estratégica são fundamen-

tais para manter a competitividade, assim como o auxílio que uma arquitetura tecnológica avançada pode proporcionar às empresas ao enfrentarem esse ambiente dinâmico e desafiador.



## Colaboração para o futuro

Em sua conclusão, Danilo Fraga fez um apelo para a colaboração entre as entidades e participantes do fórum, ressaltando a necessidade de trabalhar juntos para enfrentar os desafios do setor. "Devemos trabalhar juntos para analisar as tendências, adaptar nos-

as práticas e garantir que estamos preparados para o futuro da mobilidade no Brasil", afirmou. Além disso, incentivou o uso da inteligência de mercado e da tecnologia como ferramentas essenciais para prosperar em um cenário competitivo e em constante evolução.

Com essas reflexões, o 1º Fórum de Integração do Aftermarket Automotivo Brasil ofereceu uma visão abrangente das tendências e desafios que moldam o futuro do setor, destacando a importância da adaptação e inovação para se manter competitivo no mercado automotivo.

**MAIORES & MELHORES**  
em distribuição de autopeças

**SAVE THE DATE**

**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, o 033 Rooftop JK Iguatemi.

**PATROCÍNIO:**

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.  
comercial@novomeio.com.br

**REALIZAÇÃO**  
Nhm3 AFTER.LAB

**DIVULGAÇÃO**  
FRAGA a.tv



## SÃO 55 ANOS JUNTO COM VOCÊ, FAZENDO O MELHOR!

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



**MAIS DE 35 MIL PRODUTOS EM PORTFÓLIO**



**35 FILIAIS EM TODO O BRASIL**

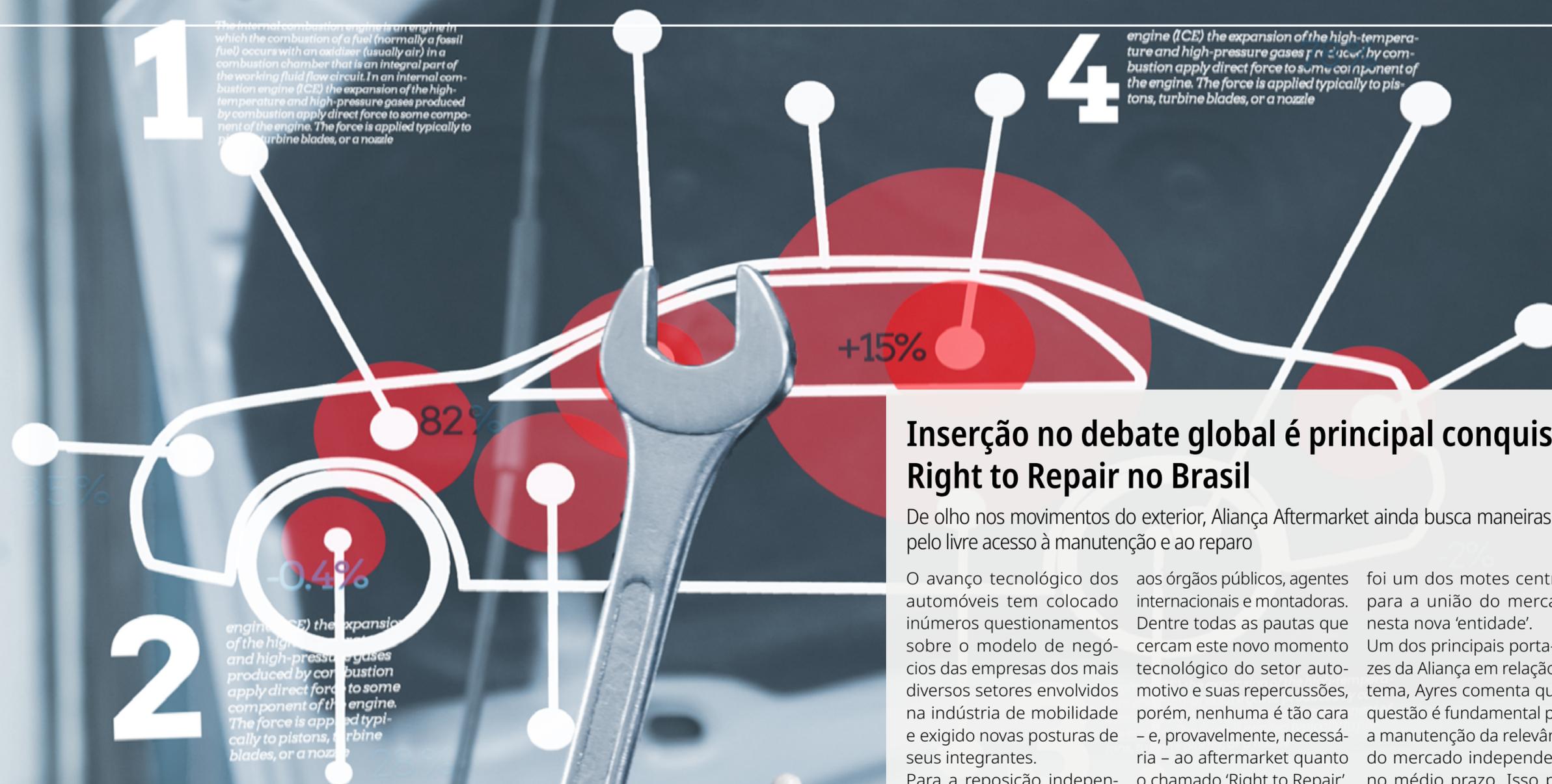


**DISTRIBUIÇÃO NACIONAL**

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

**JUNTOS FAZEMOS MELHOR**





## Inserção no debate global é principal conquista do movimento Right to Repair no Brasil

De olho nos movimentos do exterior, Aliança Aftermarket ainda busca maneiras de dar maior concretude à luta pelo livre acesso à manutenção e ao reparo

O avanço tecnológico dos automóveis tem colocado inúmeros questionamentos sobre o modelo de negócios das empresas dos mais diversos setores envolvidos na indústria de mobilidade e exigido novas posturas de seus integrantes.

Para a reposição independente, por exemplo, este cenário disruptivo foi um dos motivadores para a criação da 'Aliança Aftermarket Automotivo Brasil', movimento inédito de união de diferentes elos da cadeia em prol do ganho de mais representatividade em discussões e negociações junto

aos órgãos públicos, agentes internacionais e montadoras. Dentre todas as pautas que cercam este novo momento tecnológico do setor automotivo e suas repercussões, porém, nenhuma é tão cara – e, provavelmente, necessária – ao aftermarket quanto o chamado 'Right to Repair'. De acordo com Renato Ayres, presidente da Anfape (Associação Nacional dos Fabricantes e Comercializadores de Autopeças para o Mercado de Reposição), a urgência de garantir os direitos do consumidor de reparar seu veículo onde bem entender

foi um dos motes centrais para a união do mercado nesta nova 'entidade'. Um dos principais porta-vozes da Aliança em relação ao tema, Ayres comenta que a questão é fundamental para a manutenção da relevância do mercado independente no médio prazo. Isso porque, com o crescimento da frota dos veículos dotados da tecnologia de conectividade nas ruas e o iminente fim de seus prazos de garantia, as montadoras terão cada vez mais oportunidade de controlar quem poderá acessar – ou não – informações fundamen-

tais para uma manutenção assertiva, como os dados de rodagem e informações de diagnósticos armazenadas em ambientes virtuais em nuvem acessíveis apenas às concessionárias.

“Vale dizer ainda que essas são apenas algumas das maneiras com as quais as montadoras podem cercar o direito do consumidor à livre escolha pelo local de reparo. Isso também pode ser feito com a imposição de barreiras de acesso às peças de reposição”, afirmou o presidente da Anfape.

## De concreto, avanço do Right to Repair no Brasil tem apenas a intensificação das discussões

O caráter fundamental da pauta destacado por Renato Ayres e o avanço da tecnologia tornam inevitável que as empresas do setor estejam se perguntando a respeito das conquistas do

Right to Repair no Brasil. Neste contexto, tanto o presidente da Anfape quanto seu colega de Aliança e presidente do Sindirepa Brasil, Antonio Fiola, afirmam que o movi-

mento avançou pouco em aspectos concretos e tem na inserção nas discussões globais em torno da pauta a sua principal conquista até aqui. “Nesses últimos dois anos, nós estamos bastante ativos nas discussões junto a parceiros internacionais. Participamos, por exemplo, das duas últimas edições do fórum anual da Association in Motion sobre o tema”, comentou Ayres. “Na última semana, durante Automechanika Frankfurt, na Alemanha, membros da Aliança como o Renato Ayres e o Marcelo Gabriel estiveram reunidos com representantes de 18 países para discutir o estágio atual do Right to Repair no mundo e as estratégias para os próximos passos”, corroborou Fiola.

Essa inserção no debate mundial sobre o direito de reparar tem permitido aos brasileiros acompanhar de perto o avanço da criação de legislações e diretrizes sobre o tema ao redor do mundo. Neste sentido, as lideranças acompanharam o fato de que, de 2022 para cá, três estados (Nova Iorque, Minnesota e Califórnia) dos Estados Unidos adotaram legislações importantes em

relação ao Right to Repair tanto no âmbito do direito de reparar propriamente dito quanto em sentido mais amplo para garantir que haja disponibilidade de peças de reposição e que informações sejam disponibilizadas ao dono do produto. Nesta mesma linha, em abril deste ano, o Parlamento Europeu deu um passo importante ao ratificar um direcionamento que prevê prazo de 24 meses para que seus membros adotem em suas leis nacionais regras que obriguem os fabricantes a:

- consertar um produto por preço razoável e dentro de um prazo razoável após o período de garantia legal;
- disponibilizar acesso a peças de reposição, ferramentas e informações de reparo para consumidores;
- incentivar para optar pelo reparo, como vouchers de reparo e fundos;
- oferecer plataformas online para ajudar os consumidores a encontrar serviços de reparo locais e lojas que vendem produtos remanufaturados.



Foto: divulgação

Renato Ayres destaca participação brasileira em discussões internacionais

# AUTHOMIX

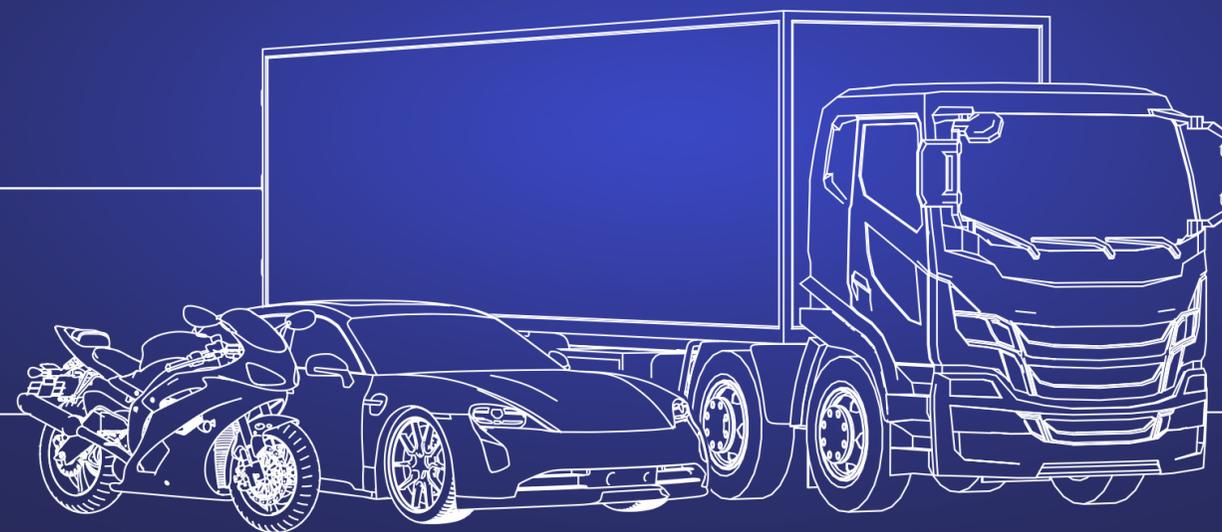
Um mix de soluções para o seu negócio de autopeças e motopeças.

**Referência** na distribuição de peças que mantêm o padrão de **qualidade original** dos veículos, a Authomix oferece um portfólio completo para atender **todo o território nacional**.

**+ DE 5.000 ITENS**  
para os segmentos leve, pesado e motos

**+ DE 40 LINHAS**  
no portfólio

**6 MESES DE GARANTIA**  
em todas as peças



**Linhas Leve, pesado e motos.**



Fale com nossos Revendedores e acelere seu estoque com a AuthoMix



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

**AUTHOMIX**  
Qualidade Original

## No Brasil, legislação e política pública podem ser caminho, mas existem outros

Aumentar o poder de negociação da reposição independente nas tratativas junto ao poder público foi um dos principais motivos para a criação da Aliança Aftermarket. E, na esteira dos movimentos globais em torno da criação de regras diretas para garantir o direito de reparar, esperava-se que esta fosse uma pauta central no cenário brasileiro. Segundo Renato Ayres, porém, a estratégia da Aliança estabelece que outros caminhos sejam tão ou mais relevantes para o avanço do Right to Repair por aqui. “É claro que um dos caminhos para avançarmos passa pela criação de Projetos de Lei e a criação de políticas públicas, a gente não descarta essas possibilidades – muito pelo contrário”, afir-

mou, antes de complementar: “Acreditamos, porém, que a conscientização da população em geral em torno da pauta é tão importante quanto isso. Precisamos modificar a cultura em que o consumidor se acostumou a falar que ‘é caro mesmo, fazer o quê?!’”. O aumento dessa consciência do consumidor brasileiro a respeito de seus próprios direitos poderia, em tese, diminuir a condescendência deste com atitudes de montadoras e fabricantes em geral que violem essas prerrogativas. Tal aposta da Aliança pela criação de um ‘ambiente de maior demanda’ se dá, entre outros motivos, pelo fato de, até aqui, ter havido muito pouco diálogo do aftermarket junto às montadoras neste

sentido e, não menos importante, pela força histórica que estas exercem junto ao poder público nacional. “A ideia de termos uma legislação para balizar o Right to Repair, por exemplo, esbarra na força de lobby que as montadoras têm por aqui”, lamentou Fiola. Para além do lobby de defesa dos próprios interesses, um dos argumentos dos fabricantes de automóveis a fim de não disponibilizarem informações, por exemplo, de telemetria dos carros diz respeito à segurança do consumidor. Tal tese tem ganhado alguma tração junto a órgãos como a Administração Nacional de Segurança no Tráfego dos Estados Unidos. Recentemente, o órgão afirmou que a libera-

ção de determinados acessos poderia violar os direitos de privacidade dos usuários, à medida que terceiros poderiam visualizar (e expor) detalhes pessoais, especialmente dados de localização em tempo real. Transpondo este cenário para o caso brasileiro, é importante dizer que especialistas como a advogada Maria Giovanetti Lili Lucena afirmam que, embora o Código de Defesa do Consumidor estabeleça em vários dispositivos como a obrigatoriedade de defesa da segurança dos consumidor, esta não pode ser utilizada como argumento abstrato, um salvo-conduto, sem comprovações técnicas de que o reparo independente de fato pode causar lesões à parte hipossuficiente.



Foto: divulgação

Antonio Fiola aponta força de lobby das montadoras como barreira para avançar com legislações

### Big Techs reforçam coro quanto aos perigos do Right to Repair irrestrito

Tão fortes quanto as montadoras de automóveis no Brasil são as grandes empresas de tecnologia global. Por isso, vale a pena ficar de olho na mais recente reação de empresas como Google e, principalmente, Apple, à tentativa do estado de Oregon, nos Estados Unidos, de implementar regras semelhantes àquelas ratificadas pelo parla-

mento europeu no último mês de abril. Em depoimento à corte de Oregon, o arquiteto de segurança do reparo da Apple, John Perry, afirmou acreditar que tamanha abertura prejudicaria a segurança, a proteção e a privacidade dos habitantes do Oregon. Além disso, forçaria os fabricantes de dispositivos a permitir o uso de peças de origem des-

conhecida em dispositivos de consumo. Neste sentido, é importante lembrar que o Right to Repair é um movimento amplo, que não se restringe ao reparo de automóveis. O exemplo aqui se refere à manutenção dos smartphones, mas seus desdobramentos certamente podem respingar em outros setores.



## Qualidade e agilidade que aproximam.

Com 24 filiais no Brasil, a Disape entrega autopeças e acessórios com agilidade e segurança, onde quer que você esteja.



Agora, a filial de Natal/RN está em um novo endereço, oferecendo mais excelência.

Venha nos visitar e conhecer nossa nova casa!

Posicione a câmera do seu smartphone para acessar nosso site



Conheça nossas redes sociais

Instagram: [disapedistribuidora](#)

Facebook: [Disape Distribuidora](#)

Distribuidora de Autopeças  
**»Disape**

## Saiba como as eleições municipais irão impactar o seu negócio

Qualidade das vias, direcionamentos específicos de leis federais e definição alíquotas de determinados impostos são algumas prerrogativas da administração da cidade

No próximo dia 6 de outubro, a população brasileira começará a definir os representantes das esferas legislativa e executiva dos mais de 5.500 municípios do país.

Como nos últimos anos, o pleito tem sido cercado por um ambiente de polarização que, muitas vezes, coloca os aspectos ideológicos no centro das discussões, relegando questões práticas e propositivas a uma posição de coadjuvante.

Para especialistas como advogado especializado em direito municipal, Marcos Limão, porém, tal abordagem pode ocultar o impacto que as pautas inseridas na esfera municipal têm sobre varejistas, empresas do aftermarket automotivo e empreendedores em geral.



Foto: Shutterstock

**“A eleição municipal é aquela que discute a organização da cidade, enquanto a eleição geral discute o modelo de sociedade. Sendo assim, o impacto da primeira na vida de todos os cidadãos e dos empreendedores, sobretudo dos pequenos e médios, é direto”**

**Marcos Limão**  
Advogado especializado em Direito Municipal

Enumera também questões simples do cotidiano que influenciam na atividade, por exemplo, dos comércios locais. “Essas pessoas vivem do dia a dia de uma cidade e sofrem a influência direta de ruas mais ou menos arborizadas, calçadas quebradas ou sem acessibilidade, fluidez no trânsito, modelo de coleta de lixo e etc”. Exemplos do cenário citado pelo advogado não faltam e estão frescos na memória de empresários dos mais diferentes setores da economia. Para quem atua na reposição automotiva, questões como a qualidade da pavimentação da via podem ser decisivas para definir o volume e os tipos de demandas mais recorrentes no que diz respeito à manutenção e à reparação. Afinal, a qualidade da malha rodoviária incide diretamente sobre o desgaste de pneus

e componentes de suspensão e direção.

Muito além deste aspecto muitas vezes conhecido como a ‘zeladoria da cidade’, estão, porém, as legislações e a definição de modelos de fiscalização. Neste contexto, um dos pontos mais conhecidos pelos empreendedores do aftermarket é a aplicação da Inspeção Técnica Veicular.

Isso porque, embora o Código de Trânsito Brasileiro determine a obrigatoriedade de inspeção periódica de veículos para atestar níveis de segurança e emissões de gases seguros e ambientalmente sustentáveis, cabe a cada município definir o seu modelo de aplicação.

Em meados de 2013, por exemplo, a cidade de São Paulo mudou o entendimento sobre a aplicação da inspeção em um movimento que incluiu, dentre outras ações, a suspensão do contrato com a ‘Controlar’, empresa que realizava as verificações à época. Vale mencionar, no entanto, que a aplicação de modelos ‘afrouxados’ da inspeção veicular não se restringe a São Paulo.

No ano passado, em levantamento exclusivo de nossa reportagem, o Novo Varejo identificou que recomendações como a realização anual do procedimento e uma avaliação completa de

elementos que indicavam um limite de emissões de gases para cada automóvel, a depender do modelo e de seu ano de fabricação, não foram exigidas pelas instâncias municipal e estadual que, por suas vezes, se restringiam a aplicar a inspeção em casos obrigatórios como obtenção de registro e licenciamento e recuperação de sinistros.

Ainda no âmbito das legislações que impactam tanto o meio ambiente quanto a demanda e o modo de operação de empresas do setor de comércio e serviços, agora em sentido amplo, vale lembrar o contraste da aplicação de medidas ambientais em cada município - como a proibição da distribuição gratuita de sacolas plásticas por empresas supermercadistas no município de São Paulo e a proibição do uso de ‘canudos plásticos’ em estabelecimentos gastronômicos na cidade do Rio de Janeiro.

### Definição de impostos importantes também pertence à instância municipal

Não é novidade que o sistema tributário brasileiro é apontado pelas empresas como uma das principais barreiras de entrada e sobrevivência. Enquanto ajustes sistêmicos são discutidos na esfera federal há décadas por meio

de propostas de Reformas Tributárias, diversas definições práticas no dia a dia são definidas por estados e municípios. É neste contexto que o advogado Marcos Limão destaca o fato de caber a cada município definir Código Tributário Municipal, conjunto de regras que regulamenta não apenas a alíquota de impostos da esfera municipal, como também estabelece taxas como a de licen-

ciamento e publicidade. Dentro desse arcabouço, o especialista chama a atenção para o Imposto Sobre Serviços (ISS), tributo aplicado a todas as empresas e profissionais autônomos que emitem nota fiscal de serviços e cujas regras e alíquotas são definidas pelos municípios dentro de um espectro que pode variar entre uma alíquota mínima de 2% e uma máxima de 5%.



## Nakata amplia portfólio de motopeças com nova linha de sapatas de freio

A Nakata anuncia mais uma linha de produto para motocicletas, com lançamento de sapatas de freio. A fabricante já possui várias famílias de componentes, como amortecedores, cabos de acelerador, embreagem, freio e velocímetro, coxins de transmissão, tubos internos, kits coroa, pinhão e corrente e pastilhas de freio para as motos das principais marcas. A nova linha oferece mais de 50 aplicações de sapatas de freio para

as marcas Honda, Yamaha e Suzuki, além da Dafra, como Honda CG 125/150/160; NXR 125/150; CB 300; CBX 200/250; BIZ 100/125; POP 100; Yamaha YBR 125 Factor/XTZ125; RD 125; RX 180; DT 200; XL 125; Suzuki Intruder 124; GSR 125; EN Eyes 125; Best 125; Dafra Apache 150; Smart Joy 125; Super 100; entre outras. Os componentes são produzidos com liga metálica em alumínio injetada sem emendas e acabamento antioxidante.



Foto: divulgação  
Fabricante segue investindo em motopeças e lançamento reúne mais de 50 aplicações

## OSRAM lança lâmpada halógena mais potente do mercado

A OSRAM traz ao mercado brasileiro mais uma lâmpada da sua linha NIGHT BREAKER: a NIGHT BREAKER 220, considerada a halógena mais poderosa do mercado. Capaz de entregar 220% mais brilho e 20% mais luz branca que o padrão exigido, o produto é indicado para automóveis e motos de alta cilindrada. Ideal para carros e motos de alta cilindrada, a lâmpada gera um feixe de luz de 150 m de

comprimento, o que permite aos condutores identificar e reagir mais rapidamente às condições do trânsito sem ofuscar outros condutores, o que mantém a segurança de todos. A NIGHT BREAKER 220 está disponível nos encaixes H4, H7 e H11 e conta com uma nova tampa, na cor dourada. Outro diferencial está ligado à sustentabilidade, já que as embalagens das lâmpadas são ecológicas.

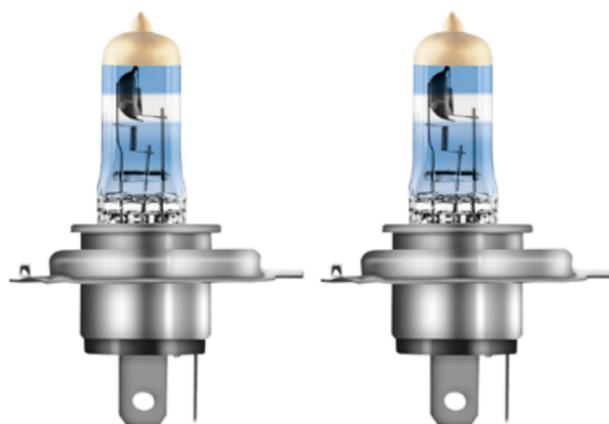


Foto: divulgação  
Com feixe de luz de 150 metros, modelo oferece até 220% mais brilho e 20% mais luz na estrada

## Gates oferece novas mangueiras curvas

A Gates anuncia a expansão de sua linha de mangueiras curvas para o sistema de arrefecimento de veículos leves. Os produtos oferecem desempenho superior, especialmente em motores que operam sob altas temperaturas, graças à construção em EPDM (Etileno Propileno Dieno Monômero). Este material sintético de alto desempenho garante resistência ao ozônio, calor e diversas condições climáticas, proporcionando durabi-

lidade excepcional e reduzida fadiga por flexão. Atualmente, a Gates cobre 65% da frota brasileira com a linha de mangueiras curvas e projeta ampliar essa cobertura para 81% até o final de 2024, com o lançamento de mais de 100 novos itens. Outro diferencial é a resistência eletroquímica (ECR - Electrochemical Resistance), um fator crucial que previne falhas comuns em mangueiras, garantindo vida útil prolongada e desempenho confiável.



Foto: divulgação  
Marca cobre 65% da frota brasileira com a linha de mangueiras curvas

## Novas pastilhas de freio premium TRW para veículos BMW

A ZF Aftermarket lança no mercado de reposição novas pastilhas de freio premium com a marca TRW. Os componentes são específicos para aplicação nos modelos da montadora BMW, tanto para eixo traseiro como dianteiro. Os componentes para eixo traseiro atenderão

os veículos da série 3 (G20, G80, G28) ano 2018 a 2020, 4 Coupé ano 2020; (G22, G82) ano 2020; 5 (G30, F90) 2016 a 2020; i4 (G26), iX (I20) ano 2021; X3 (G01, F97) ano 2017; X4 (G02, F98) ano 2018; X6 (G06, F96) ano 2019 a 2023; X7 ano 2019 e Z4 Roadster (G29) ano 2018.



Foto: divulgação  
Produtos são indicados tanto para eixo traseiro como para eixo dianteiro

**ANUNCIE** na mídia do **Aftermarket Automotivo**

comercial@novomeio.com.br



## Com a Substituição Tributária como pano de fundo, Sefaz-PR promove ação para regularizar impostos do setor de autopeças

Ação contempla todos os elos da cadeia e estima recuperar um montante na casa dos R\$100 milhões

Cerca de 121 empresas de autopeças do Paraná estão no centro de uma ação da Secretaria da Fazenda do Paraná (Sefaz-PR) para regularizar os tributos do estado. Até o dia 26 de setembro, os players dos diversos nichos da cadeia poderão sanar suas incongruências com a Receita a partir de movimentos proativos, antes de serem autuados pelo órgão.

Para além do ponto de vista administrativo das empresas do aftermarket paranaense, a ação chama a atenção para um problema recorrente no setor: as constantes incongruências geradas pela complexidade pelo regime de Substituição Tributária.

De acordo com a Sefaz-PR, a

escolha do setor de autopeças se deu a partir do volume de inconsistências relacionadas ao regime – volume este que faz com que o estado estime um montante recuperável de impostos na faixa dos R\$102 milhões.

A fim de entender melhor a situação paranaense e apreender a visão do estado sobre o cenário macro de recolhimento de tributos do país, tanto no que diz respeito à adoção de políticas menos coercitivas de recuperação de valores quanto no âmbito das possíveis dificuldades geradas pelo sistema em si, conversamos com exclusividade com a Sefaz-PR.

As respostas às nossas perguntas foram creditadas ao conjunto técnico do órgão. Veja a

seguir a íntegra da conversa.

### Quais elos da cadeia de autopeças estão contemplados no programa?

**Sefaz-PR** - Entre as empresas que foram comunicadas sobre a possibilidade de autorregulação estão aquelas que fazem parte da cadeia do pagamento do ICMS que está sendo cobrado. Na sua grande maioria, são as distribuidoras, comércio atacadista e varejista.

### Quais foram os principais motivos que fizeram a Sefaz-PR escolher o setor de autopeças para o programa? O programa fará uma espécie de 'rodízio' pelos diversos setores da economia paranaense?

**Sefaz-PR** - Ao todo, serão con-

templadas 121 empresas de autopeças. A escolha dessas áreas se deu a partir do volume de inconsistências relacionadas à Substituição Tributária, em que a cobrança do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) deixa de ser feita em toda a cadeia e passa a ser concentrada em poucas empresas. Sobre a possibilidade de um rodízio, não há nada nos planos no momento. O ponto é que a ação centrada em autopeças e em medicamentos foi realizada agora para coincidir com o Refis, o programa de renegociação de dívidas do Estado, que vai até o fim de setembro.

**O fato do Regime de Substituição Tributária se apresentar de for-**

**mas diversas nos diferentes estados do país contribui para o volume de incongruências?**

**Sefaz-PR** - A Substituição Tributária funciona a partir de convênios formados por unidades da federação, que acabam criando um conjunto de regras sobre o modo como o ICMS vai ser aplicado. O que acontece é que, em alguns casos, determinados estados estão fora de um ou outro convênio, o que acaba gerando essas incongruências. Ainda assim, a Substituição Tributária é um mecanismo bastante

interessante para o Estado, pois centraliza em poucos contribuintes aquela operação que deveria se estender a muitos mais. É muito mais fácil fiscalizar uma dezena de indústrias do que milhares de lojas, por exemplo.

### Como vocês chegaram à conclusão de que a proposição de uma autorregularização seria um modelo interessante sob os pontos de vista da recuperação de recursos e de cidadania?

**Sefaz-PR** - A ideia da autorregularização faz parte de uma

política de conformidade tributária em implantação pela Receita Estadual para incentivar as empresas a buscarem, de forma espontânea, a quitação de suas dívidas. A ideia é estimular que elas estejam atentas às suas pendências e busquem regularizá-las, reduzindo a necessidade de uma ação de fiscalização ou mesmo de autuação por parte da Receita. Este sistema foi desenvolvido para permitir a transparência e facilitar a interação do contribuinte com o Fisco. Viabiliza, de forma auto-

matizada e segura, o acesso às inconsistências apontadas, a geração de guias para pagamento, o lançamento de justificativas, assim como, no trabalho fiscal, auxilia a análise, organização e controle. Assim, ao identificar alguma inconsistência, o próprio contribuinte pode tomar a iniciativa para corrigir a situação. Por isso mesmo, o interesse de fazer esse processo de autorregularização juntamente com o Refis, oferecendo alguns descontos nos juros e isentando-o de multa.

### TEM NOVIDADES NA MOTORS IMPORTS!

Lançamento



38835 - TAMPÁ VÁLVULAS VW AMAROK V6 3.0 17...

Lançamento



39884 - AMORTECEDOR DIANT. FIAT DUCATO 2.3 18...

Lançamento



39677 - FILTRO ACD BYD DOLPHIN EV 23...

Lançamento



39732 - SENSOR PASTILHA FREIO DIANT. BMW 330i (G20) 19...

Lançamento



39817 - BRONZINA MANCAL CITROEN/PEUGEOT C3/208 1.2 STD

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

Ganhadores do Prêmio Maiores e Melhores 2023



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

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



## Finalistas da pesquisa Maiores e Melhores Pesados apontam diferenciais e analisam mercado

### SAMA

Foto: divulgação



**Roberto Ambrozio Jr.**  
Diretor de Vendas da Sama

#### Quais fatores explicam o destaque conquistado pela empresa junto aos varejistas que participaram da pesquisa?

O destaque da nossa empresa na pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças para veículos Pesados se deve a vários fatores-chave. Nosso portfólio diversificado, aliado à eficiência nas entregas, garante que os varejistas recebam os produtos que precisam de forma rápida. Além disso, nossos times comercial e de suporte desempenham um papel fundamental, oferecendo atendimento responsável, com suporte técnico e comunicação clara, o que fortalece a confiança e a satisfação dos nossos clientes. A inovação constante, o comportamento ético e uma plataforma eficaz de B2B também contribuem para a nossa liderança no

mercado. Esses esforços combinados resultam no reconhecimento e na admiração que conquistamos.

#### Quais são as características mais marcantes do mercado de distribuição de componentes para pesados no Brasil hoje?

O mercado de distribuição de componentes para veículos pesados no Brasil é fragmentado e competitivo, com forte influência da demanda dos transportes rodoviários, tornando-o sensível aos fatores econômicos e políticos que impactam o setor. Desafios logísticos são evidentes devido às grandes dimensões do país. Outro ponto é que o segmento é regulamentado e enfrenta a urgência de uma manutenção mais preditiva nos veículos, em busca da redução de custos operacionais. A integração de tecnologias avançadas nas frotas também está moldando a necessidade de diversificação do portfólio de peças.

#### Como a evolução tecnológica experimentada pelos veículos pesados na última década impactou o setor como um todo e o mercado de distribuição em particular?

A evolução tecnológica em veículos pesados tem gerado impactos significativos. A crescente complexidade das tecnologias, como sensores e sistemas eletrônicos, exige que distribuidores possuam um conhecimento técnico mais profundo e invistam em treinamento especializado. A demanda por peças compatíveis com esses sistemas avançados aumenta a diversificação dos estoques dos distribuidores. Além disso, a necessidade de reposição de itens por conta da manutenção dos veículos obriga adaptações nas ofertas dos distribuidores, que devem entender melhor a interação entre os novos componentes e os sistemas empregados na frota.

#### De que forma a empresa vislumbra a evolução deste mercado e quais transformações terão maior relevância nos próximos anos?

Uma distribuidora de peças deve considerar várias mudanças para se adaptar ao mercado. A digitalização e o e-commerce estão transformando a compra e gestão de estoques, com previsão de crescimento contínuo. A complexidade dos veículos aumentará a demanda por serviços cada vez mais especializados, necessitando novas ferramen-

tas, diagnósticos e peças. Investimento em tecnologias serão necessários para uma melhor eficiência. Além disso, o suporte técnico de qualidade será cada vez mais crucial. Adaptar-se a essas mudanças é fundamental para manter a relevância e a competitividade no mercado.

### ODAPEL

Foto: divulgação



**José Augusto Dias**  
Sócio/Diretor Comercial da Odapel  
Distribuidora de Autopeças

#### Quais fatores explicam o destaque conquistado pela empresa junto aos varejistas que participaram da pesquisa?

A Odapel, com seus 65 anos completados em 2024, sempre acreditou que o relacionamento e o respeito aos clientes e fornecedores são fundamentais. Não se trata apenas de oferecer um bom atendimento, mas de realmente entender e atender às necessidades dos nossos clientes, estando sempre

próximos a eles. Para isso, investimos em um time altamente qualificado, preparado para prestar o melhor serviço. Hoje, somos reconhecidos por oferecer o portfólio mais completo do setor de linha pesada, garantindo o atendimento integral com as peças dos nossos parceiros fornecedores. Nossa cultura, inspirada na missão de 'não deixar o veículo do cliente parado por falta de peça', segue sendo o nosso diferencial. Acreditamos que fatores como o respeito pela cadeia de valor, a abertura de novas filiais, que nos aproxima ainda mais dos nossos clientes, e a constante diversificação do nosso portfólio foram cruciais para esse reconhecimento. Continuamos comprometidos em avançar com uma base sólida e sempre respeitando nossos clientes, colaboradores e fornecedores.

#### Quais são as características mais marcantes do mercado de distribuição de componentes para pesados no Brasil hoje?

Diversificação de produtos em portfólio: A demanda por uma ampla gama de itens, desde peças de motor, suspensão e freios até a iluminação, é alta. Isso exige que nós ofereçamos uma grande variedade de produtos, marcas e modelos para atender diferentes necessidades e perfis de clien-

tes. Foco na qualidade e confiança: Em veículos pesados, a durabilidade e a segurança são cruciais. Logo, é preciso garantir que os componentes oferecidos sejam de alta qualidade e confiança, muitas vezes buscando certificações e parcerias com fabricantes renomados e fornecedoras de montadoras. Mercado de peças remanufaturadas: Existe um segmento para peças remanufaturadas e genéricas, que muitas vezes são uma alternativa mais econômica às peças originais. Isso influencia a dinâmica de mercado e as preferências de um perfil específico de cliente. Serviço e suporte técnico: Além da venda de peças, muitas vezes precisamos oferecer suporte técnico e especializado de orientação para o sucesso da compra do cliente, instalação e até manutenção, o que destaca o atendimento da equipe de vendas da Odapel. Desafios econômicos e fiscais: O mercado enfrenta desafios relacionados à economia brasileira e as regulamentações, como impostos, por exemplo. Estes fatores podem impactar o custo e a disponibilidade dos componentes em determinadas regiões do país. Entrega eficiente: Ter um estoque equilibrado para diversos municípios em nosso país seguramente é um desafio. Por isso é necessário

manter sempre a parceria com transportadoras sólidas no mercado, a fim de assegurar a rápida entrega para os clientes. Proximidade física: Estar cada vez mais próximos aos nossos clientes requer um alto investimento; porém, devido às questões tributárias do nosso país, cada vez mais tem sido um ponto necessário. Tendências sustentáveis: A crescente preocupação com questões ambientais está começando a influenciar o mercado, com uma demanda crescente por componentes que sejam mais sustentáveis e eficientes em termos de consumo de energia.

#### Como a evolução tecnológica experimentada pelos veículos pesados na última década impactou o setor como um todo e o mercado de distribuição em particular?

A evolução tecnológica nos veículos pesados tem exigido que o mercado de distribuição se adapte rapidamente, oferecendo componentes mais especializados, atualizando processos e investindo em novas tecnologias e capacidades de serviço. Essa transformação representa tanto desafios quanto oportunidades para os distribuidores. Já existem, por exemplo, veículos pesados modernos incorporados com tecnologias avançadas, como gerenciamento eletrônico e

assistência ao motorista, o que aumenta a complexidade dos componentes. Logo, surge a necessidade de oferecer uma gama diversificada de peças de reposição e suporte técnico especializado. Com a evolução tecnológica, a manutenção de veículos pesados torna-se mais complexa, exigindo treinamento contínuo para os profissionais do setor.

#### De que forma a empresa vislumbra a evolução deste mercado e quais transformações terão maior relevância nos próximos anos?

Acreditamos que o mercado de distribuição de autopeças para veículos pesados passará por significativas transformações nos próximos anos, impulsionadas por fatores como a digitalização, o avanço da tecnologia embarcada nos veículos e a evolução das necessidades dos clientes. Para acompanhar essas mudanças, nossa estratégia inclui:

1. Capacitação contínua: Investiremos intensamente na capacitação dos nossos colaboradores para que estejam preparados para lidar com as novas tecnologias embarcadas nos veículos, conectividade e automação. Esse preparo será crucial para oferecer um serviço de excelência em um mercado cada vez mais tecnológico.
2. Apoio e parceria com fornecedores: Vamos continuar

apoiando nossos fornecedores no desenvolvimento de novos produtos que atendam às tendências do mercado, como peças e componentes que suportem as novas tecnologias embarcadas e soluções sustentáveis. Essa parceria estratégica é fundamental para manter nosso portfólio atualizado e diversificado.

3. Expansão e diversificação de produtos: Vamos investir na ampliação do nosso estoque e na diversificação de produtos, garantindo alta disponibilidade e agilidade no atendimento, seja por meio de canais tradicionais ou digitais.

4. Proximidade com os clientes: Permaneceremos próximos aos nossos clientes, oferecendo não apenas produtos, mas também conhecimento especializado. Queremos ser o distribuidor de confiança que eles possam contar para atender, de forma rápida e eficaz, às demandas dos seus próprios clientes. Estamos comprometidos em liderar esse processo de transformação no mercado, mantendo nossa base sólida de respeito aos clientes, fornecedores e colaboradores, e sempre buscando inovação e excelência.

#### PACAEMBU

#### Quais fatores explicam o destaque conquistado pela empresa junto aos varejistas que participaram da pesquisa?

A Pacaembu Autopeças se destaca no mercado de distribuição de autopeças para veí-

culos pesados devido a uma combinação de fatores que refletem sua sólida trajetória e compromisso com a qualidade. Com mais de 60 anos de experiência, a empresa se consolidou como uma referência no setor, oferecendo produtos de alta qualidade e confiabilidade, o que é essencial para conquistar a confiança dos varejistas. Além disso, a Pacaembu investe em uma equipe de vendas bem treinada, que proporciona um atendimento técnico e personalizado, permitindo um contato próximo com os clientes para entender suas necessidades e garantir uma ótima experiência de compra. Outro aspecto importante é a diversificação de seu portfólio, que conta com mais de 57.000 itens, atendendo a uma ampla gama de necessidades dos varejistas e oferecendo opções para diferentes tipos de veículos pesados. A empresa também se mantém atualizada em relação às tendências do mercado, investindo em inovação tecnológica e processos, adaptando sua oferta de produtos e serviços para atender às demandas emergentes. A logística eficiente da Pacaembu, com agilidade nas entregas, permite que a empresa atenda rapidamente às solicitações dos varejistas, um diferencial crucial em um ambiente com-

petitivo. Por fim, a utilização de canais de venda diversificados, incluindo e-commerce e vendas diretas, facilita o acesso dos varejistas aos produtos, melhorando ainda mais a experiência de compra. Nossa loja virtual, [www.pabu.com.br](http://www.pabu.com.br), oferece vantagens significativas para os varejistas, uma ampla variedade de peças, permitindo que os varejistas encontrem tudo o que precisam em um só lugar, destacando-se pela garantia do melhor preço, tornando-se uma escolha atraente para os nossos clientes.

#### Quais são as características mais marcantes do mercado de distribuição de componentes para pesados no Brasil hoje?

O mercado de distribuição de componentes para veículos pesados no Brasil é caracterizado pela coexistência de grandes distribuidores nacionais e pequenos e médios distribuidores regionais, criando um ambiente competitivo e diversificado. A expansão do mercado, estimulada pela modernização das frotas com veículos mais eficientes e sustentáveis, é uma clara tendência. Essa tendência reflete uma crescente demanda por peças e componentes de reposição, beneficiando diretamente o setor e projetando um futuro otimista. O desempenho do mercado

está intimamente ligado à atividade do setor de transportes e influenciado por fatores macroeconômicos, como PIB, taxas de juros e preços de combustíveis, evidenciando a interdependência entre esses segmentos. A Pacaembu tem uma ampla oferta de produtos, incluindo motores, transmissões, sistemas eletrônicos, químicos, lubrificantes, pneus, entre outras peças de reposição de marcas nacionais e importadas, atendendo a diferentes necessidades e orçamentos. A demanda por soluções tecnológicas, como gestão de estoque online e atendimento personalizado, está impulsionando a digitalização dos processos. Além disso, as normas ambientais, como as exigências do Euro 6, estão forçando o mercado a se adaptar, resultando em veículos mais limpos e eficientes. O agronegócio brasileiro também desempenha um papel significativo no crescimento do mercado de caminhões e na demanda por autopeças,



Ana Paula Cassorla  
Diretora de Marketing e Compras da Pacaembu



**MAIORES & MELHORES**  
em distribuição de autopeças

**P E S A D O S**

**O cuidado com as entregas e o compromisso com nossos clientes refletem a nossa excelência.**

**Obrigado pela confiança!**



[rodonaves.com.br](http://rodonaves.com.br)



Leia o QR Code e transporte você também com a **maior e melhor** do seu segmento.



**RODONAVES**

prometendo um futuro promissor para o setor.

**Como a evolução tecnológica experimentada pelos veículos pesados na última década impactou o setor como um todo e o mercado de distribuição em particular?**

A incorporação de sistemas eletrônicos sofisticados, como gerenciamento de frota e sensores avançados, aumentou a complexidade dos veículos pesados, exigindo dos distribuidores um conhecimento técnico mais aprofundado para formação do estoque e entendimento da demanda por região. Essa complexidade elevou a demanda por componentes eletrônicos de alta precisão, levando os distribuidores a oferecer um portfólio de produtos mais abrangente e especializado. A tecnologia também possibilitou o desenvolvimento de sistemas de monitoramento e diagnóstico que identificam problemas antes que se agravem, otimizando a manutenção e reduzindo custos operacionais. Além disso, a evolução tecnológica transformou a logística, com o uso de sistemas de rastreamento que otimizam rotas e reduzem custos, exigindo investimentos em gestão de estoque e logística mais eficientes. A Pacaembu também se apropriou das tecnologias disponíveis, o que possibilitou

o desenvolvimento de novos modelos de negócio, como a venda de peças online, a assinatura de serviços e o uso de plataformas digitais para conectar fabricantes, distribuidores e clientes, iniciativas que temos adotado para nos manter competitivos e próximos de nossos clientes.

**De que forma a empresa vislumbra a evolução deste mercado e quais transformações terão maior relevância nos próximos anos?**

O futuro do mercado de distribuição de componentes para veículos pesados será caracterizado por uma maior integração tecnológica, personalização dos serviços, foco em sustentabilidade e a emergência de novos modelos de negócio. A colaboração com outras empresas, incluindo fabricantes, startups e empresas de tecnologia, será essencial para o desenvolvimento de soluções inovadoras e para atender às crescentes demandas do mercado de distribuição de componentes para veículos pesados. Essa sinergia permitirá a troca de conhecimentos e recursos, facilitando a criação de produtos e serviços que respondam de maneira eficaz às necessidades dos clientes. As empresas que conseguirem se adaptar a essas mudanças e oferecer solu-

ções mais completas e personalizadas aos seus clientes estarão em uma posição privilegiada para alcançar o sucesso. Essas inovações não apenas melhoram a eficiência operacional, mas também transformam a experiência do consumidor, permitindo um acesso mais ágil e personalizado aos produtos e serviços desejados. Neste contexto, desejamos expressar nossa profunda gratidão a todos os envolvidos no 1º Prêmio Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças para Veículos Pesados. A pesquisa possibilita resultados que vão além da simples celebração das conquistas do setor, mas, também serve como uma plataforma para a promoção e o reconhecimento das melhores práticas do mercado, incentivando a inovação e a busca pela excelência. Estamos especialmente agradecidos pelo reconhecimento que recebemos, destacando-nos entre mais de 300 varejistas especializados em peças para caminhões e ônibus de todo o Brasil. Acreditamos firmemente que, juntos, podemos continuar a impulsionar o crescimento do setor, adotando novas tecnologias e práticas que atendam às crescentes demandas do mercado e melhorem a experiência de todos os envolvidos.

**COBRA**



**Diogo Sturaro**  
Diretor de Marketing e TI da Cobra

**Quais fatores explicam o destaque conquistado pela empresa junto aos varejistas que participaram da pesquisa?**

Acreditamos que a combinação de fatores que envolvem a qualidade e confiabilidade dos produtos disponíveis em nosso amplo portfólio, nossa presença nas principais cidades do país, somados à alta disponibilidade de produtos e o serviço de retirada em até 15 minutos sejam diferenciais considerados pelos amigos varejistas nessa pesquisa. Buscamos manter um relacionamento próximo e de confiança com eles, oferecendo atendimento personalizado e suporte técnico. Investimos em inovação e tecnologia para acompanhar as demandas do mercado. Com 26 anos consecutivos sendo eleita a número 1 em rolamentos, reforçamos nossa credibilidade e consolidamos nossa posição de liderança também na linha pesada.

**Quais são as características mais marcantes do mercado de distribuição de componentes para pesados no Brasil hoje?**

O mercado de distribuição de componentes para veículos pesados no Brasil é marcado pela crescente demanda por produtos de alta qualidade e durabilidade, devido às exigências de desempenho e segurança. A logística eficiente é essencial, pois os clientes buscam rapidez e disponibilidade de peças para minimizar o tempo de inatividade dos veículos. A Cobra entende que há uma tendência de aumento na busca por soluções tecnológicas e suporte técnico especializado, refletindo um mercado cada vez mais focado em inovação, sustentabilidade e atendimento personalizado para se adaptar às necessidades específicas dos frotistas e operadores.

**Como a evolução tecnológica experimentada pelos veículos pesados na última década impactou o setor como um todo e o mercado de distribuição em particular?**

Acreditamos que a evolução tecnológica trouxe mudanças tanto para os fabricantes quanto para o mercado de distribuição. A introdução de novas tecnologias, como sistemas de gerenciamento eletrônico, conectividade energética, aumentou a com-

plexidade e a diversidade dos componentes demandados. Isso exige uma rápida adaptação. Estamos sempre considerando a ampliação do portfólio de produtos, investindo em capacitação técnica e em soluções logísticas mais ágeis para atender às necessidades específicas do mercado. A tecnologia impulsiona a necessidade de inovação contínua e maior especialização por parte dos distribuidores para se manterem competitivos.

**De que forma a empresa vislumbra a evolução deste mercado e quais transformações terão maior relevância nos próximos anos?**

A Cobra Rolamentos enxerga um mercado de distribuição de componentes para veículos pesados em constante evolução, impulsionado pela digitalização, conectividade e por inovações tecnológicas que tornam os veículos mais eficientes e sustentáveis. Acreditamos que, nos próximos anos, a relevância estará na adaptação às novas demandas por componentes específicos para tecnologias emergentes, como motores híbridos e sistemas de direção autônoma. Além disso, vemos uma transformação significativa na integração de soluções digitais, como plataformas de e-commerce e ferramentas de gestão de estoque em

tempo real, para oferecer um atendimento ainda mais ágil e personalizado. O foco em sustentabilidade, com produtos e práticas que minimizem o impacto ambiental, também será crucial para manter a competitividade e responder às expectativas do mercado.

**FURACÃO**



**Rogerio Dos Santos Cardoso Junior**  
Superintendente de Compras/Vendas/Marketing da Furacão

**Quais fatores explicam o destaque conquistado pela empresa junto aos varejistas que participaram da pesquisa?**

Atualmente contamos com 32 filiais espalhadas pelo Brasil, o que garante uma capilaridade que nos permite estar sempre próximos aos nossos clientes e atendê-los com agilidade. Somos parceiros de mais de 190 transportadoras homologadas; além disso, a Furacão conta com um sistema próprio de vendas, o SAV, uma plataforma eficiente para o cliente, onde ele tem acesso ao portfólio completo com mais de 50 mil itens cadastrados, proporcionando uma experiência mais

prática da compra. Além do investimento em garantia, o compromisso com o cliente, o foco na excelência e a credibilidade conquistada no mercado fazem da Furacão uma empresa reconhecida e valorizada por seus parceiros e clientes.

**Quais são as características mais marcantes do mercado de distribuição de componentes para pesados no Brasil hoje?**

Dada a extensão do território brasileiro e considerando que mais de 75% das mercadorias são transportadas por caminhões, uma rede de distribuição forte é essencial para atender a essa demanda que cresce e se diversifica a cada dia. Disponibilidade de produtos à pronta entrega e mão de obra qualificada em todos os cantos do país são características marcantes desse mercado.

**Como a evolução tecnológica experimentada pelos veículos pesados na última década impactou o setor como um todo e o mercado de distribuição em particular?**

A tecnologia impactou diretamente a eficiência logística. A adoção de sistemas de telemetria e rastreamento permitiu um controle mais preciso da frota, otimizando rotas, reduzindo custos e aumentando a produtivi-

dade. A automação também ganhou espaço, com a implementação de sistemas de gerenciamento de frota e plataformas de logística, que facilitam o planejamento e a gestão das operações. A digitalização do setor também trouxe novas oportunidades para o mercado de distribuição. A integração de dados e a análise de informações permitem uma melhor tomada de decisão, otimizando a gestão de estoque, a previsão de demanda e a gestão de custo.

**De que forma a empresa vislumbra a evolução deste mercado e quais transformações terão maior relevância nos próximos anos?**

A Furacão está sempre observando as tendências que moldam o mercado de distribuição de componentes para veículos pesados e esperamos que, com os avanços tecnológicos, a demanda por peças mais modernas e conhecimentos técnicos mais específicos sejam exigidos cada vez mais, sendo um fator importante de investimento nesses pontos e a adaptação da empresa para uso de recursos de inteligência artificial vai ajudar na experiência do cliente e gestão das peças. A empresa está pronta para se adaptar às novas mudanças e se aprimorar mais nesse segmento.

**MORELATE**



Marco Moreira  
Diretor Compras/Planejamento  
Estratégico/Marketing da Morelate

**Quais fatores explicam o destaque conquistado pela empresa junto aos varejistas que participaram da pesquisa?**

O Grupo Morelate está no mercado há mais de 36 anos atuando na linha pesada, e pra nós estar participando pela primeira vez dessa pesquisa é muito gratificante e nos faz buscar cada vez mais nossa participação no mercado de varejo. Somos uma empresa que presa muito a parceria com o cliente buscando levar o maior portfólio para ele encontrar a sua necessidade em um único lugar.

**Quais são as características mais marcantes do mercado de distribuição de componentes para pesados no Brasil hoje?**

Uma das características mais marcantes para nosso cliente é ter disponibilidade, boas marcas e competitividade. E outro fator que pesa muito em nosso setor é a entrega no menor tempo possível.

**Como a evolução tecnológica experimentada pelos veículos pesados na última década impactou o setor como um todo e o mercado de distribuição em particular?**

Vejo que o maior desafio para nós distribuidores é fazer com que grandes indústrias passem a liberar a linha de produtos eletrônicos, que hoje fica atrelada a postos de serviços e concessionárias. Tenho tido muita conversa com as fábricas para mapear os distribuidores que têm o perfil de vender essa linha e liberar para comercializarmos. Hoje um grande frotista e um alguns reparadores não investem mais em estoque – esse é o nosso papel como distribuidores, ter a peça na hora que nosso cliente precisa. E tudo isso devido aos veículos atuais virem com muita tecnologia embarcada de peças eletrônicas. E as fábricas nacionais que atendem as montadoras em nosso país têm que fazer isso rápido, porque hora que os paralelos desenvolverem, a conta vai ficar muito mais cara para elas recuperarem um mercado em que são os detentores da tecnologia.

**De que forma a empresa vislumbra a evolução deste mercado e quais transformações terão maior relevância nos próximos anos?**

Um dos nossos maiores desafios é manter o relacionamento cada vez mais com as pessoas, sejam nossos clientes, fornecedores e nossos colaboradores. E a cada dia que passa nasce uma nova ferramenta digital trazendo uma solução. Quando visito nossos clientes, vejo que há ferramentas que ajudam, sim, no dia a dia deles; mas, quando você visita e se coloca à disposição para escutá-los, não existe ferramenta melhor que o olho no olho, e nós acreditamos muito nisso. O Grupo Morelate vislumbra cada vez mais desenvolver seus profissionais e capacitá-los para acompanhar essas tendências de mercado e nunca perder a essência de um bom atendimento, até porque do outro lado é um ser humano que toma a decisão para o negócio dele. Por isso, uma das grandes transformações para os próximos anos é se conectar cada vez mais com os clientes, colaboradores e fornecedores.

**VANUCCI**

**Quais fatores explicam o destaque conquistado pela empresa junto aos varejistas que participaram da pesquisa?**

Com um compromisso firme em excelência, o Grupo Vannucci continua se destacando ao investir em múltiplas

áreas, garantindo que a qualidade no atendimento e a eficiência na entrega, com frota própria e estoque bem abastecido, se traduzam em benefícios diretos para os clientes e o mercado. Essas ações consolidam o grupo como um dos principais nomes no setor. Podemos ainda destacar o investimento em novas filiais e a ampliação das atuais como um fator de destaque dos últimos anos.

**Quais são as características mais marcantes do mercado de distribuição de componentes para pesados no Brasil hoje?**

O compromisso do Grupo Vannucci com o mercado de pesados é evidente na agilidade e eficiência com que abastece lojas, oficinas e frotistas. Entendendo a necessidade de reparações rápidas e precisas em veículos comerciais. O grupo se destaca como um dos maiores do Brasil, garantindo sempre a peça certa, no tempo certo.

**Como a evolução tecnológica experimentada pelos veículos pesados na última década**



Thais Pereira  
Marketing da Vanucci

**impactou o setor como um todo e o mercado de distribuição em particular?**

O Grupo Vannucci entende que seu papel como distribuidor é fundamental para a cadeia de peças no mercado. As evoluções sempre ocorreram e continuarão a acontecer, e é através do grupo que as fábricas se conectam ao segmento. Assumir essa responsabilidade de apoiar o mercado na adaptação às novas tecnologias é natural e crucial, permitindo o crescimento conjunto e contínuo.

**De que forma a empresa vislumbra a evolução deste mercado e quais transformações terão maior relevância nos próximos anos?**

O Grupo Vannucci está comprometido em acompanhar o crescimento do mercado e as inovações tecnológicas, sempre trazendo as soluções necessárias para atender às demandas. Ao mesmo tempo, o grupo tem um compromisso com a frota circulante em nosso país, que é considerada “velha”, garantindo que esses veículos continuem rodando com segurança. Para os próximos anos, o foco estará na ampliação do portfólio, na melhoria da estrutura das lojas e no desenvolvimento contínuo dos nossos profissionais.

**RODONAVES**



Jesiel Tasso  
Diretor de Vendas e Marketing  
na Rodonaves

**Quais fatores explicam o destaque conquistado pela empresa junto aos varejistas que participaram da pesquisa?**

Na Rodonaves, cada entrega é uma entrega única. A dedicação de todos os colaboradores, o trabalho em equipe, o compromisso com a excelência e a responsabilidade são fundamentais para que as operações funcionem corretamente, de modo que os nossos clientes estejam satisfeitos com os serviços que oferecemos. Além de nossos ideais, entendemos que cada entrega é uma chance de gerar prosperidade, valor e aproximação, ao ponto em que identificamos as necessidades reais de cada um. Também estamos de olho no mercado para acompanhar a evolução e entregar os melhores resultados. Almejamos levar aos clientes oportunidades de crescimento e expansão por meio de nossos serviços; isto é, buscamos sempre criar parcerias duradouras

que fomentem o desenvolvimento econômico da cadeia produtiva. Para nós, essa relação vai muito além de consumidor-transportadora, é parceria, de fato, é confiança, é expansão.

**Quais são as características mais marcantes do mercado de distribuição de componentes para pesados no Brasil hoje?**

A distribuição correta dos componentes para veículos pesados é essencial para que as operações das frotas fluam normalmente, principalmente por se tratar de materiais robustos e duráveis. Assim, um trabalho eficiente de entrega é de extrema importância para que montadoras e outras empresas sigam em funcionamento ininterrupto, sem que exista um prejuízo para as companhias e seus colaboradores. Outro fator muito importante é que nossa estrutura permite um transporte eficiente de ponta a ponta. A Rodonaves, como referência nacional em transporte no país, conta com uma malha logística que atende mais de 11 milhões de possibilidades de rotas para coletas e entregas. Além disso, atua em mais de 5 mil cidades e é especialista em cargas fracionadas, itinerante, consolidada e dedicada, nos modais rodoviário e aéreo, oferecendo soluções para cada entrega.

## Volda investe em treinamentos para colaboradores da marca e mecânicos

A Volda contratou o especialista em Engenharia Automotiva e influenciador digital Everton Peroni para capacitar seus colaboradores na cidade de Serra (ES). Além disso, ministrará treinamentos técnicos em conjunto com os clientes da marca para capacitar mecânicos em todo o Brasil. O objetivo principal dessa ação

é investir no desenvolvimento dos profissionais, ampliando o conhecimento técnico sobre os sistemas veiculares. “Os profissionais das áreas comercial, SAC e controle de qualidade serão treinados pelo Everton para adquirir um conhecimento técnico mais aprofundado, permitindo que falem com propriedade sobre

os produtos da Volda,” afirma Jeane Ruschdeschel, Gerente de Recursos Humanos da Volda. Eles vão aprender sobre os sistemas de suspensão e rodas, direção e transmissão no Centro de Treinamento Automotivo Everton Peroni, em Serra. Everton Peroni tem mais de 27 anos de experiência no ramo automotivo, sendo 16 anos

dedicados aos treinamentos automotivos. Foi professor do SENAI e ministra cursos para mecânicos em sua oficina. Além disso, é influenciador digital, acumulando quase 28 mil seguidores. Everton irá representar a marca com conteúdos técnicos para os canais digitais da Volda no Youtube e Instagram.



Especialista em Engenharia Automotiva e influenciador digital Everton Peroni fará a capacitação

Foto: divulgação

“Ações como essas são essenciais para o sucesso da empresa e para o desenvolvimento profissional dos nossos colaboradores. Com nossas iniciativas de relacionamento e treinamento, a qualidade dos serviços que oferecemos aos nossos clientes está atingindo um patamar ainda mais elevado”

**Ivan Furuya**  
Diretor Comercial e de Marketing da Volda

**COBRA Nº 1 EM ROLAMENTOS TAMBÉM NA LINHA PESADA**

VENCEDORA DO PRIMEIRO PRÊMIO “MAIORES E MELHORES” NA CATEGORIA ROLAMENTOS - LINHA PESADA.

SEGUIMOS MOVENDO O BRASIL COM O COMPROMISSO CONTÍNUO DE QUALIDADE, INOVAÇÃO E O MELHOR ATENDIMENTO NO MERCADO DE REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA.

O MOVIMENTO DO MERCADO COMEÇA AQUI

FALE COM UM VENDEDOR COBRA OU ACESSE NOSSA LOJA ONLINE E DESCUBRA POR QUE SOMOS REFERÊNCIA NO MERCADO

loja.cobrarolamentos.com.br

cobrarolamentos.com.br @cobrarolamentos

**Cobra**  
ROLAMENTOS E AUTOPEÇAS



Pneus representam 76,7% de participação entre os itens automotivos usados mais vendidos na plataforma

## Sinal de alerta: pneu é a peça automotiva usada mais vendida na OLX

A informação merece a atenção do aftermarket automotivo e, principalmente, dos proprietários de veículos que zelam pela segurança de suas famílias. Levantamento feito pela OLX revela que o pneu usado liderou as vendas de peças automotivas nos cinco primeiros meses do ano por meio da plataforma, representando 76,7% dentre os seis itens mais comercializados. Entre as seis peças e acessórios usados mais vendidos, após o pneu, estão o reboque, com 6,7% do share de comercializações, e o para-choque, com 5,5%. O pneu também lidera entre

os componentes automotores mais procurados por meio da OLX em 2024, seguido pelo reboque, na segunda posição, e para-choque, na terceira. As três primeiras colocações também se repetem dentre os mais anunciados. A OLX também apurou que, dos itens usados que mais geram economia em relação aos novos, o reboque é o primeiro colocado, custando até 49% menos na plataforma. Em segundo lugar, o capacete, com uma redução de preço de 46%, seguido pelas unidades de controle eletrônico, com 37%.

## Vendas de carros usados já passam de 10 milhões

Mesmo com uma leve acomodação a menor de 2,7%, em relação ao mês de julho, a FENAUTO comemorou um resultado positivo na média de vendas por dia útil de 1,7% no mês de agosto, que teve um dia útil a menos. Além disso, comparando-se os resultados de agosto de 2024, com o mesmo mês de 2023, as vendas cresceram 3,8%. O acumulado deste ano já é superior em 8,4% (com 10.238.396 de unidades), contra o mesmo período de 2023 (9.444.206 unidades).

Para o presidente da FENAUTO, Enilson Sales, “os resultados positivos, ainda que com pequenas variações, estão dentro do previsto pela nossa entidade. Teremos eleições em outubro, o que pode provocar algum impacto nas vendas, mas continuamos acreditando na manutenção desse movimento positivo até o final do ano, com a expectativa de fecharmos 2024 com algo em torno de 15,5 milhões de unidades comercializadas”.

Os três modelos mais procurados durante o mês de agosto			
Auto		Motos	
VW Gol	69.871 unidades	Honda CG150	75.511 unidades
Fiat Uno	37.833 unidades	Honda BIZ	34.685 unidades
Fiat Palio	36.519 unidades	Honda CG 125	31.080 unidades
Comerciais leves		Comerciais Pesados	
Fiat Strada	32.637 unidades	Ford CARGO	2.464 unidades
VW Saveiro	21.302 unidades	Volvo FH	1.917 unidades
GM S10	15.674 unidades	Ford F4000	1.378 unidades



Foto: Adobe Stock

Mercado de usados continua aquecido, para alegria do mercado de reposição

## André Di Giorgio é o novo diretor-presidente da Fortbras

A Fortbras anunciou a promoção de André Di Giorgio para o cargo de Diretor-Presidente. André se juntou a Fortbras em 2016, mesmo momento em que a Advent International, uma das maiores e mais experientes empresas globais de private equity, anunciava seu primeiro investimento no mercado de

reposição de autopeças. André acumula vasta experiência em mais de 20 anos no mercado de autopeças. Na Fortbras liderou diferentes agendas e contribuiu de maneira decisiva na construção e crescimento da Empresa, hoje uma das maiores redes varejistas do país com 246 lojas e presença nacional.

**“A Estratégia da Fortbras não muda. O mercado de autopeças de reposição é bastante fragmentado, com grande potencial para consolidação, tanto de forma orgânica, através da inauguração de novas lojas, quanto por meio de seletivas aquisições. Temos um time engajado, motivado e muito competente. Estou bastante entusiasmado em dirigir a companhia nesse novo ciclo de crescimento”**

**André Di Giorgio**  
Diretor-Presidente da Fortbras



Foto: divulgação

Executivo acumula vasta experiência em mais de 20 anos no mercado de autopeças



Foto: divulgação

Máquina assegura a robustez e a durabilidade dos filtros desumidificadores

## Tecfil desenvolve equipamento avançado de teste de filtros desumidificadores

A Tecfil desenvolveu um equipamento de teste para filtros desumidificadores, anunciado pela empresa como o mais avançado da América Latina, feito em parceria com especialistas do setor. O filtro desumidificador elimina a umidade presente no sistema de ar comprimido e evita a corrosão de componentes críticos, a danificação das válvulas e dos sensores no sistema. Ao impedir a formação de condensação e reter outros produtos prejudiciais, o filtro desumidificador

assegura que os freios mantenham sua eficácia, dando respostas rápidas e precisas em situações de risco. Durante os testes, são utilizados critérios rigorosos que incluem a capacidade de acumulação de umidade e a resistência dos componentes internos dos filtros. Esses testes de vida e eficiência determinam a capacidade de retenção, acúmulo e regeneração do sistema, assegurando que eles operem sob as condições mais extremas. Desta forma, a Tecfil

valida a performance de seus produtos em condições reais de uso, garantindo que todo o sistema dos veículos operará de maneira otimizada e confiável. Também assegura a robustez e a durabilidade dos filtros desumidificadores, especialmente em aplicações exigentes como a de veículos pesados.

**“O novo equipamento de teste foi projetado para avaliar meticulosamente a eficácia dos filtros desumidificadores, essenciais para garantir a preservação do sistema de freios em veículos pesados. Esta inovação torna a Tecfil a única empresa na América Latina capaz de provar a qualidade e eficiência de seus filtros, assegurando que os produtos ofereçam a melhor performance possível, essencial para uma operação segura e eficiente de veículos pesados”**

**Roberto Rualonga**  
Gerente do Suporte Técnico e Pós-venda da Tecfil



Além de dicas de manutenção e aplicações, guia orienta sobre gestão de oficinas desde a abertura da empresa até como expandir vendas

## Fras-le desenvolve E-Books para mecânicos

Com o objetivo de oferecer informações técnicas e de gestão para oficinas e público interessado no setor automotivo, a Fras-le disponibiliza diversos E-Books em seu blog (<https://blog.fras-le.com/>). Os E-Books são acessíveis a qualquer pessoa, basta efetuar um pequeno cadastro e efetuar o download para ter acesso aos conteúdos, de forma prática e instantânea. Há um guia completo sobre como abrir uma oficina, com 22 capítulos, que aborda desde o plano de negócio; análise de mercado; planos de

marketing, operacional e financeiro; processos legais; custos; tecnologia; treinamento até os cuidados que se deve ter após a abertura do negócio. Já o guia para expandir as vendas da oficina possui 18 páginas, com os temas - introdução, mercado de oficina mecânica, novos hábitos dos consumidores, mudanças no mercado automotivo, importância do gestor na oficina e dicas para expandir vendas. A gestão de pessoas também é abordada em E-Book com 20 páginas e assuntos como a importância da gestão, qual

é o papel do gestor, benefícios da gestão de pessoas e como colocá-la em prática, entre outros; enquanto a gestão do negócio e tecnologia é apresentada num manual para excelência, com 17 páginas e temas como os benefícios da tecnologia para a gestão da oficina e as tecnologias aplicadas no dia a dia. Os interessados podem acessar outros E-Books no Blog Fras-le, entre eles, guia completo para definir preços de vendas de produtos e serviços da oficina, como trocar pastilhas de freio, entre outros.

## Leonardo Araujo retorna da NTN Europa como Presidente da NTN no Brasil

A NTN Rolamentos do Brasil, fabricante de rolamentos que pertence ao Grupo NTN com mais de 100 anos de história, anuncia o novo presidente da companhia para as operações brasileiras. Leonardo Araujo, que já trabalhava na companhia há mais de 20 anos e foi para a matriz da NTN, na França, em 2021, para ocupar a posição de Diretor de Vendas do Aftermarket Automotivo para a Região EMEA, volta ao Brasil como presidente a partir de setembro. Leonardo Araujo é

o primeiro brasileiro a assumir a presidência da companhia. Por sua vez, o atual presidente no Brasil, Stephane Carlino, vai para a França, onde ocupará cargo de Diretor de Vendas e Marketing da Divisão Automotiva OEM. Durante a sua gestão, Carlino teve como foco expandir os negócios da companhia, garantindo crescimento no OEM e na reposição e Leonardo Araujo seguirá com a mesma missão de continuar a evolução em todas as áreas.



Primeiro brasileiro a assumir a presidência da companhia

**“É com muita satisfação que retorno ao Brasil após três anos de experiência enriquecedora na França para dar continuidade ao processo de crescimento sustentável da empresa. Para a NTN, o Brasil é um mercado estratégico com potencial de crescimento”**

**Leonardo Araujo**  
Presidente da NTN no Brasil



Foto: divulgação

Estratégia é crescer nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste do Brasil

## Lubrificantes Mobil e Grupo Dislub Equador celebram parceria estratégica

A fim de se aproximar ainda mais do consumidor, a Mobil anuncia parceria estratégica com o Grupo Dislub Equador (GDE), um dos principais distribuidores de derivados de petróleo nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste do Brasil. Com o objetivo de transformar a experiência de troca de óleo em sua rede de postos, o GDE avança significativamente em sua estratégia de mercado lançando em setembro as unidades Lubs, que oferecerão, não

apenas comodidade e conveniência, mas também uma arquitetura inovadora, equipamentos de última geração e um serviço de qualidade, utilizando a marca Mobil. O GDE, com 26 anos de experiência, é um dos maiores distribuidores de derivados de petróleo no Brasil e atende a mais de 5.500 clientes, com mais de 400 postos bandeirados e 24 filiais – entre bases e 10 terminais próprios.



Foto: Shutterstock

Plug-in tem conexão com a tomada para que a bateria do motor elétrico possa ser recarregada

## Veículos plug-in completam um ano na liderança das vendas de eletrificados leves no Brasil

O mercado brasileiro de eletromobidade continua em expansão, com destaque para os veículos plug-in (com recarga externa), que lideram as vendas do segmento há 12 meses seguidos. Em agosto, as vendas foram de 14.667 veículos eletrificados leves, o que representa um aumento de 57% em comparação com agosto de 2023 (9.351) e uma pequena queda de 4% sobre julho (15.312). No acumulado de janeiro a agosto de 2024, o mercado empla-

cou 109.283 eletrificados leves, com aumento de 123%, sobre o mesmo período de 2023 (49.052).

### Infraestrutura

O crescimento das vendas tem aquecido toda a cadeia produtiva, principalmente a de infraestrutura de recarga. No Brasil, segundo dados da Tupi Mobilidade, empresa associada à ABVE, já estão disponíveis 10.622 pontos de recarga públicos e semipúbli-

cos até agosto. Desse total, 89% são do tipo AC (9.506), de carga lenta, e 11% do tipo DC (1.109), de carga rápida. Desde o início da série histórica da ABVE (2012) até agosto de 2024, o Brasil já contabiliza 329.714 eletrificados leves em circulação de todas as tecnologias (BEV, PHEV, HEV, HEV flex e MHEV). Desses, pelo menos 181.477 são elétricos plug-in (BEV e PHEV). A participação dos eletrificados sobre o total de veícu-

los leves vendidos no mercado doméstico brasileiro em agosto (automóveis e comerciais leves) foi de 6,6% em agosto. Esse percentual manteve a média de market share dos eletrificados, em torno de 7% ao longo do ano.

### Interiorização

Os números de agosto indicam também que a eletromobidade segue avançando nas diferentes regiões do país e se dirigindo para as cidades do

interior. Os eletrificados, que antes eram vistos somente nas capitais, já são encontrados em outros municípios. Apesar de a liderança em vendas de eletrificados continuar no Sudeste (46%), houve uma retração de 3 pontos percentuais nessa região em relação a julho. Já o Nordeste cresceu 2 pontos (16%), enquanto as regiões Norte (4%) e Centro-Oeste (15%) aumentaram um ponto percentual cada uma. Os 70 municípios que mais comercializaram eletrificados em agosto representaram 76% (11.125) das vendas totais (14.667), sendo 70% nas capitais (7.725) e 30% nas cidades do interior (3.400).

### Confiança

Além do aumento da infraestrutura de recarga, a maior oferta de modelos de eletrificados leves também contribuiu para a evolução do mercado. De janeiro a agosto de 2024, o mercado brasileiro de eletrificados disponibilizou 320 modelos de diferentes tecnologias (BEV, PHEV, HEV, HEV flex e MHEV), produzidos por 46 montadoras, com destaque para BYD, GWM, Toyota e Volvo. Os elétricos leves plug-in, com recarga externa (BEV+PHEV), contribuíram com 66% da oferta de modelos no período (211). Já os híbridos (HEV, HEV Flex e MHEV), com 34% (109).

O tipo preferencial de eletrificado escolhido pelo consumidor brasileiro são os SUVs, que detêm 61% do mercado, seguido pelos Hatch pequenos, com 28%.

### Tecnologias

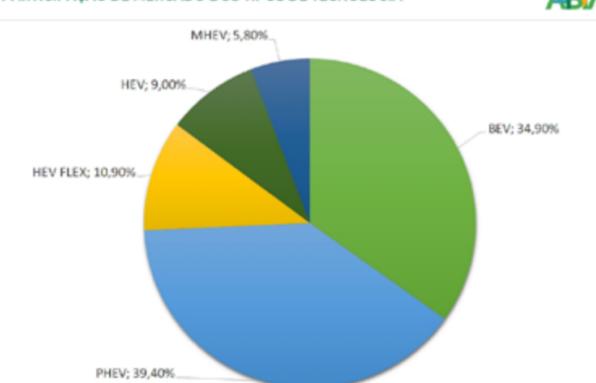
Há 12 meses, desde agosto de 2023, os veículos plug-in (BEV movidos 100% a bateria e PHEV híbridos) estão na liderança da participação de mercado dos veículos eletrificados, consolidando assim uma tendência que mudou esse mercado no Brasil. Em agosto de 2024, o mercado comercializou 5.115 BEV, ou 35% do total do segmento. Na comparação com julho, o

crescimento foi de 8,8%. Em relação a agosto de 2023 (1.167), o aumento foi excelente: + 338%. Já os PHEV (híbridos plug-in) fecharam o mês de agosto com 5.781 unidades vendidas e uma participação de 39% sobre as vendas totais. Em relação a julho (6.659), houve uma queda de 13%. Na comparação com agosto de 2023 (3.700), um aumento de 56%. Os HEV convencionais (elétricos híbridos não plug-in, a gasolina ou diesel) ficaram com 9% dos emplacamentos em agosto (1.323). Os HEV Flex, com 11% (1.604), e os micro híbridos MHEV, com 6% (844).

VENDAS POR TECNOLOGIA - AGOSTO/2024

TECNOLOGIA	AGO/24	JUL/24	JAN A ACO/2024	EVOLUÇÃO (AGO/JUL)
BEV	5.115	4.703	41.022	8,8%
HEV	1.323	977	9.694	35,4%
HEV FLEX	1.604	1.707	14.298	-6,0%
MHEV	844	1.266	8.533	-33,3%
PHEV	5.781	6.659	35.736	-13,2%
<b>Total geral</b>	<b>14.667</b>	<b>15.312</b>	<b>109.283</b>	<b>-4,2%</b>

PARTICIPAÇÃO DE MERCADO DOS TIPOS DE TECNOLOGIA



**ANUNCIE** na mídia do **Aftermarket Automotivo**

comercial@novomeio.com.br



Foto: Shutterstock

Empresa já entregou mais de 16 milhões de pacotes com elétricos no Brasil

## Mercado Livre aumenta frota elétrica em 30% e chega a 1300 veículos no Brasil

O Mercado Livre apresenta a campanha “Silêncio” para reduzir o impacto ambiental das suas entregas. Como parte da sua estratégia ambiental, desde 2020, o Mercado Livre tem investido em veículos elétricos para reduzir o impacto ambiental, especialmente na primeira e última milhas. No modelo de frota dedicada, os veículos silenciosos emitem entre 50% e 85% menos CO2 e são utilizados de acordo com a disponibilidade, rotas programadas e abastecimento ao longo dos trajetos.

A companhia possui veículos elétricos no Brasil, México, Colômbia e Chile, sendo detentora da maior frota elétrica privada da América Latina, atualmente com 2,8 mil carros elétricos, um aumento de 20% em relação ao mesmo período de 2023. No Brasil, são mais de 1.300 veículos, 30% a mais que no ano passado. Por meio desta frota, já foram realizadas 36 milhões de entregas de produtos na América Latina, 44% das quais ocorreram no Brasil. A frota de veículos menos

poluentes se complementa com mais de 160 caminhões a gás GNV e biometano. Para potencializar a busca por soluções inovadoras com menor impacto ambiental, o Mercado Livre estabeleceu parceria com a Newlab, uma plataforma de inovação dos EUA, com atuação internacional, e uma sede regional em Montevidéu, no Uruguai. Juntas, lançaram o Low-Carbon Logistics Stulio, uma iniciativa para co-projetar e implementar projetos de mobilidade sustentável. Em 2023,

mais de 120 startups internacionais, 60% provenientes de países da América Latina, participaram de uma convocatória para desenvolver tecnologias emergentes de baixa emissão de CO2 voltados para a última milha do transporte do Mercado Livre. Atualmente, estão em curso uma série de pilotos no Brasil, no México e no Uruguai, incluindo projetos de micromobilidade, hibridização, otimização da infraestrutura de carregamento das baterias e logística com modais alternativos.

## 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?**



## Semana de 02 a 06 de setembro

A seguir você conhece os resultados das pesquisas de MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e ONDA - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços do período de 02 a 06 de setembro, realizadas pelo After.Lab

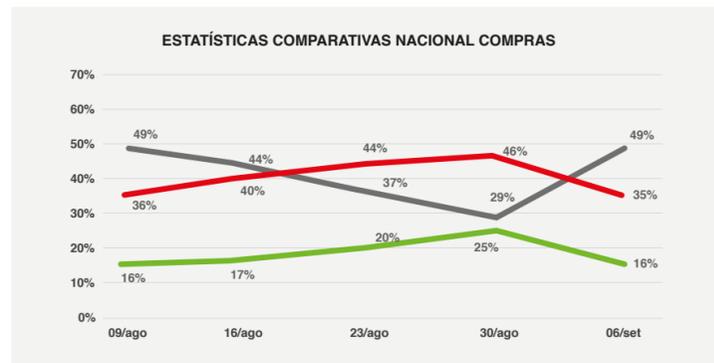
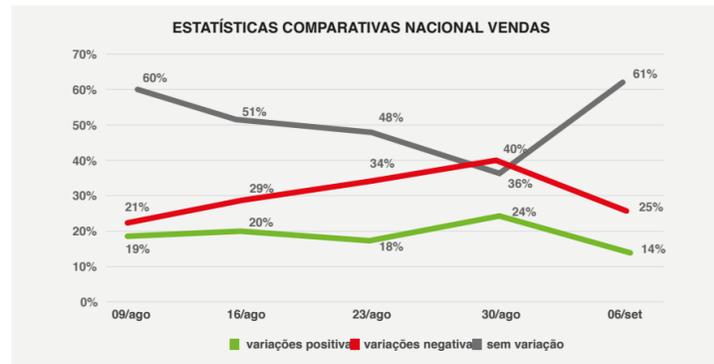
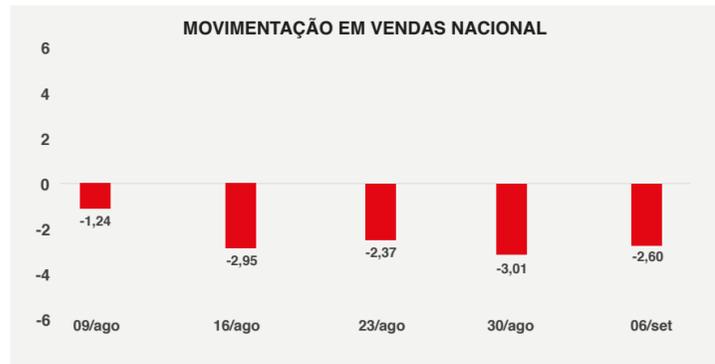
### MAPA

Os dados apurados pelo MAPA mostram que persiste a trajetória de queda no volume de vendas nos varejos de autopeças. A média nacional ponderada no período foi de -2,6%. Os índices regionais de vendas apurados pelos profissionais do After.Lab são os seguintes: -5%

no Norte; -6,25% no Nordeste; 1,5% no Centro Oeste; -0,71% no Sudeste; e -5,36% no Sul. As compras por parte dos varejos também continuam em baixa. A média nacional ponderada na semana em questão foi de -2,48%. Na variação semanal regional das compras, -6,67% no Norte;

-5,71% no Nordeste; 1,25% no Centro Oeste; -0,29% no Sudeste; e -5,71% no Sul. Os gráficos de estatísticas comparativas revelam que a estabilidade nas compras subiu de 29% para 49% dos varejos entrevistados. As lojas que compraram mais no período recuaram de 25% para 16% da amostra. E

o índice das que compraram menos caiu de 46% para 35%. No comportamento de vendas, a estabilidade subiu de 36% para 61% dos varejistas pesquisados. As lojas que venderam mais foram de 24% para 14% da amostra e a variação negativa recuou de 40% para 25%.



**ONDA**

Vamos agora aos resultados do ONDA, pesquisa que continua flagrando a cada semana um cenário de consistente desabastecimento no mercado de autopeças.

O índice apurado pelos profissionais do After.Lab no período revelou média nacional ponderada negativa para o fornecimento de autopeças para o varejo, com índice de -6,78%.

Os gráficos comparativos

de abastecimento nas cinco regiões do Brasil apuraram os seguintes resultados: -3,75% no Norte; -11,43% no Nordeste; -3,75% no Centro-Oeste; -7,69% no Sudeste; e -2,69% no Sul.

Os itens em geral lideram o ranking da falta de produtos com 57,1% das respostas, seguidos por componentes de motor, com 10,7%, e componentes de suspensão, com 7,1%.

Os preços ao varejo continuam

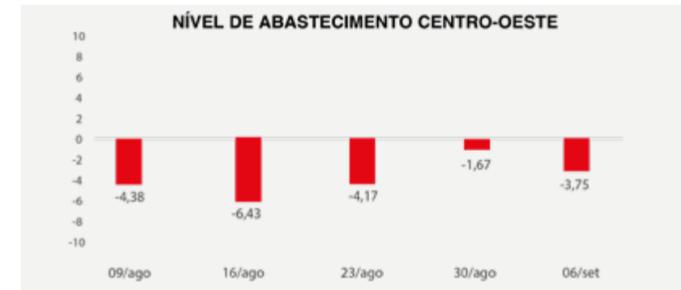
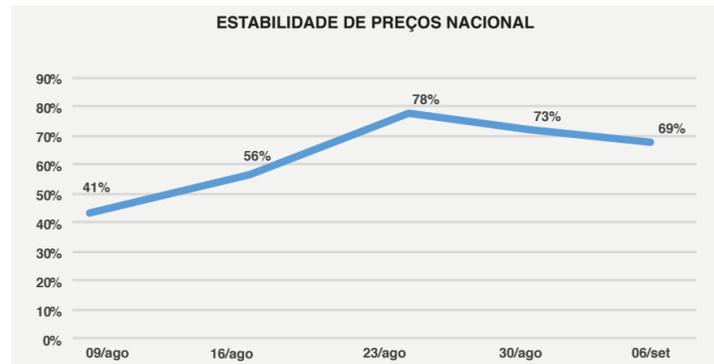
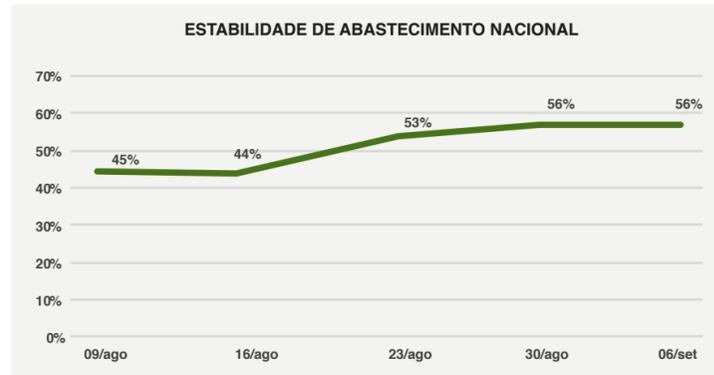
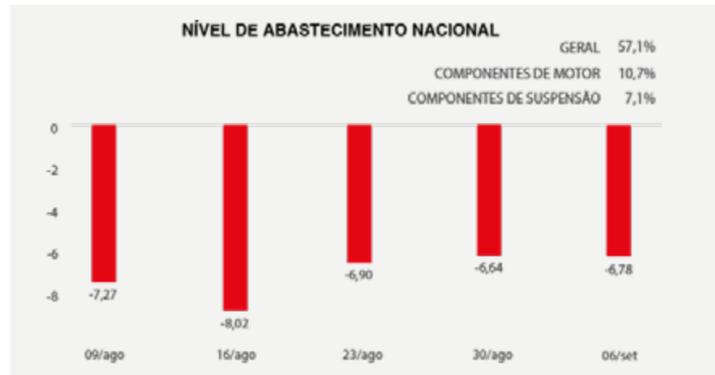
mantendo trajetória inversa à do abastecimento, com percepção contínua de alta. O viés nacional na semana em foco foi de 2,91%.

Todas as regiões, mais uma vez, mostraram curva de preços em elevação, com 7,5% no Norte; 6,25% no Nordeste; 2,25% no Centro-Oeste; 2,53% no Sudeste; e variação zero no Sul. Os itens em geral responderam por 43,8% das percepções de alta nos preços, seguidos

por óleo lubrificante e acessórios, ambos com 12,5%.

A estabilidade do abastecimento no período se manteve na casa dos 56%. Em relação aos preços, a curva de estabilidade foi de 73% para 69%.

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



**ONDA**

Realização:



Apoio:

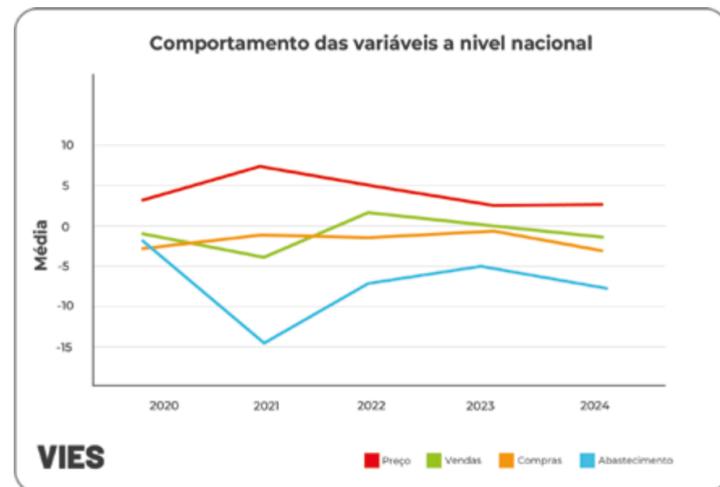


## VIES - Variações no Índices e Estatísticas

A pesquisa VIES compreende a comparação do desempenho para os meses de agosto de 2020 a 2024 em nível nacional (BR), assim como para as cinco regiões do país: Centro-Oeste (CO), Norte (N), Nordeste (NE), Sul (S) e Sudeste (SE). Iniciaremos com uma análise nacional, seguida de uma análise regional dos resultados. Conforme os resultados expostos no gráfico 1 e na tabela 1, é observado que o nível de abastecimento no Brasil se manteve abaixo de zero no mês de agosto em todos os anos analisados, com brusca queda em 2021 mas com consideráveis melhoras em 2022 e 2023, seguido de queda em 2024. Ao analisarmos o comportamento dos preços, observamos que este apresentou um pico positivo em agosto de 2021, mesmo momento em que os níveis de abastecimento se encontravam mais baixos. Logo, se um dos princípios básicos da economia é ajustar a oferta e a demanda através dos preços, esse resultado faz sentido por si só. As variações nas compras e vendas ao longo dos anos mostraram mudanças pequenas, sempre perto de zero. As compras exibiram

percentuais negativos em todos os anos e o nível de vendas foi positivo somente em 2022. A interpretação da ANOVA mostra que abastecimento e preço apresentaram variações significativas ao longo dos anos ( $p < 0.05$ ), ao passo que vendas e compras não apresentaram variações significativas ao longo dos anos ( $p > 0.05$ ). Na análise por regiões, iniciamos com o Centro-Oeste do país. Nessa região, constatamos que, das quatro vertentes analisadas, o abastecimento foi a que apresentou maior variação. A análise de variância (ANOVA) mostrou que o abastecimento foi a única variável com variação significativa a 5% de significância ( $p < 0,05$ ). Os níveis de abastecimento caíram de 0,45% em 2020 para -13,11% em 2022, estabilizando-se em valores próximos de -4% em 2023 e 2024. Os preços mantiveram-se positivos em todos os anos e partiram de 2,1% em 2020 e aumentaram para 5,71% em 2021, caindo para 1,82 em 2024 uma variação considerável, apesar de não haver diferença estatística entre os anos. Os níveis de compra tiveram o menor valor em 2024, chegando a -6,58%. As

## Agosto de 2020 a 2024



Variáveis	GL	Z	Significância
Abastecimento	4,17	31,053	0,000
Preço	4,17	5,624	0,005
Vendas	4,17	4,345	0,013
Compras	4,17	1,550	0,233

vendas apresentaram valores negativos em parte dos anos analisados, exceto em agosto de 2021, ano em que apresentou 0,50%. Concluímos ainda, que 2024 foi um ano de quedas em todas as vertentes do mercado automotivo (abastecimento, preços, vendas e compras) na região Centro-Oeste. O Gráfico 3 mostra as informações da região Norte

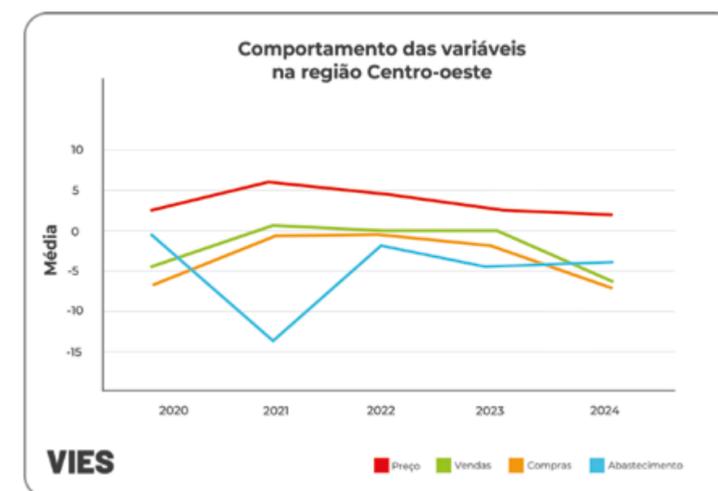
do país. Observamos uma queda acentuada nos níveis de abastecimento em 2021, com recuperações em 2022 e 2023, seguidos de outra queda em 2024. Em 2021, a média mensal de abastecimento chegou a -18,67%. Os níveis de preços aumentaram de 2,32% em 2020 para 10,22% em 2021, mantendo-se estáveis nos anos seguintes e

caindo para 3,92% em 2024. As vendas tiveram uma queda constante e significativa desde 2020, passando de 2,58% em 2020 para -7,10% em 2021 e permanecendo em -3,65% em 2024. Os níveis de compras saíram de valores positivos em 2020 e 2021, para resultados negativos nos anos seguintes, chegando a -7,67% em 2024. Na análise ANOVA, verificamos que nenhuma variável apresentou diferenças estatisticamente significativas entre os meses de agosto nos anos analisa-

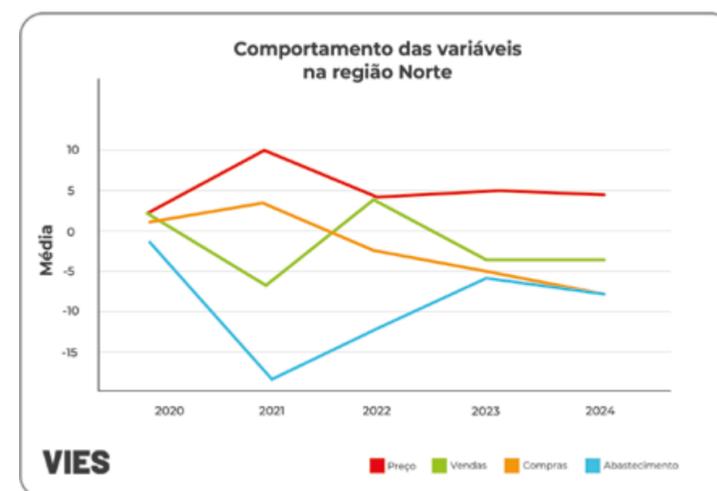
dos. Na região Nordeste, o abastecimento teve comportamentos semelhantes aos da região Norte, chegando a -15,79% em 2021. Embora tenha havido recuperações nos anos seguintes, os níveis de abastecimento continuaram negativos. Os preços atingiram um pico de 10,89% em 2022 e caíram nos anos seguintes, alcançando 1,75% em agosto de 2024. As vendas foram positivas por três anos seguidos (2020 a 2022), mas caíram e atingiram valores de -1,93% em 2024. As

compras exibiram percentual de desempenho positivo somente em 2020, desempenhando resultados negativos em todos os anos seguintes. Na análise ANOVA, todas as variáveis apresentaram variações significativas ( $p < 0,05$ ). Na região Sul, os níveis de abastecimento e preço seguem o mesmo comportamento oposto observado nas outras regiões. Em 2021, quando o abastecimento atingiu seu ponto mais baixo (-14,61%), os preços alcançaram seu pico mais alto (6,25%).

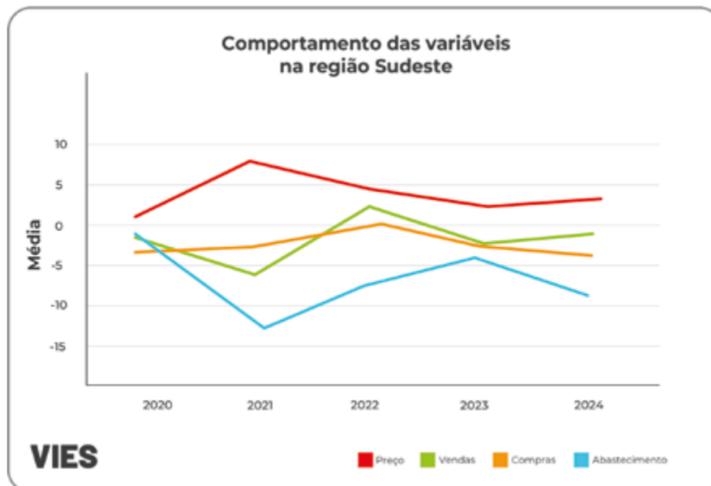
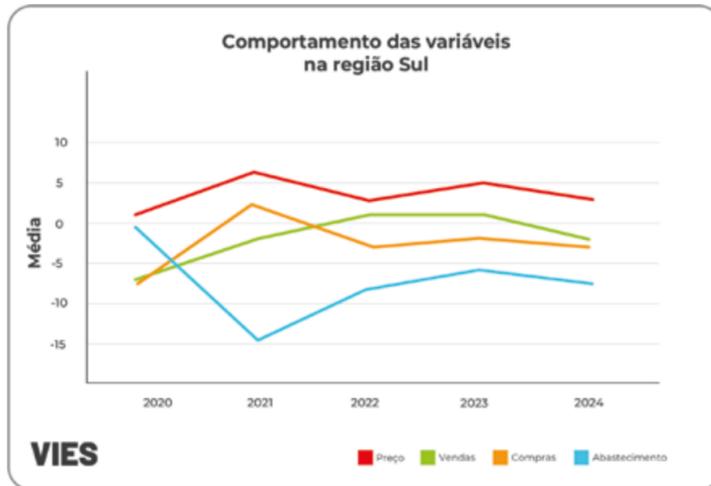
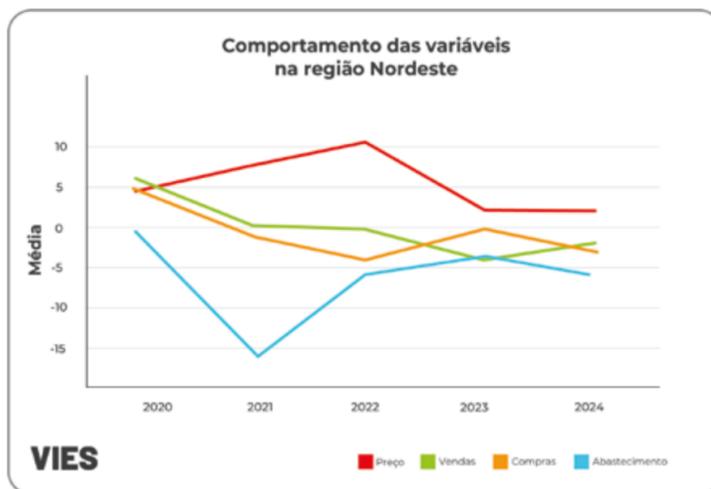
Isso acontece porque o preço funciona como um regulador que equilibra a oferta e a demanda. As vendas foram negativas no mês de agosto de 2020, 2021 e 2024. Os níveis de compras que exibiram resultados negativos em 2020, foram recuperados para 1,63% em 2021 e permaneceram negativos nos três últimos anos. Na análise ANOVA, apenas abastecimento e vendas apresentaram variações significativas ( $p < 0,05$ ). Por fim, analisamos o desempenho das variáveis na região



Variáveis	GL	Z	Significância
Abastecimento	4,17	11,178	0,000
Preço	4,17	2,172	0,116
Vendas	4,17	1,042	0,414
Compras	4,17	0,262	0,899



Variáveis	GL	Z	Significância
Abastecimento	4,17	3,756	0,023
Preço	4,17	4,277	0,014
Vendas	4,17	2,446	0,086
Compras	4,17	1,361	0,289



**Análise de variância para a região Nordeste**

Variáveis	GL	Z	Significância
Abastecimento	4,17	4,675	0,010
Preço	4,17	3,213	0,039
Vendas	4,17	3,727	0,024
Compras	4,17	3,331	0,035

**Análise de variância para a região Sul**

Variáveis	GL	Z	Significância
Abastecimento	4,17	10,299	0,000
Preço	4,17	1,683	0,200
Vendas	4,17	3,589	0,027
Compras	4,17	2,358	0,095

**Análise de variância para a região Sudeste**

Variáveis	GL	Z	Significância
Abastecimento	4,17	17,113	0,000
Preço	4,17	7,545	0,001
Vendas	4,17	5,156	0,007
Compras	4,17	1,565	0,229

Sudeste do país. Novamente é visto comportamento oposto nos níveis de abastecimento (-13,06%) e preço (7,49%) em 2021. Após pico positivo em 2021, os níveis de preço caíram constantemente nos anos seguintes, estacionando em 3,02% em 2024, enquanto os níveis de abastecimento sofreram recuperação nos dois anos seguintes a 2021 e voltaram a cair em 2024, estacionando em -8,88%.

As vendas apresentaram valor percentual positivo somente em 2022 (1,90%), e demonstraram percentuais negativos em todos os outros anos. As compras, por outro lado, foram negativas em agosto de todos os anos estudados, permanecendo em -3,71% em 2024. Na análise de variância, apenas as compras não mostraram variações significativas, com um nível de confiança de pelo menos 5%.

## META traz as marcas mais compradas por varejos e oficinas

Estudo do After.Lab que apura o consumo de peças genuínas das montadoras no aftermarket revela as preferências do mercado no primeiro semestre

O Novo Varejo continua apresentando os resultados da pesquisa META – Montadoras em Estatísticas e Tendências no Aftermarket apurados pelo After.Lab no primeiro semestre de 2024. Os dados levantados pelo núcleo de inteligência de negócios do mercado de reposição automotiva são consolidados a cada seis meses e apresentados nas plataformas de conteúdo da Novomeio Hub de Mídia ao longo do semestre seguinte. O histórico fica disponível nas edições anteriores que você encontra no site [novovarejoautomotivo.com.br](http://novovarejoautomotivo.com.br)

As tabelas 8 e 9 abaixo indicam quais marcas de peças genuínas das montadoras foram mais compradas pelos respondentes – reparadores e varejistas – e por quais motivos optaram por essas marcas. A tabela 8 lista as 5 principais marcas compradas e é possível observar que os produtos oferecidos pela FIAT e CHEVROLET dominam o volume de compras, somando 53,3% e 54,9% do total de respostas nas oficinas e no varejo, respectivamente.

**Marca mais comprada**

Oficina			Varejo		
Marca	Frequência	%	Marca	Frequência	%
Fiat	88	31,9	Fiat	86	33,5
Chevrolet	59	21,4	Chevrolet	55	21,4
Volkswagen	29	10,5	Sem resposta	29	11,3
Sem resposta	23	8,3	Volkswagen	29	11,3
Renault	18	6,5	Ford	22	8,6
Ford	16	5,8	Renault	10	3,9

Fonte: Pesquisa META – Montadoras em Estatísticas e Tendências no Aftermarket / After.Lab

**Motivo da compra**

Oficina			Varejo		
Motivo	Frequência	%	Motivo	Frequência	%
Demanda	146	52,9	Demanda	135	52,5
Qualidade	60	21,7	Qualidade	33	12,8
Sem resposta	25	9,1	Sem resposta	29	11,3
Peças originais	18	6,5	Preço	23	8,9
Preço	16	5,8	Peças originais	20	7,8
Disponibilidade de estoque	2	0,7	Preço e qualidade	4	1,6
Exclusividade	2	0,7	Descontos	3	1,2
Demanda e preço	1	0,4	Demanda e preço	2	0,8
Demanda e qualidade	1	0,4	Disponibilidade de estoque	2	0,8
Descontos	1	0,4	Custo-benefício	1	0,4
Garantia	1	0,4	Demanda e qualidade	1	0,4
Preço e qualidade	1	0,4	Exclusividade	1	0,4
Qualidade e garantia	1	0,4	Garantia	1	0,4
Trabalha com multimarcas	1	0,4	Geral	1	0,4
			Preço e prazos	1	0,4

Fonte: Pesquisa META – Montadoras em Estatísticas e Tendências no Aftermarket / After.Lab

## LUPA revela acumulado na venda e aplicação de lubrificantes

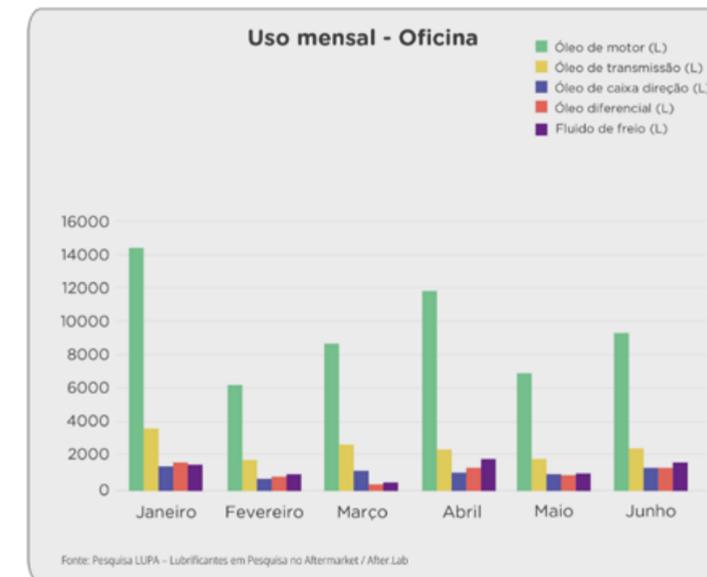
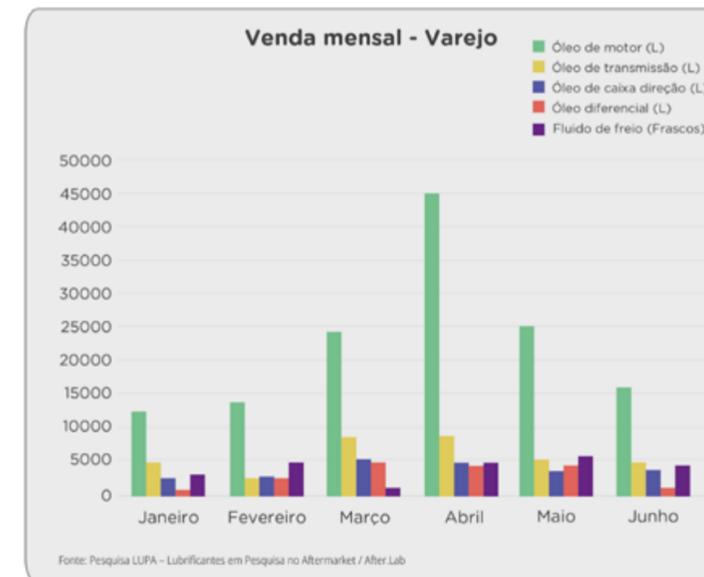
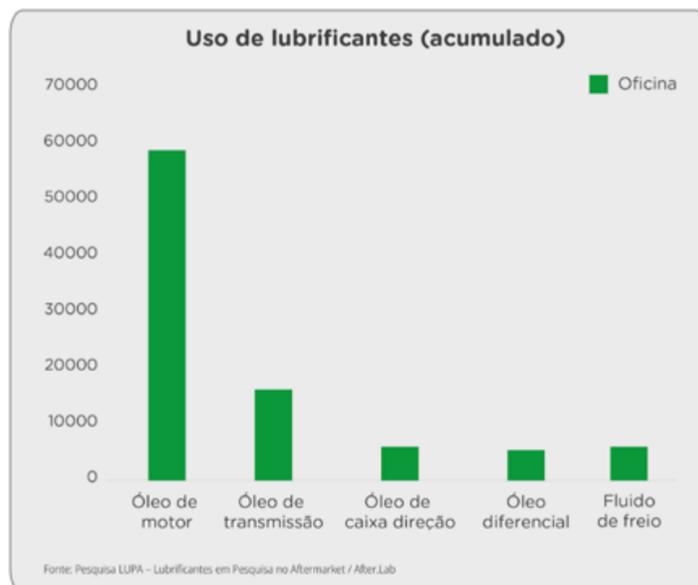
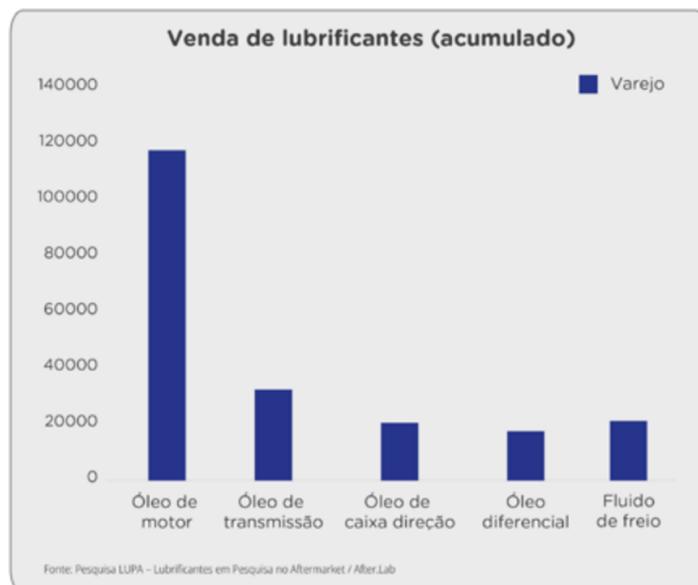
Dados consolidados do primeiro semestre do ano quantificam o fluxo dos produtos nas lojas de autopeças e oficinas mecânicas

Damos sequência nesta edição também aos resultados da pesquisa LUPA – Lubrificantes em Pesquisa no Aftermarket Automotivo, mais um estudo do After.Lab realizado no primeiro semestre de 2024. Os dados levantados pelo núcleo de inteligência de negócios do mercado de reposição automotiva são consolidados a cada seis meses e apresentados nas plataformas de conteúdo da Novomeio Hub de Mídia ao longo do semestre

seguinte. O histórico fica disponível nas edições anteriores que você encontra no site [novovarejoautomotivo.com.br](http://novovarejoautomotivo.com.br) Os gráficos 2 e 3 abaixo indicam o acumulado de uso (oficinas) e de venda (varejo) dos lubrificantes analisados. Vemos que há grande predominância do uso e venda do óleo de motor e que à medida em que há aumento na especialização do produto, ocorre redução no volume comercializado. Já os gráficos 4 e 5 indicam

um panorama mensal da venda e uso de lubrificantes. Cabe ressaltar que aqui, não poderemos fazer um comparativo entre um mês e outro, uma vez que os respondentes mudaram ao longo dos meses (por exemplo, em abril pode haver maior contingente de respostas de oficinas muito grandes, enquanto em maio pode haver um maior contingente de repostas de oficinas pequenas, afetando o volume comercializado mês a mês).

Para uma comparação exata entre os meses, as perguntas deveriam ser repetidas sempre aos mesmos respondentes, mês após mês. Contudo, podemos comparar o volume de venda e uso entre os lubrificantes, dentro do mês analisado. É perceptível que independente do mês, o maior volume comercializado ainda é do óleo de motor, seja no varejo, seja na oficina, corroborando com os gráficos 2 e 3 acima.



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

**MAIS AUTOMOTIVE**

WWW.MAISAUTOMOTIVE.COM.BR

CONFIRA AS NOSSAS REDES SOCIAIS

## 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

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

 **AFTER.LAB**

 **aftermarket  
automotivo**

 **novovarejo  
automotivo**

 **MAIS  
AUTOMOTIVE**

 **Q.TV**

 **MAIORES & MELHORES**

 **Prêmio  
INOVA**



**Nhm**

## Agosto tem o maior nível de produção e a melhor média diária de vendas do ano

O ritmo elevado de produção verificado em julho continuou ao longo de agosto, configurando o maior volume do ano, com 259.613 autoveículos produzidos, crescimento de 5,2% em relação a julho e de 14,4% na comparação com agosto de 2023. Desde outubro de 2019 não havia um resultado tão positivo. “As fábricas estão acelerando em função não só da reação consistente do mercado interno, mas também pela

quantidade de lançamentos importantes”, explicou Márcio de Lima Leite, Presidente da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA). Com um dia útil a menos que julho, agosto fechou com 237,4 mil unidades emplacadas, 14,3% a mais que no mesmo mês do ano passado. Foi o melhor mês no ano em média diária de vendas, com 10,8 mil unidades. O acumu-

lado deste ano (1.623 mil) é o melhor desde 2019. O comportamento dos modelos importados apresentou estabilidade em relação ao mês anterior, com leve queda de 1,7%. A participação acumulada no ano continua elevada, agora em 17,2%, e vem sendo impulsionada sobretudo por produtos de origem chinesa. Estimativa da ANFAVEA é de que há no país um estoque recorde de modelos chineses,

de cerca de 81 mil unidades. Apesar da retração das exportações, os embarques de 38.225 unidades em agosto representaram o segundo maior volume do ano. Argentina, México, Colômbia e Chile registraram crescimento em seus respectivos mercados. Porém, a queda de 17,9% no acumulado do ano ainda é motivo de preocupação para o setor no momento.



### Autoveículos - Vehicles / Vehículos

#### ► Licenciamento

Vehicle registration / Matriculación de vehículos  
Unidades  
Units / Unidades

AGO 24 - AUG 24/AGO 24	237,4 mil Thousand/Mil
JUL 24 - JUL 24/JUL 24	241,3 mil Thousand/Mil
AGO 24/JUL 24 AGO 24/JUL 24 - AUG 24/JUL 24	-1,6 %
AGO 23 - AUG 23/AGO 23	207,7 mil Thousand/Mil
AGO 24/AGO 23 AUG 24/AUG 23 - AGO 24/AGO 23	14,3 %
JAN-AGO 24 - JAN-AUG 24 - ENE-AGO 24	1.622,7 mil Thousand/Mil
JAN-AGO 23 - JAN-AUG 23 - ENE-AGO 23	1.431,9 mil Thousand/Mil
JAN-AGO24 / JAN-AGO 23 JAN-AUG 24 / JAN-AUG 23 - ENE-AGO 24 / ENE-AGO 23	13,3 %

Fonte: Renavam/Denatran

#### ► Exportação

Export / Exportaciones  
Unidades  
Units / Unidades

AGO 24 - AUG 24/AGO 24	38,2 mil Thousand/Mil
JUL 24 - JUL 24/JUL 24	39,1 mil Thousand/Mil
AGO 24/JUL 24 AGO 24/JUL 24 - AUG 24/JUL 24	-2,2 %
AGO 23 - AUG 23/AGO 23	34,5 mil Thousand/Mil
AGO 24/AGO 23 AUG 24/AUG 23 - AGO 24/AGO 23	10,6 %
JAN-AGO 24 - JAN-AUG 24 - ENE-AGO 24	242,6 mil Thousand/Mil
JAN-AGO 23 - JAN-AUG 23 - ENE-AGO 23	295,5 mil Thousand/Mil
JAN-AGO24 / JAN-AGO 23 JAN-AUG 24 / JAN-AUG 23 - ENE-AGO 24 / ENE-AGO 23	-17,9 %

#### ► Produção

Production / Producción  
Unidades  
Units / Unidades

AGO 24 - AUG 24/AGO 24	259,6 mil Thousand/Mil
JUL 24 - JUL 24/JUL 24	246,7 mil Thousand/Mil
AGO 24/JUL 24 AGO 24/JUL 24 - AUG 24/JUL 24	5,2 %
AGO 23 - AUG 23/AGO 23	227,0 mil Thousand/Mil
AGO 24/AGO 23 AUG 24/AUG 23 - AGO 24/AGO 23	14,4 %
JAN-AGO 24 - JAN-AUG 24 - ENE-AGO 24	1.644,2 mil Thousand/Mil
JAN-AGO 23 - JAN-AUG 23 - ENE-AGO 23	1.541,9 mil Thousand/Mil
JAN-AGO24 / JAN-AGO 23 JAN-AUG 24 / JAN-AUG 23 - ENE-AGO 24 / ENE-AGO 23	6,6 %



### Automóveis - Passenger Cars / Automóviles

#### ► Licenciamento

Vehicle registration / Matriculación de vehículos  
Unidades  
Units / Unidades

AGO 24 - AUG 24/AGO 24	171,0 mil Thousand/Mil
JUL 24 - JUL 24/JUL 24	178,1 mil Thousand/Mil
AGO 24/JUL 24 AGO 24/JUL 24 - AUG 24/JUL 24	-4,0 %
AGO 23 - AUG 23/AGO 23	153,5 mil Thousand/Mil
AGO 24/AGO 23 AUG 24/AUG 23 - AGO 24/AGO 23	11,4 %
JAN-AGO 24 - JAN-AUG 24 - ENE-AGO 24	1.198,1 mil Thousand/Mil
JAN-AGO 23 - JAN-AUG 23 - ENE-AGO 23	1.064,0 mil Thousand/Mil
JAN-AGO24 / JAN-AGO 23 JAN-AUG 24 / JAN-AUG 23 - ENE-AGO 24 / ENE-AGO 23	12,6 %

Fonte: Renavam/Denatran

#### ► Exportação

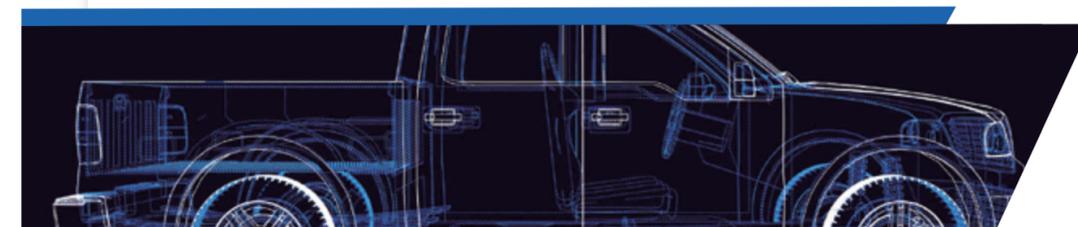
Export / Exportaciones  
Unidades  
Units / Unidades

AGO 24 - AUG 24/AGO 24	27,7 mil Thousand/Mil
JUL 24 - JUL 24/JUL 24	29,1 mil Thousand/Mil
AGO 24/JUL 24 AGO 24/JUL 24 - AUG 24/JUL 24	-4,8 %
AGO 23 - AUG 23/AGO 23	25,4 mil Thousand/Mil
AGO 24/AGO 23 AUG 24/AUG 23 - AGO 24/AGO 23	9,2 %
JAN-AGO 24 - JAN-AUG 24 - ENE-AGO 24	179,2 mil Thousand/Mil
JAN-AGO 23 - JAN-AUG 23 - ENE-AGO 23	231,6 mil Thousand/Mil
JAN-AGO24 / JAN-AGO 23 JAN-AUG 24 / JAN-AUG 23 - ENE-AGO 24 / ENE-AGO 23	-22,6 %

#### ► Produção

Production / Producción  
Unidades  
Units / Unidades

AGO 24 - AUG 24/AGO 24	193,5 mil Thousand/Mil
JUL 24 - JUL 24/JUL 24	183,0 mil Thousand/Mil
AGO 24/JUL 24 AGO 24/JUL 24 - AUG 24/JUL 24	5,7 %
AGO 23 - AUG 23/AGO 23	173,7 mil Thousand/Mil
AGO 24/AGO 23 AUG 24/AUG 23 - AGO 24/AGO 23	11,4 %
JAN-AGO 24 - JAN-AUG 24 - ENE-AGO 24	1.231,0 mil Thousand/Mil
JAN-AGO 23 - JAN-AUG 23 - ENE-AGO 23	1.187,3 mil Thousand/Mil
JAN-AGO24 / JAN-AGO 23 JAN-AUG 24 / JAN-AUG 23 - ENE-AGO 24 / ENE-AGO 23	3,7 %



### Comerciais Leves - Light commercials / Comerciales livianos

#### ► Licenciamento

Vehicle registration / Matriculación de vehículos  
Unidades  
Units / Unidades

AGO 24 - AUG 24/AGO 24	52,4 mil Thousand/Mil
JUL 24 - JUL 24/JUL 24	49,4 mil Thousand/Mil
AGO 24/JUL 24 AGO 24/JUL 24 - AUG 24/JUL 24	6,1 %
AGO 23 - AUG 23/AGO 23	43,5 mil Thousand/Mil
AGO 24/AGO 23 AUG 24/AUG 23 - AGO 24/AGO 23	20,6 %
JAN-AGO 24 - JAN-AUG 24 - ENE-AGO 24	331,2 mil Thousand/Mil
JAN-AGO 23 - JAN-AUG 23 - ENE-AGO 23	283,4 mil Thousand/Mil
JAN-AGO24 / JAN-AGO 23 JAN-AUG 24 / JAN-AUG 23 - ENE-AGO 24 / ENE-AGO 23	16,9 %

Fonte: Renavam/Denatran

#### ► Exportação

Export / Exportaciones  
Unidades  
Units / Unidades

AGO 24 - AUG 24/AGO 24	8,7 mil Thousand/Mil
JUL 24 - JUL 24/JUL 24	8,1 mil Thousand/Mil
AGO 24/JUL 24 AGO 24/JUL 24 - AUG 24/JUL 24	7,3 %
AGO 23 - AUG 23/AGO 23	7,3 mil Thousand/Mil
AGO 24/AGO 23 AUG 24/AUG 23 - AGO 24/AGO 23	19,9 %
JAN-AGO 24 - JAN-AUG 24 - ENE-AGO 24	50,5 mil Thousand/Mil
JAN-AGO 23 - JAN-AUG 23 - ENE-AGO 23	49,6 mil Thousand/Mil
JAN-AGO24 / JAN-AGO 23 JAN-AUG 24 / JAN-AUG 23 - ENE-AGO 24 / ENE-AGO 23	1,8 %

#### ► Produção

Production / Producción  
Unidades  
Units / Unidades

AGO 24 - AUG 24/AGO 24	50,9 mil Thousand/Mil
JUL 24 - JUL 24/JUL 24	49,6 mil Thousand/Mil
AGO 24/JUL 24 AGO 24/JUL 24 - AUG 24/JUL 24	2,5 %
AGO 23 - AUG 23/AGO 23	41,6 mil Thousand/Mil
AGO 24/AGO 23 AUG 24/AUG 23 - AGO 24/AGO 23	22,4 %
JAN-AGO 24 - JAN-AUG 24 - ENE-AGO 24	304,8 mil Thousand/Mil
JAN-AGO 23 - JAN-AUG 23 - ENE-AGO 23	277,6 mil Thousand/Mil
JAN-AGO24 / JAN-AGO 23 JAN-AUG 24 / JAN-AUG 23 - ENE-AGO 24 / ENE-AGO 23	9,8 %



### Licenciamento de autoveículos novos nacionais

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

	▶ 2024			▶ 2023			A/B %	A/D %	C/E %
	AGO AUG/AGO A	JUL JUL/JUL B	JAN-AGO JAN-AUG/ENE-AGO C	AGO AUG/AGO D	JAN-AGO JAN-AUG/ENE-AGO E				
<b>Unidades - Total</b> / Units / Unidades	<b>196.757</b>	<b>200.050</b>	<b>1.343.113</b>	<b>173.903</b>	<b>1.224.784</b>	<b>-1,6</b>	<b>13,1</b>	<b>9,7</b>	
<b>Veículos leves / Light vehicles / Vehículos livianos</b>	<b>183.442</b>	<b>186.945</b>	<b>1.254.258</b>	<b>163.842</b>	<b>1.145.874</b>	<b>-1,9</b>	<b>12,0</b>	<b>9,5</b>	
Automóveis / Passenger cars / Automóviles	143.660	150.361	1.007.185	130.495	931.970	-4,5	10,1	8,1	
Comerciais leves / Light commercials / Comerciales livianos	39.782	36.584	247.073	33.347	213.904	8,7	19,3	15,5	
<b>Caminhões / Trucks / Camiones</b>	<b>10.924</b>	<b>10.616</b>	<b>75.126</b>	<b>8.600</b>	<b>64.631</b>	<b>2,9</b>	<b>27,0</b>	<b>16,2</b>	
Semileves / Semi-light / Semilivianos	69	98	581	102	754	-29,6	-32,4	-22,9	
Leves / Light / Livianos	922	846	6.217	707	5.817	9,0	30,4	6,9	
Médios / Medium / Medianos	772	818	5.767	648	5.500	-5,6	19,1	4,9	
Semipésados / Semi-heavy / Semipesados	3.125	3.360	21.641	2.609	19.235	-7,0	19,8	12,5	
Pesados / Heavy / Pesados	6.036	5.494	40.920	4.534	33.325	9,9	33,1	22,8	
<b>Ônibus / Buses / Ómnibus y Colectivos</b>	<b>2.391</b>	<b>2.489</b>	<b>13.729</b>	<b>1.461</b>	<b>14.279</b>	<b>-3,9</b>	<b>63,7</b>	<b>-3,9</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	176,0	200,1	196,8					1.343,1

Fonte/Source/Fuente: Renavam/Denatran



### Licenciamento de autoveículos novos importados

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

	▶ 2024			▶ 2023			A/B %	A/D %	C/E %
	AGO AUG/AGO A	JUL JUL/JUL B	JAN-AGO JAN-AUG/ENE-AGO C	AGO AUG/AGO D	JAN-AGO JAN-AUG/ENE-AGO E				
<b>Unidades - Total</b> / Units / Unidades	<b>40.625</b>	<b>41.286</b>	<b>279.578</b>	<b>33.840</b>	<b>207.110</b>	<b>-1,6</b>	<b>20,1</b>	<b>35,0</b>	
<b>Veículos leves / Light vehicles / Vehículos livianos</b>	<b>40.008</b>	<b>40.551</b>	<b>275.034</b>	<b>33.126</b>	<b>201.504</b>	<b>-1,3</b>	<b>20,8</b>	<b>36,5</b>	
Automóveis / Passenger cars / Automóviles	27.361	27.707	190.947	23.005	132.014	-1,2	18,9	44,6	
Comerciais leves / Light commercials / Comerciales livianos	12.647	12.844	84.087	10.121	69.490	-1,5	25,0	21,0	
<b>Caminhões / Trucks / Camiones</b>	<b>602</b>	<b>734</b>	<b>4.517</b>	<b>714</b>	<b>5.600</b>	<b>-18,0</b>	<b>-15,7</b>	<b>-19,3</b>	
Semileves / Semi-light / Semilivianos	531	644	4.056	676	5.248	-17,5	-21,4	-22,7	
Leves / Light / Livianos	35	50	232	11	200	-30,0	218,2	16,0	
Médios / Medium / Medianos	27	38	182	24	121	-28,9	12,5	50,4	
Semipésados / Semi-heavy / Semipesados	2	1	11	2	14	100,0	0,0	-21,4	
Pesados / Heavy / Pesados	7	1	36	1	17	600,0	600,0	111,8	
<b>Ônibus / Buses / Ómnibus y Colectivos</b>	<b>15</b>	<b>1</b>	<b>27</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>1.400,0</b>	<b>-</b>	<b>350,0</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	38,3	41,3	40,6					279,6

Fonte/Source/Fuente: Renavam/Denatran

**informe aftermarket**

# VEM AÍ INOVAÇÃO

## 100% BASE!

O principal portal de lançamentos do Aftermarket feito pelos **Jovens Talentos da BASE.**

**ToP**

**fraga**

fraga inteligência automotiva  
fraga.com.br

Rafael Silva - DEV Jr.

ACOMPANHE AS NOVIDADES DO MERCADO

INFORME AFTERMARKET SÓ AQUI

Marca Grupo de Prod

Busque por Marca

Limpar Buscar

Lançamentos

## Anfavea apresenta estudo de descarbonização como contribuição para a COP

A ANFAVEA e o Boston Consulting Group (BCG) entregaram ao Vice-Presidente da República e Ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, Geraldo Alckmin, o novo estudo intitulado "Avançando nos Caminhos da Descarbonização Automotiva no Brasil". Trata-se de mais uma contribuição da entidade e do setor para a COP, que será realizada este ano no Azerbaijão e no ano que vem em Belém, no Pará.

Atualmente, o setor automotivo emite 242 milhões de toneladas de CO2 por ano, o que representa cerca de 13% das emissões totais do Brasil. Se o ritmo atual de crescimento for mantido, as emissões poderão atingir 256 milhões de toneladas em 2040. No entanto, o estudo ANFAVEA/BCG demonstra que, ao se intensificar o uso das novas tecnologias de propulsão desenvolvidas pelos fabricantes de veículos nacionais, combinadas com a maior utilização de biocombustíveis, pode-se obter uma redução de até 280 milhões de toneladas de CO2 nos próximos 15 anos. Segundo a ANFAVEA, essa redução pode ser ainda

mais expressiva, alcançando 400 milhões de toneladas de CO2 no mesmo período, caso sejam adotadas as seguintes medidas:

- Renovação da frota
- Inspeção veicular
- Aumento do poder calorífico dos biocombustíveis
- Implementação de programas de reciclagem veicular.

Esse avanço envolve o desenvolvimento de um ecossistema abrangente, que inclui a cadeia de fornecedores, infraestrutura de recarga, geração e distribuição de energia, além da produção de biocombustíveis. Como consequência deste cenário, a venda de veículos híbridos e elétricos leves pode ultrapassar a de veículos a combustão até o fim desta década, atingindo 1,5 milhão em 2030, podendo representar mais de 90% em 2040. Já para o segmento de veículos pesados, as vendas com novas tecnologias de propulsão podem representar 60% em 2040. Em aplicações como ônibus urbanos, as versões elétricas podem ultrapassar 50% já em 2035.

**"O estudo demonstra o papel que o setor automotivo está desempenhando no desenvolvimento de tecnologias rumo à descarbonização, oferecendo soluções que não apenas atendem às necessidades de mobilidade, mas que também reforçam o compromisso em promover uma significativa redução das emissões de gases de efeito estufa, beneficiando a sociedade como um todo e as futuras gerações"**

**Márcio de Lima Leite**  
Presidente da ANFAVEA



Reciclagem de veículos é uma das demandas apontadas pelo estudo

## HORSE amplia produção de motores turbo flex fuel para a América do Sul

A HORSE, divisão de produção de motores a combustão do Grupo Renault em parceria com Geely e Aramco, investiu R\$ 100 milhões em sua planta de Curitiba (PA) para iniciar a produção do motor Turbo Flex de 1.3 litro, após o sucesso da produção dos modelos de 1.0 litro, no início deste ano. Desenvolvidos para atender às necessidades únicas do mercado sul-americano, esses motores oferecem potência, torque, eficiência e baixas emissões e podem operar tanto com gasolina quanto com etanol. Além disso, são compatíveis com o Proconve L7 (equivalente ao Euro6d) e já estão no processo

de certificação para os futuros e rigorosos padrões L8. O motor de quatro cilindros de 1.3 litro - HR13 - oferece potência máxima de 167cv e torque máximo de 270Nm a apenas 1.600rpm. Já o motor de três cilindros de 1.0 litro, chamado HR10, oferece potência máxima de 123cv e torque máximo de 220Nm, 90% do qual está disponível a apenas 1.750rpm, proporcionando uma excelente resposta de aceleração em todas as condições de condução. A planta de Curitiba terá capacidade para produzir 500.000 motores anualmente.

Com cabeça de cilindro em formato de Delta, os motores 1.0 e 1.3 são mais compactos, leves e têm um centro de gravidade mais baixo do que os concorrentes. Além disso, o coletor de escape é fundido na cabeça para uma resposta turbo mais rápida e entrega excepcional de torque em baixa velocidade. O turbocompressor de ambos é controlado com precisão por uma válvula eletrônica, fornecendo uma pressão máxima de boost de 1,5bar para o HR10 e 1,4bar para o HR13.

A potência e a eficiência são aprimoradas pela variação con-

tínua do tempo da válvula de escape por um eixo de controle de válvula dupla, acionado eletronicamente, na cabeça do cilindro. Isso não só permite a combustão mais eficiente e maior desempenho, como o controlador usa rolamentos para reduzir ainda mais o atrito. Tanto o HR10 quanto o HR13 se beneficiam de um sistema

de injeção direta sob medida, desenvolvido especialmente para o uso de etanol. Cada cilindro é acompanhado por injetores de seis furos montados centralmente operando a 200bar de pressão, projetados para uma atomização de combustível excepcional, proporcionando potência e torque sem impactar a eficiência do combustível.

## Reajuste de refinarias impacta no preço médio da gasolina nos postos, que fecha agosto a R\$ 6,28

Dados do Índice de Preços Edened Ticket Log (IPTL), levantamento que consolida o comportamento de preços das transações nos postos de combustível, trazendo uma média precisa, apontaram que no fechamento de agosto o preço médio para o litro da gasolina continua crescendo. No acumulado do mês foi registrada alta de 1,45% no valor do combustível, quando comparado ao consolidado de julho, fechando agosto a R\$6,28.

O preço do etanol também subiu e o litro foi encontrado à média de R\$4,25 nos postos brasileiros, após incremento significativo de 2,16%, ante o fechamento de julho.

No levantamento por região, todas registraram alta nos dois combustíveis, com exce-

ção da Região Sul que teve estabilidade para o etanol. Pode-se destacar a Região Norte, que liderou o ranking dos maiores preços e apresentou a alta mais expressiva, tanto para a gasolina quanto para o etanol. Por lá, a gasolina ficou 2,11% mais cara, vendida a R\$ 6,76, enquanto o etanol foi comercializado a R\$ 4,95, após aumento de 3,34%, no comparativo com o mês anterior.

Diferentemente, a média mais baixa da gasolina foi encontrada nos postos de abastecimento do Sudeste, a R\$ 6,16, mesmo com alta de 1,65%. E, o litro do etanol com o valor mais baixo foi identificado nas bombas do Centro-Oeste, registrado a R\$ 4,08.

Entre todos os estados



Desempenho é alcançado por meio de injeção direta turbo controlada eletronicamente



Foto: Shutterstock

Nas bombas o combustível subiu 1,45% na média nacional; já o etanol aumentou 2,16%

brasileiros, mais o Distrito Federal, apenas Goiás, Paraná e Roraima registraram baixa no preço do etanol, enquanto apenas os motoristas goianos viram o valor da gasolina diminuir. Além disso, o IPTL mostrou que o etanol mais caro do país foi encontrado no Amapá a R\$5,37, estado que registrou também o maior crescimento no preço do combustível, 7,62%, e a gasolina mais cara foi comercializada no Acre a R\$7,20. Já o preço mais baixo para a gasolina foi visto em São Paulo, a R\$6,05, e para o etanol foi encontrado no Mato Grosso, a R\$4,02.

O IPTL é um índice de preços de combustíveis levantado com base nos abastecimentos realizados nos 21 mil postos credenciados da Edenred Ticket Log, com estrutura de data science que consolida o comportamento de preços nos postos, trazendo uma média precisa por causa da quantidade de veículos administrados: mais de 1 milhão, com uma média de oito transações por segundo. A Edenred Ticket Log, marca da linha de negócios de Mobilidade da Edenred Brasil, conta com mais de 30 anos de experiência.

## Produção de motos cresce 11,4% em agosto

A produção de motocicletas no Polo Industrial de Manaus (PIM) registrou, em agosto, 163.960 unidades fabricadas, sendo o melhor desempenho para o mês desde 2012, e uma quantidade 11,4% maior que a registrada em julho. No ano, a produção atinge 1.179.161 motocicletas, 12,1% acima do registrado em igual período de 2023. A produção de bicicletas, também no polo industrial, totalizou 33.452 unidades em agosto, 17% acima da produção de julho. No acumulado do ano, de janeiro a agosto, 245.421 bicicletas saíram das linhas de montagem, embora esse número tenha sido 29,2% menor na comparação com igual período de 2023. As informações são da Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas,

Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares (Abraciclo). Em nota, a Abraciclo informa que o mercado para aquisição de motocicletas continua aquecido, principalmente modelos de baixa cilindrada que são mais econômicos; os preços são mais acessíveis tanto para a pessoa que compra sua primeira moto quanto para quem está trocando de modelo. Em agosto, os emplacamentos somaram 163.929 unidades, 4,5% a mais do que em julho e 14,8% na comparação com agosto de 2023. Esse foi o melhor resultado para o mês nos últimos 13 anos. A média diária de vendas foi de 7.451 unidades, com destaque para as motocicletas de baixa cilindrada



Foto: Shutterstock

Mercado apresenta crescimento em comparação ao ano passado

que detém 78,9% de participação no mercado. A produção de motocicletas no Polo Industrial de Manaus (PIM) registrou, em agosto, 163.960 unidades fabricadas, sendo o melhor desempenho para o mês desde 2012, e uma quantidade 11,4% maior que a anotada em julho. No ano, a produção atinge 1.179.161 motocicletas, 12,1% acima do registrado em igual período de 2023.

## Vans, furgões e VUCs viram alvo dos bandidos e roubo e furto crescem quase 50% no primeiro semestre

Dados do Grupo Tracker, empresa de rastreamento e localização de veículos, revelam que o roubo e furto de vans, furgões e VUCs aumentaram 48,1% no primeiro semestre de 2024 na comparação com igual período do ano passado. O principal motivador deste

tipo de crime é o comércio de peças ilegais. Esta categoria de veículos é desmontada em regiões de mata fechada, locais intitulados de 'desmanches a céu aberto'. São áreas de difícil acesso, onde os criminosos se aproveitam da geografia para retirar das peças de interesse

livremente. Em seguida, eles ateam fogo no que resta do utilitário, transformando a região em um cemitério de carcaças. Uma medida fundamental para diminuir este tipo de delito envolve a própria população, que só deve adquirir peças usadas com nota fiscal.

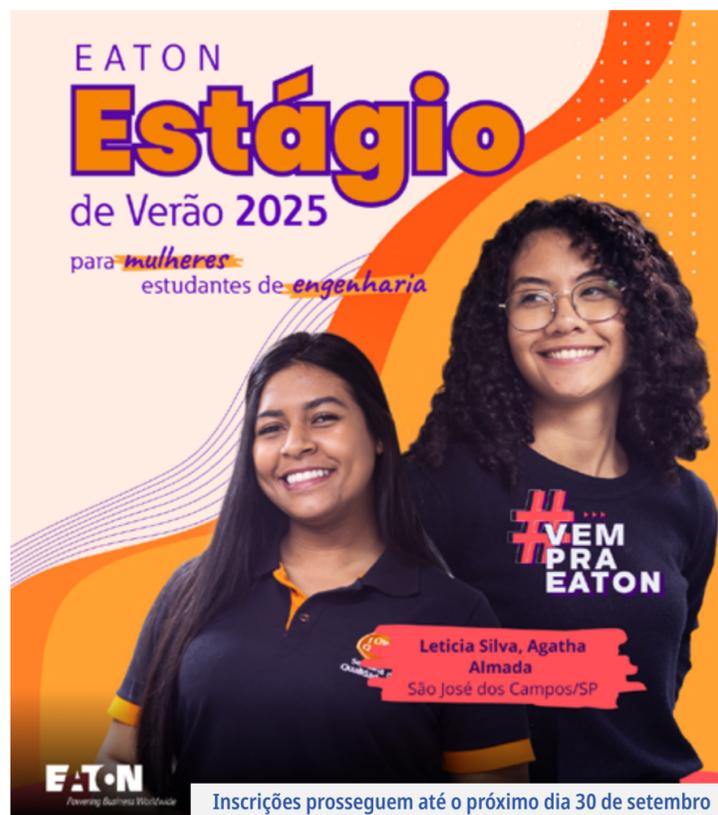
**“Os criminosos dão preferência para a prática do roubo, onde seguram o motorista em cárcere privado enquanto o veículo é desmontado em poucos minutos. Na Grande São Paulo, os pontos mais perigosos são Ferraz de Vasconcelos e os bairros de Cidade Tiradentes e Guaianazes, na capital paulista”**

**Vitor Corrêa**  
Coordenador do Comando de Operações do Grupo Tracker



Foto: Shutterstock

Principal motivador do crime é o comércio de peças ilegais



## Eaton abre inscrições para Estágio de Verão 2025 com vagas exclusivas para mulheres estudantes de engenharias

Estão abertas até 30 de setembro as inscrições para o Programa de Estágio de Verão 2025 da Eaton que contam com vagas exclusivas para mulheres estudantes dos cursos de graduação de Engenharia. Para participar do processo seletivo, as candidatas devem cursar a partir do terceiro ano da uni-

versidade e poderão concorrer a oportunidades nas unidades de Caxias do Sul (RS), Mogi Mirim (SP), São José dos Campos (SP) e Valinhos (SP). A iniciativa, que tem por objetivo promover a diversidade e a atuação do público feminino em áreas técnicas, tem duração de dezembro de 2024 a

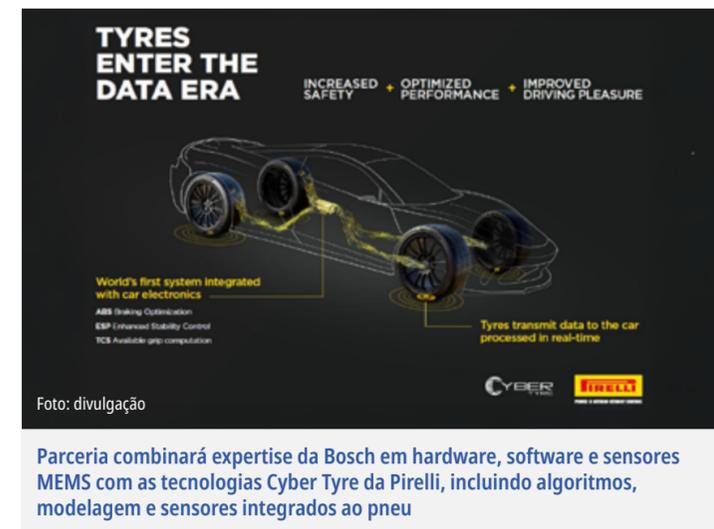
março de 2025 (mediante disponibilidade das selecionadas). O programa possibilita que as estudantes aproveitem a estação para investir na ampliação do conhecimento e experiência prática. Durante o período, elas serão responsáveis pelo desenvolvimento de projetos focados em melhoria contínua de grande responsabilidade e impacto na organização, atuando em áreas técnicas, ligadas a excelência

operacional, inovação e melhoria contínua. O estágio oferece remuneração competitiva e conta com benefícios alinhados com as práticas de mercado. As etapas de seleção envolvem testes, dinâmica e entrevista com as lideranças das áreas contratantes. Para participar do processo seletivo é necessário realizar a inscrição pelo link <https://www.ciadeestagios.com.br/vagas/eaton/>

## Bosch e Pirelli assinam cooperação de desenvolvimento para tecnologia de pneus inteligentes

Pirelli e Bosch assinaram acordo de desenvolvimento conjunto. O objetivo é criar em parceria novas soluções baseadas em software e funções de condução, graças a sensores integrados nos pneus, também conhecidos como in-tyre sensors. Para os condutores, isto significa maior segurança, conforto e sustentabilidade, bem como uma melhor dinâmica de condução. A Bosch e a Pirelli compartilham a visão de trabalhar a longo prazo e têm a intenção de explorar juntas uma lógica aprimorada de computação de sinais de pneus como entrada potencial para controladores dinâmicos aprimorados de veículos.

O Pirelli Cyber Tyre é o primeiro sistema do mundo baseado em pneus com sensores integrados, que coletam dados e os transmitem ao veículo para serem processados em tempo real. A Bosch já desenvolveu um aplicativo ESP especificamente adaptado aos pneus Pirelli, em um projeto conjunto inicial com a fabricante de hiper carros Pagani Automobili. A tecnologia "Pirelli Cyber Tyre" no Pagani Utopia Roadster transmite informações importantes sobre os pneus para a unidade de controle do ESP. Isso permite o uso ideal das propriedades individuais e do desempenho dos pneus, proporcionando maior segurança e condições



de direção personalizadas. Como fornecedora global de tecnologia e serviços, a Bosch contribui com sua expertise em sistemas hardware e software, para a cooperação de desenvolvimento. A Bosch também é líder em tecnologia de sensores MEMS (Micro-Electro-Mechanical Systems) e desenvolve e fabrica sensores de pressão dos pneus usando o padrão "Bluetooth Low Energy" (BLE). Ao fundir essa expertise

com as tecnologias de dispositivos in-tyre da Pirelli – hardware e software, algoritmos e modelagem de pneus – será possível coletar, processar e transmitir dados de pneus em tempo real, para fornecer parâmetros para o sistema de controle eletrônico do veículo, usando BLE com consumo de energia muito baixo. A Pirelli e a Bosch agora pretendem explorar a tecnologia MEMS da Bosch para aplicações em pneus.

### Artigo

Por Luiz Marins

## O instigante conceito de "antifragilidade"

"*Antifragil: Coisas que se Beneficiam com o Caos*" é um livro de Nassim Nicholas Taleb que explora a ideia de que algumas coisas não apenas resistem ao estresse e à incerteza, mas realmente se beneficiam deles.

Em seu novo livro, Taleb, autor do best-seller "Cisne Negro", introduz o conceito de "antifragilidade", que se opõe à fragilidade e à robustez. Enquanto algo frágil quebra sob pressão, algo robusto resiste, e algo

antifragil se fortalece. O autor utiliza uma variedade de exemplos de diferentes áreas, como economia, saúde, e natureza, para ilustrar como a **volatilidade, a desordem e o choque podem ser benéficos**. Ele argumenta que sistemas antifragéis são mais adaptáveis, e que devemos buscar criar estruturas que se beneficiem das adversidades. Taleb ainda mostra que a diferença entre **antifragilidade e resiliência** é sutil, mas significativa. Ambos os conceitos se referem à capacidade de lidar com desafios e estresses, mas eles têm enfoques diferentes. **Resiliência:** Refere-se à capacidade de um sistema, indivíduo ou organização de resistir a choques e se recuperar de dificuldades. Uma pessoa resiliente pode passar por situações adversas e voltar ao seu estado original ou a um estado funcional após a crise. Em outras palavras, a resiliência é sobre suportar a pressão e retornar ao ponto de partida. **Antifragilidade:** Vai além da resiliência. Antifragilidade é a capacidade de um sistema, indivíduo ou organização **não apenas de resistir a choques, mas de se beneficiar deles**. Em vez de simplesmente voltar ao normal, **algo antifragil se fortalece e melhora quando exposto ao estresse, à volatilidade ou à incerteza**. Isso significa que, em vez de ser

apenas resiliente, o elemento antifragil evolui e se adapta, tornando-se mais robusto. Em seu instigante livro, Taleb critica a sociedade moderna por sua aversão ao risco e sua busca por previsibilidade, sugerindo que essa mentalidade pode ser prejudicial. Em vez disso, **ele defende a importância de aceitar a incerteza e de se preparar para o inesperado, utilizando estratégias que permitam prosperar em ambientes caóticos**. O livro está dividido em várias seções, em que Taleb apresenta suas ideias de forma provocativa e acessível, intercalando reflexões filosóficas e exemplos práticos. "Antifragil" incentiva os leitores a reconsiderar suas abordagens em relação ao risco, à incerteza e ao fracasso, promovendo uma mentalidade que valoriza o aprendizado e a adaptação. Vale muito ler. Pense nisso. Sucesso!



Luiz Marins é antropólogo, escritor, palestrante [www.marins.com.br](http://www.marins.com.br)

## Faturamento do varejo cai 0,2% em agosto

Dia dos Pais amenizou queda, que poderia ser mais acentuada. Comércio não cresce desde fevereiro, segundo ICVA

O faturamento do varejo em agosto caiu 0,2%, 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 4,7%. O macrossetor de Serviços recuou 3,5%, com a maior variação negativa observada no setor de Turismo e Bens Duráveis e Semiduráveis caiu 0,5%, influenciado principalmente pela queda de Bens Não Duráveis foi o único com crescimento (+1,0%), puxado pelo segmento de Supermercados e Hipermercados. O resultado do Varejo só não foi mais negativo por causa das comemorações do Dia dos Pais. “Segmentos presenteáveis, como Varejo Alimentício Especializado e Móveis, Eletro e Depto, apresentaram alta no mês e é possível inferir que o resultado esteja relacionado com a data”, afirma Carlos Alves, vice-presidente de Tecnologia e Negócios da Cielo. “Já o setor de Supermercados e Hipermercados, favorecido pela deflação observada pelo segundo mês consecutivo, também amenizou a queda do

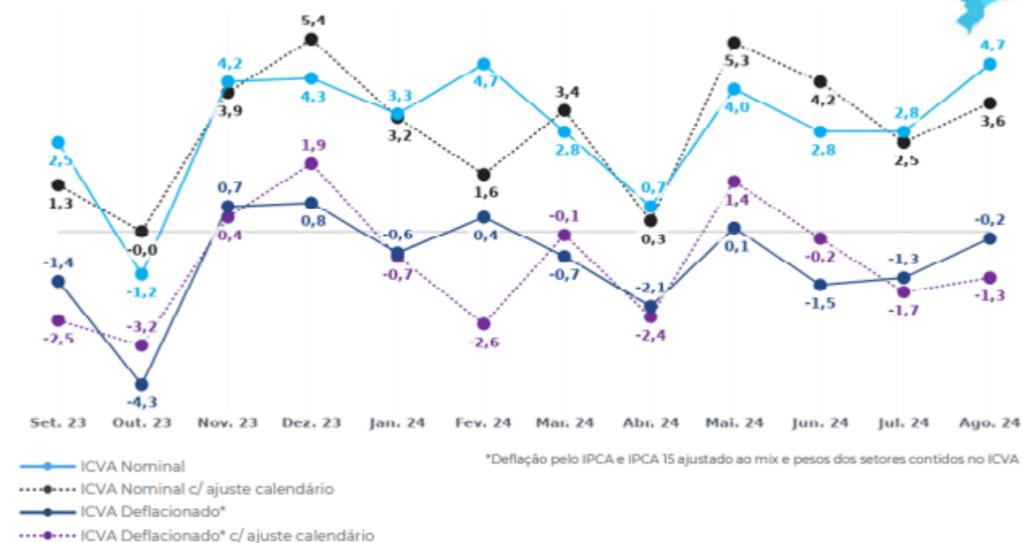
Varejo. Como o desempenho desse segmento foi acima de Bares e Restaurantes, é possível supor que as famílias preferiram comemorar o Dia dos Pais em casa”, diz Alves.

**E-commerce e vendas presenciais**  
Em termos nominais, ou seja, que refletem a receita observada pelo varejista, o e-commerce cresceu 6,5% em agosto no país. Já as vendas presenciais cresceram 4,2% 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 0,19% para o mês de agosto. Segundo o instituto, o principal impacto de alta veio do setor de transportes e do reajuste de preços de combustíveis. Ao ponderar o IPCA e o IPCA-15 pelos setores e pesos do ICVA, a inflação do varejo ampliado acumulada em 12 meses em agosto foi de 4,9%.

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

### Crescimento da Receita de Vendas no Brasil Ano contra ano



**ICVA** Cielo

cielo

### Índice Cielo de Varejo Ampliado

Período analisado: 01/08/24 – 31/08/24

**Deflacionado**

O varejo cai -0,2%

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

**Nominal**

O varejo cresce 4,7%

em comparação com o mesmo período de 2023.

**E-commerce**

6,5%

em comparação com o mesmo período de 2023.

**Comércio físico**

4,2%

em comparação com o mesmo período de 2023.

**Macrossetores | Crescimento anual:**

Valores deflacionados sem ajuste de calendário

- Serviços -3,5%
  - Recreação e lazer
  - Turismo e Transporte
- Bens não duráveis 1,0%
  - Supermercados e Hipermercados
  - Livrarias, papelarias e afins
- Bens duráveis -0,5%
  - Móveis, Eletro e Depto.
  - Materiais para Construção

**Desempenho deflacionado do varejo por regiões**

” Segmentos presenteáveis, como Varejo Alimentício Especializado e Móveis, Eletro e Depto, apresentaram alta no mês e é possível inferir que o resultado esteja relacionado com o Dia dos Pais. Já o setor de Supermercados e Hipermercados, favorecido pela deflação observada pelo segundo mês consecutivo, também amenizou a queda do Varejo. Como o desempenho desse segmento foi acima de Bares e Restaurantes, é possível supor que as famílias preferiram comemorar a data em casa

**Para mais informações:**

- ✉ [icva@cielo.com.br](mailto:icva@cielo.com.br)
- 🌐 <https://www.cielo.com.br/inteligencia-de-dados/>
- 🗣️ Assessoria de Imprensa | [comunicacaocorporativa@cielo.com.br](mailto:comunicacaocorporativa@cielo.com.br)

74

75

## Volume de vendas do grupo Veículos e motos, partes e peças cresce 13,4% nos primeiros sete meses do ano

Em julho de 2024, o volume de vendas do comércio varejista cresceu 0,6% na comparação com junho, na série com ajuste sazonal, após queda de 0,9% no mês anterior. A média móvel trimestral depois de registrar 0,3% no trimestre encerrado em junho de 2024, apresentou variação de 0,2% no trimestre encerrado em julho. Os dados foram divulgados neste mês de setembro pelo IBGE. Na série sem ajuste sazonal, o comércio cresceu 4,4%, 14ª alta consecutiva – em junho, foi de 4,1%. O acumulado no ano ante o mesmo período

de 2023 é de 5,1% enquanto o acumulado nos últimos 12 meses ficou em 3,7%. No comércio varejista ampliado, que inclui veículos, motos, partes e peças, material de construção e atacado de produtos alimentícios, bebidas e fumo, o volume de vendas variou 0,1% frente a junho, na série com ajuste sazonal, variação próxima à estabilidade, como no mês anterior (0,3%). A média móvel trimestral apresenta variação de 0,4% até julho, contra 0,1% até junho. Na série sem ajuste sazonal, o varejo ampliado cresceu 7,2%, acumulando no ano alta de

4,7% ante o mesmo período de 2023 e de 3,8% em 12 meses. **Cinco das oito atividades crescem na comparação com junho** Em julho, o crescimento de 0,6% do comércio varejista brasileiro foi acompanhado pela maioria dos grupos de atividade, com cinco das oito apresentando alta: Equipamentos e material para escritório informática e comunicação (2,2%), Outros artigos de uso pessoal e doméstico (2,1%), Tecidos, vestuário e calçados (1,8%), Hiper, supermercados, pro-

duto alimentícios, bebidas e fumo (1,7%) e Móveis e eletrodomésticos (1,4%). Livros, jornais, revistas e papelaria (0,1%) ficou com variação próxima da estabilidade. Já Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria (-1,5%) e Combustíveis e lubrificantes (-1,1%) registraram queda na passagem de junho para julho. No âmbito do comércio varejista ampliado a atividade de Veículos e motos, partes e peças teve alta de 3,8% enquanto Material de construção variou -0,2%.

Período	Varejo		Varejo Ampliado	
	Volume de vendas	Receita nominal	Volume de vendas	Receita nominal
Julho / Junho*	0,6	0,9	0,1	0,4
Média móvel trimestral*	0,2	0,7	0,4	1,1
Julho 2024 / Julho 2023	4,4	9,2	7,2	11,1
Acumulado 2024	5,1	8,4	4,7	7,4
Acumulado 12 meses	3,7	6,5	3,8	6,1

\*Série COM ajuste sazonal

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

Tabela 1 - BRASIL - INDICADORES DO VOLUME DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO, SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES: Julho 2024

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (1)			MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR			ACUMULADO	
	Taxa de Variação (%)			Taxa de Variação (%)			Taxa de Variação (%)	
	MAI	JUN	JUL	MAI	JUN	JUL	NO ANO	12 MESES
COMÉRCIO VAREJISTA (2)	0,9	-0,9	0,6	7,8	4,1	4,4	5,1	3,7
1 - Combustíveis e lubrificantes	-3,1	0,6	-1,1	-4,0	-4,0	-4,3	-2,2	-3,3
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	0,5	-2,2	1,7	10,2	3,6	3,0	5,6	5,3
2.1 - Super e hipermercados	0,7	-2,7	2,0	11,2	4,1	3,5	6,2	5,8
3 - Tecidos, vest. e calçados	2,4	-0,9	1,8	2,0	0,0	5,2	0,5	-0,2
4 - Móveis e eletrodomésticos	-1,0	2,8	1,4	2,0	6,7	8,1	3,3	2,5
4.1 - Móveis	-	-	-	5,8	11,5	8,5	4,8	1,6
4.2 - Eletrodomésticos	-	-	-	1,3	5,1	7,7	3,1	3,6
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	0,5	2,2	-1,5	13,5	15,2	16,0	14,3	11,2
6 - Livros, jornais, rev. e papelaria	0,0	-0,3	0,1	-9,0	-8,1	-5,0	-7,3	-8,5
7 - Equip. e mat. para escritório, informática e comunicação	-8,7	1,6	2,2	-0,5	5,2	0,3	2,7	3,4
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	1,5	-1,8	2,1	14,1	7,7	10,6	8,1	0,1
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (3)	0,8	0,3	0,1	4,9	2,1	7,2	4,7	3,8
9 - Veículos e motos, partes e peças	-2,5	4,6	3,8	10,6	7,1	20,3	13,4	12,4
10- Material de construção	-2,9	5,1	-0,2	-1,3	3,9	11,0	3,4	1,9
11- Atacado Prod.Alimen.,Beb. e Fumo				-8,1	-11,6	0,6	-5,6	-1,0

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

(1) Séries com ajuste sazonal.

(2) O indicador do comércio varejista é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 8.

(3) O indicador do comércio varejista ampliado é composto pelos resultados das atividades numeradas de 1 a 10

### Seis atividades do varejo crescem frente a julho de 2023

Em relação a julho de 2023, também seis dos oito setores investigados ficaram no campo positivo: Artigos farmacêuticos,

médicos, ortopédicos e de perfumaria (16,0%), Outros artigos de uso pessoal e doméstico (10,6%), Móveis e eletrodomésticos (8,1%), Tecidos, vestuário e calçados (5,2%). Hiper,

supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (3,0%) e Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação (0,3%). No campo negativo ficaram

Livros, jornais, revistas e papelaria (-5,0%) e Combustíveis e lubrificantes (-4,3%).

No comércio varejista ampliado, os três setores adicionais tiveram resultados no campo positivo: Veículos e motos, partes e peças (20,3%), Material de construção (11,0%) e Atacado de produtos alimentícios, bebidas e fumo (0,6%). O grupamento de **Combustíveis e lubrificantes** apresentou queda de 4,3% nas vendas frente a julho de 2023, quarta consecutiva e a sexta no ano (janeiro, com +0,8% e abril, com +1,8%, foram as exceções em 2024). Adicionalmente, a atividade foi a única do varejo a contribuir de forma negativa na soma total da taxa de 4,4% do indicador interanual, com -0,5 p.p.. Em relação ao acumulado no ano até julho, ao passar de -1,9% até junho para -2,2% no mês de referência, a atividade mostra trajetória de perdas em relação ao mesmo período de 2023. O mesmo se dá para o acumulado nos últimos 12 meses que passar de -3,2% até junho para -3,3% em julho.

Incluindo as atividades com varejo ampliado, o volume de vendas de **Veículos e motos, partes e peças** apresentou alta de 20,3% nas vendas frente a julho de 2023, 15º mês positivo consecutivo (o último a registrar queda foi abril de 2023, com -2,0%). O setor foi também o que

mais contribuiu para a taxa do interanual, somando 3,7 p.p. ao total de 7,2% do ampliado. O acumulado do ano até julho registra ganho de 13,4% sobre o mesmo período de 2023. Nos últimos 12 meses, o acumulado foi positivo em 12,4%, acima do registrado até junho (11,5%).

### Vendas sobem em 15 Unidades da Federação na passagem de junho para julho

Na passagem de junho para julho de 2024, na série com ajuste sazonal, o crescimento de vendas do comércio varejista nacional foi acompanhado por taxas positivas em 15 das 27 Unidades da Federação (UF), com destaque para: Tocantins (6,7%), Piauí (3,5%) e Paraíba (3,0%). Por outro lado, pressionando negativamente, destaque para Mato Grosso do Sul (-2,8%), Roraima (-2,4%) e Amapá (-1,7%).

Para a mesma comparação, no comércio varejista ampliado, foram 14 UFs com resultados positivos, com destaque para: Piauí (8,4%), Tocantins (7,0%) e Acre (2,0%). Por outro lado, pressionando negativamente, destaque para Mato Grosso do Sul (-4,8%), Maranhão (-1,6%) e Espírito Santo (-1,1%).

### Em relação a julho de 2023, vendas sobem em 25 UFs

Frente a julho de 2023, a

**Tabela 2 - BRASIL - INDICADORES DA RECEITA NOMINAL DE VENDAS DO COMÉRCIO VAREJISTA E COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO, SEGUNDO GRUPOS DE ATIVIDADES: Julho 2024**

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (1)			MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR			ACUMULADO	
	Taxa de Variação (%)			Taxa de Variação (%)			Taxa de Variação (%)	
	MAI	JUN	JUL	MAI	JUN	JUL	NO ANO	12 MESES
<b>COMÉRCIO VAREJISTA (2)</b>	<b>1,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,9</b>	<b>11,5</b>	<b>9,1</b>	<b>9,2</b>	<b>8,4</b>	<b>6,5</b>
1 - Combustíveis e lubrificantes	-1,1	1,3	-0,5	4,0	9,2	10,0	3,4	1,9
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	2,3	-2,1	0,8	13,4	8,0	6,7	8,4	7,2
2.1 - Super e hipermercados	2,7	-2,5	1,1	14,3	8,5	7,2	9,0	7,7
3 - Tecidos, vest. e calçados	2,6	-0,7	2,6	4,0	1,6	7,1	2,6	2,9
4 - Móveis e eletrodomésticos	-1,1	3,3	1,3	0,6	6,0	7,9	2,1	0,8
4.1 - Móveis	-	-	-	6,3	11,5	8,8	5,8	3,6
4.2 - Eletrodomésticos	-	-	-	-1,3	4,2	7,6	0,9	0,4
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	1,2	2,5	-1,3	18,8	21,5	22,3	20,7	17,7
6 - Livros, jornais, rev. e papelaria	-1,0	0,5	0,8	-1,6	-0,4	2,6	0,9	-0,2
7 - Equip. e mat. para escritório, informática e comunicação	-8,0	2,3	2,2	-4,6	2,4	-1,9	-1,0	-1,6
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	1,3	-1,6	2,0	16,5	10,4	13,9	11,1	3,5
<b>COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (3)</b>	<b>1,9</b>	<b>0,9</b>	<b>0,4</b>	<b>7,7</b>	<b>6,0</b>	<b>11,1</b>	<b>7,4</b>	<b>6,1</b>
9 - Veículos e motos, partes e peças	-2,6	4,3	4,4	9,5	7,5	19,8	12,6	12,2
10- Material de construção	-3,3	6,1	-0,3	-1,8	3,9	10,9	2,9	1,4
11- Atacado Prod.Alimen.,Beb. e Fumo				-2,8	-5,2	7,5	0,0	3,1

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas  
(1) Séries com ajuste sazonal.

variação das vendas no comércio varejista, no corrente mês, foi predominantemente positiva em termos regionais alcançando 25 das 27 UFs, com destaque para: Tocantins (18,1%), Paraíba

(18,0%) e Piauí (16,4%). Os únicos resultados não positivos foram a estabilidade de Roraima (0,0%) e a queda do Rio Grande do Sul (-4,6%). Já no comércio varejista ampliado, 26 UFs ficaram

com taxa positiva, com destaque para: Goiás (17,2%), Piauí (15,7%) e Paraíba (15,0%). O Rio Grande do Sul registrou a única queda no varejo ampliado, de 0,9% nesta comparação.

## 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)



**30 mil acessos ao nosso site:**

Prova de que nosso conteúdo é relevante e atrai atenção

**15 mil novos usuários:**

Engajamento e interesse contínuo

**45 mil visualizações**

Nosso alcance cresce a cada dia

**+ de 3 mil horas de exibição**

Conteúdo que mantém a audiência

**a.TV**

## Seguidores em Ascensão:

**33 mil seguidores**

Uma comunidade ativa e fiel

**350 mil contas alcançadas**

Nosso impacto é inegável

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

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





# 2mc

Em 1991 a 2MC entendeu a necessidade dos reparadores em realizar a troca simultânea dos componentes de fixação do sistema de freios que atuam agrupados.

Era a inauguração de um conceito para a ampliação da segurança e da qualidade dos serviços prestados nos freios automotivos.

**Agora todos já sabem,**

*TROCOU PASTILHA,*  
**TROCOU REPARO**

E reparo de freios tem que ser 2MC

**SEMPRE 2mc**

[2mc.com.br](http://2mc.com.br)