



novovarejo

a mídia do aftermarket **automotivo**

EDIÇÃO 446 ANO 31 15 DE OUTUBRO DE 2024 NOVOVAREJOAUTOMOTIVO.COM.BR NVD - NOVO VAREJO DIGITAL

Trimestre de ouro

Alta taxa de ocupação e crescimento da renda dos brasileiros elevam as expectativas do comércio para os três últimos meses do ano. Com iniciativa e criatividade, varejo de autopeças também pode surfar nessa onda

aftermarket
automotivo


SAMPTEL
PEÇAS AUTOMOTIVAS



A INOVAÇÃO
ESTÁ EM
**NOSSO
DNA**



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

 **USCA na Rede**



NA COBRA VOCÊ ENCONTRA AS MELHORES MARCAS



+ DE 60 MARCAS PARA MOVIMENTAR O SEU NEGÓCIO.

Faça revisões em seu veículo regularmente.

LOJA ONLINE COBRA

O MOVIMENTO DO MERCADO
COMEÇA AQUI



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



Acesse:
loja.cobrarolamentos.com.br



ESCANEE
O QR CODE
E FAÇA SEU
AUTOCADASTRO



Predizendo a inovação

A telemetria automotiva foi tema de nossa reportagem de capa na recente edição 444, de 1º de outubro (que você encontra no site novovarejoautomotivo.com.br). Essa tecnologia, que os apreciadores da Fórmula 1 já conhecem há algum tempo, é a base para a concretização de um conceito muito interessante que tratamos na reportagem e que, com certa satisfação, vimos também ser mencionado em algumas vezes no Seminário da Reposição Automotiva, realizado em 15 de outubro em São Paulo: a manutenção preditiva.

Isso apenas confirma a relevância da pauta que trouxemos em nossas páginas na última edição. E, também, muito, mas muito mesmo, antes dela.

Em março de 2005, chegava às mãos de nossos leitores uma nova edição da revista Mais Automotive, outra publicação da Novomeio Hub de Mídia, que também dedicava sua reportagem de capa à manutenção preditiva. O texto chamava a atenção para o fato de existirem na época – como, infelizmente, ainda existem – grandes dificuldades para estabelecer junto aos consumidores a cultura da manutenção preventiva. No entanto, isso não era motivo para não ir além desta prática e começar a planejar estratégias capazes de prever falhas e defeitos nos veículos dos clientes.

Se você acompanha com atenção as reportagens que temos publicado nestes mais de 30 anos de história da Nhm, sabe que nossa quase obsessão por tendências e inovações nos faz, muitas vezes, viajar para um futuro distante, que em certas ocasiões parece existir apenas no mundo da ficção.

Só que o futuro de vez em quando chega. É mais ou menos o caso da

manutenção preditiva. Em 2005, quando esmiuçamos o assunto com base nas tecnologias disponíveis na época, não existia a possibilidade de comprar um carro ou caminhão com recursos de conectividade, fundamentais para transmitir a um estabelecimento de manutenção – seja concessionária ou oficina independente – os defeitos que já surgiram ou estão prestes a acontecer.

Como vimos na edição de 1º de outubro, a manutenção preditiva é hoje amplamente utilizada por frotistas da linha pesada como forma de reduzir as paradas para conserto e os custos com a correção de falhas. As informações são transmitidas pela telemetria do veículo conectado.

Também escrevemos que o conceito ainda está, na opinião dos engenheiros automotivos, um pouco distante dos carros de passeio. Só que esta equação cada vez mais deve considerar a velocidade com que as transformações vêm ocorrendo nos últimos tempos. A manutenção preditiva já faz parte da realidade dos proprietários de automóveis ditos ‘premium’. Chegará, sem qualquer dúvida, aos carros que usamos no dia a dia.

O impacto dessa evolução no aftermarket automotivo também vem sendo tratado periodicamente em nossas reportagens. E aí, de novo, sobrepõe-se a urgência do Right to Repair / Right to Connect. O mercado como um todo precisa ter a exata noção das consequências da revolução que vem sendo construída hoje. E agir com firmeza para proteger suas empresas e a liberdade de escolha dos consumidores. De nossa parte, mesmo que às vezes com antecedência até exagerada, vamos continuar predizendo as inovações que um dia virão.

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

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 - #446 15 Outubro 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/
www.facebook.com/novovarejoautomotivo
www.instagram.com/novovarejoautomotivo
www.linkedin.com/company/novovarejoautomotivo/
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

PALHETAS MAGNETI MARELLI

ALTO DESEMPENHO E VERSATILIDADE

Desenvolvidas com alta tecnologia e para uma ampla gama de aplicações, as palhetas Magneti Marelli oferecem excelente performance e durabilidade. Disponíveis para linha leve (dianteira e traseira) e pesada (dianteira), são comercializadas nas versões:

- **Standard:** projetadas para um melhor contato em para-brisas curvos e acompanhadas de adaptador universal pré-acoplado
- **Touch Flat:** proporcionam contato mais uniforme de pressão e seus adaptadores para encaixe garantem maior diversidade de conexões
- **Estrada:** específicas para veículos pesados e acompanhadas de adaptadores para os braços gancho e sela

Escolha a melhor.
Escolha Magneti Marelli.

MAGNETI
MARELLI



mmcofap.com.br



08 Entrevista

Alta taxa de ocupação e crescimento da renda dos brasileiros elevam as expectativas do comércio para os três últimos meses do ano. Com iniciativa e criatividade, varejo de autopeças também pode surfar nessa onda.

10 Pesquisa

Conheça os finalistas da edição nacional da pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças 2024. Os vencedores serão anunciados na noite de 27 de novembro em evento transmitido ao vivo pela A.TV.

16 Capa

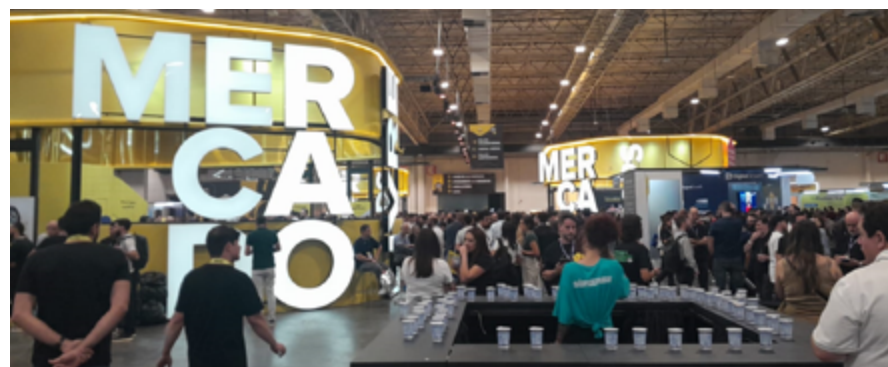
Iniciado neste mês de outubro, o período que vai até o final do ano tem sido chamado de 'trimestre de ouro'. Empregada e com salário-mínimo valorizado, população vai às compras e varejo de autopeças também pode se beneficiar.

38 E-commerce

Nossa reportagem acompanhou a oitava edição do Mercado Livre Experience, evento promovido pela maior plataforma de marketplace do país, e traz as novidades para o comércio de autopeças e planos de expansão.

44 Aftermarket

Lideranças das entidades de representação do aftermarket automotivo debatem panorama do mercado em meio às transformações do setor da mobilidade e apontam carência de mão de obra como problema a resolver.



HÁ 100 EDIÇÕES

Cartão personalizado avança no varejo brasileiro e já impacta empresas de diferentes portes

Edição 346 do Novo Varejo mostrava como essa solução contribuía para a fidelização e o aumento do tíquete médio das lojas

Números da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC), mostram que os chamados cartões 'Private Label' – isto é, voltados ao uso específico para compras em determinada empresa – haviam crescido 16% no ano de 2019, conforme o dado mais recente disponível há 100 edições.

A solução, naquela oportunidade, atendia em especial três demandas então bastante presentes no país: oferecer uma alternativa à escassez de oferta de crédito por parte de grandes players do setor financeiro;

umentar o acesso a serviços desta natureza a cidadãos tradicionalmente excluídos do movimento de bancarização; dar aos varejistas uma nova alternativa de fidelização.

Neste movimento, empresas como a Uze ganhavam espaço como parceiras populares de médios e pequenos varejistas em todo o território nacional, bem como surgido como ferramenta para oferecer crédito personalizado nas operações B2B entre microempresas e negócios maiores. Ouvido pela nossa reportagem na condição de CEO da Uze, Luciano

Brito contava que a chegada de um cartão personalizado ao mercado varejista automaticamente trazia também para esse mercado pessoas que não tinham muita habilidade com produtos bancários ou que nunca tiveram esse acesso. "A gente foca muito no público C, D e E, que é exatamente onde estão os desbancarizados. Assim, essas pessoas – muitas vezes profissionais autônomos para os quais as portas do crédito tendem a estar fechadas – podem comprar suas necessidades em um supermercado, em

uma loja de material de construção ou em uma loja de autopeças com um cartão de crédito".

Para o varejista, um benefício importante proporcionado pela adesão ao cartão personalizado era a fidelização do cliente. "Quando há oscilação de mercado as lojas acabam diminuindo o percentual de venda na maior parte dos meios de pagamento. Já no meio personalizado, que está oferecendo um crédito especial e exclusivo, as vendas tendem a se manter ou até aumentar – a depender da ocasião", acrescentava Luciano Brito.

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

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





Juliana destaca a importância da inteligência artificial



Foto: Divulgação

Daniela apresenta atributos para diferenciar o vendedor

Toda loja é igual nos marketplaces? Especialistas discordam e contam como se diferenciar nestes ambientes

Uso estratégico da inteligência artificial é uma das principais formas de se destacar e tecnologia deve estar cada vez mais presente no varejo

Mesmo o mais conservador dos varejistas de autopeças sabe que a venda de produtos, seja para os mecânicos ou para os donos do carro, já não podem mais se restringir ao ambiente físico.

Um exemplo deste cenário está no fato de o Mercado Livre, maior marketplace da América Latina, não apenas concentrar 13% do total de seu faturamento no mercado de autopeças, mas também possuir cerca de 10% do marketshare na região.

Diante deste novo momento, as empresas do segmento têm sido convidadas a encontrar formas de diferenciação em relação aos seus concorrentes em ambientes desafiadores em que, muitas vezes, tendemos a achar que 'todas as lojas parecem iguais'.

Essa visão de que os marketplaces são um mar aberto em que todos os peixinhos se parecem, porém, reflete – na opinião dos especialistas no assunto – uma falta de maturidade de

pensamento. Isso porque questões diversas, que vão desde o preenchimento correto dos anúncios até a consistência na entrega e na fidelidade ao prazo, são elementos que separam determinadas lojas de outras neste ambiente digital. A fim de oferecer aos nossos leitores este 'segundo nível' de compreensão das estratégias de e-commerce, convidamos as especialistas Daniela Torres, Sócia e CEO da Simples Inovação, e Juliana Vital, Global Chief Revenue Officer da Nubimetrics, para abordar detalhes sobre o tema.

Novo Varejo - Quando falamos de marketplaces como o Mercado Livre pensamos numa concorrência em 'mar aberto', em que parece haver pouca diferenciação entre os sellers. Essa noção faz sentido ou existem sutilezas que podem diferenciar significativamente um lojista de outro?

Daniela Torres - Há vários aspectos que podem destacar

significativamente um seller: **Reputação e Nível de Atendimento:** A plataforma do Mercado Livre valoriza a experiência do cliente, refletida na reputação do vendedor. Vendedores com ótimas avaliações, prazos de entrega rápidos e baixo índice de reclamações são destacados. Esse nível de confiança construído pelo seller pode ser um fator decisivo para o consumidor escolher um vendedor, mesmo que o preço não seja o mais baixo.

Atendimento ao Cliente: Sellers que oferecem um atendimento ágil e eficaz, respondendo a perguntas, solucionando problemas rapidamente e tratando as reclamações com empatia e profissionalismo tendem a se diferenciar. O pós-venda também pode gerar recorrência e fidelização.

Ofertas de Valor Agregado: Oferecer brindes, personalizações, ou até mesmo formas diferenciadas de embalagem são maneiras de se destacar. Além disso, sellers que se especializam em nichos ou oferecem produtos complementares podem criar um diferencial percebido pelo cliente.

Uso Estratégico de Ferramentas do Mercado Livre: Sellers que utilizam de forma eficaz as ferramentas de marketing da plataforma, como o Mercado Ads, conseguem posicionar seus produtos de forma mais estratégica, aparecendo em destaque nas buscas e aumentando a visibilidade em um ambiente competitivo.

Juliana Vital - Na verdade, o marketplace é um ambiente super competitivo, assim como o e-commerce em geral. Temos uma evolução muito forte do setor e depois da pandemia houve uma aceleração significativa, além de um amadurecimento rápido do consumidor, que tem um nível de exigência importante. É possível se diferenciar dentro dos marketplaces. Uma parte muito importante do processo é que esses canais oferecem várias ferramentas para que os vendedores consigam se destacar. O vendedor que é qualificado, que atende muito bem e entrega no prazo, geralmente tem uma pontuação relevante que o diferencia dos demais.

É muito importante cuidar de tudo isso. Um vendedor atento à demanda e que observa efetivamente o que as pessoas estão buscando para comprar, alinhando os produtos às necessidades dos clientes, pode alcançar grande diferenciação. Ele pode encontrar nichos de demanda desassistidos e, assim, conseguir alta rentabilidade no canal. Existem diversas sutilezas que podem, sim, diferenciar os vendedores dentro do marketplace.

Novo Varejo - Como a utilização da inteligência artificial para o preenchimento de anúncios pode atuar tanto como fator de diferenciação quanto como otimizador de custos para varejistas em marketplaces?

Daniela Torres - A IA tem o potencial de impactar tanto a qualidade quanto a agilidade dos processos, com reflexos positivos nas vendas e na operação.

Qualidade dos Anúncios: A IA pode criar descrições otimizadas para SEO (Search Engine Optimization) de maneira automatizada, garantindo que os produtos sejam facilmente

encontrados por compradores. Ao ajustar títulos, descrições e palavras-chave de forma precisa e baseada em dados de busca e tendências de mercado, a IA aumenta a visibilidade do anúncio, o que pode diferenciar significativamente um vendedor no meio de milhares de outros.

Personalização e Relevância: Ferramentas de IA conseguem gerar descrições de produtos mais personalizadas, adaptando-se ao público-alvo ou às categorias de produtos específicas. Isso cria um nível de sofisticação que muitos sellers não conseguem alcançar manualmente, fazendo com que o anúncio seja mais atraente e relevante para potenciais clientes.

Redução de Tempo e Erros: A automação do processo de criação de anúncios reduz drasticamente o tempo que os varejistas gastam nessa tarefa. Isso libera recursos humanos para focar em outras áreas críticas do negócio, como atendimento ao cliente ou estratégias de marketing. Além disso, a IA minimiza erros, como informações incorretas ou falhas no

Uma posição de liderança mundial baseada em mais de 100 anos de experiência

www.ntn.com.br

MAIORES E MELHORES '24 FROM THE TOP

PATROCÍNIO



📅 27.11.2024 | 19h30
📍 033 Rooftop JK Iguatemi

Transmissão **AO VIVO** na **A.TV**, o canal do Aftermarket Automotivo no YouTube.

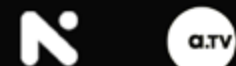
Destaque a sua marca entre as principais empresas e públicos do mercado.

Consulte sobre pacotes de patrocínio, ativações e convites individuais.
comercial@novomeio.com.br

REALIZAÇÃO



DIVULGAÇÃO



Os vencedores da 28ª edição da pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças, realizada pelo After.Lab com metodologia criada pela Ipsos, serão definidos por 500 varejistas de autopeças para veículos leves que já estão sendo entrevistados em todo o Brasil.

FINALISTAS

Acessório CHG NEW KAR SAMA	Amortecedor COBRA EMBREPAR SAMA	Borracha JAHU METAL SYSTEM SAMA	Correia COBRA EMBREPAR SAMA
Embreagem EMBREPAR SAMA VESPOR	Ferragem CHG JAHU UNIVERSAL	Filtro ROLES SAMA VESPOR	Fixação CHG JAHU SAMA
Pastilha de freio COBRA EMBREPAR SAMA	Peça Importada ISAPA MOTORS IMPORTS PADRE CICERO	Velas de ignição COBRA EMBREPAR REAL	Rolamentos COBRA DPK ROLES SAMA
Arrefecimento DPK EMBREPAR SAMA	Câmbio e diferencial COBRA PELLEGRINO SAMA	Sistema de direção EMBREPAR PELLEGRINO SAMA	Sistema elétrico ELETROPAR FURACÃO SAMA
Sistema de freio EMBREPAR REAL SAMA VESPOR	Injeção eletrônica FURACÃO REAL SAMA	Sistema de motor REAL ROLES SAMA	Sistema de suspensão DPK EMBREPAR SAMA

Empresários e executivos das grandes marcas do setor, personalidades e dirigentes de entidades do mercado, profissionais de mídia e representantes de destaque do varejo e da reparação estarão presentes para prestigiar o evento que acontece desde 1997.

O portfólio de produtos e o desempenho empresarial do mais estratégico segmento da cadeia de negócios de manutenção automotiva no país serão mais uma vez avaliados e comparados para atualizar a visão do setor sobre as referências da distribuição.

preenchimento de dados técnicos, evitando problemas com devoluções e reclamações.

Escalabilidade: Para varejistas que lidam com grandes volumes de produtos, a IA permite a criação e a atualização de anúncios em larga escala de forma eficiente e consistente. O custo de manter uma equipe dedicada à criação manual de anúncios pode ser bastante elevado, enquanto o uso da IA reduz a necessidade de mão de obra intensiva e torna a operação mais escalável.

Ajustes Dinâmicos: A IA pode monitorar as tendências de mercado e ajustar os preços ou descrições de acordo com a demanda, competição e sazonalidade, maximizando o retorno para os varejistas. Esse tipo de otimização pode ocorrer em tempo real, economizando recursos que seriam gastos em análises e ajustes manuais.

Juliana Vital - É super importante a utilização da Inteligência Artificial para melhorar o potencial das publicações dentro do marketplace. Basicamente, a Inteligência Artificial tem a capacidade de analisar, cruzando diversos algoritmos à dinâmica. Por exemplo, na Nubimetrics temos a funcionalidade 'otimizador de anúncios' que olha para a dinâmica da categoria a que a publicação pertence, examinando quais são as

melhores publicações dessa categoria e quais são as características das publicações vencedoras, comparando com a publicação do vendedor, pontuando cada vertical de análise, que indica melhorias no anúncio, como melhores palavras no ranqueamento da categoria, alavancagem de frete, entre outras. Com a IA identificamos quais são as características das publicações vencedoras dentro daquela categoria - isso é dinâmica - e basicamente compara com a publicação do vendedor, dizendo para ele o que tem que fazer em cada uma das etapas dentro da publicação para melhorar a performance. Então, sim, é essencial usar a Inteligência Artificial para isso. Não é uma questão só de redução de custos, mas de rentabilidade. Uma vez que a publicação está otimizada ao máximo possível, ela se converte mais e o seller terá maior performance e rentabilidade dentro do marketplace.

Novo Varejo - Em todo ambiente de comércio, o preço é um fator muitas vezes decisivo na opção de compra dos consumidores. Nos marketplaces, imagino que isso não seja diferente. Atualmente, com o avanço tecnológico, existem formas de facilitar o monitoramento dos preços de concorrentes diretos - sem que o varejista gaste

muito tempo (e pessoal) fazendo-o manualmente?

Daniela Torres - Sim, o monitoramento de preços em marketplaces pode ser facilitado com o uso de tecnologias avançadas. Existem diversas ferramentas e softwares de monitoramento de preços que automatizam esse processo, permitindo que os varejistas acompanhem os preços dos concorrentes em tempo real. Essas soluções utilizam técnicas de scraping e APIs para coletar dados sobre preços, promoções e estoques. Além disso, algumas ferramentas oferecem análises de dados que ajudam a identificar tendências e ajustar estratégias de preços de forma eficiente. Assim, os varejistas podem focar em outras áreas do negócio, enquanto a tecnologia cuida do monitoramento.

Juliana Vital - O preço é sempre um fator importante e o consumidor está sempre atento e conta com ferramentas para fazer a comparação, escolhendo o que é mais atrativo para ele; porém, dentro dos marketplaces existem diversos fatores em que o preço não é o denominador para que um publicação converta mais e, ao analisar a dinâmica, podemos ter essa resposta. Em diversas categorias, por exemplo, o determinante pode ser a forma

de envio ou as informações de ficha completa dentro da publicação. O ideal é que o vendedor possa buscar oportunidades de nicho de demanda insatisfeita para que não tenha só que competir por preço, mas se diferenciar por agarrar uma demanda não atendida. Quando é um categoria muito competitiva, com dinâmica e ofertas estabelecidas, a competição será maior por preço, mas sempre atento às características e ao momento de venda desse produto, pois há outros fatores importantes e podem ser decisivos na hora da compra.

Novo Varejo - Hoje em dia, com o aumento de fraudes online, os consumidores têm sido cada vez mais diligentes na hora de buscar informações sobre uma loja - ainda que ela esteja inserida em um marketplace reconhecidamente sério. Neste sentido, como o lojista pode se certificar que seu negócio seja percebido como 'confiável' quando for pesquisado?

Daniela Torres - Para que um lojista seja percebido como confiável em um marketplace, é importante adotar algumas estratégias:

- Avaliações e comentários: incentivar clientes satisfeitos a deixarem avaliações positivas. Responder a comentários, tanto positivos quanto negativos, demonstra um

MONROE 25 ANOS AMORTECEDORES

MONROE AXIOS 65

MONROE CLUB 25 ANOS PARCEIRO DE EXCELÊNCIA

MARCAS **DRIV**

CAMPAÑA 2024

O ANO DAS CELEBRAÇÕES

SUA OFICINA DE CARA NOVA!

Participe da campanha **Monroe e Monroe Axios** - O Ano das Celebrações e concorra ao prêmio de **R\$ 100.000,00** para reformar sua oficina mecânica.

Como Participar:

- 1 Cadastre-se no site: www.campanha2024monroe.com.br
- 2 Compre qualquer produto **Monroe** ou **Monroe Axios**.
- 3 Suba o XML da nota fiscal no site da campanha.
- 4 Ganhe 1 número da sorte a cada R\$300,00 em compras*

*Oficinas Monroe Club ganham 2 números da sorte a cada R\$ 300,00 em compras

Sorteio via Caixa Econômica Federal. Acesse o site e confira o regulamento e forma de apuração. Válido até o dia 07 de março de 2025.

CERTIFICADO DE AUTORIZAÇÃO SPA/ME N.º 04.036613/2024 PROMOÇÃO N.º 2024/05931

Lado a lado com você, em todo o Brasil

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

#POR
TODO
BRASIL



*Rapidez na entrega
em todo o Brasil.*



*Variedade e qualidade
do nosso portfólio.*



*Compromisso com
a sua empresa.*

32
FILIAIS



Sama



Laguna



Matrix

Conheça a
filial mais
perto de você.

Sama
Autopeças

Laguna
Autopeças

MatriX

bom atendimento ao cliente.
- Descrição clara de produtos: fornecer descrições detalhadas e precisas dos produtos, juntamente com imagens de alta qualidade, ajuda a criar transparência.

- Atendimento ao cliente eficiente: Disponibilizar múltiplos canais de atendimento, como chat online, e responder rapidamente às dúvidas dos consumidores aumenta a confiança.

Juliana Vital - A questão das fraudes sempre é um ponto importante para os consumidores, mas também é um fator de vantagem dos marketplaces, uma vez que os consumidores têm o respaldo desses canais, que serão os responsáveis por auditar a compra, e o comprador tem a quem recorrer em caso de algo inesperado. Hoje, os marketplaces estão muito avançados para barrar fraudes, mas

os vendedores podem colaborar mantendo uma boa reputação com uma pontuação alta, não ter muitas devoluções, responder as perguntas em tempo com mensagens claras, atender rapidamente o cliente, e assim cuidar da experiência de compra e do pós compra para garantir a reputação. Os consumidores checam esses vendedores e isso é um fator que pesa na decisão sobre quem vai receber a compra.

Novo Varejo - Em geral, os marketplaces são a porta de entrada para PMEs no universo online. Pensando no custo-benefício, que momento vale a pena fazer o investimento para ter um e-commerce próprio?

Daniela Torres - Iniciar com marketplaces pode ser uma ótima estratégia, especialmente se o capital for limitado. Essa abordagem permite que

você ganhe experiência em operações, atendimento ao cliente e validação de produtos, enquanto entende melhor o desejo do seu público. A experiência adquirida deve ser refletida na construção da sua loja própria, garantindo que você ofereça uma experiência mais alinhada com as expectativas dos clientes. Assim, você pode aproveitar o crescimento dos marketplaces para se preparar para lançar seu e-commerce quando tiver mais certeza do público-alvo e mais verba para anúncios. Use o marketplace como uma fonte de caixa.

Juliana Vital - Certamente os marketplaces abrem uma porta super importante para o empreendedor, pois permitem a ele acessar de maneira muito rápida toda uma estrutura de e-commerce pronta para começar a operar. O importante

é entender a dinâmica e a necessidade do negócio. Há casos de vendedores que passaram a apostar diretamente em canais de marketplace – já que esses podem oferecer uma performance muito maior e gerar demanda – e deixaram os canais próprios. Para alguns faz sentido trabalhar só no marketplace. O ponto não é tanto o custo-benefício, mas o momento do negócio e o que faz sentido para o público, se são pessoas que consomem direto do e-commerce e se é compra finalizada dentro do marketplace, por exemplo. Os vendedores devem analisar a necessidade da própria marca e quais são os canais que se adequam, identificando o que faz sentido para o target e, principalmente, para o momento em que o vendedor quer posicionar a marca e como quer fazer esse crescimento.

O MAIOR ACERVO DE INFORMAÇÃO DO SEGMENTO EMPRESARIAL DA REPARAÇÃO

MAIS AUTOMOTIVE

WWW.MAISAUTOMOTIVE.COM.BR

CONFIRA AS NOSSAS REDES SOCIAIS

www.dayco.com

Com a **Dayco** a **segurança** está em suas mãos



Apresentamos a **nova linha** de **Suspensão e Direção.**

DAYCO
STEERING AND SUSPENSION

DAYCO
MOVE FORWARD. ALWAYS.™



Em 2024, 'trimestre de ouro' do varejo chega com otimismo renovado

Aumento da renda e da taxa de ocupação da população deve impulsionar melhora dos resultados em relação a 2023

Outubro inaugurou este ano um dos momentos de maior expectativa para o varejo nacional. Batizado de em 2024 de 'trimestre de ouro' por especialistas do setor, o período relativo aos últimos três meses do ano traz com ele ocasiões como Natal e Black Friday, datas que, segundo instituições como o IBEVAR, são, respectivamente, aquelas que mais agregam vendas ao comércio em relação à normalidade observada na tendência anual. São datas que, com criatividade e estratégias, podem também ter repercussão positiva no aftermarket automotivo. Além disso, a aproximação das festas de fim de ano movimentam as revisões de férias, importantes para viagens seguras com a família. Uma boa oportunidade para promoções atrativas ao cliente final.

Apesar do fim do ano vir sempre carregado dessas expectativas positivas, 2024 revela particularidades capazes de trazer ainda mais expectativas

aos empresários do setor.

O primeiro motivo para otimismo advém dos próprios resultados do varejo. Afinal, o setor tem apresentado uma recuperação importante ao longo de todo o calendário – apresentando uma alta de 5,1% em relação a 2023 no acumulado do ano e de 3,7% no enquadramento dos últimos 12 meses.

Outro ponto, não menos importante, está ligado ao fato de estarmos convivendo com uma taxa de desocupação de apenas 6,8%, a menor registrada pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) Contínua do IBGE desde seu início, em 2012. De acordo com o assessor econômico da FecomercioSP, Fábio Pina, este fator é especialmente relevante se considerarmos que, além das 'datas especiais', o tradicional aumento do consumo no último trimestre do ano se dá pela injeção do pagamento do 13º salário na economia.

"As vendas do último trimestre

não são maiores do que a média do ano por algum fator espiritual. Isso acontece, em geral, porque a maioria das pessoas recebem a primeira e a segunda parcelas do 13º em novembro e dezembro. E, ora, se eu tenho mais gente empregada formalmente em 2024 no comparativo com o ano passado, a tendência é haver uma melhora no desempenho do varejo", analisou Pina, antes de complementar com uma análise geral do aumento da renda do brasileiro neste ano: "No comparativo anual, temos tido crescimento nas vendas do varejo ao longo de todo o ano. Isso se deve muito ao aumento da renda da população e deve refletir em datas como Black Friday e Natal. Se eu tenho 10% a mais de renda, de massa de rendimento real, isso terá um efeito positivo no consumo. A não ser que eu acredite que todo mundo vai poupar, o que é muito pouco provável", acrescentou.

Professor titular da USP e presidente do IBEVAR, Claudio

Felisoni corroborou em certa medida a análise do colega ao indicar que as projeções econômicas baseadas nos dados do IBGE apontam para um aumento de 3,84% no quarto trimestre de 2024 em relação ao mesmo trimestre de 2023.

Ressalvas

O especialista, no entanto, faz ressalvas. Segundo ele, monitoramentos de sua entidade junto às redes sociais mostram que existe um movimento de diminuição de intenção de compra para este final de ano – sobretudo quando dados do setor de serviços estão incluídos na análise.

"Com efeito, dos 42 segmentos, considerando o histórico de vendas, para apenas 6 deles registra-se um patamar alto das intenções de compra. A maioria posiciona-se em um nível baixo (52,4%). Além disso, para 31 segmentos, representando quase 74% dos segmentos, observa-se redução do volume comercializado para o próximo trimestre", pondera Felisoni.



Foto: Divulgação

Claudio Felisoni (à esquerda) e Fábio Pina apontam segmentos mais favorecidos no período

Especialistas avaliam que aumento das vendas não acontece de forma homogênea no varejo

Se considerarmos o aumento da taxa de ocupação e da renda da população como os principais motores das expectativas positivas para o trimestre de ouro, é possível concluir que, de maneira geral, todos os segmentos do varejo têm motivo para estarem otimistas quanto aos resultados deste fim de ano. No entanto, como apontado no início desta reportagem, é preciso lembrar que este período traz datas excepcionais como o Natal e a Black Friday – eventos que, tradicionalmente, movimentam alguns segmentos muito mais do que outros.

Tanto Fábio Pina, da FecomercioSP, quanto Claudio Felisoni, do IBEVAR, salientam que, nesta equação, os segmentos em que as compras tendem a se dar mais por necessidade do que por desejo acabam ganhando um boost menor neste período. “Em geral, ninguém espera uma promoção de Black Friday para comprar alguma peça sem a qual o carro não funciona. Se eu fundi o motor em maio, eu vou lá e dou meu jeito de consertar. A mesma coisa acontece com o segmento de farmácias. Ninguém fica mais ou menos doente

porque é Natal. Você também não vai deixar para estocar sua insulina no fim do ano”, ilustrou Pina. Complementando a visão do colega, Claudio Felisoni trouxe dados de estudos sazonais realizados pelo IBEVAR para apontar o perfil de consumo dos brasileiros durante o Natal e o Black Friday. Segundo o presidente da entidade, os segmentos do varejo que têm maior acréscimo de vendas nestas datas em relação às suas curvas médias são Eletrônicos e Eletrodomésticos (90%-95%),

E-commerce (85%-90%), Brinquedos e Jogos (80%-85%), Vestuário e Acessórios (70%-75%), Perfumaria e Cosméticos (65%-70%), Informática e Tecnologia (60-65%) e Smartphones e Acessórios (55%-60%). No outro lado da moeda, Felisoni indica que Lojas de Materiais de Construção (5%-10%), Postos de Combustível (8%-12%) e Farmácias (medicamentos de uso contínuo, 10%-15%) são aqueles que menos tendem a ganhar fôlego extra com as duas datas.

A gigante do mercado de autopeças, sempre pronta para te atender.

São mais de **100 fornecedores, 30 mil itens e 25 filiais**, garantindo o melhor atendimento para mais de **25 mil clientes em todo o país.**

Posicione a câmera e escaneie o QR Code para acessar o nosso site.

Conheça nossas redes sociais:
 @rmpdistribuidora
 rmpdistribuidora

RMP

Sincopeças Brasil indica otimismo em relação ao 'terceiro trimestre estendido'

Dados do IBEVAR e a percepção de economistas como Fábio Pina indicam que, embora o brasileiro seja apaixonado por automóveis, obviamente as autopeças estão longe de ser preferência nacional na hora de presentear alguém – embora muitos ficariam felizes em ganhar algum acessório para embelezar o automóvel. Em 2019, o presidente do Sincopeças Brasil, Ranieri Leitão, descobriu isso na prática quando articulou junto aos braços da entidade uma campanha para incentivar os cidadãos a aproveitarem o Natal e/ou a Black Friday para aumentar o consumo de peças e acessórios automotivos.

“Na época, nós distribuimos cartazes e coisas do tipo. Eu não sei se a campanha não foi muito bem feita, mas surtiu pouco efeito”, contou a liderança, sem, no entanto, se desanimar para outras iniciativas. “Talvez esteja no momento de a gente pensar em outra ação nesse sentido. Com uma campanha bem feita, planejada, talvez possamos convencer uma parcela da sociedade de que uma peça ou um acessório pode vir a ser um bom presente de Natal ou até de aniversário – saindo da mesmice de sapato,

roupa, perfume e outros itens tradicionais”. A despeito da dificuldade de escalar essa montanha da tradição, porém, Leitão afirma que os varejistas do setor têm, sim, razões para estarem otimistas em relação aos próximos meses. “Geralmente, o último trimestre e o primeiro trimestre do ano são os dois períodos em que o varejo de autopeças fica mais aquecido”, indicou o presidente

do Sincopeças Brasil. Segundo ele, isso acontece principalmente porque nessas épocas do ano o brasileiro tende a se planejar para viagens e passeios com a família – visão, aliás, corroborada por dados concretos de instituições como a Agência de Transporte do Estado de São Paulo (Artesp). “Nesses momentos, em que as pessoas pensam em viajar,

a primeira coisa que elas se preocupam é saber se o veículo vai ter condições de levar e trazer a família em paz e o aftermarket tem que aproveitar essas ocasiões para potencializar seus negócios. É preciso, portanto, investir em campanhas para chamar a atenção dos clientes para a importância dessa manutenção preventiva”, concluiu Ranieri Leitão.



Foto: Divulgação

Ranieri Leitão sugere iniciativas criativas envolvendo peças e acessórios para sair da mesmice

Sistema de direção com componentes de alta qualidade, garantindo durabilidade e precisão.



www.ampri.com.br

COMPARTILHE AMPRI





Foto: Shutterstock

Perdas com os sites de apostas já somam mais de 20 bilhões no Brasil

Bets: uma ameaça para os resultados do fim do ano?

Os números mostram que o varejo brasileiro tem avançado em 2024 e que tende a ter um 'trimestre de ouro' mais pujante do que nos últimos anos. Apesar disso, especialistas como os pesquisadores da consultoria Kantar apontam que o consistente crescimento da renda habitual da população, que segundo o Ipea, atingiu 5,8% entre os meses de abril e junho, estaria produzindo resultados ainda mais robustos nos setores de comércio e serviços. Análises como essa têm lançado os olhares de grandes empresas brasileiras e membros do Governo Federal para

um concorrente inusitado: as plataformas de apostas ou, simplesmente, 'bets'. Isso porque, de acordo com levantamento do Itaú, a população brasileira perdeu 23,9 bilhões de reais em apostas esportivas entre junho de 2023 e junho deste ano – movimentando um total cerca de 68,2 bilhões de reais no país no período. Essa nova via de 'escoamento de recursos' das famílias brasileiras levou cerca de 20 entidades nacionais de comércio, indústria, consumo e varejo a se unirem para divulgar um manifesto alertando para o crescimento desenfreado

das apostas eletrônicas e suas graves consequências sociais, econômicas e de saúde pública. O documento, lançado ao final do último 'Latam Retail Show', em 21 de setembro, chama a atenção para o aumento exponencial do faturamento dessas empresas de apostas, que têm atraído recursos da população, especialmente das classes mais baixas, gerando comportamento compulsivo em especial entre os mais jovens e vulneráveis emocionalmente e com graves implicações psicológicas pelo aumento do endividamento para os apostadores e suas famílias.

Confira as principais demandas do manifesto

- Promover uma maior e mais ampla sensibilização sobre o potencial de problemas sociais que advirão dessa expansão;
- Regulamentar a comunicação publicitária, patrocínios e outras modalidades convencionais ou digitais de estímulo às apostas;
- Impedir de forma imediata o uso do cartão de crédito para pagamento das apostas, o que só ocorreria em 2025 pela legislação aprovada;
- Impor responsabilidade às empresas de apostas para que se tornem corresponsáveis por tratamentos envolvendo saúde mental e causados pelo vício com jogos nessas modalidades;
- Rever a tributação prevista na lei 14.790/2023, de modo que ela seja mais gravosa na operação de apostas on-line, tanto para a empresa de apostas quanto para o apostador.

Vale lembrar que, no início deste mês de outubro, o governo brasileiro iniciou o processo de regulamentação das bets no país e deve retirar do ar até 600 sites da modalidade ao longo das próximas semanas.

Primeiramente, conheça os mais novos integrantes da nossa família Primaparts



POLIAS E TENSORES • KIT CAPAS DE CORREIAS • FILTROS DE CABINE
BIELETAS • KITS DE AMORTECEDORES • KITS DE HOMO CINÉTICAS
KITS DE BARRA ESTABILIZADORA • COXINS • SUPORTES DE SUSPENSÃO

PRIMAPARTS
AUTOMOTIVE

Uma marca do Grupo Auto Norte.

AUTONORTE

@autonortedistribuidora
www.autonorte.com.br

PEÇA BRASIL

@pecabrasil
www.pecabrasil.com.br



Accesse o KKI Vendas e conheça nossos produtos.



Foto: Shutterstock

Apesar do recuo mês passado, crescimento ainda prevalece no acumulado do ano

Ritmo de vendas de carros usados desacelera em setembro

A FENAUTO divulgou seu relatório mensal com as vendas de veículos seminovos e usados pelo Brasil. As vendas acumuladas em 2024 chegaram a 11.582.395 de veículos, um aumento de 9% em relação ao mesmo período de 2023 (10.627.886). Porém, no mês de setembro, o total de vendas recuou 5,9% em relação a agosto, mas, mesmo com um dia útil a menos, a média diária de vendas permaneceu em 64 mil veículos (aumento de 8,1% sobre setembro de 2023). Em comparação com setembro de 2023, o total de vendas cresceu 13,5%, totalizando 1.343.999 unidades no mês.

Mesmo com essa oscilação, a FENAUTO mantém a expectativa de vendas próximas a 15,5 milhões de veículos até o final do ano. Segundo o presidente da entidade, Enilson Sales, "tivemos um primeiro turno nas eleições municipais e em muitas localidades ainda teremos o segundo turno, o que pode trazer variações nos números de outubro. Mas, como sempre assinalamos, os últimos meses do ano sempre são melhores para o comércio com a injeção de recursos como o 13º e as promoções de vendas. Com isso, esperamos alcançar esses números em vendas".

Modelos mais procurados em setembro

Autos

VW Gol	64.671
Fiat Uno	34.928
Fiat Palio	33.801

Comerciais Leves

Fiat Strada	30.225
VW Saveiro	19.470
GM S10	14.648

Motos

Honda CG150	71.551
Honda BIZ	33.411
Honda CG 125	29.306

Comerciais pesados

Ford Cargo	2.232
Volvo FH	1.763
Ford F4000	1.241

AUTHOMIX

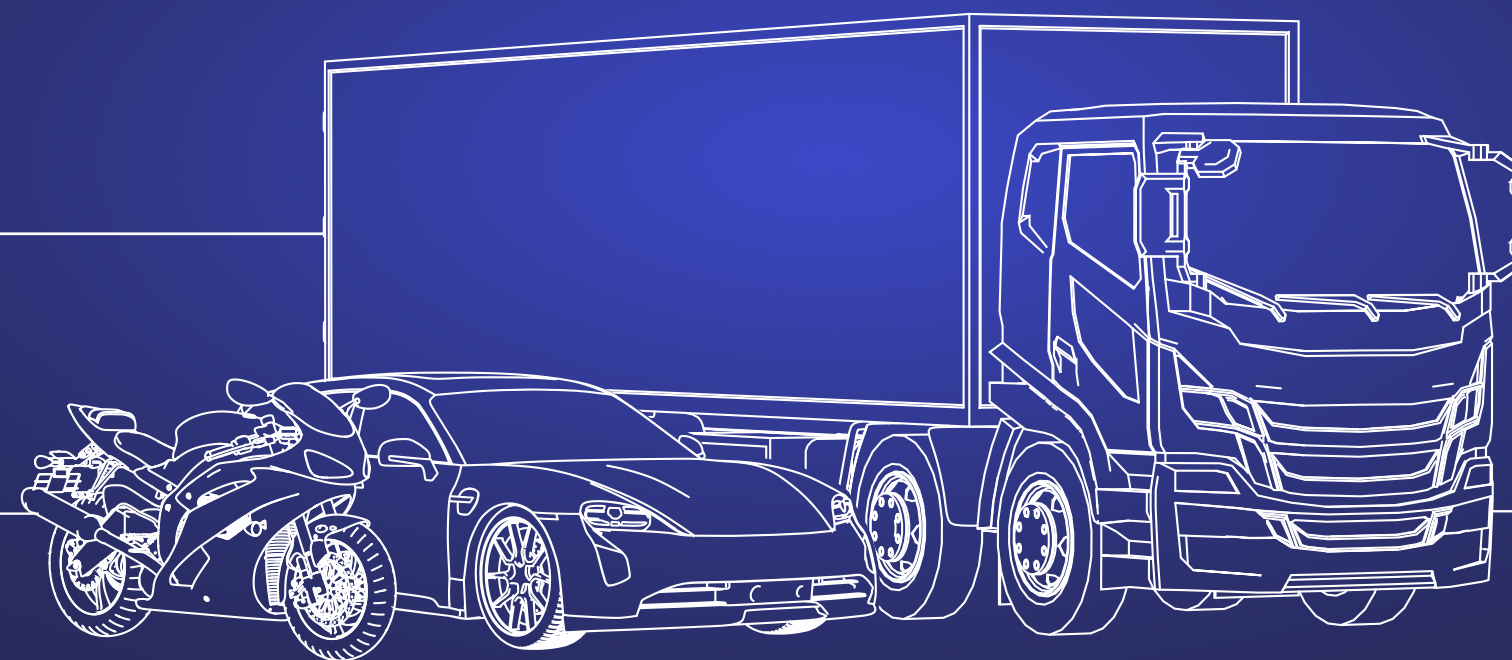
Um mix de soluções para o seu negócio de autopeças e motopeças.

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

Sindirepa lança Programa Para Melhoria do Recolhimento do Óleo Lubrificante Usado ou Contaminado

O Sindirepa-SP apresenta mais uma ação em benefício do aftermarket automotivo. No Portal da Reparação, website da entidade, o Sindicato disponibiliza uma página exclusiva com orientações sobre o PMROLUC - Programa Para Melhoria do Recolhimento do Óleo Lubrificante Usado ou Contaminado, que trata sobre o sistema de logística reversa para a coleta, transporte, armazenamento e destinação final, ambientalmente adequada de óleos lubrificantes usados ou contaminados, esclarece Judi Cantarin, Assessora Ambiental do Sindirepa SP.

OLUC é um resíduo e ao mesmo tempo uma fonte importante de óleo lubrificante básico. O óleo básico é um recurso caro, não renovável e essencial para o desenvolvimento, (90% Óleo básico+ 10% aditivos = óleo lubrificante = OLUC). Do ponto de vista econômico, é significativo e estratégico para a política nacional de abastecimento de derivados de petróleo. Com o correto descarte do OLUC para o rerrefino seu óleo básico pode ser recuperado, tendo um ciclo infinito.

A destinação do OLUC para

rerrefino garante a recuperação dos óleos básicos e também atende os princípios dos 3Rs da agenda 21, Reduzir, Reutilizar e Reciclar.

De uma maneira bastante didática em formato de perguntas e respostas, o Sindirepa-SP leva para as oficinas mecânicas todas as

informações necessárias de como integrar o PMROLUC, apresenta um glossário com termos ligados ao tema, além de detalha a legislação relacionada ao descarte consciente. Na página <https://portaldareparacao.com.br/pmroluc/>, o reparador encontra orientações completas de como

se adequar às normas de descarte do óleo lubrificante usado ou contaminado. Além disso, o Sindirepa-SP disponibiliza uma consultoria ambiental exclusiva para o mercado onde terão suporte ambiental com avaliação padrão e esclarecimento de dúvidas totalmente gratuitos.

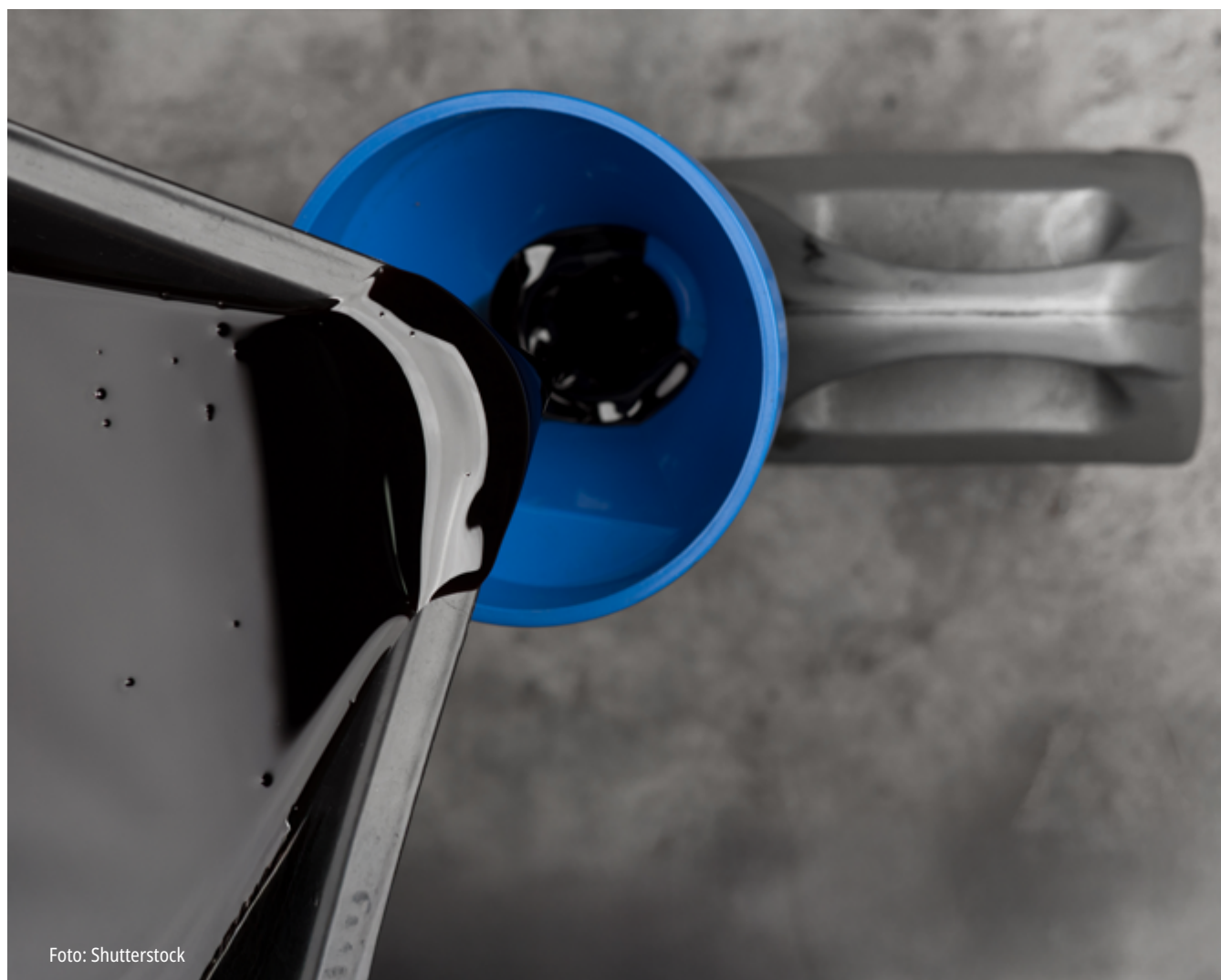


Foto: Shutterstock

Objetivo é assegurar continuidade de logística reversa para coleta, transporte, armazenamento e destinação final adequada dos lubrificantes



Foto: Divulgação

Iniciativa permite também que a marca apresente ao mercado informações técnicas sobre os seus produtos

Litens promove capacitação em motores para profissionais do varejo e reparação

Com foco na expansão no mercado reposição, a Litens, fabricante global especializada em componentes de sistema powertrain para o mercado OEM, investe em ações para estreitar relacionamento com os profissionais do varejo e da reparação, levando informações técnicas sobre os seus produtos, aplicações, novas tecnologias para veículos híbridos e elétricos.

Contando com a parceria de sua rede de distribuidores, a fabricante possui programação de treinamentos técnicos mensais ao longo do ano. No mês de agosto, a fabricante realizou treinamentos técnicos para aplicadores em Uberlândia-MG (12/08), Uberaba (13/08), em

ambas as cidades ocorreram na empresa Triângulo Eletrofiltros, e em São Paulo (27/08), na D. Lamp.

Entre os temas apresentados nos eventos, são abordadas as características da Polia do Alternador OAD, produto patentado pela Litens, e as inovações tecnológicas dos produtos híbridos. Os aplicadores têm a oportunidade de obter informações diretas da fabricante que desenvolve projetos para montadoras com muito conteúdo técnico sobre as diferenças de polias, tecnologias adotadas em cada uma delas, questões relacionadas a custo-benefício, importância da troca preventiva e preditiva e dicas para identificação dos modos de falha da polia.



Foto: Divulgação



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





Foto: Divulgação

Empresa acompanha mercado global e regulamentações no Brasil e investe em tecnologias para atender à crescente demanda de veículos equipados com ADAS

Autoglass equipa 100% das lojas para calibração do sistema ADAS

Com a regulamentação que tornou obrigatório o sistema ADAS (Advanced Driver Assistance Systems) em novos veículos no Brasil em 2024, o mercado de tecnologias para segurança no trânsito já está passando por uma grande transformação. Seguindo o exemplo da União Europeia, onde a adoção do sistema ADAS se tornou obrigatória em 2022, o Brasil também busca aumentar a segurança

nas estradas e reduzir acidentes. A implementação está impulsionando a demanda por soluções de calibração e manutenção dessas tecnologias avançadas, acelerando a modernização do setor automotivo e trazendo benefícios tanto para os motoristas, quanto para os pedestres. Atenta a essas mudanças globais e antecipando às futuras exigências do mercado brasileiro, a Autoglass, anuncia

que todas as suas 85 lojas no Brasil já estão equipadas para a calibração de sistemas ADAS que se encontram no para-brisa. O serviço estará disponível em todo o país após a finalização do treinamento especializado de suas equipes técnicas, que está em fase de execução.

Os sistemas ADAS, que utilizam câmeras, radares e sensores avançados, monitoram o ambiente ao redor

do veículo, ajudando a prevenir acidentes e tornando a condução mais segura e eficiente. A calibração dessa tecnologia é essencial para garantir um desempenho adequado. Montadoras recomendam que essa calibração seja feita sempre que houver algum tipo de substituição ou reparo dos componentes, o que pode contribuir diretamente para a redução de ocorrências nas estradas.

A Disape entrega o melhor em autopeças para você!

- ✓ **25 mil itens** no portfólio.
- ✓ **80 fornecedores** das melhores marcas
- ✓ **15 mil clientes** satisfeitos.
- ✓ **25 filiais** em todo o Brasil.

Posicione a câmera e escaneie o QR Code para acessar o nosso site.

Conheça nossas redes sociais:

- @disapedistribuidora
- disapeautopecas

Distribuidora de Autopeças

Disape

Sefaz-ES bloqueia 16 empresas de autopeças que funcionavam irregularmente em coworking

A Secretaria da Fazenda (Sefaz) do Espírito Santo, por meio da Receita Estadual, realizou o bloqueio fiscal de 16 empresas do ramo de autopeças que estavam funcionando de forma irregular. Com o bloqueio, os estabelecimentos não estão aptos a emitir ou receber documentos fiscais enquanto não se regularizarem.

Em diligências realizadas em 2 de outubro, em um conjunto de escritórios compartilhados, conhecido como "coworking", localizado em um prédio na Avenida Nossa Senhora da Penha, em Vitória, auditores fiscais da Subgerência Fiscal Metropolitana flagraram as 16 empresas do ramo de autopeças funcionando no local.

"Constatamos que essas empresas, embora atuem comercializando autopeças, tinham endereço cadastral como 'coworking', o que é vedado pela legislação do Espírito Santo", explicou o auditor fiscal Helder Costa Leão, subgerente fiscal da Região Metropolitana.

As empresas fiscalizadas adquiriram autopeças no

montante de R\$ 19 milhões. A equipe da Receita Estadual constatou não haver estoque algum de mercadorias no endereço cadastral dos estabelecimentos. Essas aquisições serão objeto de posterior procedimento de auditoria, a fim de se alcançar os ilícitos tributários cometidos.

Os Decretos nº 5.338-R e nº 5.645-R regulamentam a atividade de "coworking", estabelecendo regras para evitar a concorrência desleal e a sonegação fiscal. Indústrias, por exemplo, não podem se estabelecer em "coworking", pois o espaço físico de escritório é incompatível com atividades de fabricação e transformação em geral.

Além disso, a legislação veda a manutenção de estoque de mercadorias nesses ambientes, pois, além do espaço físico ser incompatível à armazenagem de médios e grandes volumes, a possibilidade seria vulnerável à sonegação fiscal. O objetivo da regulamentação é preservar a natureza colaborativa dos ambientes de coworking.



Foto: Divulgação

Iniciativas de sustentabilidade, melhoria contínua e prêmio de melhor lugar para se trabalhar marcam trajetória da planta

Unidade de Guarulhos da Continental comemora 65 anos de sustentabilidade e inovações tecnológicas

A unidade de Guarulhos (SP) da Continental celebra 65 anos de história. Como a planta mais antiga do Brasil, inaugurada em 1959, ela representa a pedra fundamental de onde tudo começou. Entre os produtos fabricados na unidade estão os tacógrafos, painéis de instrumentos para veículos leves e pesados, além de itens de reposição sob as marcas VDO, utilizada para linhas de injeção eletrônica, temperatura, relés, instrumentação e sensores, e ATE, usada para sistemas de freios.

Nos últimos anos, a planta passou por uma verdadeira revolução digital, impulsionada pelo acesso à internet. Esse processo trouxe uma série de melhorias que não apenas modernizaram

as instalações, mas também beneficiaram os aproximadamente 800 colaboradores. As iniciativas implementadas fortaleceram a lucratividade e a sustentabilidade da unidade, por meio da integração de tecnologias, agilidade nos processos, e redução de desperdícios, resultando em maior produtividade e eficiência.

Um exemplo dessa transformação foi a integração do armazém externo à planta, que não só reduziu os custos com o aluguel, mas também melhorou a gestão de estoque e a agilidade no fornecimento de componentes às montadoras. Isso inclui painéis de instrumentos, unidades de controle de carrocerias, semicondutores, tacógrafos

digitais e módulos de telemática, ampliando ainda mais o portfólio de clientes.

Ao longo de 65 anos, a planta de Guarulhos tem se dedicado a promover benefícios para seus colaboradores e para o meio ambiente. Recentemente, sistemas de ar-condicionado foram substituídos por modelos mais eficientes, contribuindo para a redução do consumo de energia. Da mesma forma, foram renovados os sistemas de abastecimento de água e as instalações sanitárias, tornando o local mais sustentável.

Uma conquista significativa foi a implementação do projeto "Aterro Zero". Em 2023, 79% do lixo gerado era reciclado, e 21% era destinado a aterros sanitários. Este ano, toda a coleta de resíduos possui um destino específico, incluindo a reciclagem de lixo sanitário que é utilizado na geração de energia pela indústria cimenteira. Também foram trocados equipamentos como empilhadeiras a gás por elétricas, visando a redução de emissões. Os colaboradores ainda ganharam o novo Espaço Conecta, uma área de integração e lazer. Além disso, foram criadas vagas de estacionamento para gestantes e pessoas com deficiência; uma sala de extração de leite materno por funcionárias lactantes; além de salas de psicoterapia e fisioterapia; bicicletário; solarium e uma área zen com cadeiras de massagem.



Foto: Divulgação

Empresa destaca perigos e malefícios de fazer alterações não projetadas nesses componentes

NGK explica diferenças entre os tipos de bobinas de ignição

A principal finalidade de uma bobina no sistema de ignição de um veículo é transformar a tensão do sistema em alta tensão, que pode atingir até 45.000 volts, sendo as bobinas classificadas de acordo com o acionamento e o formato. A instalação de uma bobina inadequada ou de baixa qualidade pode resultar em aumento do consumo de combustível, dificuldade na partida do motor, falhas no funcionamento e até danos ao sistema elétrico e eletrônico do veículo. Para evitar esses problemas, a NGK, marca da

Niterra especializada em componentes para sistemas de ignição, traz informações para ajudar na escolha das bobinas corretas para os veículos.

- 1- Bobinas com módulo de ignição acoplado: O módulo de injeção envia um sinal eletrônico para a bobina, e o módulo da bobina aciona o circuito de carregamento.
- 2- Bobinas sem módulo de ignição acoplado: O carregamento é realizado diretamente pelo módulo de injeção.
- 3- Bobinas de formato individual: Cada cilindro

possui uma bobina própria, que pode estar acoplada diretamente à vela de ignição ou conectada por um cabo.

- 4- Bobinas tipo bloco: Podem conter uma ou mais bobinas no mesmo corpo, sendo individuais ou duplas, quando duplas, possuem duas saídas para alimentar dois cilindros gêmeos, aqueles que sobem sempre juntos, porém em fases distintas, um em fase de compressão e outro em fase de escapamento.

“As bobinas são projetadas levando em conta as especificações únicas de cada motor e são submetidas a testes rigorosos de engenharia. Por isso, é recomendado evitar adaptações”, explica Hiromori Mori, consultor de Assistência Técnica da Niterra. “Ao optar por uma nova bobina de ignição,

devemos considerar os requisitos técnicos e as características de projeto. Modificações ou adaptações sem um entendimento detalhado podem causar problemas, como a diminuição da durabilidade da bobina, aumento no consumo de combustível e danos a outros componentes.”



Foto: Divulgação

Unidade receberá parte dos investimentos de R\$ 13 bilhões da marca em São Paulo

Volkswagen celebra 20 anos do Centro de Peças da América Latina

A Volkswagen do Brasil celebra os 20 anos de seu PAC (Parts and Accessories Center - Centro de Peças e Acessórios), localizado em Vinhedo (SP). Maior centro de distribuição de peças automotivas da América Latina, o PAC receberá parte dos investimentos de R\$ 16 bilhões anunciados

pela Volkswagen para o Brasil até 2028, sendo R\$ 13 bilhões somente no Estado de São Paulo. O valor será destinado a automatizações e transformação digital no PAC de Vinhedo, que opera com a mais alta tecnologia e inovação. Responsável pelo armazenamento e distribuição de peças

e acessórios da Volkswagen do Brasil, Volkswagen Caminhões e Ônibus e Audi, marcas que integram o Grupo Volkswagen, o PAC de Vinhedo conta com uma operação grandiosa em pós-vendas. Os números impressionam:

- Área de 132.000 m2 (equivalente a 18 campos de futebol).
- 25 milhões de peças armazenadas.
- Média de 1,7 milhão de peças faturadas por mês.
- 78.000 tipos de peças disponíveis.
- Aproximadamente 650 fornecedores.
- 730 colaboradores Volkswagen e prestadores de serviços parceiros trabalhando em dois turnos.
- Agilidade: 11.000 linhas

de pedidos por dia, sendo 3.000 urgentes, com 90% faturados no mesmo dia.

- 65 caminhões circulam por dia no PAC de Vinhedo.
- Faturamento superior a R\$ 2 bilhões por ano em peças e acessórios Volkswagen.

“O PAC de Vinhedo é fundamental para os resultados da Volkswagen, tanto do ponto de vista financeiro, com faturamento superior a R\$ 2 bilhões por ano em peças e acessórios, quanto de satisfação dos nossos clientes, oferecendo excelência no Pós-vendas aos modelos Volkswagen, inclusive clássicos da marca que são paixões nacionais. Continuamos investindo na evolução contínua das operações do PAC, um centro cada vez mais moderno, ágil e digital”, afirma Ciro Possobom, CEO da Volkswagen do Brasil.

Confaz publica protocolos com disposição sobre Substituição Tributária

O Confaz, Conselho Nacional de Política Fazendária, faz publicar os seguintes protocolos ICMS celebrados entre as Secretarias de Fazenda, Economia ou Finanças dos

Estados e do Distrito Federal, que receberam manifestações favoráveis na 197ª Reunião Ordinária da COTEPE/ICMS, realizada nos dias 10 a 12 de setembro de 2024:

PROTOCOLO ICMS Nº 32, DE 30 DE SETEMBRO DE 2024

Exclui o Estado de Rio Grande do Sul e altera o Protocolo ICMS nº 41, de 4 de abril de 2008, que dispõe sobre a substituição tributária operações interestaduais com autopeças. Os Estados do Acre, Alagoas, Amapá, Amazonas, Bahia, Maranhão, Mato Grosso, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Paraná, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Roraima e São Paulo e o Distrito Federal, neste ato representados por seus respectivos Secretários de Fazenda, considerando o disposto nos arts. 102 e 199 do Código Tributário Nacional (Lei nº 5.172, de 25 de outubro de 1966), no art. 9º da Lei Complementar nº 87, de 13 de setembro de 1996, e no Convênio ICMS nº 142, de 14 de dezembro de 2018, resolvem celebrar o seguinte:

PROTOCOLO

Cláusula primeira O Estado do Rio Grande do Sul fica excluído das disposições do Protocolo ICMS nº 41, de 4 de abril de 2008, publicado no

Diário Oficial da União de 14 de abril de 2008.

Cláusula segunda

Os dispositivos a seguir indicados do Protocolo ICMS nº 41/08, passam a vigorar com as seguintes redações:

I - o “caput” da cláusula primeira:

“Cláusula primeira

Nas operações interestaduais com bens e mercadorias relacionadas no Anexo II do Convênio ICMS nº 142, de 14 de dezembro de 2018, com exceção aos Códigos Especificadores da Substituição Tributária – CEST - 01.019.00, 01.062.01, 01.112.00, 01.127.00, 01.128.00 e 01.999.00, destinadas aos Estados do Acre, Alagoas, Amapá, Amazonas, Bahia, Maranhão, Mato Grosso, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Paraná, Piauí, Rio de Janeiro, Roraima e São Paulo e o Distrito Federal, fica atribuída ao estabelecimento remetente, na qualidade de sujeito passivo por substituição tributária, a responsabilidade pela retenção e recolhimento do Imposto

sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação - ICMS - relativo às operações subsequentes.”;

II – o § 6º da cláusula segunda: “§ 6º Nas operações destinadas aos Estados de Alagoas, Bahia, Mato Grosso, Paraná, Piauí e São Paulo a MVA-ST original a ser aplicada é a prevista na legislação interna destes Estados para os produtos mencionados no caput da cláusula primeira.”.

Cláusula terceira

Este protocolo entra em vigor na data da sua publicação no Diário Oficial da União, produzindo efeitos a partir de 1º de novembro de 2024.

PROTOCOLO ICMS Nº 33, DE 30 DE SETEMBRO DE 2024

Exclui o Estado de Rio Grande do Sul e altera o Protocolo ICMS nº 97, de 9 de julho de 2010, que dispõe sobre a substituição tributária operações interestaduais com autopeças.

Os Estados do Acre, Alagoas, Amapá, Bahia, Maranhão, Mato Grosso, Pará, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Roraima, Sergipe e Tocantins, neste ato representados pelos seus respectivos Secretários de Fazenda, considerando o disposto nos arts. 102 e 199 do Código Tributário Nacional (Lei nº 5.172, de 25 de outubro de 1966), no art. 9º da Lei Complementar nº 87, de 13 de setembro de 1996, e no Convênio ICMS nº 142, de 14 de dezembro de 2018, resolvem celebrar o seguinte:

PROTOCOLO

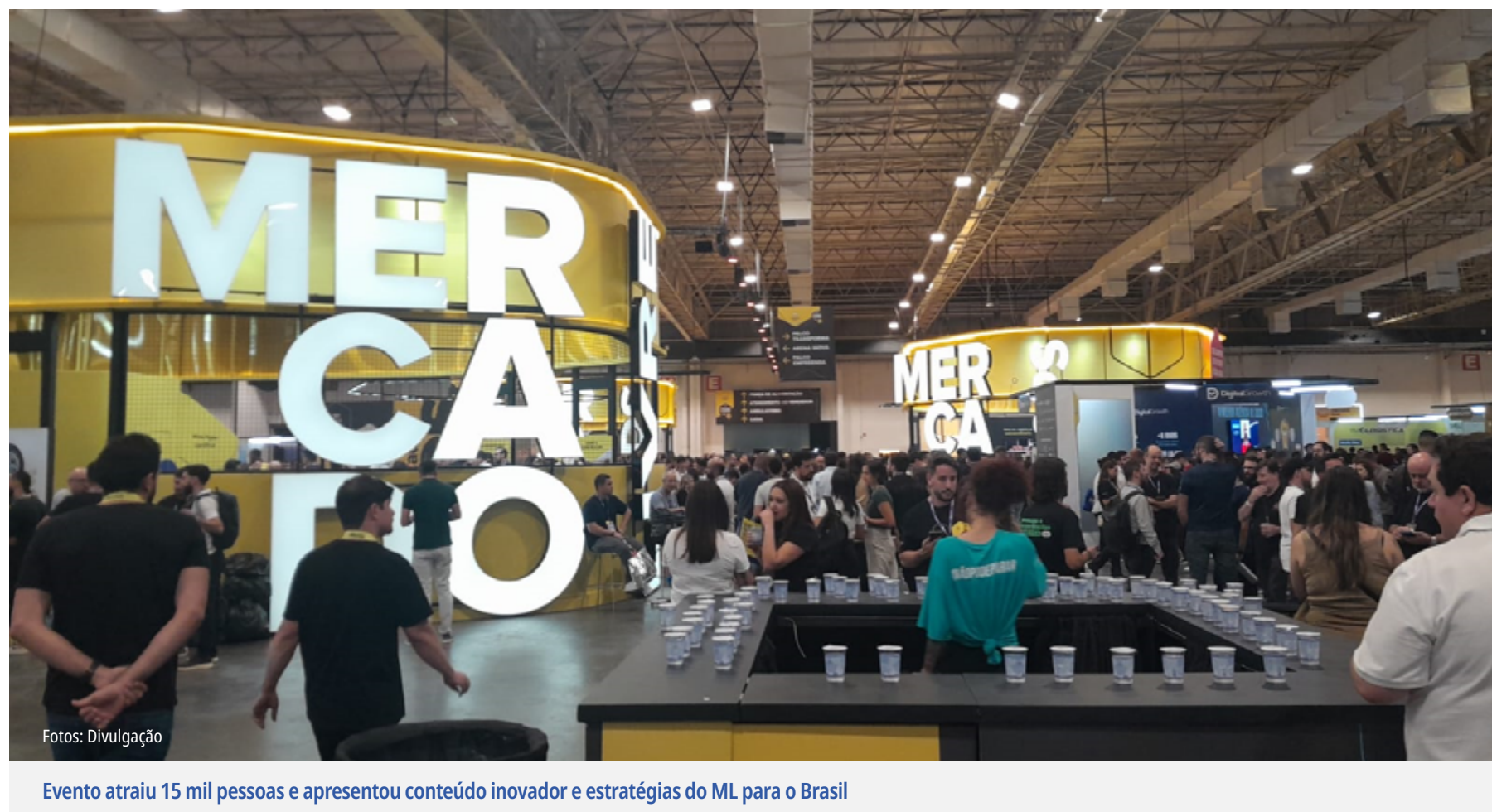
Cláusula primeira

O Estado do Rio Grande do Sul fica excluído das disposições do Protocolo ICMS nº 97, de 9 de julho de 2010, publicado no Diário Oficial da União de 14 de julho de 2010.

Cláusula segunda

Este protocolo entra em vigor na data da sua publicação no Diário Oficial da União, produzindo efeitos a partir de 1º de novembro de 2024.





Fotos: Divulgação

Evento atraiu 15 mil pessoas e apresentou conteúdo inovador e estratégias do ML para o Brasil

Mercado Livre anuncia aumento dos investimentos e novidades para autopeças

Em mega evento em São Paulo, marketplace anuncia que deve mais que dobrar número de Centros de Distribuição no país até 2025

No último mês de setembro, mais de 15 mil pessoas compareceram ao Transamérica Expo, em São Paulo (SP), para a oitava edição do Mercado Livre Experience. Durante dois dias (24 e 25/09), o evento contou com uma programação conteudista de peso – com direito a 100 palestras, participação em massa

de especialistas e diretores da empresa e a presença de grandes nomes do entretenimento como Manu Gavassi e Marcos Mion. Em meio a esse mar de conteúdo, poucas apresentações chamaram mais atenção do que a de Fernando Yunes, vice-presidente sênior de e-commerce e líder do Mercado

Livre (ML) no Brasil. Afinal, o executivo trouxe números de impacto que indicam que a plataforma, projetada para dominar 46,9% do comércio eletrônico brasileiro em 2024, quer alcançar fatias ainda maiores nos próximos anos. Segundo Yunes, aumentar a fatia de produtos entregues em até 24 horas para mais

de 50% de seu portfólio é um dos principais objetivos do Mercado Livre no médio prazo. Com isso em mente, a empresa pretende mais que dobrar o seu número atual de Centros de Distribuição no país – saindo de 10 para 21. Operando no modelo fulfillment – em que as mercadorias ficam estocadas até o

momento da compra pelo consumidor –, os espaços serão inaugurados em localidades onde o ML ainda não está presente, como Pernambuco, Porto Alegre, Distrito Federal, Ceará e Paraná. Além de alcançar novos mercados, a gigante do e-commerce fará investimentos para ampliar os CDs dos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Bahia, garantindo assim atendimento mais eficiente a cidades e estados adjacentes. Segundo o líder da companhia no Brasil, este esforço de ampliação logística será responsável por aumentar em 40% o atual número de cidades brasileiras em que o ML oferece serviços de entrega no mesmo dia – número este

que, atualmente, é de 232. “Temos um plano de rentabilidade que é colocado em prática com constância e gradativamente. A partir disso, também com o objetivo de ampliar resultados em vendas, decidimos por essa grande expansão da rede logística do Mercado Livre”, afirmou Yunes. Ainda sobre o ambicioso plano do Mercado Livre no Brasil, Yunes afirmou que a empresa está disposta a, em 2025, aumentar o pacote de investimentos anunciado para o país durante ao longo de 2024 (R\$ 23 bilhões). “É uma aposta no Brasil e no e-commerce”, concluiu o executivo da empresa para a qual o território brasileiro representa 53% de suas vendas totais.



Foto: Divulgação

Aftermarket automotivo marcou presença o encontro

Autopeças também são destaque no ML Experience 2024

Responsável por cerca de 13% do faturamento total do Mercado Livre, o setor de autopeças está sempre no radar da companhia. E isso, claro, não foi diferente durante a programação do evento ocorrido nos dias 24 e 25 de setembro. Em um painel voltado aos vendedores do setor, a head de autoparts do ML no Brasil, Stefania Pokladek, apresentou as novidades voltadas a aumentar ainda mais o marketshare de 10% da empresa na América Latina. Entre os principais movimentos

anunciados na ocasião esteve a tentativa de aproximação das marcas e dos vendedores da plataforma – sobretudo no que diz respeito à composição dos anúncios no marketplace. Segundo Pokladek, o Mercado Livre está aprimorando uma solução em que o vendedor terá a prerrogativa de, por meio da inserção do número do item, contar com o auto-preenchimento do anúncio a partir das especificidades apontadas pela marca. Entre as informações do auto-preenchimento estarão não apenas o título completo, as



Foto: Divulgação

Yunes apresentou números expressivos e metas ambiciosas da plataforma

informações de compatibilidade – que, segundo a plataforma, aumentam as conversões em uma média de 28% – como também especificações técnicas e até mesmo fotos do produto em alta definição. “Com isso, o vendedor poderá focar naquilo que ele

faz de melhor: vender”, afirmou a executiva. Na mesma palestra, a liderança ressoou a mensagem passada com exclusividade ao NV pelo principal executivo de autoparts da Argentina durante a última Automechanika Buenos Aires e falou abertamente sobre os

esforços do ML para aumentar sua presença nas vendas B2B. Entre as ações da plataforma para modificar o quadro em que as vendas de autopeças para Pessoas Jurídicas representam apenas 2,7% do total está a possibilidade de ajuste de preço a depender

do volume – algo considerado fundamental diante dos seguintes fatos:
- o volume de itens pedidos nas vendas B2B é, em média, 4 vezes maior;
- o ticket médio das vendas B2B é cerca de 33% maior em relação às negociações B2C.

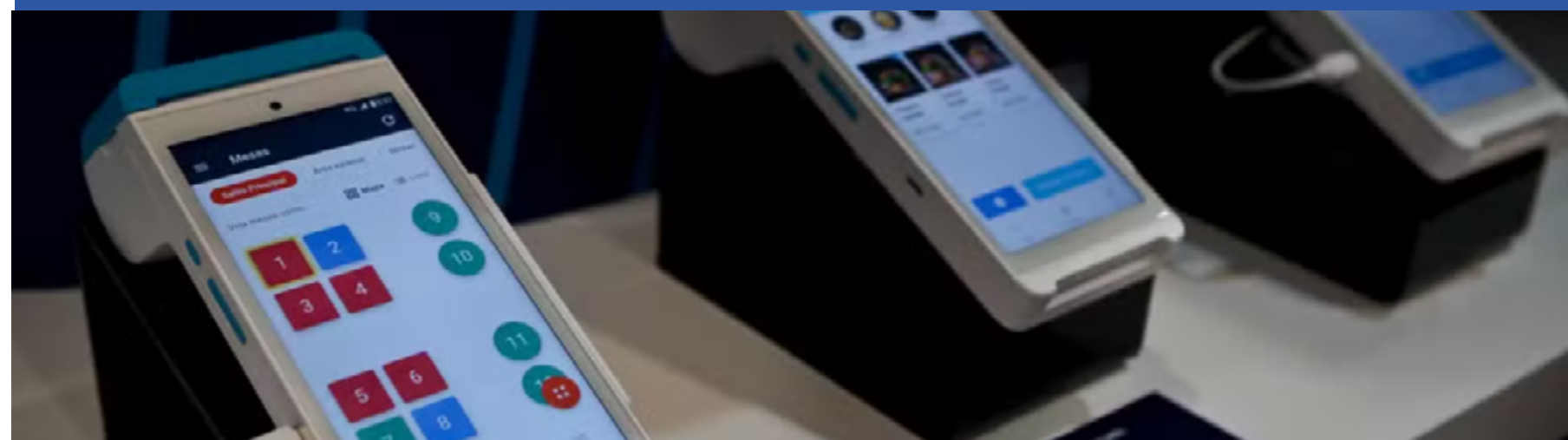
Braço do ML, Mercado Pago apresenta solução de gestão para PMEs

Em mais uma demonstração de estar cada vez mais focado em não apenas ser um intermediário de vendas B2B-B2C, se transformando em um parceiro de empresas nas várias pontas de seus negócios, o Mercado Livre anunciou que seu braço financeiro, Mercado Pago, ingressará no segmento de sistemas de gestão para pequenas e médias empresas. Lançada em etapas, a solução deverá disponibilizar suas primeiras funções já durante

este mês de outubro – inaugurando novos módulos até estar 100% disponível em meados de fevereiro de 2025. Inicialmente, o software de gestão oferecerá soluções e ferramentas como emissão de nota fiscal direto na maquininha de cartão, desktop ou app do Mercado Pago e gestão de produtos e estoque em um único lugar. À medida que avance no lançamento dos módulos, o software disponibilizará módulos, digamos, mais

‘complexos’ – tais como como fluxo de caixa com contas a receber, a pagar e conciliação de vendas e taxas, bem como CRM e relatórios com informações estratégicas avançadas. De acordo com o country head de pagamentos para pequenas e médias empresas no Mercado Pago, Daniel Davanço, a iniciativa partiu de uma pesquisa realizada pelo ML junto a mais de 11 mil pequenas e médias empresas – pesquisa esta

que, ao mapear as principais dores das PMEs brasileiras, identificou a dificuldade de encontrar um ‘parceiro único capaz de auxiliar em todas as áreas de gestão e vendas’ como a principal queixa. Pensando nessa dor, aliás, Davanço afirmou que o Sistema de Gestão do Mercado Pago terá suas funções mais básicas disponibilizadas gratuitamente para empreendedores que utilizarem o banco digital do ML com recorrência.



Venha fazer parte do Aftermarket Automotivo Comunidade no Whatsapp!

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

Nossa comunidade é focada em compartilhar as informações mais quentes e relevantes sobre o mercado de reposição brasileiro.

Buscamos sempre estar um passo à frente ao trazer análises abrangentes e precisas sobre novidades e tendências do setor, fornecendo insights valiosos para que você possa tomar decisões bem informado(a).

Juntos, construiremos uma comunidade vibrante na qual o conhecimento é valorizado e o aprendizado é constante.

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

Clique no botão e junte-se a nós:

[Entrar na comunidade](#)

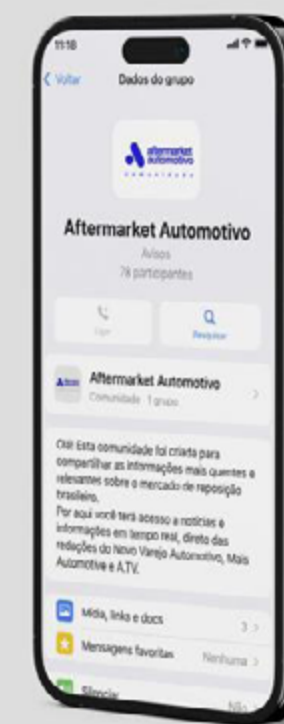




Foto: Divulgação

Evento reuniu mais de 300 participantes em São Paulo

Qualidade é essencial para garantir competitividade no atual cenário automotivo

Essa foi a principal conclusão do 10º Fórum IQA da Qualidade Automotiva, realizado em 10 de outubro com a presença de mais de 300 participantes

O setor automotivo está em rápida transformação, e a qualidade se destaca como fator crucial para assegurar competitividade e sustentabilidade nesse cenário em evolução. Essa foi a principal conclusão do 10º Fórum IQA da Qualidade Automotiva, realizado em 10 de outubro, em São Paulo (SP). Organizado pelo Instituto da Qualidade Automotiva, o evento reuniu mais de 300 participantes, incluindo autoridades, representantes de entidades,

líderes do mercado, profissionais e entusiastas do setor. Celebrando 10 anos de existência, o Fórum teve como tema central “O Papel da Qualidade na Melhoria da Competitividade do Setor Automotivo Nacional”. Durante a programação, especialistas e representantes de entidades trocaram insights e experiências sobre questões que moldam o futuro de todos os elos da cadeia automotiva, como governo, montadoras, sistematistas, concessionárias, reposição

e reparação independente, e o consumidor final.

Localização

O evento foi aberto por Claudio Moyses, Diretor-presidente do IQA, que destacou a relevância do papel da qualidade para a melhoria da competitividade no setor automotivo nacional. “Vivemos um momento em que a globalização, a rápida evolução tecnológica e a urgente necessidade de descarbonização impõem desafios constantes.

Mas também abrem portas para oportunidades inéditas. Nesse contexto a qualidade se destaca como diferencial estratégico e essencial para impulsionar nossa competitividade e sustentabilidade. Um aspecto crucial nessa jornada é a localização. Temos a oportunidade de fortalecer nossas cadeias de suprimentos locais incentivando o desenvolvimento de fornecedores nacionais que atendam aos mais altos padrões de qualidade. Isso não apenas reduz

nossa dependência de insumos importados mas também gera empregos, fomenta inovação e contribui para o crescimento econômico regional. No entanto é essencial que essa localização seja guiada por critérios rigorosos de produtividade, controle de custos e adoção de tecnologias”. Na sequência, Claudio Sahad, Presidente do Sindipeças, lembrou que fomentar o crescimento da indústria significa fomentar, também, o crescimento do país. “A indústria possui cadeias de fornecimento longas, cada real que a indústria produz repercute quase 3 reais na economia. Os setores de serviço, o agro, todos têm que ser fortes, mas eles têm cadeias mais curtas, cada real que produzem representa 1,50 na economia. Nós vivemos um momento muito especial na indústria automotiva em todo o mundo, em que precisamos tratar a competitividade de uma forma muito estratégica. A concorrência dos nossos competidores, principalmente os vindos da Ásia, é muito forte. Competitividade passou a ser o centro das nossas atenções muito mais do que era antes. E isso tem a ver com a mensagem que o Sindipeças tem divulgado ultimamente: o Brasil está mais do que preparado para abrigar várias rotas de propulsão

veicular. Quiçá seremos o país com maior diversidade de tecnologias pró-descarbonização convivendo e sendo utilizadas em aplicações diversas. Temos vantagens comparativas que devem ser consideradas e valorizadas na construção das políticas públicas. Apesar disso, há obstáculos que o país precisa superar para crescer: mitigar as injustiças sociais e conquistar mais relevância internacionalmente. Os formadores de políticas públicas têm que estar cientes disso e atuar para remover esses obstáculos. Que na maioria das vezes estão do lado de fora das nossas empresas e fora do poder de ação das nossas companhias”.

Já o Diretor-técnico da Anfavea, Gilberto Martins, trouxe um dado importante sobre a presença dos eletrificados na frota nacional, o que impactará, mais à frente, também o aftermarket independente. “As novas tecnologias estarão cada vez mais presentes no nossos negócios. No recente estudo que a Anfavea publicou, avançando no caminho da descarbonização, há uma previsão de que até 2030 50% das vendas sejam de veículos eletrificados. Teremos também a introdução de novas tecnologias de segurança veicular, muitas com alto nível de automação como, por exemplo, frenagem autônoma de emergência,

que já está em discussão para ser implementada nos veículos nos próximos anos. Temos que ressaltar, ainda, que os veículos estarão cada vez mais conectados, seja em tecnologia embarcada, seja em conexão com outros veículos, semáforos, infraestrutura, ou seja, toda a cadeia. O ecossistema terá que estar preparado para essa conexão”. No encerramento do Fórum foi realizada a 4ª edição do Prêmio da Qualidade 2024, que registrou mais de 75 projetos inscritos, distribuídos em três categorias de premiação: Jornalismo, Qualidade no Processo Produtivo e Qualidade na Inovação e Novas Tecnologias.



Foto: Divulgação

Claudio Moyses destacou a importância da produção local e seus diferentes benefícios

Aftermarket quer formação e informação

Lideranças do mercado debatem os desafios do setor para enfrentar as novas tecnologias, aproveitar melhor as estruturas disponíveis e a atrair o interesse dos jovens pelas empresas da reposição

O painel do aftermarket no 10º Fórum IQA da Qualidade Automotiva reuniu lideranças do setor no debate “Desafios e Estratégias: Aumento da Complexidade Tecnológica, Acesso Difícil a Peças e Componentes e Escassez de Mão de Obra na Melhoria

da Competitividade”. Em um ambiente de rápidas transformações, os participantes discutiram os obstáculos para acessar informações e formar novos profissionais para garantir a continuidade das empresas. Veja a seguir como foi a conversa.

MEDIADOR

Antonio Fiola - Presidente do Sindirepa/SP e do Sindirepa Brasil

DEBATEDORES

Claudio Sahad - Presidente do Sindipeças

Alcides Acerbi Neto - Presidente do Sicap

Rodrigo Carneiro - Presidente da Andap

Heber Carvalho - Presidente do Sincopeças/SP

Antonio Fiola - Nesse momento nós temos 200 milhões de rodas e pneus circulando no país. Uma frota de quase 50 milhões ou algo próximo disso. E estamos reparando esses carros. A qualidade é fundamental, principalmente na prestação de serviço. Porque a gente pega o cliente num momento em que ele está sem carro, vai ter uma despesa, e acho que esse é o grande desafio do nosso setor. Precisamos ter acesso à informação, à reparabilidade do veículo, é fundamental que a gente possa resolver o problema do cliente. Enquanto temos alguns braços-de-ferro entre oficinas e montadoras, estamos com o carro parado precisando do reparo. Estão chegando ao mercado novos

modelos de propulsão, temos elétricos, híbridos, vamos ter hidrogênio. Eu sou simpático ao etanol, é uma fonte de energia muito boa, mas acho que a gente vai ter todos os novos produtos. Temos aí produtos chineses, inclusive automóveis, entrando com valores que são desafiantes para a nossa indústria. Eu acredito muito na indústria de autopeças do Brasil, sou entusiasta da distribuição e do varejo, é um país gigante e a gente consegue ter uma manutenção versátil. Existe agora uma dificuldade na aquisição do zero quilômetro, o carro subiu de preço, o financiamento é caro. E isso trouxe o envelhecimento da frota. As concessionárias têm desafios no comércio eletrônico. Enfim, temos uma

complexidade tecnológica gigante, dificuldade de acesso a algumas peças e informações dos veículos perante as montadoras e temos a escassez da mão de obra. E o carro perdeu o glamour que tinha na nossa geração. Nosso desafio é trazer de volta a paixão pelo carro. Para juventude hoje o carro é um problema. Eles preferem sair de Uber. Dependendo do lugar que você for, o manobrista te cobra o valor do Uber. Isso vai inviabilizando o nosso negócio. O que a gente tem de estratégia para isso?

Claudio Sahad - Os desafios são muitos. Com relação à complexidade tecnológica, os veículos estão mudando, a gente está trazendo novas rotas tecnológicas. O Brasil vai ser um dos

poucos países que vai ter uma grande diversidade de rotas tecnológicas para a descarbonização, temos o grande desafio de saber lidar com isso. Quando a gente fala da manutenção, precisamos saber como vai ser feita, porque estamos acostumados com veículo a combustão. Vamos ter que saber como vai ser feita a manutenção num veículo elétrico, num híbrido, híbrido flex, num veículo movido a hidrogênio com célula de combustível. Isso tudo no futuro vai precisar de manutenção. A gente vai ter que adaptar todo o setor. Tem também o desafio das peças e componentes, é difícil esse acesso. Muita coisa ainda vem de fora, é preciso ter uma localização maior no Brasil, ter a maior parte dos componentes produzidos aqui para facilitar a acessibilidade. Quando a gente

fala da escassez de mão de obra é a mesma coisa, a mão de obra hoje está acostumada com esse veículo a combustão. A gente vai ter que adaptar essa mão de obra para as novas tecnologias que vêm aí. São desafios importantes e alguns deles já vão surgir amanhã. É preciso ter noção da importância do timing para ir atrás da solução, das estratégias, porque se a gente não começar hoje, depois pode ficar tarde.

Antonio Fiola - Nesse momento não tem nenhum carro parado numa oficina. Pode faltar peça, o que tem acontecido principalmente com essas novas montadoras. Mas com o carro a gente sabe que o mecânico brasileiro é muito versátil. Os elétricos e híbridos ainda estão em período de garantia. Não chegaram para nós, não

existe uma demanda. Qual é o desafio para esse automóvel em termos de fornecimento de peça e treinamento da equipe de vendas?

Alcides Neto - Essa sinergia entre os setores, a capacitação, a disseminação do conhecimento, isso é muito importante. Mesmo com os veículos ainda em garantia, daqui a pouco essa demanda vai chegar para o nosso mercado. Será que não é melhor já estarmos preparados? Isso vai facilitar, inclusive, a disseminação de uma nova tecnologia. Muitas vezes a gente vê que o pessoal acaba não adquirindo um veículo, uma tecnologia melhor em tudo, por causa da manutenção. Onde vai achar a peça? Quem que vai consertar? No período de garantia, ok. Mas se



Alcides Neto sugere desoneração de peças feitas no Brasil para enfrentar invasão chinesa

a gente pretende que esse veículo tenha uma vida mais longa, ele vai vir para o mercado de reposição independente. E esse mercado precisa estar preparado. A gente precisa ter informação, conhecer essa tecnologia. Como vamos fazer isso? Com capacitação, novamente. Onde vamos buscar essa informação? Se pudermos contar com as montadoras, será muito bom. Precisamos contar também com o governo para saber quais as obrigações que vamos ter que enfrentar, como logística reversa, descarte correto do material. O nosso desafio hoje é capacitar as empresas, tanto de distribuição quanto de reparação, para poder aprender essa tecnologia nova que já está funcionando e daqui a

um ou dois anos vai estar disponível para nós.

Antonio Fiola - Ainda na complexidade tecnológica, nós temos a trilha do hidrogênio. Vai ser mais uma opção de mobilidade?

Claudio Sahad - Eu acho que no Brasil vamos ter várias rotas tecnológicas convivendo. Em muitos países havia uma única opção, uma única carta do baralho, uma única rota tecnológica por causa da matriz energética. No Brasil, por conta da diversidade da matriz energética, temos o baralho completo. Vamos ter aqui, eu não tenho dúvida, veículos a combustão, flex, híbridos plug-in, híbridos flex, elétricos e veículos a hidrogênio.



Antonio Fiola destaca envelhecimento da mão de obra e aponta desafios da reparação

Todos convivendo e sendo aplicados em nichos específicos. Um veículo elétrico na cidade, para você fazer a rota da casa para o trabalho, funciona muito bem. Mas, para uma viagem já não dá, por causa dos pontos de carregamento. Então ali já entra um híbrido. No caminhão de last mile, de entregas, o elétrico funciona bem. Para fazer um transporte intermunicipal ou interestadual a gente já vem com outras rotas, como biogás, biodiesel e, no futuro, sim, com hidrogênio. O hidrogênio é factível do ponto de vista tecnológico. Já tem a tecnologia sendo desenvolvida e eu estive acompanhando o projeto que está sendo realizado na USP. Já superamos a necessidade de ter que transportar hidrogênio. O hidrogênio, no Brasil, pode ser produzido a partir do etanol e é produzido em bloco, no posto, através de um reformador. Todos os países do mundo precisam transportar hidrogênio. O Japão tem só em Tóquio 60 postos de distribuição de hidrogênio para carregamento de veículos. O hidrogênio é injetado no tanque do veículo a 700 bar de pressão. Isso é muita pressão. E esse transporte é caro e perigoso. Nós já passamos na frente, somos líderes nisso. Agora, claro, é uma tecnologia nova, ainda é cara, mas vai baratear com os volumes de produção. Então essa é uma tecnologia que vai existir. Europa e Estados Unidos estão enfrentando um problema sério com a construção da infraestrutura de carregamento. Ao contrário da China, onde o governo faz, na Europa e nos Estados Unidos isso está sendo delegado à iniciativa privada. Só que quando o investidor privado faz o projeto de investimento e olha o payback do investimento por conta dos volumes, ele pula fora. Então, não estão conseguindo fazer a estrutura de carregamento na proporção que imaginavam. Com relação ao hidrogênio, nossa estrutura já está aí. Temos os postos e as bombas de etanol. Você vai colocar um carregador, um reformador, do lado da bomba e produzir ali. E temos ainda um projeto mais audacioso, que é diminuir o tamanho do carregador para colocar dentro do veículo. Você vai encher o tanque do veículo com etanol e o hidrogênio será produzido dentro do veículo para alimentar a célula de combustível. O desafio tecnológico disso é que quando você reduz o tamanho do reformador, tem um problema de superaquecimento e perda de potência. Mas nós já conseguimos, do ponto de vista tecnológico, fazer um tamanho de reformador que cabe num caminhão. O entrave hoje é o



Claudio Sahad aposta na diversidade de propulsão para o mercado brasileiro

preço. Mas isso vai ser ultrapassado. A gente viu isso no passado com outras tecnologias que hoje são populares. Começam caras, mas depois vão se barateando com os ganhos de produtividade, dos volumes, da eficiência. Então, eu acredito plenamente no hidrogênio. Só que precisamos de políticas públicas. Nós vamos ter um marco legal do hidrogênio. O hidrogênio verde é o hidrogênio a partir do etanol e o Brasil tem uma vocação enorme para isso e vai prosperar.

Antonio Fiola - Olhando mais para o lado da distribuição, a gente vai ter uma complexidade de itens muito grande. Veículos com todas essas fontes de energia e muitas peças

importadas. Como deve ser vista essa variedade de itens que vai chegar ao mercado?

Rodrigo Carneiro - Principalmente se nós considerarmos como um projeto de descarbonização, nós pensamos que faz sentido se a gente atender um carinho que aqui foi pouco lembrado. Nós precisamos pensar um pouco mais no consumidor final. Quando o Fiola fala dos 50 milhões de veículos na frota, eu não posso deixar de considerar a participação do PIB brasileiro na logística que é produzida por este segmento. O Brasil caminha sobre rotas. Este mercado é um dos grandes responsáveis pelo PIB brasileiro. E talvez não tenha este valor. Mas eu queria voltar aos olhos do consumidor

final. Eu me lembro muito bem de uma tese, não sei se foi doutorado, que a manutenção de um veículo valorizava a marca. Isso deve ser verdade. E a gente deve privilegiar a união dos players dessa cadeia no sentido de promover a solução para a manutenção. Ontem, num evento importante, foi dito que para que o Grupo DPaschoal atenda bem esses clientes é preciso ter 400 mil SKUs. Então, veja, a complexidade é maior. E aí, quando vêm novas tecnologias embarcadas em que, eventualmente, nós não estamos UpToDate na produção, eu não fico tão preocupado. Eu acredito muito na engenharia brasileira. Tem muita indústria brasileira desenvolvendo tecnologia. Nós temos inovações tecnológicas nesse segmento. Não tem do que ter medo, tem que capacitar. E como eu

capacito a distribuição? São 2.500 warehouses espalhadas pelo Brasil para atender os mais de 60 mil pontos de venda de varejo e os 90 mil de aplicação. Tendo acesso à informação. Esse é o maior desafio. O mundo está discutindo. Acabamos de chegar de Frankfurt, onde apresentamos o Brasil com muito orgulho, é muita ousadia nossa fazer um workshop dentro da Automechanika, mas os temas que levamos esse ano foram a competência da indústria brasileira, a capacidade de distribuição e a gestão do banco dos dados. Sem a informação, sem esse banco de dados, nós vamos deixar de atender com o mínimo de qualidade aquele carinho que nem sempre a gente lembra, mas que eu insisto em dizer que ele paga todas as contas.



Rodrigo Carneiro chama atenção para a necessidade de valorizar mais o consumidor final

Antonio Fiola - A frota está envelhecendo e, ao passo que a frota envelhece, temos uma complexidade maior de itens. Qual é a versatilidade do varejo perante esse envelhecimento?

Heber Carvalho - Noventa e cinco por cento do varejo são pequenas empresas. Nesse universo de 60 mil empresas, imagina o desafio do atacado e da fábrica para atender esse varejo ligando e cobrando peça. Nós temos dois tipos de clientes: o consumidor final e as oficinas mecânicas. E eles não querem saber de onde nós estamos tirando as peças. Querem fazer o veículo andar, precisam pra amanhã, e quando esse veículo está na oficina, se a peça não chega o mecânico fica bravo com o balconista, o balconista fica bravo com atacadista, que, por sua vez, fica irado com o fabricante, porque a peça tem que aparecer. O veículo não pode ficar parado. Mas o brasileiro é fantástico. Ele acredita nesse desafio sempre. Imagina se entra uma Mercedes na sua oficina precisando de peça. Onde encontrar essa peça? Aí vem o carro nacional. O que acontece? O mesmo problema. Se o veículo é novo – quando eu falo novo, já tem cinco anos de uso – está chegando no varejo, saindo da concessionária. Nós temos dificuldade de encontrar a

peça. E no caso do envelhecimento da frota, mais difícil ainda. Porque o fabricante já não tem muito interesse em fabricar peças para veículos mais velhos. Nós sofremos todo dia com essa dificuldade. E precisamos estar atentos à qualificação de pessoal, da mão de obra. Nós já estamos precisando de mecânicos formados. Não podemos pegar um mecânico qualquer, porque de repente ele vai instalar uma peça eletrônica. As peças eletrônicas hoje são a maioria dos componentes dos veículos e são um desafio para ser instaladas. Precisamos qualificar toda a nossa cadeia. O fabricante precisa estar preparado para fabricar a peça correta, com qualidade, com garantia. O atacado tem que estar preparado, acreditar que as empresas não vivem só da peça. Contamos com o governo, ele tem que dar capacitação para nós, o Sincopemas tem parceria com o Sebrae, Senai, Sesc, enfim, toda a cadeia para dar treinamento para as pessoas.

Claudio Sahad - Quando se fala em envelhecimento de frota, que traz todo esse problema, temos que olhar a forma de solucionar isso, que é a renovação de frota. Eu estive numa reunião no Palácio do Planalto, com a presença do presidente, do



Heber Carvalho exalta a rede já existe para formação dos profissionais que o mercado precisa

vice-presidente e do ministro Haddad e a gente falou bastante disso. A renovação de frota tem dois pontos cruciais. O primeiro é o financiamento. O governo não tem dinheiro para colocar e a gente está apresentando propostas de onde tirar esse funding. Por exemplo, da CIDE da gasolina e do diesel, colocar lá um centavo a mais, ou seja, tem de onde tirar sem afetar o orçamento. E outra mola propulsora é a inspeção técnica veicular. Temos que enfrentar esse problema. Por mais impopular que o tema seja, a inspeção é a mola propulsora para a renovação de frota. A gente vai começar por caminhão, que representa 5% da frota nacional e é responsável por 50% da emissão de CO2. Quem tem um caminhão de

40 anos só vai se mover para trocar se o caminhão for gloriado por uma inspeção técnica. E aí, quando tiver que fazer a troca, ele tem o auxílio do funding. O governo está sensibilizado para isso. Assim a gente vai resolver esses problemas.

Antonio Fiola - Não tem como falar em renovação de frota sem passar por uma inspeção técnica veicular. Tem gente morrendo por causa de carro sem manutenção. O carro quebra muito menos, o carro é muito melhor. E o consumidor deixou de pensar em prevenção. Além disso, o nosso presidente estava na ONU falando sobre meio ambiente, aquecimento global, e a gente não passa uma política de inspeção técnica, que é fiscalizar

essa frota. E ainda existe no Brasil uma invasão de produtos chineses e o custo deles é muito menor do que o nosso.

Alcides Neto - Isso é uma realidade. O mundo inteiro usou a China como um polo produtor e hoje infelizmente acaba acontecendo que a gente fica com a baixa demanda. A alta produção, o volume que eles têm por, talvez, estarem um pouco à frente no desenvolvimento do produto, faz com que tenham também a primeira peça sendo produzida lá. Isso acaba ajudando na produção. E, pela falta ainda do investimento e do baixo volume aqui no Brasil, não compensa nossa indústria produzir e a gente vai se socorrendo na China. E isso vira uma bola de neve, estamos alimentando a China, a alta produtividade, porque a gente precisa do produto. Eles também tem uma alta produção muitas vezes um pouco ociosa e acabam escolhendo algum país para desovar o excesso. No caso do veículo elétrico, hoje parece que escolheram o Brasil para absorver o excesso da produção. E a gente precisa de peça. Hoje ouvimos aqui sobre o incentivo para trazer a peça porque a gente precisa disso, mas acaba atrapalhando a indústria nacional. Vemos o mercado americano e o europeu

criando barreiras para tentar reduzir essa invasão de produtos chineses, mas acabamos criando um monstro. A gente precisa da peça, começa a importar, vira um ciclo, então, depois, por mais que a gente peça ao governo para ele segurar essa importação, criar uma barreira, no fim acabamos transferindo o problema para o consumidor final. Porque primeiro demos incentivo para trazer, depois damos incentivo porque a peça não é produzida aqui e vai ser subsidiada, aí na hora em que a gente começa ter um pouco de volume para a indústria nacional produzir, vamos colocar uma barreira, elevar a tarifa tributária. Quando você faz isso, transfere o problema para o consumidor final. No lugar de uma barreira, depois que nós mesmos começamos a importar, seria o caso de o governo desonerar totalmente esse produto. Não vamos criar barreira taxando, mas sim desonerando aqui a produção.

Antonio Fiola - A gente tem uma formação de mão de obra deficiente. O avanço tecnológico do carro traz uma dificuldade para a gente contratar. Eu queria que o Rodrigo falasse um pouco a respeito da formação básica de mão de obra.

Rodrigo Carneiro - Acho que

a gente pode discutir sob duas óticas. Na primeira, já falamos sobre produção, local e importada. Mas há ainda uma necessidade – tenho que insistir – que é o acesso à informação, seja produzida aqui ou fora. Voltando a Frankfurt, nós participamos lá de uma organização global que busca o Right to Repair. O movimento não privilegia este ou aquele elo da cadeia, privilegia o consultor final, que é quem deve ser privilegiado. A nossa responsabilidade tem que ser, em primeiríssimo nível, com o consultor final. A gente precisa da informação. E eu não estou discutindo aqui o quão evoluídos estamos nisso porque, decididamente, é conhecido que não temos sequer um padrão de comunicação ainda no Brasil. A gente precisa ter, junto, por exemplo, com inspeção veicular, o Estado nos ajudando no regulatório. Agora, eu posso garantir que a distribuição vem fazendo fortíssimos investimentos em tecnologia de gestão. Já fizemos fortíssimos investimentos em metodologia, estamos fazendo fortíssimos investimentos em administrar a experiência com o cliente e fazendo com que isso chegue a todos os níveis da cadeia. A dimensão ‘informação’ é algo que a gente precisa responder muito rapidamente. Estamos muito atrasados. O segundo plano é

conseguir utilizar o que existe de base instalada de informação, por exemplo, o Senai. Vamos lembrar o Sistema S também, do comércio, do Senac, que tem universidades espetaculares, gente muito boa formando gente muito boa. A nossa necessidade na aplicação do varejo, da distribuição, da indústria é absurda, mas é preciso melhor utilizar o que existe. E também precisamos do Estado. Eu tenho o privilégio ter participado de uma aula no interior do Ceará de uma escola de ensino médio integral. Querem saber como resolver, além do sistema S? Vão naquela escola, lá no Cariri, no interior do Ceará, formando molecada de 15, 16 anos, não só em atendimento às necessidades do segmento automotivo, mas tendo laboratório de Línguas, de Música, de Física, de TI, portanto, nós sabemos o que fazer. Precisa fazer. A gente precisa formar a mão de obra e tem estrutura para isso. Tem o IQA para certificar. O IQA tem uma certificação de vendedor de autopeça, a gente precisa usar mais. Nós temos competência no Instituto da Qualidade Automotiva aqui no Brasil para preencher muitos dos vazios que ainda registramos no atendimento ao consumidor final. A gente precisa basicamente ter informação e usar a base instalada.

Antonio Fiola - A gente fala muito de acesso à informação porque realmente é uma dificuldade que o reparador e o varejista encontram. Se eu tivesse maior acesso à informação, menos desafios para reparar esse carro que já está na rua, talvez a mão de obra fosse mais fácil de formar também. Tem mudança tecnológica, falta o conhecimento da mão de obra para todas essas transformações. E por quê? Como o varejo tem evoluído esses treinamentos? Às vezes na minha oficina eu vejo que a minha mão de obra envelheceu. Isso é bom pelo lado do conhecimento, da experiência, mas é preocupante, sob o ponto de vista de não haver renovação.

Heber Carvalho - Nós precisamos do quê? Disso aqui, buscar conhecimento, levar conhecimento para o varejo. O IQA está colocando a formação dos vendedores. Existe uma resistência tanto do empresário como do funcionário. Quando os funcionários estão mais velhos, eles acham que sabem tudo e que não precisam aprender mais nada. Os novos nem sempre querem aprender da maneira que é disponível para eles. Então esse é o grande desafio. Temos Sesi, Senac, Senai, IQA, o próprio Sebrae e o Sincopeças. Nós procuramos

sempre levar essa ferramenta para os empresários.

Antonio Fiola - E a atualização dos colaboradores da distribuição?

Alcides Neto - É um desafio interessante. Para os jovens, principalmente, a gente atrair para nosso mercado. O glamour está na indústria e nas montadoras. Então os jovens se veem lá, esquecendo que a distribuição e o varejo também tem tecnologia muito alta. A complexidade hoje de uma distribuição, com 40 filiais no Brasil, inteligência artificial, a complexidade que a gente envolve e não divulga. Isso acaba sendo um dificultador para recrutar a mão de obra. Se a gente conseguir atrair essa molecada, fazer um programa junto com as indústrias e levar jovens para conhecerem o que é uma indústria, o que é uma montadora, o que é uma distribuidora, as redes de lojas, temos oficinas-modelo que não encontramos em nenhum lugar do mundo. Cabe a nós divulgarmos um pouco mais o nosso setor. Trazer esses jovens, começar a capacitá-los, desenvolver programas, inseri-los no nosso setor. Competindo de uma maneira saudável com as outras empresas que têm na mídia, que brilham os olhos dos jovens.



Lei que incentiva 'combustíveis do futuro' é sancionada com vetos

Uma das principais novidades é a possibilidade da mistura do etanol na gasolina chegar a 35%

Foi sancionada pelo presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, com vetos, a Lei 14.993, de 2024, que regulamenta e cria programas de incentivo à produção e ao uso de combustíveis sustentáveis, como o diesel verde e o biometano, conhecidos como combustíveis do futuro. A publicação consta na edição de quarta-feira, 9 de outubro, do Diário Oficial da União.

Gasolina

De acordo com a lei, o novo percentual de mistura de

etanol à gasolina será de 27%, com variação entre 22% e 35%. Atualmente, a mistura pode chegar a 27,5%, sendo, no mínimo, de 18% de etanol. O biodiesel poderá ser acrescentado ao diesel derivado de petróleo em um ponto percentual de mistura anualmente a partir de março de 2025 até atingir 20% em março de 2030. Caberá ao Conselho Nacional de Política Energética (CNPE) definir o percentual da mistura, que poderá ficar entre 13% e 25%. Desde março deste ano, o

biodiesel é misturado ao diesel de origem fóssil no percentual de 14%.

A adição voluntária de biodiesel em percentual superior ao fixado será permitida para transporte público, transporte ferroviário, navegação interior e marítima, frotas cativas, equipamentos e veículos usados em extração mineral e geração de energia elétrica, além de tratores e maquinários usados na agricultura. Mas a alteração deverá ser informada à Agência Nacional

do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP).

Dióxido de carbono

Outra novidade em relação à matriz energética atual é que a ANP vai regular e fiscalizar os combustíveis sintéticos, produzidos a partir de rotas tecnológicas, a exemplo de processos termoquímicos e catalíticos, e que podem substituir parcial ou totalmente combustíveis de origem fóssil. O texto também incumbe a ANP de regular a atividade da indústria da estocagem

geológica de dióxido de carbono e autoriza a Petrobras a atuar nas atividades relacionadas à movimentação e estocagem de dióxido de carbono, à de transição energética e à de economia de baixo carbono. Empresas autorizadas pelo poder público poderão realizar atividades de movimentação, captura e estocagem geológica de gás carbônico. A estocagem será exercida por meio de contrato de permissão por prazo de até 30 anos, renovável por igual período se cumpridas as condicionantes. As empresas que realizarem captura e estocagem geológica de gás carbônico deverão seguir diretrizes diversas, tais como:

- Segurança e eficácia do armazenamento;
- Suporte à realização de auditorias e fiscalização;
- Eficiência e sustentabilidade econômicas;
- Adoção de técnicas segundo melhores práticas

da indústria e considerar as peculiaridades locais e regionais;

- Integração de infraestruturas, serviços e informações geológicas e geofísicas para a gestão eficiente dos recursos naturais envolvidos nessa atividade.

Todas as atividades serão reguladas e fiscalizadas pela ANP, até mesmo o encerramento das atividades de injeção de dióxido de carbono e o monitoramento pós-fechamento do local.

Diesel verde

Quanto ao Programa Nacional do Diesel Verde (PNDV), o CNPE fixará, a cada ano, a quantidade mínima de diesel verde a ser adicionado ao diesel vendido ao consumidor final. Para definir o volume mínimo na mistura, o conselho deverá analisar as condições de oferta de diesel verde, incluídas a disponibilidade de matéria-prima, a capacidade

e a localização da produção, o impacto da participação mínima obrigatória no preço ao consumidor final, e a competitividade nos mercados internacionais do diesel verde produzido no Brasil. O diesel verde costuma ser confundido com o biodiesel, que também é um combustível limpo, mas com propriedades distintas. O biodiesel é um éster de ácidos graxos, obtido a partir da reação de óleos ou gorduras com um álcool. Já o diesel verde, apesar de também ser obtido a partir de óleos ou gorduras, é um hidrocarboneto parafínico produzido a partir de diversas rotas tecnológicas, como hidrotreamento de óleo vegetal e animal, e que pode ser utilizado em motores do ciclo diesel sem adaptações. O diesel verde ainda não é produzido no Brasil. A primeira biorrefinaria desse combustível está sendo construída em Manaus e tem previsão para início de operação em 2025.

Vetos

O presidente Lula vetou os trechos que tratavam das diferenças entre critérios contábeis que poderiam impactar a arrecadação. Também foram retirados os artigos sobre a compra de biometano por comercializadores e importadores de gás natural e sobre a regulamentação de atividades de captura e armazenamento de dióxido de carbono. Um dos artigos vetados foi o 24, que tratava da forma de tributação do CGOB. O trecho dizia que eventuais diferenças decorrentes dos métodos e dos critérios contábeis previstos na legislação comercial em relação às situações estabelecidas na Lei dos Combustíveis do Futuro não teriam efeito na apuração de tributos federais. O veto se deu a partir do entendimento contrário dos ministros da Fazenda e de Minas e Energia. Ambos afirmaram que o texto causaria insegurança jurídica pela sobreposição com o que está previsto na Lei 12.973, de 2014.

ANUNCIE

na mídia do **Aftermarket**
Automotivo

comercial@novomeio.com.br

Reciclagem veicular é desafio trazido pelo Mover

Entre os desdobramentos desta demanda está a rastreabilidade dos componentes reaproveitados, que deve resultar na criação de um banco de autopeças usadas conforme previsão legal

A política para setor automotivo brasileiro entrou em seu terceiro ciclo em dezembro de 2023 com a publicação do Programa Mover - Mobilidade Verde e Inovação. O primeiro ciclo foi representado pelo InovarAuto e, o segundo, pelo Rota 2030.

Construído pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), em parceria com os ministérios da Fazenda e da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI)

– e contando com a participação de diferentes entidades do setor automotivo – o Mover tem por objetivo expandir os investimentos em eficiência energética. O programa prevê, também, limites mínimos de reciclagem na fabricação dos veículos e a criação do IPI Verde, um sistema no qual quem polui menos paga menos imposto.

No total, serão concedidos R\$ 19,3 bilhões em créditos financeiros entre 2024 e 2028,

que podem ser usados pelas empresas para abatimento de impostos federais em contrapartida a investimentos realizados em P&D e em novos projetos de produção.

No 10º Fórum IQA da Qualidade Automotiva, a Diretora do Departamento de Desenvolvimento da Indústria de Alta-Média Complexidade Tecnológica do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, Margarete Gandini, apresentou a palestra

“O Programa Mover e a Qualidade como Alicerces para a Melhoria da Competitividade”.

Gandini destacou que, com a implementação do Mover, o foco agora é evoluir junto com a indústria automotiva instalada no Brasil. “O Estado tem um papel indutor nesse desenvolvimento ao definir com clareza os parâmetros do desempenho que se quer alcançar. A indústria automotiva na última década passou por grandes transformações, o mundo mudou, a indústria precisa mudar”.

A descarbonização está hoje no centro do debate global e o Mover abraça a pauta como uma de suas prioridades. Assim, o programa não se limita a questões relacionadas apenas ao uso do veículo, mas sinaliza para 2027 o ciclo de vida completo, o que lança novos desafios para o debate sobre a qualidade.

Entre os desafios está a reciclagem veicular, algo em que Brasil está muito atrasado. E quando o assunto é o reaproveitamento de componentes, a polêmica inevitavelmente se instala no aftermarket automotivo, em geral contrário a este processo por uma série de

razões, entre elas a segurança. A previsão legal é para a formação de um banco de autopeças usadas e rastreáveis, o que pode aumentar a concorrência

no setor. Esse é um assunto que deve ser acompanhado com atenção por todos os elos da cadeia de negócios da reposição independente.

roadmap para 10 anos, porque às vezes novos normativos de segurança exigem mudança de projeto”.

A importante questão de reciclabilidade e eficiência energética está inserida no primeiro eixo descrito por Gandini. “Passamos do tanque à roda para o poço à roda. A medição do combustível que vai desde a produção até o uso pelo veículo. Isso é tão importante que a mesma previsão que está no Programa Mover o governo e os parlamentares fizeram questão que estivesse também no Programa Combustível do Futuro. O segundo requisito acrescentado foi a reciclabilidade de materiais e o objetivo é que se avance rapidamente e com um olhar para o futuro. Estamos olhando tanto para o índice de reciclabilidade quanto para a trajetória que

temos que implantar nesse processo de acompanhamento de reciclabilidade de materiais, marcação de peças e rastreabilidade”.

A executiva do Governo Federal acrescentou que a pegada de carbono, a partir de 2027, será parâmetro para comercialização de veículos no país e, também, fator para determinar a alíquota do futuro imposto seletivo. Ainda no campo tributário, existirá o IPI verde. O primeiro eixo contempla, ainda, o inventário de carbono das plantas, tanto as

instaladas no território nacional quanto aquelas que exportarão veículos para o Brasil. E a etiquetagem veicular irá além da eficiência energética. “No segundo momento, passou a ser de eficiência de segurança e nesse novo ciclo a regulamentação está sendo desenhada, mas vai envolver aspectos relacionados à produção”, antecipou Gandini.

O Eixo 2 do Programa Mover diz respeito aos benefícios fiscais, especialmente ao estímulo a pesquisa e desenvolvimento. Desde o InovarAuto, o número de beneficiários vem sendo ampliado. Antes restrito às montadoras, passou a abranger fabricantes de autopeças no Rota 2030. “Agora temos também os fabricantes de máquinas autopropulsadas e projetos de investimento”, contou a palestrante.

Nesse arcabouço, passa a ser possível trazer ao país autopeças não produzidas com imposto de importação de apenas 2% – tema inserido no terceiro eixo da nova política para o setor automotivo brasileiro. Para fechar um ciclo que pretende ser virtuoso, é fundamental investir na reciclagem veicular. “Um veículo no fim de vida não é lixo. É matéria-prima para um novo ciclo de produção. É algo que discutimos muito com o Ministério do Meio Ambiente. Essa é uma mudança de visão que



Margarete Gandini detalhou aspectos do Mover e a importância da reciclagem de veículos nos objetivos do programa

Programa Mover é composto por três eixos principais

Em sua apresentação do Fórum IQA da Qualidade Automotiva, Margarete Gandini detalhou cada um dos três eixos que compõem a nova política brasileira para o setor automotivo. “O primeiro pilar são os requisitos para comercialização, corporativamente, de veículos no país. Será preciso se comprometer em alcançar metas relacionadas inicialmente a investimento em pesquisa e desenvolvimento, depois avançar em eficiência energética. Nos ciclos anteriores tivemos a etiquetagem veicular. E,

no segundo ciclo, avançamos a parte de eficiência energética, envolvendo também os comerciais leves e colocando um requisito de meta corporativa superior em relação à segurança, que foi o desempenho estrutural e tecnologias assistidas. Essas metas dão um norte muito claro para as montadoras no desenvolvimento de seus produtos, aonde se quer chegar daqui a cinco anos. Um ponto adotado em 2018 envolvendo previsibilidade foi o roadmap de segurança veicular. Também foi definido o



Reciclagem de veículos exige estrutura que o Brasil ainda não tem

precisamos ter. E isso parte desde o desenho do veículo. A reciclabilidade e o aproveitamento dos materiais ao final do ciclo de vida do veículo é algo em que precisamos avançar. No último ano, quando fizemos a renovação da frota de pesados, conseguimos identificar nas inúmeras sucateadoras e recicladoras do país apenas duas aptas

a certificar. E, mesmo assim, você não tem uma área de pesquisa em aproveitamento de materiais dos veículos em final de vida útil. E a rastreabilidade é essencial. Esse é um dos temas que estamos discutindo com a Senatran, porque a lei do desmonte prevê um banco nacional de autopeças usadas para ter rastreabilidade. Isso nunca foi implementado,

uso e manutenção no veículo, cuidado com deterioração de componentes, maior acessibilidade nas manutenções e assistência técnica de qualidade. Chegamos, enfim, à reutilização, reciclagem e descarte. Pensar na desmontagem desse veículo, como fazer a reciclagem de materiais, o descarte seguro e também como reduzir o quantitativo

de materiais que vão para o terreno industrial. E também o impacto das inovações no ciclo de vida do veículo. Os caminhões já têm o acompanhamento para manutenção preditiva, você já consegue identificar preditivamente quais problemas o veículo terá”, completou Margarete Gandini em sua apresentação.

Programa Mover - Eixo 1

NOVIDADE	Requisito de eficiência energética: tanque à roda e poço à roda.
NOVIDADE	Requisito de reciclabilidade: índice de materiais recicláveis e reciclagem antecipada de materiais dos veículos.
NOVIDADE	Requisito de pegada de carbono (a partir de 2027).
NOVIDADE	Diferenciação tributária para veículos híbridos com uso de biocombustíveis.
NOVIDADE	Requisito para registros de compromissos: comprovação de autorização para uso da marca no país; inventário de carbono das plantas no país (até 31/12/2026); registro da pegada de carbono dos principais veículos comercializados (até 31/12/2026).
CONTINUIDADE	Desempenho estrutural e tecnologias assistivas; etiquetagem veicular ampliada.

Programa Mover - Eixo 2

NOVIDADE	Habilitação: Fabricantes de: produtos abrangidos pelo ACE 14; sistemas e soluções estratégicas para mobilidade e logística; suas matérias-primas; insumos e componentes. Projetos de investimentos para: fabricação de produtos acima mencionados; realocização de unidades industriais ou linhas de produção (incluindo equipamentos para controle de qualidade e P&D); e unidades destinadas a reciclagem veicular. Empresas que prestam serviços de pesquisa; desenvolvimento e engenharia automotiva; com integração às cadeias globais de valor.
NOVIDADE	Incentivos: Crédito financeiro: 50% dos dispêndios em P&D (acima do mínimo), limitado a 5% da ROL. Créditos adicionais: pode chegar a 320% dos dispêndios, limitado a 13% da ROL considerando os seguintes requisitos: realização de atividades fabris; diversificação de mercados; nível de maturidade da produção de veículos com tecnologias de propulsão avançadas ou de sistemas eletrônicos embarcados para decisões autônomas. Projetos de investimento: apresentação de pleitos consolidados nos regimes de BK/BIT e autopeças. Linhas de produção usadas: importação com alíquota do II igual a 0% e sem exame de similaridade.

Programa Mover - Eixo 3

NOVIDADE	Unificação das listas de autopeças com isenção e redução a 2%.
NOVIDADE	Contrapartida: realização de aportes correspondentes a 2% no Fundo Nacional de Desenvolvimento Industrial e Tecnologia.
NOVIDADE	Penalidades: redução do valor da multa (30%); possibilidade de regularização sem multa.
CONTINUIDADE	Programas prioritários de apoio ao desenvolvimento industrial e tecnológico para o setor automotivo e sua cadeia de fornecedores.

informe
aftermarket

Os maiores lançamentos do mercado brasileiro de autopeças estão aqui!

DESCUBRA AS ÚLTIMAS INOVAÇÕES

ACOMPANHE AS NOVIDADES DO MERCADO

Acesse agora

informeaftermarket.fraga.com.br

O Informe Aftermarket é seu portal digital sobre lançamentos de peças automotivas. Fabricantes ganham visibilidade e distribuidores obtêm insights valiosos. Com atualizações constantes, fique por dentro das novidades e tendências do setor de reposição.

in fraga inteligência automotiva | fraga.com.br | (19) 97118-1985

fraga

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?



VIES - Variações no Índices e Estatísticas Setembro de 2020 a 2024

Mensalmente, a pesquisa VIES compara o desempenho das variáveis (abastecimento, preço, venda e compra) no varejo com o mês imediatamente anterior. Nessa edição, trazemos o termômetro para os meses de setembro de 2020 a 2024 no Brasil e suas cinco regiões.

Brasil

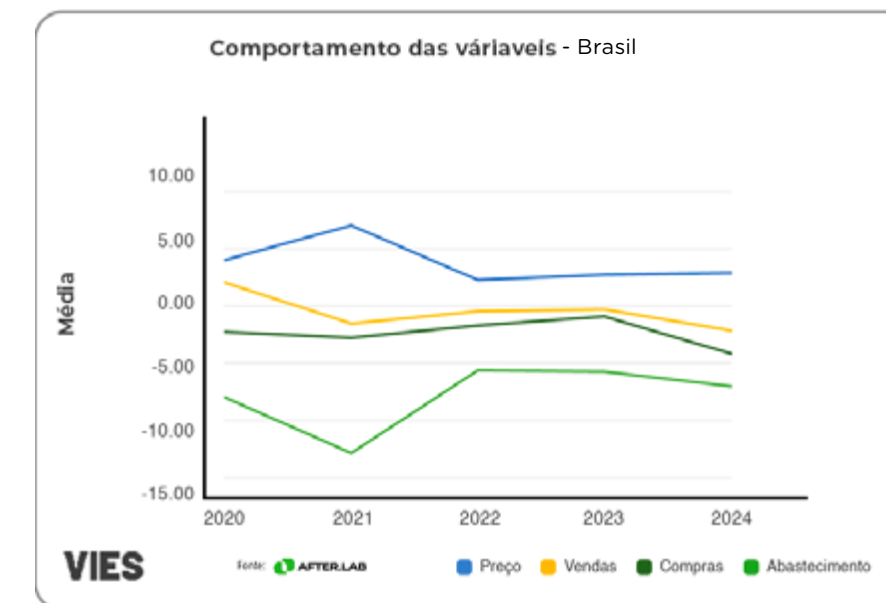
Os níveis de abastecimento e compras mantiveram-se deficitários em todos os meses de setembro, de 2020 a 2024. Em 2021, o abastecimento alcançou seu nível mais baixo: -12,85% e nos anos seguintes seguiu valores próximos a -5%. Se pararmos para refletir, as informações por nós trazidas, mês a mês, mostra que o pico de desabastecimento ocorreu sempre nesse mesmo ano (2021) e este fato possui justificativas, como: escassez global de semicondutores, paralisações nas fábricas chinesas e elevação nos custos de fretes. Ora, se o abastecimento estava baixo e a procura (nível de compras), estava maior que a oferta de autopeças no mercado, então faz sentido que o nível de preços tenha atingido seu pico positivo também em 2021: 7%. Quanto ao desempenho das vendas, observamos uma

queda entre 2020 e 2021 (de 2% em 2020 para -1,5% em 2021), seguido de uma leve elevação e valores constantes em 2022 e 2023, com nova queda em 2024.

A análise de variância (ANOVA), disposta na tabela 1, serve para nos informar se os valores médios que são mostrados aqui realmente possuem diferença significativa. Assim, a significância disposta na tabela 1 revela que somente o nível de compras não foi estatisticamente significativo, isto é, o desempenho médio das compras de autopeças ao longo dos meses de setembro de 2020 a 2024 é constante.

Centro-Oeste

Os níveis de abastecimento desempenharam grande variação ao longo dos anos, sempre exibindo valores negativos. Destaque para o pico negativo em 2021: -16%, ao passo que o melhor desempenho ocorreu em 2023: -5,1%. Os níveis de vendas e compras desenharam comportamentos parecidos: positivos em 2020 com queda para valores negativos e constância nos anos seguintes. Já o preço exibiram pico positivo em 2021 (6,8%) e menor pico em 2022 (1,3%). Em 2024, observamos



Variáveis	GL	Z	Significância
Abastecimento	4,17	5,890	0.004
Preço	4,17	9,276	0.000
Vendas	4,17	4,902	0.008
Compras	4,17	0,883	0.495

quedas no desempenho do abastecimento, preço e vendas e compras. Na análise da anova, apenas o preço mostrou diferenças estatisticamente significantes.

Norte

Houve queda acentuada nos níveis de abastecimento em 2021, com recuperações em 2022 e nova queda em 2023, seguidos de outra recuperação em 2024. Em 2021, a média mensal de

abastecimento chegou a -16,1%. Os níveis de preços aumentaram de 2,66% em 2020 para 7% em 2021, caindo para 1,33% em 2022 e se recuperando nos anos seguintes. As compras tiveram uma queda constante e significativa entre 2021 e 2023, passando de 1,86% em 2021 para -6,83% em 2023 recuperando-se em 2024. Os níveis de vendas saíram de valores positivos em 2020 para resultados negativos nos anos

seguintes, chegando a -3,75% em 2024. Na análise ANOVA, verificamos que somente as vendas foram constantes (sem diferença estatisticamente significativa ao longo dos anos).

Nordeste

O abastecimento exibiu comportamentos similares aos da região Norte, chegando a -13,77% em 2021. Apesar das seguidas recuperações nos anos seguintes, os níveis de abastecimento continuaram negativos, fechando 2024 em -9,14%. Os preços atingiram

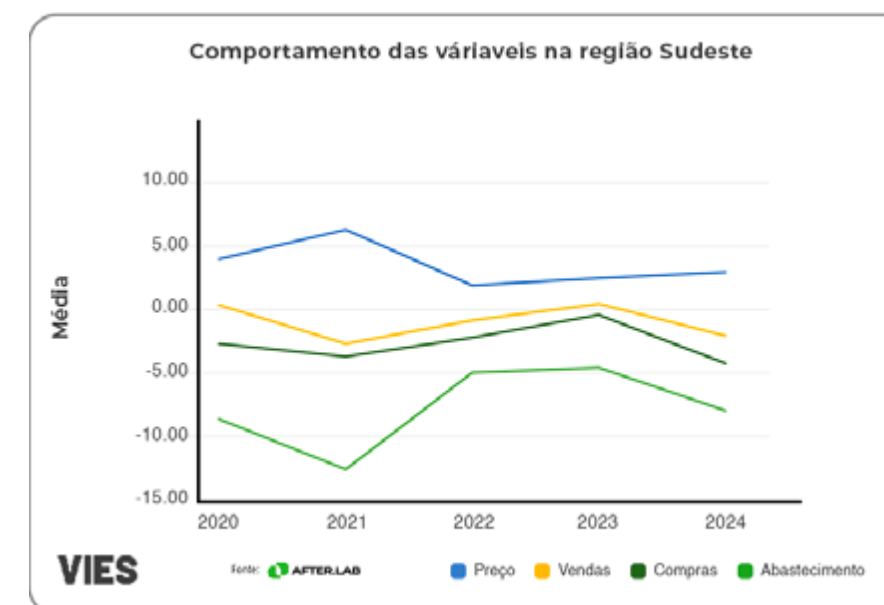
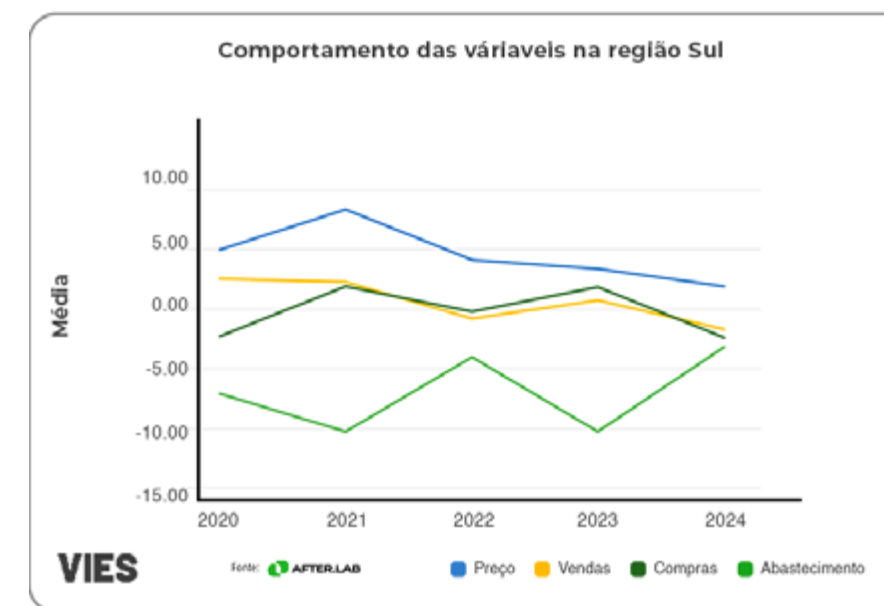
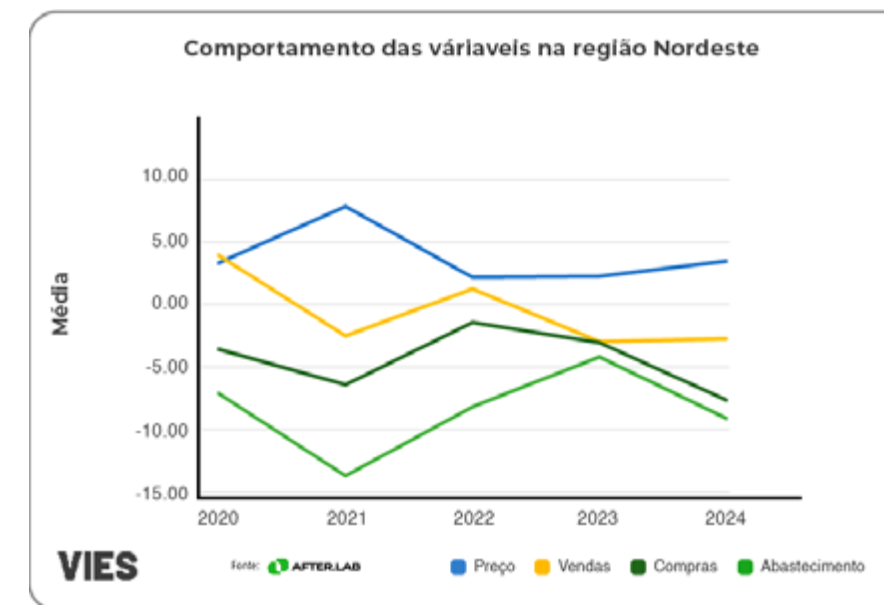
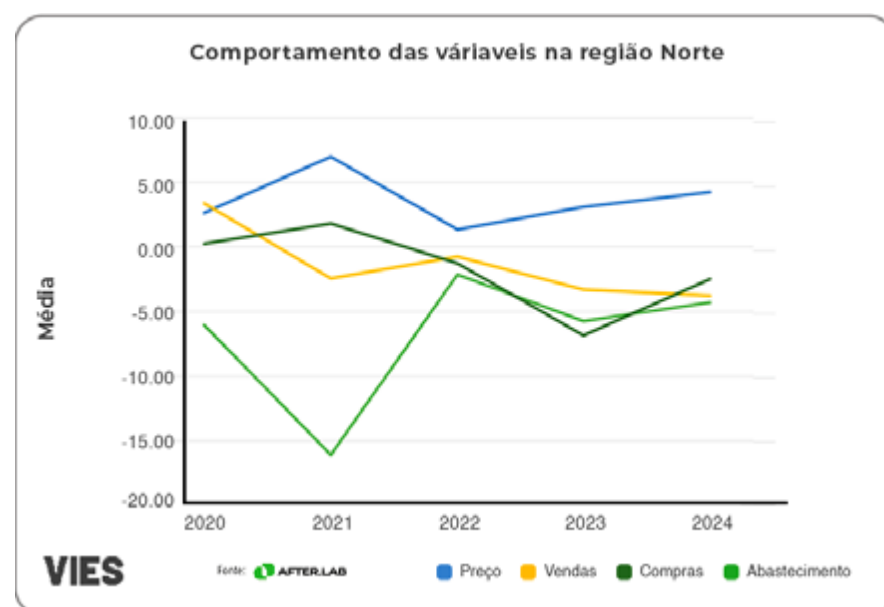
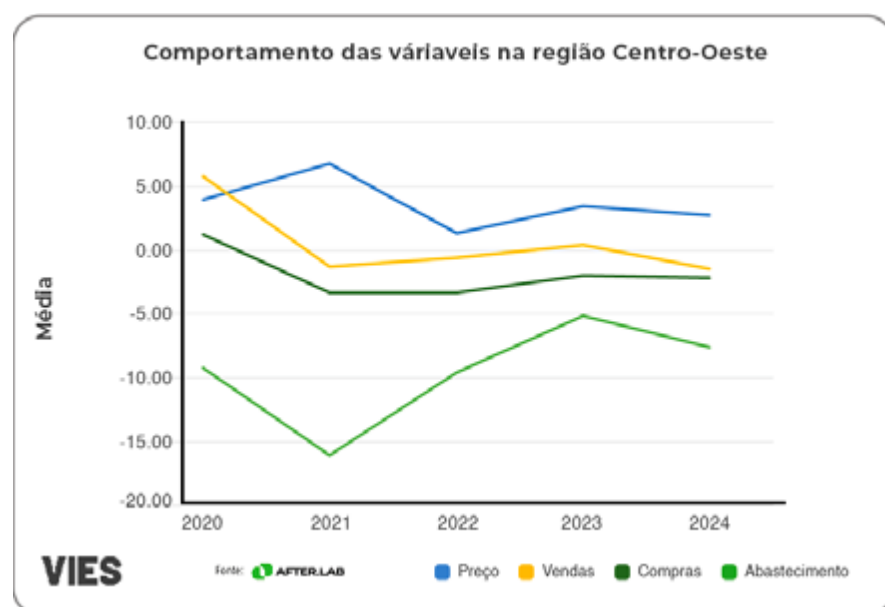
um pico positivo de 7,94% em 2021 e caíram nos anos seguintes, com leve recuperação em 2024, quando atingiu 3,55%. As vendas passaram por oscilações positivas e negativas entre 2020 a 2023, quando engatou uma sequência negativa no ano seguinte, desempenhando -2,7% em 2024. As compras mostraram percentual de desempenho negativo em todos os anos aqui analisados, fechando 2024 com mais uma queda e atingindo -7,63%. Na análise ANOVA, exceto as compras

não apresentaram variações significativas ($p < 0,05$).

Sul

Os níveis de abastecimento e preço seguem o mesmo comportamento oposto observado nas outras regiões. Os preços alcançaram o pico mais elevado (8,37%) no mesmo período em que o nível de abastecimento atingiu seu patamar mais baixo (-10,23%). Isso acontece porque o preço funciona como um regulador que equilibra a oferta e a demanda. As vendas foram

positivas em 2020 e 2021, decaíram para valores negativos em 2022 (-0,78%), recuperando-se em 2023 e fechando 2024 com desempenho negativo de -1,66%. Os níveis de compras que exibiram resultados negativos em 2020, foram recuperados para níveis positivos nos três anos seguintes, mas fecharam setembro de 2024 com desempenho negativo de -2,37%. Na análise ANOVA, todas as variáveis não apresentaram variações significativas ($p < 0,05$).



Análise de variância para a região Nordeste

Variáveis	GL	Z	Significância
Abastecimento	4,17	3,493	0,030
Preço	4,17	5,575	0,005
Vendas	4,17	3,353	0,034
Compras	4,17	1,513	0,243

Análise de variância para a região Sul

Variáveis	GL	Z	Significância
Abastecimento	4,17	2,151	0,119
Preço	4,17	1,891	0,158
Vendas	4,17	0,571	0,688
Compras	4,17	0,698	0,604

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

Análise de variância para a região Centro-oeste

Variáveis	GL	Z	Significância
Abastecimento	4,17	2,492	0,082
Preço	4,17	5,087	0,007
Vendas	4,17	2,782	0,060
Compras	4,17	0,884	0,494

Análise de variância para a região Norte

Variáveis	GL	Z	Significância
Abastecimento	4,17	4,362	0,013
Preço	4,17	4,859	0,008
Vendas	4,17	1,229	0,335
Compras	4,17	4,515	0,011

Sudeste

Novamente é visto comportamento oposto nos níveis de abastecimento (-12,62%) e preço (6,32%) em 2021. Após pico positivo em 2021, os níveis de preço caíram em 2022, com leves aumentos em 2023 e 2024, estacionando em 2,98%, enquanto os níveis de abastecimento sofreram recuperação nos dois anos seguintes a 2021 e voltaram a cair em 2024, estacionando em -7,98%. As vendas apresentaram valor

percentual positivo somente em 2020 e 2023, mas fecharam setembro de 2024 em -2,05%. As compras, por outro lado, foram negativas em setembro de todos os anos estudados, com pico negativo em 2024, quando fechou o mês com desempenho de -4,25%. Na análise de variância, apenas as compras não mostraram variações significativas, com um nível de confiança de pelo menos 5%.

Semana de 07 a 11 de outubro

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 07 a 11 de outubro, realizadas pelo After.Lab

MAPA

Os dados apurados pelo MAPA apontam para uma sequência de duas semanas de recuperação nas vendas do varejo. A média nacional ponderada no segundo período, aqui em análise, foi de 1,92%.

Os índices regionais de vendas trazidos pelos profissionais do After.Lab são os seguintes: 2,5%

no Norte; 0,4% no Nordeste; -3% no Centro Oeste; 5,53% no Sudeste; e -3,5% no Sul.

As compras por parte dos varejos também mostram reversão de uma longa sequência de quedas. A média nacional ponderada na semana foi de 2,82%.

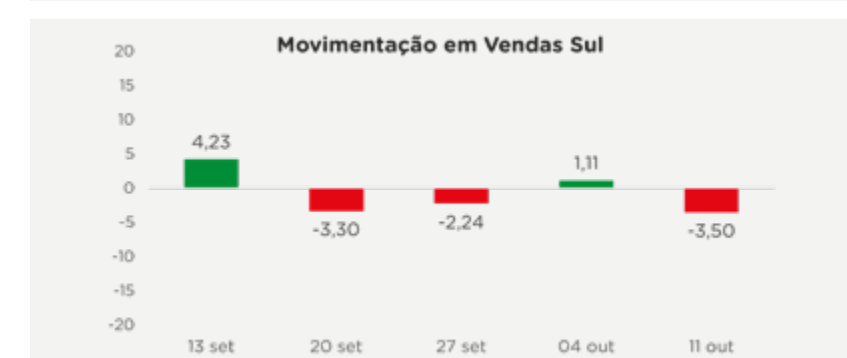
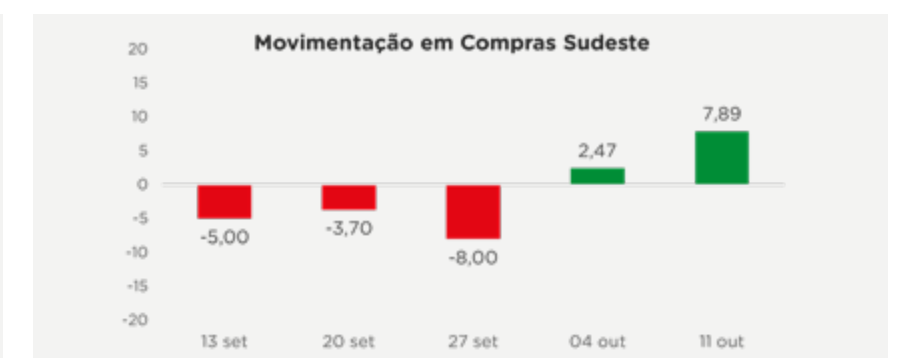
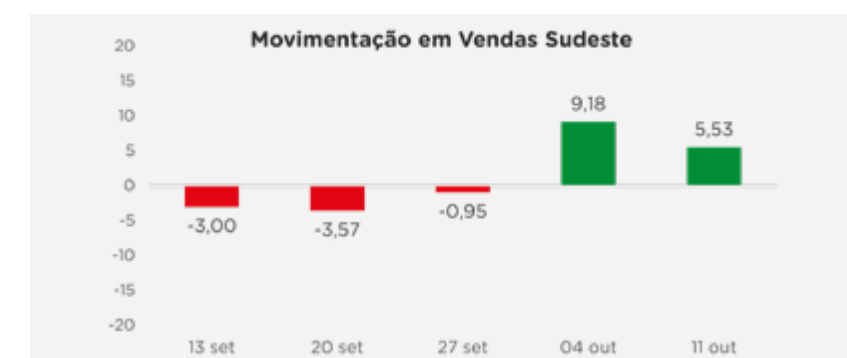
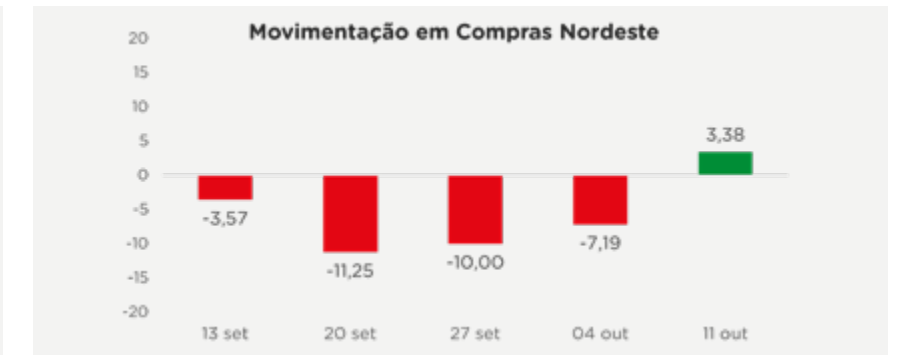
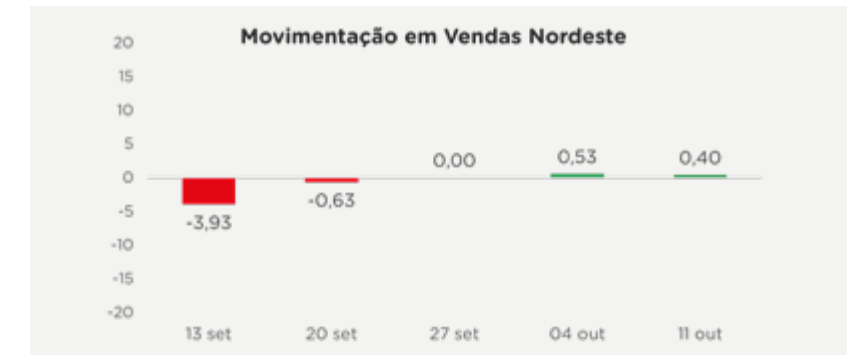
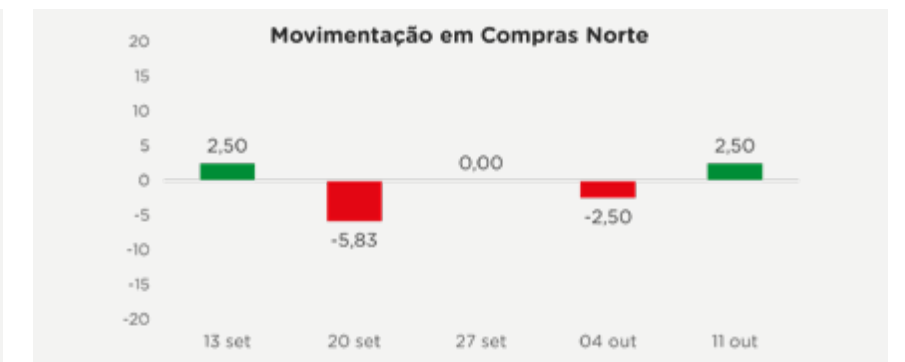
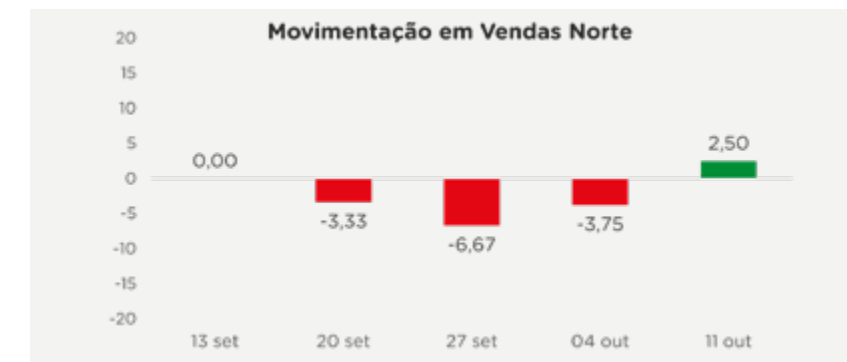
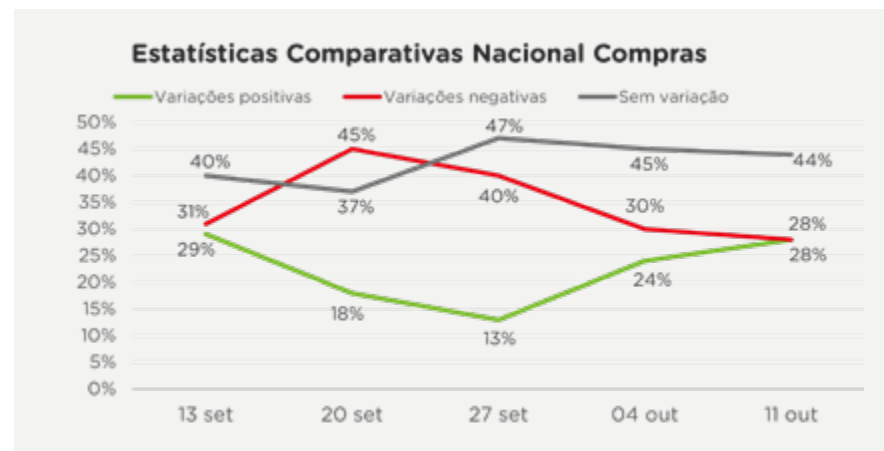
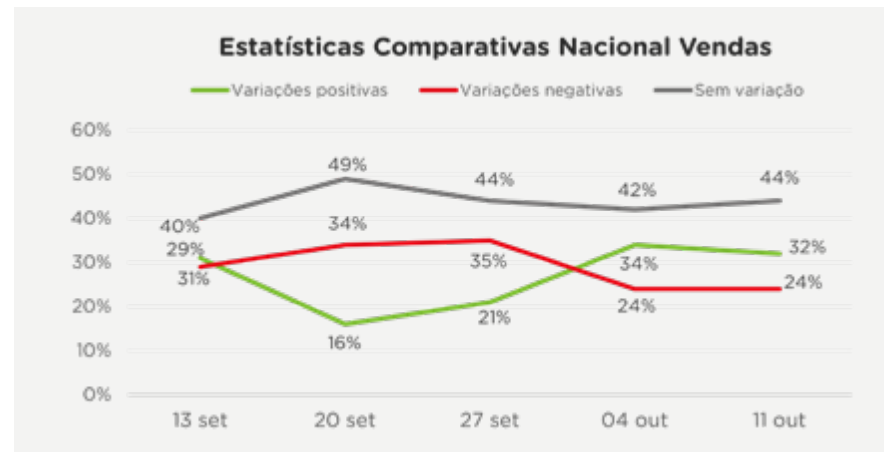
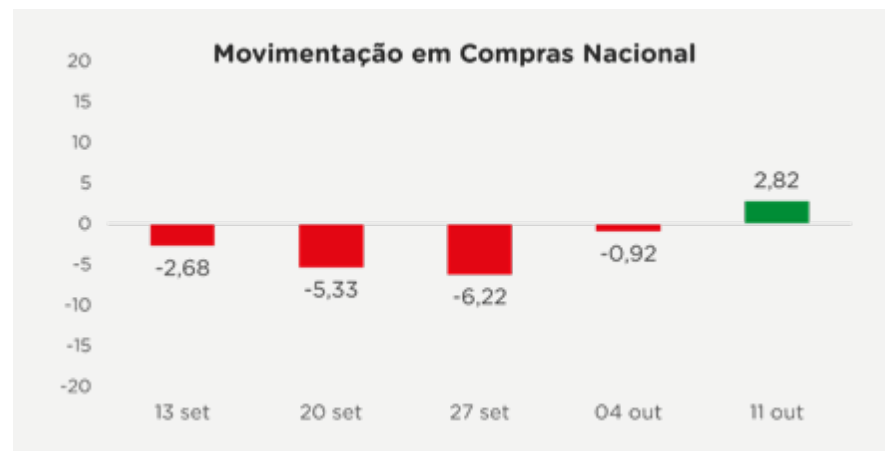
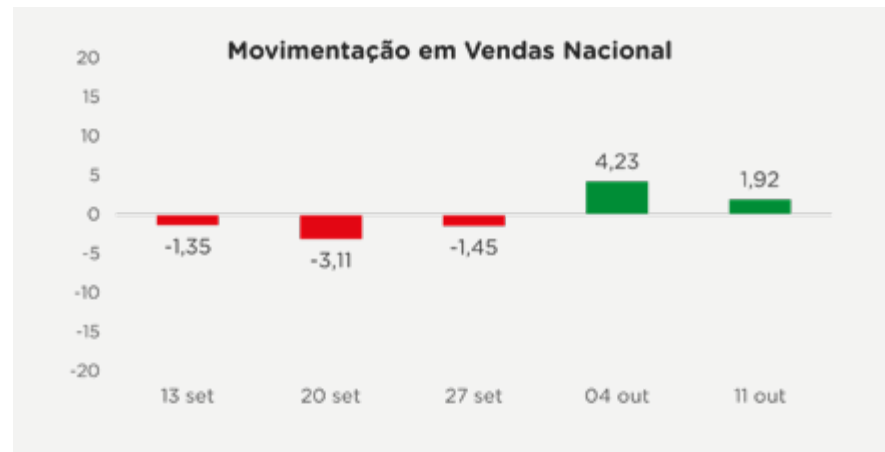
Na variação semanal regional das compras, 2,5% no Norte;

3,38% no Nordeste; -5,83% no Centro Oeste; 7,89% no Sudeste; e -6% no Sul.

Os gráficos de estatísticas comparativas mostram que a estabilidade nas vendas recuou de 45% para 44% dos entrevistados. Os varejistas que compraram mais no período foram de 24% para 28% da amostra. E o índice

dos que venderam menos caiu de 30% para 28%.

No comportamento de compras, a estabilidade subiu de 42% para 44% dos varejistas pesquisados. As lojas que compraram mais foram de 34% para 32% da amostra e a variação negativa permaneceu estacionada em 24%.



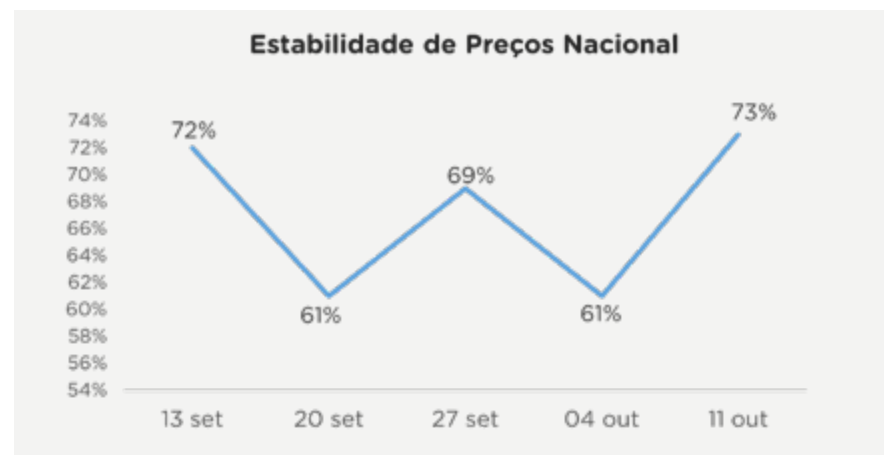
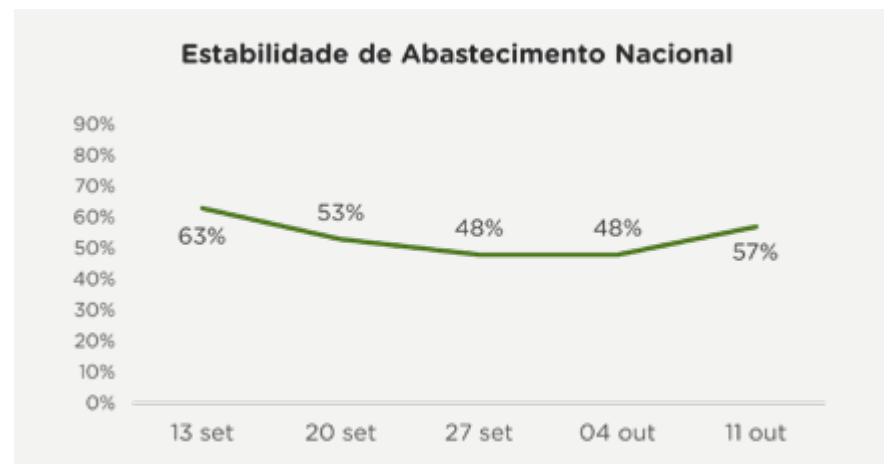
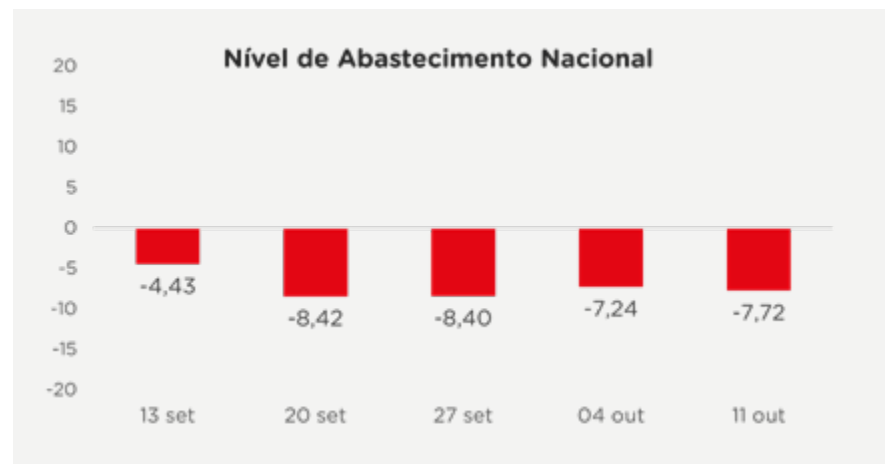
ONDA

Vamos agora aos resultados do ONDA, pesquisa que vem flagrando semanalmente o cenário de desabastecimento e a inflação no mercado de autopeças. O índice apurado pelos profissionais do After.Lab no período de 07 a 11 de outubro revelou média nacional ponderada negativa para o abastecimento de autopeças no varejo, com -7,72%. Nas últimas quatro semanas, a falta de produtos, ao que tudo

indica, vem se estabilizando num patamar elevado. Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do Brasil apuraram os seguintes resultados: -13,75% no Norte; -13,8% no Nordeste; -9,17% no Centro-Oeste; -7,25% no Sudeste; e -1,25% no Sul. Os itens em geral lideram o ranking da falta de produtos com 36,7% das respostas, seguidos por componentes de motor e componentes de

suspensão, ambos com 13,3%. Os preços ao varejo continuam mantendo trajetória inversa à do abastecimento, com percepção contínua de alta. O viés nacional no período foi de 1,89%. Todas as regiões, mais uma vez, mostraram curva de preços em elevação, com 1,25% no Norte; 3,6% no Nordeste; 2,5% no Centro-Oeste; 1,8% no Sudeste; e 0,5% no Sul. Os itens em geral responderam por 47,1% das percepções de

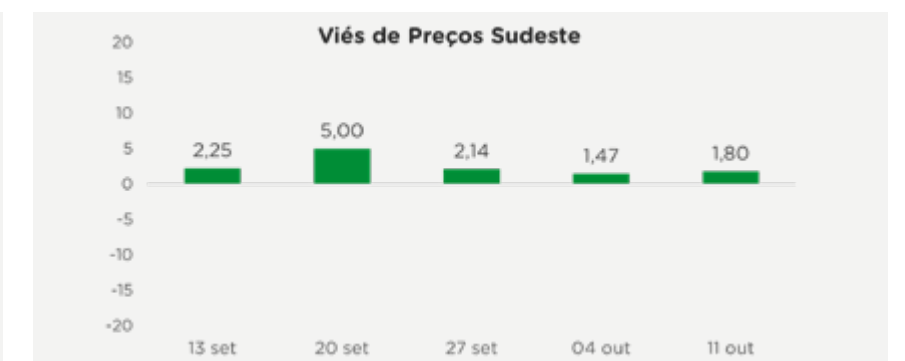
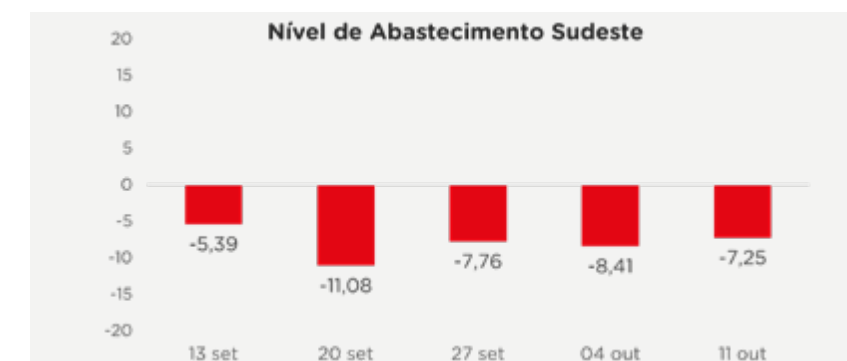
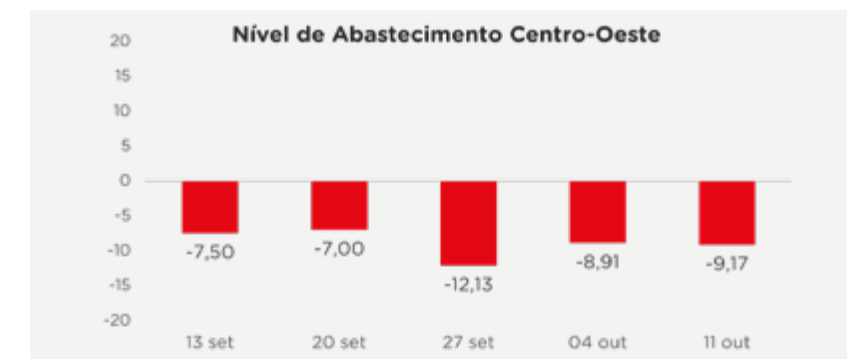
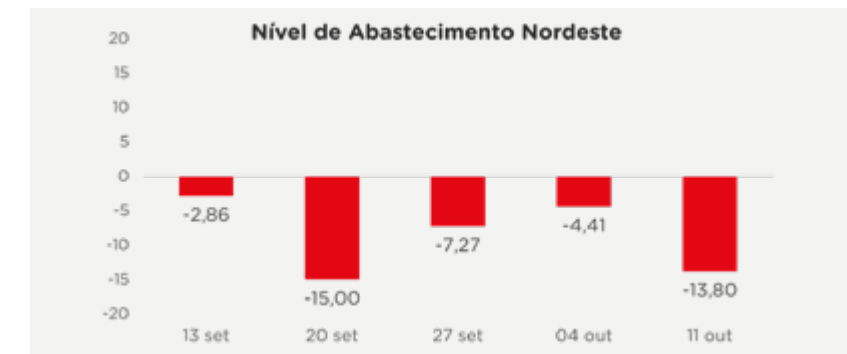
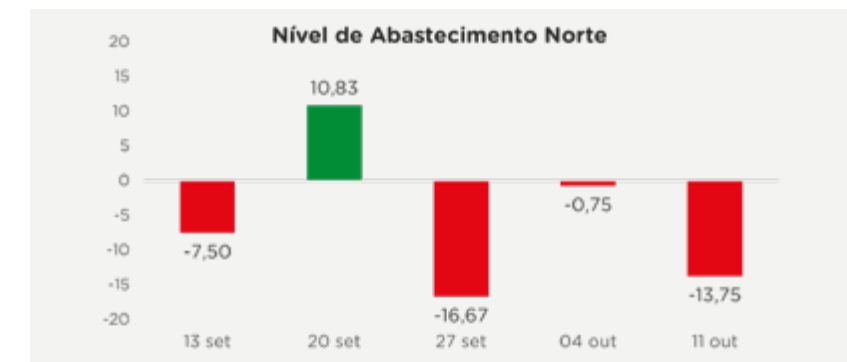
alta nos preços, seguidos por amortecedores, com 17,6%; e sistemas de freio, com 11,8%. A estabilidade do abastecimento no período subiu de 48% para 57%. Em relação aos preços, a curva de estabilidade evoluiu de 61% para 73%. Acompanhe semanalmente nas plataformas digitais do Novo Varejo e do Aftermarket Automotivo os resultados atualizados das pesquisas MAPA e ONDA, uma realização do After.Lab.



ONDA

Realização: **AFTER.LAB**

Apoio: **NAKATA®**



META dá sequência à apuração das marcas genuínas preferidas pelo aftermarket

O Novo Varejo traz um novo capítulo da série que traz os resultados do primeiro semestre da pesquisa que apura o consumo de peças genuínas no aftermarket

Na edição digital 443 do Novo Varejo mostramos as marcas de autopeças genuínas das montadoras mais consumidas por oficinas e varejos bem como os motivos para este consumo. Dando sequência à série de divulgações dos resultados da pesquisa META - Montadoras em Estatísticas e Tendências no Aftermarket – mais um estudo exclusivo do After.Lab, o núcleo de inteligência de negócios do mercado – trazemos agora nas tabelas 10 e 11 o top 5 das segundas e terceiras marcas mais compradas pelos respondentes, respectivamente. Como é possível observar, à medida que se afunila o número de marcas, mais respondentes preferem não responder.

Você pode resgatar os resultados divulgados anteriormente consultando as edições arquivadas no site www.novovarejoautomotivo.com.br A pergunta feita para a construção dos resultados contidos na tabela 12 diz respeito se os respondentes compram, ou não, se concessionárias de carros importados. 169 respondentes de oficinas indicaram que não compram desse tipo de concessionária, ao passo que no varejo, esse número foi maior: 187 respondentes indicaram que não compram em concessionárias de importados.

Oficina			Varejo		
Marca	Frequência	%	Marca	Frequência	%
Sem resposta	61	22,1	Sem resposta	60	23,3
Fiat	46	16,7	Fiat	59	23,0
Chevrolet	43	15,6	Chevrolet	34	13,2
Volkswagen	40	14,5	Volkswagen	34	13,2
Ford	27	9,8	Ford	30	11,7
Honda	17	6,2	Honda	9	3,5

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

Oficina			Varejo		
Marca	Frequência	%	Marca	Frequência	%
Sem resposta	159	57,6	Sem resposta	160	62,3
Volkswagen	30	10,9	Chevrolet	20	7,8
Fiat	23	8,3	Ford	19	7,4
Chevrolet	16	5,8	Volkswagen	14	5,4
Volkswagen	14	5,1	Fiat	11	4,3
Ford	12	4,3	Honda	11	4,3

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

Oficina			Varejo		
	Frequência	%		Frequência	%
Sem resposta	22	8,0	Sem resposta	27	10,5
Não	169	61,2	Não	187	72,8
Sim	85	30,8	Sim	43	16,7

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

LUPA conta quem vende e quem usa lubrificantes e fluidos na reposição

Seguimos apresentando mensalmente os resultados de mais este estudo exclusivo do After.Lab

Após trazer informações sobre a venda e aplicação de lubrificantes na última reportagem da série que traz os resultados da pesquisa LUPA - Lubrificantes em Pesquisa no Aftermarket Automotivo, agora expandimos a divulgação deste conteúdo.

A tabela 3 nos traz informações acerca do percentual de respondentes que vendem ou fazem uso dos produtos analisados. É observado que a medida que há a especialização do lubrificante, menos respondentes trabalham com tais produtos. Essa tabela também corrobora os resultados de vistos nos gráficos 2 e 3, uma vez que quanto menor o número de respondentes trabalhando com determinado lubrificante, menor será o volume comercializado.

A tabela 4 mostra os principais destinos dos lubrificantes, sendo que as oficinas compram principalmente das distribuidoras, enquanto os varejistas vendem principalmente para o dono do carro.

Oficina - USO				Varejo - VENDA			
	NÃO	Frequência	%		NÃO	Frequência	%
Óleo de motor (L)	NÃO	2	0,7	Óleo de motor (L)	NÃO	1	0,38
	SIM	291	99,3		SIM	263	99,62
Óleo de transmissão (L)	NÃO	73	24,9	Óleo de transmissão (L)	NÃO	30	11,36
	SIM	220	75,1		SIM	234	88,64
Óleo de caixa de direção (L)	NÃO	74	25,3	Óleo de caixa de direção (L)	NÃO	27	10,23
	SIM	218	74,4		SIM	235	89,02
Óleo de diferencial (L)	NÃO	116	39,6	Óleo de diferencial (L)	NÃO	102	38,64
	SIM	176	60,1		SIM	154	58,33
Fluido de freio (L)	NÃO	13	4,4	Fluido de freio (Fracos)	NÃO	9	3,41
	SIM	280	95,6		SIM	251	95,08

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

Oficina			Varejo		
	Frequência	%		Frequência	%
Autopeças	21	7,2	Sem resposta	2	0,8
Concessionária	9	3,1	Dono do carro	175	66,3
Distribuidora	257	87,7	Dono do carro e Mecânico	9	3,4
Distribuidora e Concessionária	4	1,4	Mecânico	78	29,5
Fabricante	2	0,7	Total	264	100,0
Total	293	100,0			

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

Portfólio After.Lab de Estudos de Mercado

Maior acervo de pesquisas em tempo real sobre o Aftermarket Automotivo

MAPA

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

ONDA

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

LUPA

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

META

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

VIES

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



Nhm[®]



Foto: Robert Bruni/Divulgação

Unidade da linha Hybrid R passa a compor a frota de empresa de logística portuária com atuação na Carolina do Sul

Randon entrega primeiro semirreboque com sistema de tração elétrico para o mercado norte-americano

A Randon apresentou inovações em duas das principais feiras de mobilidade do mundo. Na IANA Intermodal Expo 2024, maior feira dos Estados Unidos voltada ao transporte intermodal de carga, realizada em Long Beach, Califórnia, a empresa celebrou a entrega do primeiro semirreboque do

modelo chassi porta-contêineres equipado com sistema e-Sys para o mercado norte-americano. A negociação ocorreu por meio da Hercules Chassis, subsidiária da Randon nos Estados Unidos, para a South Carolina Port Authorities, empresa de operação logística com atuação em diversos

portos públicos do estado da Carolina do Sul. A Randon também marcou presença na IAA Transportation, uma das maiores feiras de mobilidade do mundo com foco em transporte comercial e logística, ocorrida entre 17 e 22 de setembro, em Hannover, na Alemanha. A participação

foi no espaço da ANFIR junto ao estande da APEX Brasil, Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos, também em conjunto com a Hércules. Na IAA, a companhia focou em potencializar exportações da subsidiária norte-americana, especialmente no continente africano.

Emissão de Nota Fiscal de Serviços Eletrônica já atingiu 70% de adesão das capitais do país

De acordo com informações do Portal da Nota Fiscal de Serviços Eletrônica (NFS-e), até junho deste ano, 70% das capitais brasileiras aderiram ao sistema nacional padrão de emissão de notas fiscais para empresas prestadoras de serviços. Ao todo, já são 1.037 municípios aderentes – quase 19% do total de entes federativos e 70% do volume total de emissões de NFS-e do país.

A ferramenta é uma iniciativa da Receita Federal, em parceria com o Sebrae, outros órgãos públicos e a iniciativa privada, com objetivo de simplificar o processo de emissão do documento em todo o território nacional. Até 31 de dezembro de 2024, os custos de desenvolvimento e produção do sistema nacional NFS-e serão arcados pela Receita Federal e pelo Sebrae.

Após esse período, o convênio prevê formas de rateio para auxiliar no custeio. Por exemplo: os municípios de até 50 mil habitantes estariam isentos. Já os municípios acima de 50 mil habitantes deverão arcar com dois terços dos custos, enquanto a Receita se encarregaria de um terço. O setor de prestação de Serviços é o que mais cresce no Brasil, com 61,6% de todas

as empresas abertas nos quatro primeiros meses de 2024. Com o Comércio, ele forma o setor terciário, responsável por 84,3% dos novos CNPJs emitidos. Os dados estão no Mapa de Empresas – Boletim do 1º trimestre de 2024 do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC). Desde o ano passado, todos os Microempreendedores Individuais que prestam serviços para empresas estão obrigados a utilizar a plataforma, independentemente de adesão do município, ao passo que as empresas de outros portes só conseguem utilizar o sistema se o município do estabelecimento realizar a adesão.

“Um empreendedor que presta serviço para 10 municípios precisa emitir nota para cada cliente de forma diferente, conforme as regras locais – o que compromete, muitas vezes, a competitividade de gestão das empresas. São custos adicionais e uma série de obrigações acessórias, como prestação de contas a todos os órgãos regulatórios”, avalia o Sebrae.

Para os municípios, a padronização das informações tributárias também gera vários benefícios, como diminuição

de custos operacionais ao usar uma tecnologia federal, melhorando a qualidade das informações e estimulando a transparência e cidadania. Do ponto de vista da arrecadação, a ferramenta também é favorável ao permitir a cobrança regular do Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN). Hoje muitas cidades não o cobram por falta de administração tributária estruturada e ferramentas adequadas. Entre outras vantagens está o acesso à tecnologia para pequenos municípios que possuem recursos e infraestruturas limitadas. No caso do MEI, a emissão e

o recebimento da nota fiscal eletrônica de padrão nacional podem ser realizados pelo celular através do aplicativo NFS-e Mobile, que permite o acesso a informações fiscais relativas ao CPF e CNPJ vinculado à prestação de serviços. O APP está disponível para dispositivos Android e iOS. Antes de usá-lo é preciso fazer um cadastro no Portal Web. Por outro lado, pelo Aplicativo Oficial para Notificação de Recebimento de Nota Fiscal Eletrônica, também conhecido como NFS-e Cidadão, serve para que o cliente possa consultar as notas fiscais emitidas em seu nome.



Foto: Divulgação

Custos de desenvolvimento e produção do sistema nacional NFS-e serão arcados até 31 de dezembro pela Receita Federal e pelo Sebrae



Foto: Shutterstock

Negociações coletivas de trabalho seguem em andamento

Sincopeças-SP segue em andamento com as negociações das CCTs 2024/2025

O Sincopeças de São Paulo Informa aos representados que as negociações das Convenções Coletivas de Trabalho (CCT), do período 2024/2025, seguem em andamento. Como representante oficial dos empresários do comércio a varejo de peças e acessórios para veículos no

Estado de São Paulo, o sindicato negocia as CCTs com os sindicatos de empregados, firmando e assinando as convenções que regem o trabalho dos comerciários da capital, grande São Paulo, interior e litoral. Além dos comerciários, com o objetivo de facilitar a gestão

trabalhista das empresas, o Sincopeças-SP participa das negociações para assinatura de Convenção Coletiva de Trabalho de outras categorias: motoristas, telefonistas, engenheiros, engenheiros químicos, secretárias, técnicos de segurança do trabalho,

nutricionistas, técnicos industriais de nível médio, vendedores e viajantes, contabilistas Santos, administradores e bibliotecários. Acompanhe o andamento das negociações pelo link <https://portaldaautopeca.com.br/convencoes-coletivas/>.

Fraga na Automechanika Frankfurt 2024: inovação e inteligência de dados no aftermarket brasileiro

A Automechanika Frankfurt 2024, maior evento global do setor automotivo, reuniu líderes e profissionais do mercado para discutir tendências, inovações e as últimas tecnologias aplicadas ao aftermarket. A

Fraga Inteligência Automotiva, como líder em dados do segmento de reposição automotiva brasileira, marcou presença em um dos momentos mais importantes para a indústria automotiva mundial.

Um dos pontos altos da participação da Fraga foi a oportunidade de integrar o time de palestrantes no workshop "Brasil Aftermarket", organizado pela ANDAP SICAP. Durante a apresentação,

nosso Diretor de Inteligência de Mercado, Danilo Fraga, trouxe à tona a relevância da inteligência na gestão de dados, com um enfoque particular no mercado brasileiro. A palestra destacou

como a análise de dados é crucial para impulsionar a competitividade e a inovação no setor de peças e serviços automotivos. A participação no workshop permitiu à Fraga abordar um tema central para o futuro do aftermarket: a inteligência de dados. Ao discutir como a análise de dados pode transformar a gestão no setor automotivo, a palestra se conectou diretamente com o trabalho que a Fraga desenvolve no Brasil. Como uma empresa que busca

trazer inovação e soluções tecnológicas para o mercado, a Fraga tem investido em ferramentas e plataformas que ajudam seus clientes a tomar decisões mais informadas, otimizando processos e identificando oportunidades de crescimento. Além de participar do workshop, a presença da Fraga na Automechanika Frankfurt foi marcada por um ambiente de networking de alto nível, proporcionando novas parcerias e trocas estratégicas com grandes nomes do setor.

O Brasil teve uma presença significativa no maior evento do aftermarket do mundo. Entre as organizações brasileiras presentes, diversas reafirmaram o potencial do setor no mercado global. A participação da Fraga nesse evento consolida ainda mais sua posição em inovação e tecnologia para o aftermarket. O trabalho realizado pela empresa, ao lado de outras gigantes da indústria, demonstra o comprometimento com o

desenvolvimento do setor, tanto no Brasil quanto globalmente. A Fraga continua sua trajetória de inovação, apostando na inteligência de dados como ferramenta essencial para transformar o mercado automotivo. A participação na Automechanika Frankfurt 2024 foi uma grande conquista, mas também um indicativo de que o futuro reserva ainda mais oportunidades para quem está preparado para acompanhar as transformações do setor.

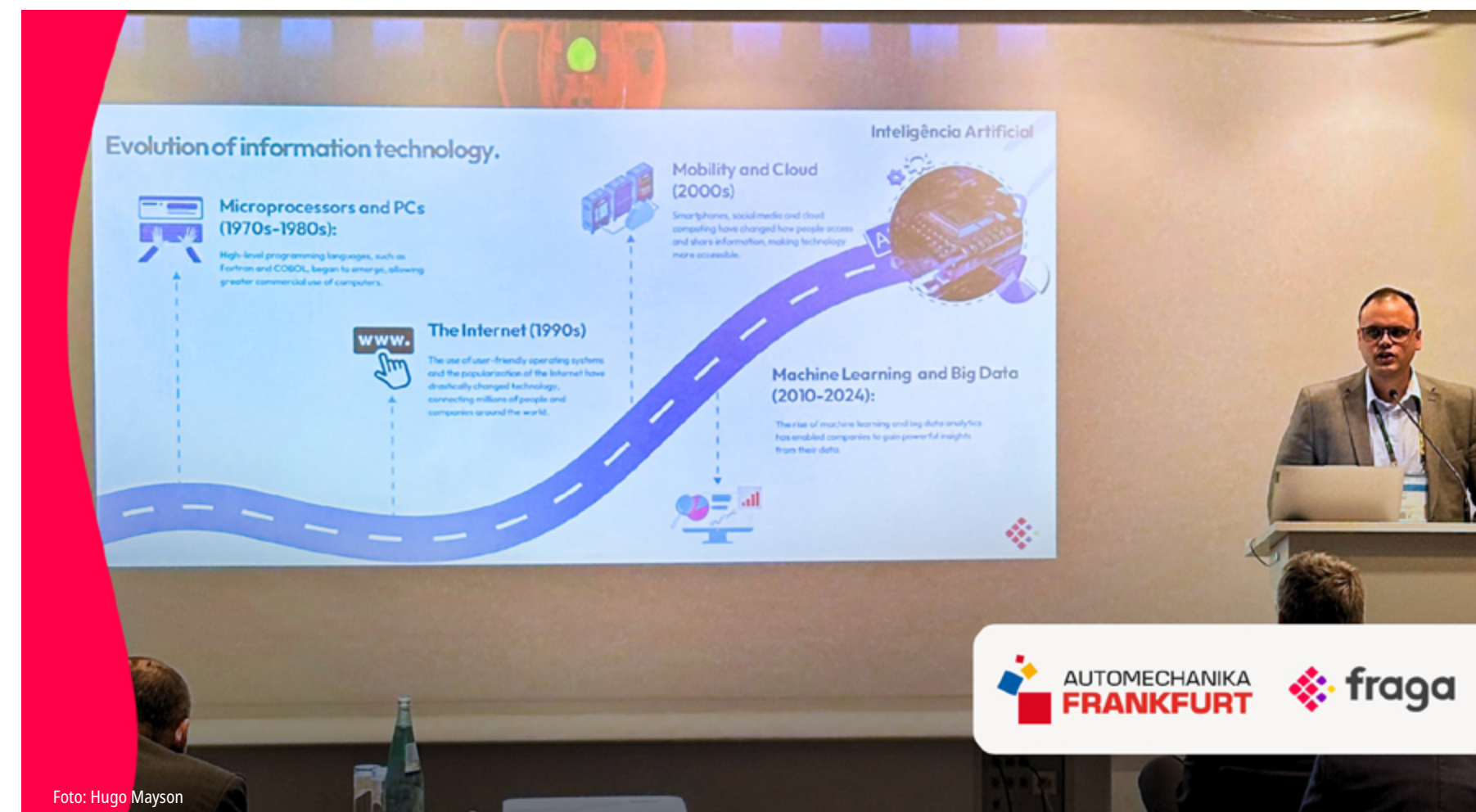


Foto: Hugo Mayson

Colaborador no conteúdo do Novo Varejo, Danilo Fraga fez apresentação de sucesso na Alemanha

Custo de vida em São Paulo desacelera em agosto

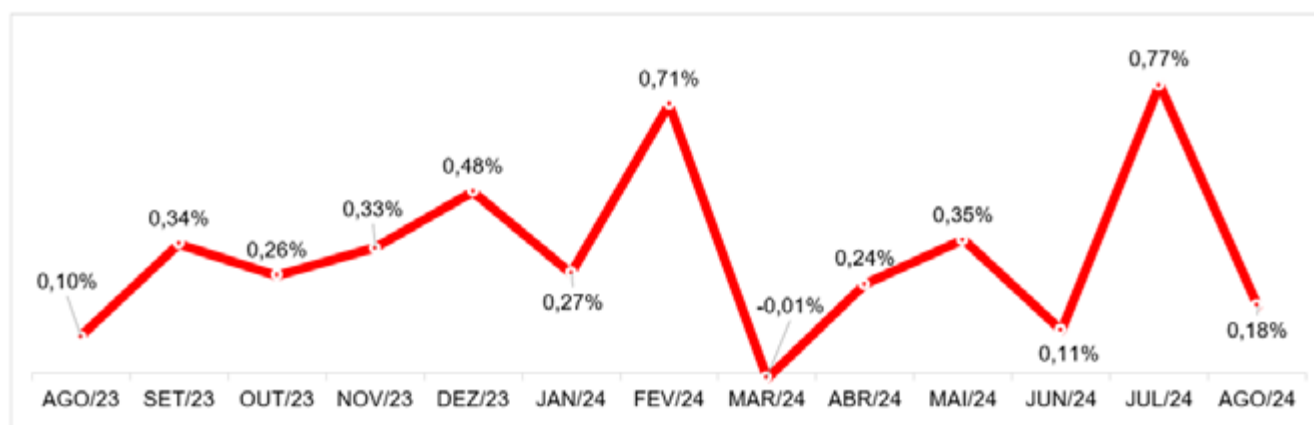
Levantamento da FecomercioSP aponta que as variações para as classes D e E ficaram próximo da estabilidade; classe A obteve alta de 0,32%

O Índice de Custo de Vida por Classe Social (CVCS) na Região Metropolitana de São Paulo (RMSP) desacelerou em agosto. Segundo o levantamento da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo

(FecomercioSP), os preços dos produtos e serviços na RMSP apresentaram uma expansão de 0,18% no mês, desacelerando em comparação a julho, quando o indicador variou 0,77%. Em 12 meses, o CVCS acumula alta de 4,11% [gráfico 1].

Na avaliação da FecomercioSP, o cenário atual é promissor graças ao mercado de trabalho aquecido, gerando efeitos positivos para economia, pois a inflação tende a ficar controlada até o fim do ano — o que é fundamental para a manutenção do poder de compra das famílias. No entanto, a questão climática se mantém como um tópico de preocupação, frente à seca e à baixa nos reservatórios, pressionando o custo da energia elétrica, dada a mudança da bandeira tarifária para a mais cara, a vermelha.

[GRÁFICO 1]
CUSTO DE VIDA POR CLASSE SOCIAL (CVCS)
Agosto de 2024
Fonte: FecomercioSP



As classes de menor poder aquisitivo, D e E, foram as que menos sentiram o impacto da inflação, com variações de -0,01% e 0,02%, respectivamente, enquanto a classe A enfrentou

um aumento de 0,32%. Um dos motivos principais para essa desaceleração é a queda significativa no grupo de habitação, que recuou 0,31%. Além disso, a redução

de 3,1% nos preços da energia elétrica, incentivada pela volta da bandeira tarifária verde, refletiu especialmente nas classes de renda mais baixa. Para a classe E, a variação foi negativa em 0,44%, enquanto a D apresentou 0,52% [tabela 1]. Contudo, os dados de setembro apontarão um cenário que voltou a piorar.

[TABELA 1]
CUSTO DE VIDA POR CLASSE SOCIAL (CVCS)
Agosto de 2024
Fonte: FecomercioSP

ago-24	GERAL	ALIMENTAÇÃO	HABITAÇÃO	ARTIGOS LAR	VESTUÁRIO	TRANSPORTE	SAÚDE	PESSOAIS	EDUCAÇÃO	COMUNICAÇÃO
CVCS MENSAL	0,18%	0,32%	-0,31%	0,81%	0,84%	-0,20%	0,39%	0,05%	0,91%	0,00%
Classe E	0,02%	0,13%	-0,44%	0,69%	0,79%	-0,40%	0,24%	0,03%	1,82%	0,00%
Classe D	-0,01%	0,10%	-0,52%	0,73%	0,77%	-0,39%	0,27%	0,04%	0,54%	0,00%
Classe C	0,17%	0,31%	-0,39%	0,70%	0,83%	-0,16%	0,33%	0,05%	1,05%	0,00%
Classe B	0,28%	0,47%	-0,15%	0,66%	0,86%	-0,16%	0,59%	0,06%	0,81%	0,00%
Classe A	0,32%	0,39%	0,04%	0,85%	0,90%	0,08%	0,52%	0,04%	0,98%	0,00%

Fonte: Dados primários IBGE
Elaboração FFA Consultoria

Ademais, o grupo de transportes também registrou diminuição (-0,20%), com destaque para o barateamento das passagens aéreas (-8,5%) e dos serviços de ônibus interestadual (-1,4%) e intermunicipal (-0,2%). Em contrapartida, o grupo de alimentação e bebidas subiu 0,32%, com encarecimento mais acentuado para as classes de renda mais alta, refletindo o impacto dos preços sobre a alimentação fora do domicílio [tabela 2].

[TABELA 2]
CUSTO DE VIDA POR CLASSE SOCIAL (CVCS) – GRUPOS DE PRODUTOS
Agosto de 2024
Fonte: FecomercioSP

Custo de Vida por Classe Social - CVCS - AGOSTO-24
Geral

Atividade / Grupo	Ponderação	ago-24 / jul-24	ago-24 / ago-23	ago-24 / dez-23
GERAL	100,00%	0,18%	4,11%	2,65%
- Alimentação e Bebidas	22,41%	0,32%	3,50%	1,87%
- Habitação	16,78%	-0,31%	2,38%	1,46%
- Artigo do Lar	5,57%	0,81%	1,77%	2,33%
- Vestuário	6,02%	0,84%	1,11%	1,09%
- Transportes	21,44%	-0,20%	6,56%	2,97%
- Saúde	12,59%	0,39%	6,36%	5,27%
- Despesas Pessoais	4,97%	0,05%	2,04%	1,09%
- Educação	5,95%	0,91%	6,40%	6,14%
- Comunicação	4,27%	0,00%	1,65%	1,51%

Fonte: Dados primários IBGE
Elaboração FFA Consultoria

Índice de Preços no Varejo (IPV)
O Índice de Preços no Varejo (IPV) também registrou variação positiva (0,39%) em agosto, acumulando alta de 2,46% em 2024 e variação anual de 2,88%. O grupo de transportes foi o principal responsável por essa elevação, com

variação de 0,46%. A segunda maior pressão ficou por conta do setor do vestuário, com alta de 0,84%. Essa realidade contrasta com a queda de 0,09% nas despesas pessoais, que sinaliza uma desaceleração do consumo nas classes menos favorecidas.

Índice de Preços de Serviços (IPS)
O Índice de Preços de Serviços (IPS) apontou um leve recuo de -0,05%. Os grupos de transportes (-1,36%) e habitação (-0,49%) foram os maiores responsáveis pelo resultado. Educação, por sua vez, obteve alta de 0,88%, com

acumulado de 6,54% no ano. Na análise por estratos de rendimentos, as classes A e B perceberam aumentos mensais de 0,26% e 0,17%, respectivamente, enquanto as classes D e E observaram variações negativas de 0,51%.

[GRÁFICO 2]
IPV e IPS MENSAL
Série Histórica
Fonte: FecomercioSP





Foto: Divulgação

Alertas irritantes e incômodos desagradam consumidores nos EUA

Alertas de veículos causam a maioria das reclamações sobre o ADAS

Os Sistemas Avançados de Assistência ao Condutor (ADAS) representam 12,8% dos problemas totais com veículos novos, com 24,9 problemas a cada 100 veículos (PP100), de acordo com o Estudo de Qualidade e Satisfação ADAS (Sistemas Avançados de Assistência ao Condutor) dos EUA de 2024, divulgado neste mês de outubro pela J.D. Power. Os proprietários identificam os alertas dos veículos como

a principal área problemática dos sistemas ADAS (9,0 PP100), e esses problemas têm crescido nos últimos cinco anos. Uma pontuação mais baixa reflete uma maior qualidade do veículo. “O maior problema que os consumidores têm com os sistemas de assistência ao condutor é que os alertas são irritantes e incômodos”, disse Ashley Edgar, Diretora Sênior de Benchmarking de Fornecedores Automotivos

Globais e Mobilidade alternativa na J.D. Power. “À medida que mais tecnologia é incorporada aos veículos, os fabricantes precisam garantir que os sistemas de assistência ao condutor sejam integrados de uma maneira que melhore a segurança sem comprometer a experiência geral de condução. Além disso, o pessoal das concessionárias deve se concentrar em educar os compradores de veículos novos sobre o

propósito das várias tecnologias ADAS para aumentar a compreensão e a satisfação”, complementou. O Estudo de Qualidade e Satisfação ADAS dos EUA, agora em seu terceiro ano, é baseado nas respostas de 99.144 compradores e locatários de veículos novos do ano-modelo 2024 que foram entrevistados após 90 dias de propriedade. O estudo foi realizado de julho de 2023 a maio de 2024.

UE estuda compensação para importações vindas da China

A ACEA, Associação Europeia de Fabricantes de Automóveis, informa que o resultado da recente votação pelos Estados-Membros da União Europeia permite que a Comissão Europeia avance com sua proposta de impor direitos compensatórios definitivos sobre as importações pelo bloco dos carros elétricos fabricados na China. A ACEA tem afirmado que o

comércio livre e justo é essencial para criar uma indústria automotiva europeia competitiva globalmente, enquanto a concorrência saudável impulsiona a inovação e as opções para os consumidores. “O comércio livre e justo é fundamental para garantir condições equitativas para todos os concorrentes, mas é apenas um aspecto da competitividade global. Para que

o setor automotivo europeu seja competitivo na corrida global por veículos elétricos, uma estratégia industrial abrangente é crucial, como destacado no relatório Draghi. Isso envolve garantir o acesso a materiais críticos e energia acessível, estabelecer um quadro regulatório consistente, expandir a infraestrutura de carregamento e abastecimento de hidrogênio,

oferecer incentivos de mercado e abordar vários outros fatores-chave. A ACEA espera que a regulamentação que impõe as medidas antissubsídio seja publicada até o final de outubro. Também reconhecemos os esforços paralelos contínuos de Bruxelas e Pequim para negociar uma possível alternativa aos direitos compensatórios”.



Foto: Divulgação

Fabricantes de veículos europeus estão preocupados com a crescente presença dos elétricos chineses

Infraestrutura de recarga acelera no país e apresenta crescimento de 179%

Brasil ultrapassa a marca de 10 mil eletropostos num mercado em que os emplacamentos cresceram 113% em 2024

Com 13.265 veículos leves eletrificados vendidos em setembro, 2024 se consolida como mais um ano de evolução expressiva da eletromobilidade no Brasil, com o crescimento concomitante da infraestrutura de recarga elétrica pública, que já superou a marca simbólica de 10 mil eletropostos em agosto.

“Mais uma vez, os números confirmam as nossas avaliações: o aumento das vendas de veículos eletrificados está puxando um amplo ecossistema de empresas associadas à eletromobilidade nas principais regiões do país” diz o presidente da ABVE, Ricardo Bastos. “A expansão desse ecossistema está gerando empregos, renda e investimentos, não apenas na produção de veículos, mas também na fabricação de equipamentos e componentes, peças, softwares e prestação de serviço”, acrescenta.

No acumulado de janeiro a setembro de 2024, foram emplacados 122.548 veículos leves eletrificados, o que representa uma evolução de 113%, na comparação com o mesmo período de 2023 (57.510 veículos).

A três meses do fechamento do ano, a média mensal de vendas

de eletrificados se encontra em 13.616, o que indica que o total anual deverá ultrapassar a projeção de 150 mil unidades. Com isso, a frota brasileira de eletrificados deve ficar próxima da

marca de 400 mil veículos. Os veículos plug-ins tiveram um aumento de 56,83% em comparação com agosto de 2023 (8.458 veículos). O ano de 2024 tem registrado

vendas expressivas dos veículos eletrificados, principalmente dos veículos plug-in, e os híbridos com recarga externa (PHEV).

VENDAS DE VEÍCULOS LEVES ELETRIFICADOS COMPARATIVO Jan a ago/ 2012 a 2024



Infraestrutura de recarga

O aumento da infraestrutura de recarga tem permitido que os veículos elétricos (BEV e PHEV) ganhem força e aumentem sua participação no

mercado automotivo brasileiro. Em relação aos eletrificados, os veículos elétricos respondem por 70% das vendas realizadas no período de janeiro a setembro de 2024 (86.326 veículos).

Já os veículos plug-ins tiveram um aumento de 56,83% em comparação com agosto de 2023 (8.458 veículos). Segundo Tupi Mobilidade, essa é a evolução dos eletropostos

no Brasil nos últimos dois anos:

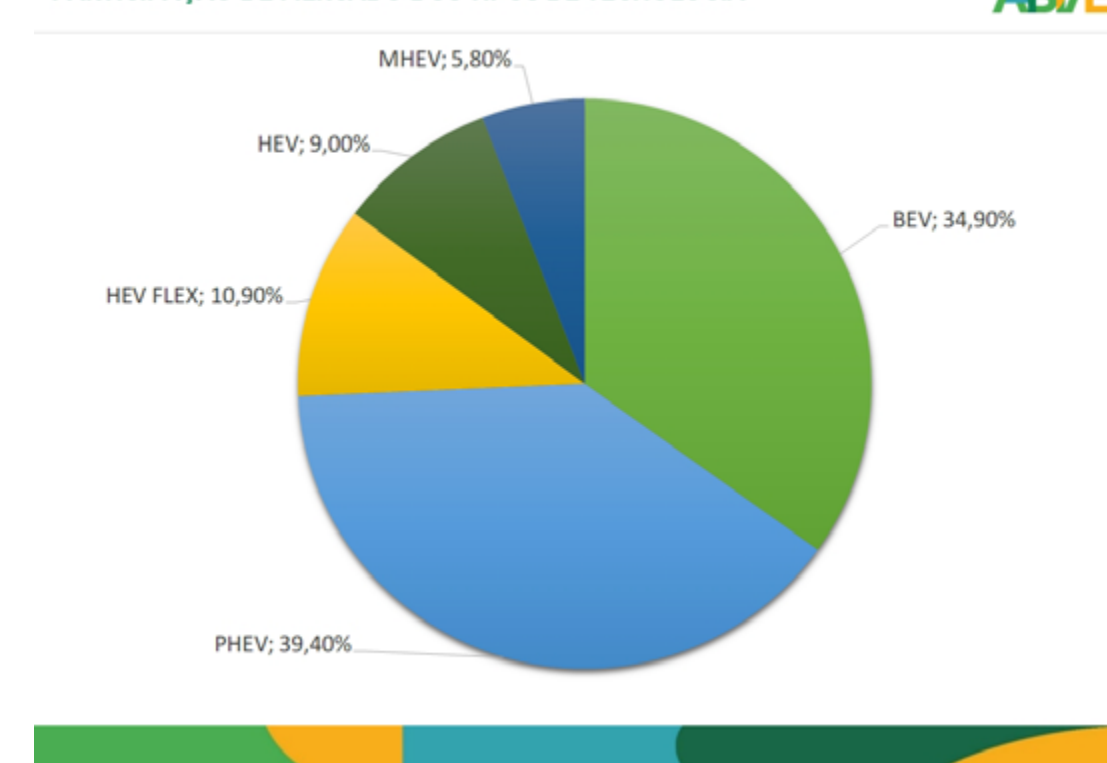
- Dezembro/2020: 350
- Março/2021: 500
- Fevereiro/2022: 1.250
- Outubro/2022: 2.862
- Dezembro/2022: 2.955
- Maio/2023: 3.200
- Junho/2023: 3.503
- Agosto/2023: 3.800
- Dezembro/2023: 4.300
- Março/2024: 7.758
- Julho/2024: 8.800
- Agosto/2024: 10.622

Já os veículos híbridos plug-in (PHEV), totalizaram o mês com 4.869 unidades vendidas, com uma participação de mercado de 36,7%. Em relação ao mês de agosto (5.781 veículos), houve uma retração de 15,8%;

já na comparação com agosto de 2023 (8.458 veículos) há aumento de 60,8%. Os HEV convencionais (elétricos não plug-in a gasolina ou diesel) ficaram com 9,3% das vendas (1.235 veículos); os HEV

FLEX, com 11,6% (1.540 veículos) e os micro híbridos (MHEV), com 7,0% (922 veículos). No acumulado 2024 (janeiro a setembro), a participação de mercado dos eletrificados por tecnologia é a seguinte:

PARTICIPAÇÃO DE MERCADO DOS TIPOS DE TECNOLOGIA



Só na ABVE encontram-se associadas 58 empresas relacionadas com a infraestrutura de recarga, que atuam fortemente na cadeia produtiva da eletromobilidade, gerando empregos e trazendo investimentos para o país.

Em recente pesquisa realizada pela associação, para o 1º Anuário da Cadeia Produtiva, que será lançado em breve, as empresas relacionadas ao setor de infraestrutura são as que mais apresentaram planos de investimentos para os próximos três anos no país.

Geografia da eletromobilidade

A região Sudeste é a líder nas vendas de veículos elétricos (BEV e PHEV). Em relação ao crescimento em relação ao total de eletrificados. Na comparação com agosto, houve um decréscimo de 8,1% nos emplacamentos. Em relação a setembro de 2023 (1.830 veículos), há um crescimento notável de 156,8%.

O estado do Maranhão, por exemplo, foi o que apresentou maior evolução de infraestrutura de recarga. Em março eram 40 pontos disponíveis, e em cinco meses houve um crescimento de 172,5%. Hoje, são 109 pontos disponíveis no estado.

Em relação aos municípios, o destaque de vendas ainda são as capitais:

- 1º São Paulo: 1.764
- 2º Brasília: 986

- 3º Rio de Janeiro: 619
- 4º Belo Horizonte: 410
- 5º Curitiba: 370

No processo de interiorização dos veículos leves eletrificados (excluídas as capitais) os municípios destaque são:

- 1º Campinas/SP: 199
- 2º Ribeirão Preto/SP: 101
- 3º São José do Rio Preto/SP: 97
- 4º Criciúma/SC: 86
- 5º Uberlândia/MG: 85

Faturamento do Varejo cai 0,2% em agosto

Dia dos Pais amenizou queda, que poderia ser mais acentuada. Setor do comércio como um todo não cresce desde fevereiro

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 Transporte. Bens Duráveis e Semiduráveis caiu 0,5%, influenciado principalmente pela queda de

Materiais para Construção. O macrossetor 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

creceu 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%).

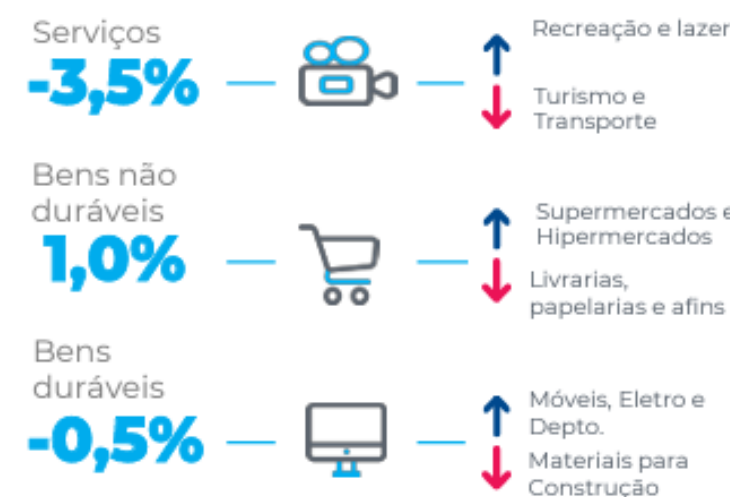
Índice Cielo de Varejo Ampliado

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

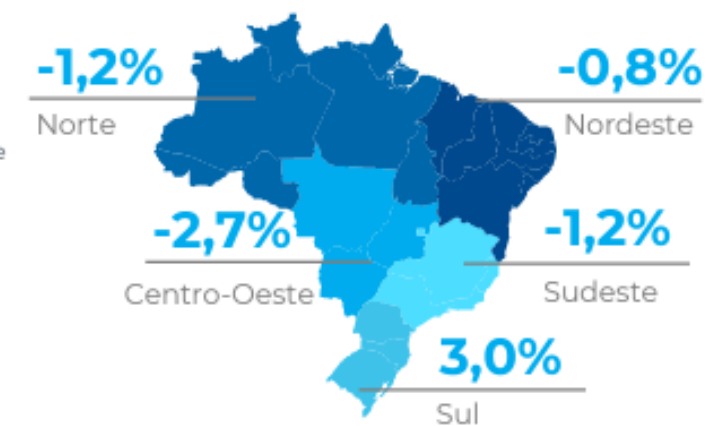


Macrossetores | Crescimento anual:

Valores deflacionados sem ajuste de calendário



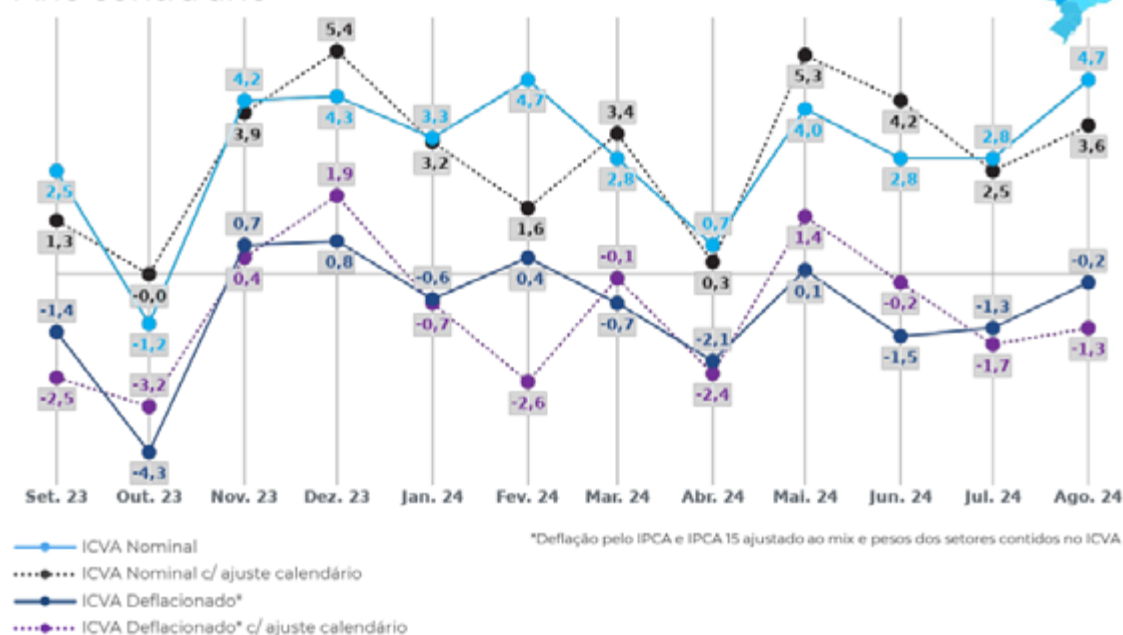
Desempenho deflacionado do varejo por regiões



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

Crescimento da Receita de Vendas no Brasil

Ano contra ano



Varejo de veículos e motos, partes e peças cresce 12,7% no acumulado de 2024

Em agosto, as vendas no setor de varejo variaram -0,3% segundo o último balanço do IBGE

Em agosto de 2024, o volume de vendas do comércio varejista recuou 0,3% na comparação com julho, na série com ajuste sazonal. No mês anterior, havia tido alta de 0,6%. A **média móvel trimestral** variou -0,2% no trimestre encerrado em agosto.

Na série sem ajuste sazonal, o comércio varejista subiu 5,1% em relação a agosto de 2023, 15ª taxa consecutiva no campo positivo. O **acumulado no ano** chegou a 5,1%, enquanto o **acumulado nos últimos 12 meses** ficou em 4,0%.

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 caiu 0,8% na série com ajuste sazonal. A **média móvel trimestral** variou -0,1%. **Na série sem ajuste sazonal**, o varejo ampliado cresceu 3,1%, acumulando no ano alta de 4,5% ante o mesmo período de 2023 e de 3,7% em 12 meses.

Sete das oito atividades recuam Em agosto, o comércio varejista brasileiro caiu 0,3% na comparação com o mês

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

*Série COM ajuste sazonal
Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Estatísticas Conjunturais em Empresas

anterior, após o crescimento registrado em julho (0,6%). Em termos setoriais, houve predominância de resultados negativos, com sete das oito atividades mostrando retração: Outros artigos de uso pessoal e doméstico (-3,9%), Livros, jornais, revistas e papeleria (-2,6%), Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação (-2,0%), Móveis e eletrodomésticos (-1,6%), Tecidos, vestuário e calçados (-0,4%), Combustíveis e lubrificantes (-0,2%) e Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (-0,1%). Apenas Artigos

farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria apresentaram crescimento de 1,3% entre julho a agosto de 2024.

No âmbito do comércio varejista ampliado, a atividade de **Veículos e motos, partes e peças** caiu 5,2%, ao passo que o setor de Material de construção teve variação de 0,3%.

Cinco atividades do varejo avançam

Em relação a agosto de 2023, cinco dos oito setores investigados ficaram no campo positivo: Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e

de perfumaria (15,7%), Móveis e eletrodomésticos (6,4%), Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (6,1%), Tecidos, vestuário e calçados (5,8%) e Outros artigos de uso pessoal e doméstico (1,6%).

No campo negativo ficaram Livros, jornais, revistas e papeleria (-7,6%), Combustíveis e lubrificantes (-4,6%) e Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação (-2,8%).

No comércio varejista ampliado, **Veículos e motos, partes e peças** e Material de construção tiveram alta: 8,3%

e 4,5%, respectivamente. Já Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo caiu 11,5% em agosto de 2024 na comparação com agosto de 2023.

O grupo de **Combustíveis e lubrificantes** apresentou queda de 4,6% nas vendas frente a agosto de 2023, quarto resultado negativo consecutivo (-4,0% em maio e junho e -4,4% em julho). A atividade foi a única a contribuir de forma negativa na soma total do indicador interanual, com -0,6 p.p de +5,1%. No ano, o setor acumula perdas de 2,5% até agosto, em aceleração em relação aos meses anteriores (-1,4% até maio, -1,9% até junho e -2,2% até julho). A sequência dos resultados acumulados dos últimos 12 meses também é de perdas, mas com manutenção do patamar: -3,2% até junho, -3,3% até julho e -3,4% até agosto.

No **varejo ampliado**, o volume de vendas de **Veículos e motos, partes e peças** volta a crescer novamente em agosto de 2024, na comparação com 2023 (8,3%) completando 16 meses seguidos de alta. O setor teve a segunda maior influência na composição global da taxa, somando 1,6 p.p. ao total de 3,1% do ampliado. Além disso, ao longo de 2023 e 2024 o setor acumula ganhos em todos os meses, alcançando

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

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

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

12,7% até agosto de 2024. Em termos de resultado acumulado nos últimos 12 meses, o ritmo de ganhos se encontra acima de 12,0% pelo segundo mês consecutivo: 12,4% até julho e 12,1% até agosto.

Vendas caem em 17 unidades da federação em agosto Na passagem de julho para agosto de 2024, na série com ajuste sazonal, a taxa média nacional de **vendas do comércio varejista** variou

-0,3% com predominância de resultados negativos, atingindo 17 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Minas Gerais (-2,4%), Tocantins (-2,0%) e Rondônia (-1,8%). Por outro lado,

pressionando positivamente, figuram seis das 17 Unidades da Federação, com destaque para Roraima (2,2%), Ceará (2,1%) e Bahia (1,3%).

No **comércio varejista ampliado**, a variação entre julho e agosto de 2024 foi de -0,8%, também com predominância de resultados negativos, com 16 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Mato Grosso do Sul (-4,5%), Minas Gerais (-2,9%) e Acre (-2,5%). Por outro lado, pressionando positivamente, figuram 9 das 27 Unidades da Federação, com destaque para Rio Grande do Sul (1,9%), Rio Grande do Norte (1,3%) e Roraima (1,3%). Amapá e Distrito Federal assinalaram estabilidade (0,0%) na passagem de julho para agosto.

Em relação a 2023, vendas sobem em 25 unidades da federação

Frente a agosto de 2023, a variação das vendas no comércio varejista, no corrente mês, teve predominância de resultados positivos, em 25 das 27 unidades da federação, com destaque para: Amapá (23,1%), Paraíba (19,9%) e Tocantins (15,2%). Espírito Santo foi o único estado a apresentar resultado negativo (-2,2%), enquanto Minas Gerais ficou estável (0,0%) em relação a agosto de 2023.

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

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

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

Já no **comércio varejista ampliado**, a variação entre agosto de 2024 e agosto de 2023 foi de 3,1% com resultados positivos em 23 das

27 Unidades da Federação, com destaque para: Amapá (22,1%), Paraíba (16,6%) e Distrito Federal (10,4%). Por outro lado, 4 Unidades da

Federação registraram taxas negativas, com destaque para: Mato Grosso do Sul (-8,9%), Minas Gerais (-0,4%) e Maranhão (-0,4%).

Terceiro trimestre tem maior produção de veículos em cinco anos

O fechamento do terceiro trimestre trouxe boas notícias para o setor automotivo brasileiro. Em termos de produção industrial, foi o melhor trimestre desde o terceiro de 2019, ou seja, o melhor em cinco anos. Os patamares registrados antes da pandemia também foram recuperados com a média diária de 11,2 mil autoveículos emplacados em setembro. Já as exportações começam a dar sinais de recuperação, após um primeiro semestre muito aquém do esperado. De acordo com o levantamento mensal da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores

(ANFAVEA), a produção no terceiro trimestre totalizou 715 mil unidades, 19% a mais que no mesmo período do ano passado. No acumulado do ano, o crescimento da produção é de 7% sobre os primeiros nove meses de 2023. Os emplacamentos mantiveram o ritmo de crescimento. No total, foram licenciados 236,3 mil veículos em setembro, incluindo automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus, o que representou uma variação positiva de 19,5% em comparação com setembro do ano passado. A retomada no acumulado de janeiro a setembro também chama a atenção, com um

crescimento de 14,1%, totalizando 1.859 mil veículos vendidos até o momento. Esse é o melhor resultado desde 2019. Apesar da queda no acumulado, as exportações apresentaram sinais de recuperação. Em setembro foram embarcadas 41,6 mil unidades, o maior volume do ano, com alta de 8,9% sobre agosto. Mas ainda enfrentamos um déficit na balança comercial do setor, já que as importações superaram as exportações em todos os trimestres deste ano. O volume de vendas de modelos importados é o maior desde 2014, assim como a participação de 17,3% no ano. Acrescentando aos

emplacamentos o elevado volume importado da China ainda em estoque, a quantidade de veículos trazidos de outros países ao longo deste ano totaliza cerca de 400 mil unidades "Os resultados de setembro refletem a resiliência da nossa indústria e o aquecimento do mercado interno, que vem superando nossas expectativas. A média diária de vendas de setembro é um indicativo positivo de que o último trimestre pode trazer ainda mais crescimento", afirmou Márcio de Lima Leite, Presidente da ANFAVEA, ressaltando que o ponto de atenção é o volume de exportações menor que o das importações.



Automóveis - Passenger Cars / Automóviles

Licenciamento

Vehicle registration / Matriculación de vehículos

	Unidades Units / Unidades
SET 24 - SEP 24/SEP 24	171,7 mil Thousand/Mil
AGO 24 - AUG 24/AGO 24	171,0 mil Thousand/Mil
SET 24/AGO 24 SEP 24/AUG 24 - SEP 24/AGO 24	0,4 %
SET 23 - SEP 23/SEP 23	145,7 mil Thousand/Mil
SET 24/SET 23 SEP 24/SEP 23 - SEP 24/SEP 23	17,8 %
JAN-SET 24 - JAN-SEP 24 - ENE-SEP 24	1369,8 mil Thousand/Mil
JAN-SET 23 - JAN-SEP 23 - ENE-SEP 23	1209,7 mil Thousand/Mil
JAN-SET 24 / JAN-SET 23 JAN-SEP 24 / JAN-SEP 23 - ENE-SEP 24 / ENE-SEP 23	13,2 %

Fonte: Renavam/Denatran

Exportação

Export / Exportaciones

	Unidades Units / Unidades
SET 24 - SEP 24/SEP 24	31,8 mil Thousand/Mil
AGO 24 - AUG 24/AGO 24	27,7 mil Thousand/Mil
SET 24/AGO 24 SEP 24/AUG 24 - SEP 24/AGO 24	14,9 %
SET 23 - SEP 23/SEP 23	18,8 mil Thousand/Mil
SET 24/SET 23 SEP 24/SEP 23 - SEP 24/SEP 23	69,2 %
JAN-SET 24 - JAN-SEP 24 - ENE-SEP 24	210,2 mil Thousand/Mil
JAN-SET 23 - JAN-SEP 23 - ENE-SEP 23	250,4 mil Thousand/Mil
JAN-SET 24 / JAN-SET 23 JAN-SEP 24 / JAN-SEP 23 - ENE-SEP 24 / ENE-SEP 23	-16,1 %

Produção

Production / Producción

	Unidades Units / Unidades
SET 24 - SEP 24/SEP 24	169,1 mil Thousand/Mil
AGO 24 - AUG 24/AGO 24	193,5 mil Thousand/Mil
SET 24/AGO 24 SEP 24/AUG 24 - SEP 24/AGO 24	-12,6 %
SET 23 - SEP 23/SEP 23	159,5 mil Thousand/Mil
SET 24/SET 23 SEP 24/SEP 23 - SEP 24/SEP 23	6,0 %
JAN-SET 24 - JAN-SEP 24 - ENE-SEP 24	1397,8 mil Thousand/Mil
JAN-SET 23 - JAN-SEP 23 - ENE-SEP 23	1346,8 mil Thousand/Mil
JAN-SET 24 / JAN-SET 23 JAN-SEP 24 / JAN-SEP 23 - ENE-SEP 24 / ENE-SEP 23	3,8 %

Licenciamento de autoveículos novos nacionais

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

	2024			2023			A/B	A/D	C/E
	SET SET/SET A	AGO AUG/AGO B	JAN-SET JAN-SEP/ENE-SEP C	SET SET/SET D	JAN-SET JAN-SEP/ENE-SEP E	A/B %	A/D %	C/E %	
Unidades - Total / Units / Unidades	193.770	196.757	1.536.883	167.769	1.392.553	-1,5	15,5	10,4	
Veículos leves / Light vehicles / Vehículos livianos	180.941	183.442	1.435.199	158.060	1.303.934	-1,4	14,5	10,1	
Automóveis / Passenger cars / Automóviles	143.187	143.660	1.150.372	125.316	1.057.286	-0,3	14,3	8,8	
Comerciais leves / Light commercials / Comerciales livianos	37.754	39.782	284.827	32.744	246.648	-5,1	15,3	15,5	
Caminhões / Trucks / Camiones	10.830	10.924	85.956	8.207	72.838	-0,9	32,0	18,0	
Semileves / Semi-light / Semilivianos	82	69	663	100	854	18,8	-18,0	-22,4	
Leves / Light / Livianos	868	922	7.085	634	6.451	-5,9	36,9	9,8	
Médios / Medium / Medianos	971	772	6.738	608	6.108	25,8	59,7	10,3	
Semipesados / Semi-heavy / Semipesados	3.474	3.125	25.115	2.251	21.486	11,2	54,3	16,9	
Pesados / Heavy / Pesados	5.435	6.036	46.355	4.614	37.939	-10,0	17,8	22,2	
Ônibus / Buses / Ônibus y Colectivos	1.999	2.391	15.728	1.502	15.781	-16,4	33,1	-0,3	

mil unidades thousand units / miles de unidades	JAN JAN/ENE	FEV FEB/FEB	MAR MAR/MAR	ABR APR/ABR	MAI MAY/MAY	JUN JUN/JUN	JUL JUL/JUL	AGO AUG/AGO	SET SEP/SET	OUT OCT/OCT	NOV NOV/NOV	DEZ DEC/DEC	TOTAL
2021	155,0	153,7	172,0	158,0	169,2	158,1	151,0	149,5	133,2	140,4	148,3	177,9	1.866,1
2022	108,4	117,1	129,1	128,4	164,2	151,2	159,3	184,5	168,8	158,9	174,0	187,2	1.831,0
2023	122,4	112,4	171,4	138,1	149,1	161,6	195,9	173,9	167,8	183,6	176,8	203,7	1.956,7
2024	130,1	137,1	157,1	184,6	161,3	176,0	200,1	196,8	193,8				1.536,9

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
	SET SET/SET A	AGO AUG/AGO B	JAN-SET JAN-SEP/ENE-SEP C	SET SET/SET D	JAN-SET JAN-SEP/ENE-SEP E	A/B %	A/D %	C/E %	
Unidades - Total / Units / Unidades	42.564	40.625	322.142	29.970	237.080	4,8	42,0	35,9	
Veículos leves / Light vehicles / Vehículos livianos	41.934	40.008	316.968	29.404	230.908	4,8	42,6	37,3	
Automóveis / Passenger cars / Automóviles	28.499	27.361	219.446	20.401	152.415	4,2	39,7	44,0	
Comerciais leves / Light commercials / Comerciales livianos	13.435	12.647	97.522	9.003	78.493	6,2	49,2	24,2	
Caminhões / Trucks / Camiones	625	602	5.142	565	6.165	3,8	10,6	-16,6	
Semileves / Semi-light / Semilivianos	563	531	4.619	536	5.784	6,0	5,0	-20,1	
Leves / Light / Livianos	23	35	255	12	212	-34,3	91,7	20,3	
Médios / Medium / Medianos	37	27	219	17	138	37,0	117,6	58,7	
Semipesados / Semi-heavy / Semipesados	1	2	12	0	14	-50,0	-	-14,3	
Pesados / Heavy / Pesados	1	7	37	0	17	-85,7	-	117,6	
Ônibus / Buses / Ônibus y Colectivos	5	15	32	1	7	-66,7	400,0	357,1	

mil unidades thousand units / miles de unidades	JAN JAN/ENE	FEV FEB/FEB	MAR MAR/MAR	ABR APR/ABR	MAI MAY/MAY	JUN JUN/JUN	JUL JUL/JUL	AGO AUG/AGO	SET SEP/SET	OUT OCT/OCT	NOV NOV/NOV	DEZ DEC/DEC	TOTAL
2021	16,2	13,7	17,4	17,1	19,4	24,4	24,5	23,3	21,9	22,0	24,7	29,2	253,8
2022	18,1	15,2	17,8	18,9	22,8	26,9	22,7	24,1	25,2	22,0	30,0	29,7	273,5
2023	20,4	17,5	27,5	22,7	27,5	27,9	29,7	33,8	30,0	34,3	35,8	44,8	352,0
2024	31,5	28,1	30,6	36,3	32,9	38,3	41,3	40,6	42,6				322,1

Fonte/Source/Fuente: Renavam/Denatran

Comerciais Leves - Light commercials / Comerciales livianos

Licenciamento

Vehicle registration / Matriculación de vehículos

	Unidades Units / Unidades
SET 24 - SEP 24/SEP 24	51,2 mil Thousand/Mil
AGO 24 - AUG 24/AGO 24	52,4 mil Thousand/Mil
SET 24/AGO 24 SEP 24/AUG 24 - SEP 24/AGO 24	-2,4 %
SET 23 - SEP 23/SEP 23	41,7 mil Thousand/Mil
SET 24/SET 23 SEP 24/SEP 23 - SEP 24/SEP 23	22,6 %
JAN-SET 24 - JAN-SEP 24 - ENE-SEP 24	382,3 mil Thousand/Mil
JAN-SET 23 - JAN-SEP 23 - ENE-SEP 23	325,1 mil Thousand/Mil
JAN-SET 24 / JAN-SET 23 JAN-SEP 24 / JAN-SEP 23 - ENE-SEP 24 / ENE-SEP 23	17,6 %

Fonte: Renavam/Denatran

Exportação

Export / Exportaciones

	Unidades Units / Unidades
SET 24 - SEP 24/SEP 24	7,7 mil Thousand/Mil
AGO 24 - AUG 24/AGO 24	8,7 mil Thousand/Mil
SET 24/AGO 24 SEP 24/AUG 24 - SEP 24/AGO 24	-11,3 %
SET 23 - SEP 23/SEP 23	6,6 mil Thousand/Mil
SET 24/SET 23 SEP 24/SEP 23 - SEP 24/SEP 23	16,2 %
JAN-SET 24 - JAN-SEP 24 - ENE-SEP 24	59,1 mil Thousand/Mil
JAN-SET 23 - JAN-SEP 23 - ENE-SEP 23	56,2 mil Thousand/Mil
JAN-SET 24 / JAN-SET 23 JAN-SEP 24 / JAN-SEP 23 - ENE-SEP 24 / ENE-SEP 23	5,1 %

Produção

Production / Producción

	Unidades Units / Unidades
SET 24 - SEP 24/SEP 24	45,5 mil Thousand/Mil
AGO 24 - AUG 24/AGO 24	50,9 mil Thousand/Mil
SET 24/AGO 24 SEP 24/AUG 24 - SEP 24/AGO 24	-10,6 %
SET 23 - SEP 23/SEP 23	39,3 mil Thousand/Mil
SET 24/SET 23 SEP 24/SEP 23 - SEP 24/SEP 23	15,8 %
JAN-SET 24 - JAN-SEP 24 - ENE-SEP 24	352,6 mil Thousand/Mil
JAN-SET 23 - JAN-SEP 23 - ENE-SEP 23	316,9 mil Thousand/Mil
JAN-SET 24 / JAN-SET 23 JAN-SEP 24 / JAN-SEP 23 - ENE-SEP 24 / ENE-SEP 23	11,3 %



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