



novovarejo

a mídia do aftermarket **automotivo**

EDIÇÃO 449 ANO 31 15 DE NOVEMBRO DE 2024 NOVOVAREJOAUTOMOTIVO.COM.BR NVD - NOVO VAREJO DIGITAL

Dia do Balconista

Data comemorada em 26 de novembro homenageia categoria profissional que faz o elo entre a loja e os clientes. Veja o que os empresários do varejo esperam de um vendedor de autopeças

aftermarket
automotivo


SAMPTEL
PEÇAS AUTOMOTIVAS



A INOVAÇÃO
ESTÁ EM
**NOSSO
DNA**



CATÁLOGO ONLINE
e ELETRÔNICO + de
3.500 itens

 **USCA na
Rede**

Nº 1 EM ROLAMENTOS



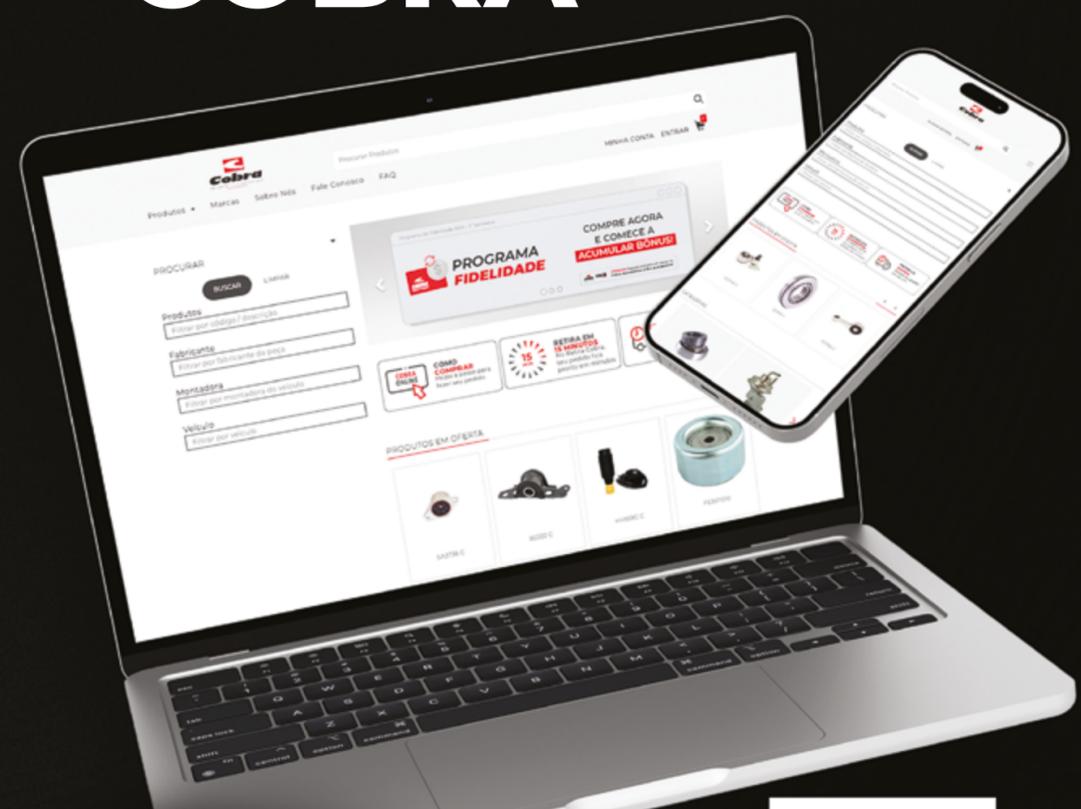
ESTÁ CHEGANDO A COBRA BLACK

LOJA ONLINE COBRA

O movimento
do mercado
começa aqui

As melhores ofertas para
abastecer o seu estoque

25 à 29
NOVEMBRO



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

Acesse:
loja.cobrarolamentos.com.br



Dia do Balconista de Autopeças e algumas contradições

O mês de novembro é marcado por uma data muito especial no calendário do aftermarket automotivo brasileiro. No dia 26, o mercado inteiro se une em homenagem ao balconista de autopeças. Foi em 2001 que nós, do Novo Varejo, decidimos criar uma ação específica para valorizar estes profissionais tão importantes no processo de comercialização dos componentes automotivos. Eles são o ponto de encontro entre os clientes e as lojas. Assim nasceu naquele ano, nas páginas desta publicação, o Dia do Balconista de Autopeças. Com o tempo, o mercado foi aderindo à causa e diferentes empresas passaram a direcionar ações aos balconistas num dia de festa. Mas ainda queríamos mais. Em contato com o então vereador Celso Jatene, e apoiados pelo Sincopeças/SP, sugerimos um projeto para incluir a data no calendário oficial do município de São Paulo. E, em 2010, o Dia do Balconista de Autopeças foi oficializado, por força de lei, na maior cidade do país. Muitas coisas aconteceram e outras tantas mudaram nestes 23 anos transcorridos desde que propusemos a justa homenagem. Porém, uma urgência continua exatamente a mesma mais de duas décadas depois: a importância dos cursos e treinamentos para o aprimoramento do balconista. No recente Seminário da Reposição Automotiva, muito foi dito sobre a carência de mão de obra enfrentada pelos gestores das lojas de componentes automotivos. Isso nos leva a constatar algumas interessantes contradições de nosso mercado. Há, e não é de hoje, certa insatisfação com a oferta de cursos para os profissionais de atendimento e vendas. Por outro lado, quem oferece tais aprimoramentos por vezes

acaba igualmente insatisfeito com a baixa adesão aos cursos. Quando as duas pontas irão se comunicar adequadamente para acertar esse fluxo? Como motivar os profissionais a dedicarem um tempo à própria formação? São perguntas oportunas que o mercado precisa encontrar uma forma de responder melhor. Nos últimos dois ou três anos dedicamos bastante espaço em nossas páginas a iniciativas importantíssimas como a norma ABNT para os vendedores de peças e acessórios e a certificação IQA para estes profissionais. Muito esforço foi feito por lideranças e entidades do mercado para que estes dois produtos estivessem finalmente à disposição dos profissionais. Infelizmente, a adesão tem sido baixa. Tudo bem que nada acontece do dia para a noite, mas por que esperar para aderir a dispositivos tão solidamente chancelados em favor da evolução profissional em nossa cadeia de negócios? O problema existe e a solução está à mão. Eis aí outra contradição. Muitos empresários temem que investir na formação de seus balconistas estimule o turnover, na medida em que o profissional mais preparado pode ser assediado pela concorrência ou, até, abrir seu próprio negócio. Só que é impossível acompanhar as exigências de uma sociedade cada vez mais conectada sem preparar as equipes de atendimento a um mercado tomado pela tecnologia. Ainda existem varejos presos a esta contradição. O caminho para sanar as dúvidas e incertezas é a informação. É isso que oferecemos a você, leitor. O Novo Varejo tem ciência de sua responsabilidade a cada conteúdo produzido e publicado. Investimos sempre no jornalismo sério e independente. Sem contradições.

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 - #449 15 Novembro 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

Todo mundo tem um amigo que indica você como referência.

Feliz dia do Balconista!

Cofap, a marca líder em amortecedores, agradece a parceria de sempre. Afinal, tão fundamental quanto a nossa qualidade, conforto e segurança é a sua preferência. A Cofap está sempre com você.

SIGA:

[f](#) [i](#) [t](#) [in](#) [d](#)

Por no trânsito começa por você

cofap

mmcofap.com.br



08 Entrevista

O especialista em vendas Gustavo Malavota aponta caminhos para o aprimoramento dos balconistas de autopeças e mostra conhecimento técnico e capacidade de conexão são atributos indispensáveis hoje em dia.

16 Capa

Na reportagem especial que comemora o Dia do Balconista de Autopeças, empresários do varejo avaliam as qualidades do bom profissional e os principais requisitos para a contratação dos vendedores.

30 Fraga

Danilo Fraga, CEO da Fraga Inteligência Automotiva e colaborador editorial do Novo Varejo, destaca em seu artigo desafios e soluções para as tomadas de decisões em um mercado repleto de marcas e modelos.

42 After.lab

Confira os resultados atualizados das pesquisas VIES, MAPA, ONDA, META e LUPA, iniciativas exclusivas do After.Lab, o núcleo de inteligência de negócios do aftermarket automotivo, que trazem dados inéditos.

68 Mobilidade

Legislativo brasileiro começa a discutir as regras para regulamentar a circulação de carros autônomos no país. Enquanto isso, Brasil inaugura primeira planta para conversão de hidrogênio a partir do etanol.



HÁ 100 EDIÇÕES

Mercado supera pandemia e volta a pensar em tecnologia

Após dominar a pauta a pauta do aftermarket durante dois anos, pandemia da covid-19 perdeu força e setor voltou foco para a transformação digital

O Aftermarket Automotivo iniciou 2021 ainda fortemente impactado pelos desdobramentos da crise sanitária causada pela pandemia do novo coronavírus. Naquele momento, a expectativa era grande, pois as vacinas já estavam prontas e havia esperança de que no decorrer do processo de imunização o número de casos e vítimas da covid-19 seria drasticamente reduzido no país. O tempo confirmou a expectativa. O número de mortes diárias – que no pico da doença

se aproximou de 3 mil – baixou para 50. Toda a população global esperava por essa notícia. Quando ela finalmente chegou, a vida começou a voltar ao normal. A constatação foi feita pela edição 2021/22 da ação editorial Parceiro Secreto. Se no ano anterior a crise sanitária e suas consequências respondiam por quase 40% das perguntas encaminhadas ao Novo Varejo pelas lideranças do mercado de reposição, finalmente o interesse pelo tema caía pela metade e se fazia

presente em apenas 20% dos questionamentos. Com isso, a pauta do mercado para 2022 voltava a se acomodar nos assuntos que prevaleciam antes da pandemia, a saber: digitalização e estratégias de negócios. Aliás, na reportagem publicada em janeiro de 2021 já fazíamos esta previsão: “Não devemos, em função desse índice expressivo, relativizar a pauta do setor”. Sendo assim, há 100 edições era possível ler claramente nas entrelinhas que o grande

tema do interesse deste aftermarket era a digitalização do mercado, questão que vinha crescendo significativamente nos enunciados das perguntas que encaminhávamos aos participantes da edição 348. As perguntas específicas sobre pandemia caíram de 26,5% para 8%. Já o tema digitalização e tecnologia voltou a subir na pauta dos Parceiros Secretos, de 24,5% para 33%, e estratégias de negócios – assunto que sempre teve índices expressivos de participação – subiu de 22,5% para 26%.

PORTFÓLIO COMPLETO DAS MELHORES MARCAS E ENTREGAS EM TODO O BRASIL?

tá na **mão** tá na **pellegrino**

Conte com nossa gente.

Linha Leve

Agilidade na Entrega

Linha Pesada

Portfólio

Compre Online

Maquininha Pronto!

Motopeças

Acessórios

Tudo o que você precisa para fazer o melhor negócio em peças para auto, moto e acessórios.

compreonline.pellegrino.com.br

Escaneie o QR Code e acesse o [compreonline](https://compreonline.pellegrino.com.br).

 **Pellegrino**
Conte com nossa gente.

@pellegrinoautopecas
Pellegrino Autopeças
Pellegrino Distribuidora de Autopeças
0800 020 0700



Foto: divulgação

Conhecimento técnico e capacidade de conexão são atributos obrigatórios para um balconista excelente

Treinador mostra caminhos para que um profissional de vendas se destaque na loja e cresça na profissão

Assim como o setor automotivo como um todo, o aftermarket passa por um momento de transição. Discussões em torno do aumento da representatividade do e-commerce e dos marketplaces nas vendas de produtos, bem como da chegada de tecnologias como os chatbots, colocam pontos de interrogação na cabeça de profissionais como os balconistas quanto a seus papéis no futuro que se apresenta.

De acordo com especialistas em vendas como o fundador do Grupo Mola, Gustavo Malavota, porém, nenhuma dessas novidades irá ameaçar a relevância dos vendedores no varejo de autopeças. Bom, pelo menos não dos vendedores diferenciados.

Em entrevista à nossa reportagem, Malavota destacou que a complexidade da compra de peças automotivas cria o cenário ideal para a chamada 'venda consultiva'. Isto é, um atendimento que vai além de

questões simples como a negociação por preços e a verificação de disponibilidade no estoque, e é capaz de não apenas ajudar o consumidor a escolher o produto correto, mas de transmitir a confiança necessária para que ele possa comprá-lo.

Além deste ponto, o treinador – cujo perfil no Instagram ultrapassa o número de 140 mil seguidores – afirmou que a capacidade única de vendedores humanos de estabelecer conexões com seus clientes garantirá a manutenção de suas relevâncias no ecossistema do varejo.

Para isso, porém, os balconistas e vendedores de autopeças precisam ir além da resposta de mensagens ou ainda do contato ativo no WhatsApp, recorrendo à boa e velha ligação telefônica.

“Da pandemia para cá, menos da metade dos vendedores ligam para seus clientes. Eles nem imaginam que este ainda é o maior reforço da conexão

A conexão com os clientes estabelecida pelos vendedores garantirá sua relevância no ecossistema do varejo, diz Malavota

MONROE 55 AMORTECEDORES
MONROE AXIOS 65
MONROE CLUB 25 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

entre a loja e seus consumidores”, colocou Malavota.

Confira abaixo a entrevista na íntegra e saiba como se tornar um balconista ainda mais diferenciado.

Novo Varejo - No seu trabalho de treinamento e consultoria você fala sobre a diferença entre o balconista que faz um bom atendimento daquele que é sucesso em vendas. Quando falamos do setor de autopeças, qual é o principal fator de diferenciação entre o primeiro e o segundo?

Gustavo Malavota - Sem dúvidas, é a capacidade da pessoa estabelecer conexão com o cliente. Por exemplo, se alguém vai à loja perguntar quanto está o óleo, não adianta falar o preço. Muito provavelmente, se ele se limitar a isso, não vai fazer a venda. É preciso perguntar qual o tipo do carro, o modelo, o ano, quantas vezes ele já trocou, onde foi que ele trocou e qual foi o último óleo colocado. A maioria dos balconistas, infelizmente, simplesmente passa o preço, sem querer saber o histórico

e informações que possam se tornar gatilhos para a venda.

Novo Varejo - Além desse cuidado no relacionamento no ponto de venda físico, é possível ampliar as oportunidades de conexão também no digital – como, por exemplo, no WhatsApp?

Gustavo Malavota - Não só é possível, como é fundamental. Em diversos casos que acompanhei, observei que alguns vendedores recebem o pedido de orçamento e simplesmente enviam. Não apenas deixando de fazer perguntas adicionais, como também perdendo a oportunidade de novos contatos em um follow up. Você falou do WhatsApp, que é importante, mas eu costumo dizer que a ligação é ainda mais importante. Temos uma estatística que aponta que menos da metade dos vendedores têm ligado para seus clientes da pandemia para cá e a ligação é o fator que mais conecta. Por que você acha que os bancos te ligam? É por isso. Você pode, por exemplo, anotar alguns pontos de uma conversa que teve com o

cliente na loja e ligar para ele dizendo: “Olha, lembra que eu falei que essa peça seria um ótimo complemento àquela que você comprou aquele dia? Então, ela chegou na loja. Já está disponível. Se você quiser dar uma passadinha aqui eu guardo pra você”. São ações que não custam muito, mas que são raras e, por isso, fazem muita diferença.

Novo Varejo - Existe um outro ponto que tem sido bastante comentado também no after-market, que é a necessidade de o balconista estar preparado para fazer uma venda consultiva. Você também considera isso importante?

Gustavo Malavota - Cada vez mais importante por diversos motivos. Veja bem, estamos acompanhando que o mercado de venda online de autopeças está crescendo cada vez mais e, muitas vezes, oferece produtos mais baratos. Sendo assim, o consumidor que vai à loja física vai ou porque tem dúvidas sobre algum produto ou porque está desconfiado e quer se certificar que está fazendo a compra correta. O

papel do balconista ou vendedor, portanto, é não só estar pronto para esclarecer essas dúvidas como ser um elo de reforço da confiança entre o cliente e a loja em si. Um erro muito comum que observo nas minhas consultorias é o fato de o vendedor presumir que o cliente sabe exatamente o que está comprando. Muitas vezes ele não só não sabe, como chega com o pedido errado. Se o vendedor não for capaz de entregar este serviço adicional de dizer “olha aqui, acredito que não seja essa peça, mas essa”, não tem por que o cliente comprar da sua loja. Ele pode, muito bem, ir pagar mais barato comprando no marketplace e conviver com os mesmos riscos.

Novo Varejo - Ainda no atendimento consultivo, existe uma diferença entre o conhecimento técnico adequado para atender um cliente B2C (dono do carro) ou B2B (reparador)?

Gustavo Malavota - Total. E isso faz com que eu indique que o ideal é o lojista até segmentar este atendimento. Se você não tem todos os seus vendedores

e balconistas preparados tecnicamente para fazer um atendimento consultivo com um cliente que domina os detalhes do produto, você precisa direcionar quais clientes serão atendidos por qual vendedor. No caso do B2B, a tendência é que haja um nível de complexidade muito maior. Vai haver perguntas, negociações e discussões que, se o vendedor não estiver preparado para lidar, é muito possível que a venda seja prejudicada. Por isso a especialização técnica é tão importante.

Novo Varejo - Diante dessa importância do atendimento

consultivo que você aponta, seria ideal que os vendedores de autopeças tivessem sempre treinamento adequado nesse sentido. No entanto, temos visto pouco engajamento das lojas no incentivo a ações importantes como a certificação promovida pelo IQA. Como essa conta fecha?

Gustavo Malavota - Sei que essa é uma questão delicada. Mas, hoje em dia, temos uma série de cursos gratuitos disponíveis para capacitação. Se a loja não contribuir para isso, é importante que o profissional tome as rédeas. Eu, por exemplo, já fiz muita palestra para o setor automotivo. Além

disso, já vi muitos podcasts sobre o tema, além de cursos gratuitos disponibilizados pelo Sebrae e o SENAC. A verdade é que hoje existe muita opção para quem quer se diferenciar.

Novo Varejo - Se a loja não se envolve na formação de seus próprios profissionais, como ela irá reter um talento que investiu em sua própria capacitação? Existe alguma forma de fazê-lo?

Gustavo Malavota - É preciso que os profissionais qualificados recebam um benefício por isso e um case bastante interessante que

eu vejo no aftermarket automotivo é o do MercadoCar. Essa empresa que, para mim é referência mundial no setor, trata seus colaboradores como parceiros. Isto é, eles recebem bônus pelos serviços que executam e pelas horas que dedicam à empresa. É quase uma relação comissionada, mas é ainda mais profunda que isso. Para mim, portanto, uma forma de fidelizar os colaboradores mais bem preparados é premiá-los pelos seus resultados. Isso tem um impacto direto no controle do turnover.



De 7 em cada 10 modelos de veículos utilizam produtos NTN SNR com tecnologia japonesa-francesa

www.ntn.com.br



Para o especialista, premiar os vendedores pelos resultados é uma forma de fidelizar os colaboradores mais bem preparados

Sama
Autopeças

MAIS QUE UMA DISTRIBUIDORA,
**uma parceira que
evolui lado a lado
com o seu negócio.**

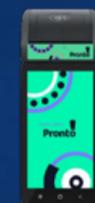
Fornecendo autopeças de qualidade, com entrega rápida e compromisso com o seu negócio, somos a sua parceira de confiança quando o assunto são soluções para o mercado automotivo. Experiência e excelência a serviço da sua empresa. Conte conosco para seguir evoluindo.



COMPRE ONLINE, DE ONDE
E QUANDO QUISER



VARIEDADE E CONFIANÇA EM
UM PORTFÓLIO COMPLETO
DE AUTOPEÇAS



PRONTO! A MAQUININHA
ESPECIALISTA NO
MERCADO AUTOMOTIVO.



#POR
TODO
BRASIL



f @autopecassama
@sama.autopecas



0800 020 0900



compreonline.samaautopecas.com.br

Sama
Autopeças

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.



Varejistas abrem o jogo sobre a relação de suas empresas com os balconistas de autopeças

Empresários estão dispostos a investir no treinamento dos profissionais, mas temem o turnover

Desde 2001 o aftermarket automotivo brasileiro comemora anualmente o Dia do Balconista de Autopeças. A data foi criada e instituída pelo Novo Varejo a fim de reconhecer uma categoria de extrema relevância para o mercado e estimular o aprimoramento dos profissionais que representam a loja no contato direto com os clientes reparadores e proprietários de veículos. Em 2010, em entendimentos com o então vereador Celso Jatene e com apoio do Sincopeças/SP, conseguimos aprovar a lei na Câmara Municipal que torna a data

oficial na cidade de São Paulo. Há mais de 20 anos o Novo Varejo produz em novembro conteúdos focados nos balconistas de autopeças, dando voz não apenas a estes profissionais, mas também ouvindo o que os gestores de loja têm a dizer sobre a parceria com seus vendedores, que representam frequentemente o principal elo das marcas e empresas com os clientes reparadores e proprietários de veículos. Neste longo período decorrido desde a criação da data até os dias atuais muita coisa mudou. Uma das principais novidades foi a publicação

de uma norma ABNT específica para os vendedores de autopeças – grupo que também contempla os balconistas, entre outras categorias. Também surgiu, em 2023, a certificação profissional inédita criada pelo Instituto da Qualidade Automotiva (IQA). Ou seja, aprimoramento e conhecimento ganharam ainda mais peso no currículo dos vendedores. É bem verdade que, na prática, tais esforços infelizmente ainda não surtiram os efeitos esperados. Isso fica claro nas consultas exclusivas feitas pela reportagem do Novo Varejo junto aos

profissionais de balcão. Em nossa última apuração, constatamos que cerca de 85% dos profissionais de vendas representados por integrantes do grupo 'Balconistas do Brasil', idealizado por Júlio Cesar Sampaio, conhecido como 'Balconista dos Pampas', disseram desconhecer a existência da certificação. O fato é corroborado pelos próprios gestores de IQA e Sincopeças que, questionados por números de balconistas certificados, avisam que ainda há um trabalho grande a ser feito até que a ação se popularize no mercado.

BLACK WEEK

RMP %

Potência máxima e descontos imbatíveis para você chegar mais longe!

De **21 a 29 de novembro**, a sua chance de **economizar** em autopeças está garantida!

Cada dia uma surpresa, com **descontos exclusivos** e atendimento especial tanto na loja online quanto com nosso time comercial.

Fique de olho, você não vai querer ficar de fora dessa.

Escaneie o QR Code para aproveitar ofertas incríveis!

Conheça nossas redes sociais:
 rmpdistribuidora
 RMP Distribuidora

Empresário valorizam conhecimento técnicos dos profissionais e exigem qualidade no atendimento

Independentemente da aquisição da norma ou realização da prova de certificação, é importante destacar que os atributos pontuados tanto pela ABNT quanto pelo IQA têm total afinidade com

as expectativas exigidas pela prática do mercado. Em comemoração ao Dia do Balconista de Autopeças, conversamos este ano com gestores de alguns dos principais

varejos do segmento no país e os questionamos sobre os principais critérios para contratação de um profissional de atendimento e vendas. Tal como nos requisitos da

certificação, os pontos mencionados com mais frequência foram: qualidade de atendimento e conhecimento técnico automotivo. Veja a seguir:

O que os gestores de autopeças mais valorizam na hora de contratar um balconista de autopeças



"Os maiores atributos são o foco no cliente, alicerçado na organização, disciplina e ética; e conhecimento automotivo"

Murilo Reis

Diretor de Operações da AutoZone Brasil



"Ter conhecimento sobre peças automotivas e suas aplicações em diferentes tipos de veículos é essencial. Isso permite que o vendedor ofereça o produto certo e responda às dúvidas técnicas dos clientes. Consideramos também que as habilidades de vendas são fundamentais, incluindo técnicas de persuasão, argumentação e fechamento. Além disso, há que se ter a capacidade de construir relacionamentos e gerar confiança, que é essencial para fidelizar o cliente"

Carlos Maia

Gerente Comercial da Josecar



"Uma vontade, uma disponibilidade imediata de servir o cliente. O cliente quer em primeiro lugar 'ser atendido'. Além disso, um vendedor de autopeças passa a ser valorizado como consultor pelo cliente quando atinge maturidade de conhecimento técnico, e assim se torna solução. Sabemos, porém, que, em relação a este último ponto, é preciso em torno de quatro anos para se atingir essa maturidade"

Flávio Ramos

Proprietário da Soma +



"Valorizamos se o candidato está alinhado com as expectativas da vaga e da empresa. Mais do que conhecimento técnico, ele precisa se adaptar à rotina e trazer um novo olhar, que gere inovação e melhores resultados"

Paulo Pupo

Encarregado dos Recursos Humanos da Jocar

Exigências estão além da disponibilidade de mão de obra qualificada e demandam ações de treinamento

Pode soar clichê ou um assunto cansativo. Mas, todas as vezes que falamos da importância dos balconistas, é indispensável falarmos também do papel da capacitação para maximizar os impactos positivos destes profissionais na cadeia do aftermarket. Este quadro se apresenta antes mesmo de mergulharmos no setor autopeças em si. **Afinal, dados gerais do cenário de empregos no**

Brasil apontam para o fato de o comércio como um todo ser uma das principais portas de entrada para profissionais ainda sem qualificação ou experiência.

Segundo o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese), por exemplo, o varejo fica atrás apenas do setor de serviços no ranking dos segmentos em que os jovens conseguem o primeiro emprego. No último relatório

divulgado sobre o assunto, o órgão apontou também que 20,4% dos jovens brasileiros entre 14 e 29 anos trabalham no comércio. De acordo com especialistas como a consultora de Recursos Humanos Heloísa Ribeiro de Araújo, o elevado número de entrantes no setor aumenta a responsabilidade do varejo na formação de talentos. Quando questionados sobre o tema, os varejistas de autopeças ouvidos pela nossa reportagem

confirmaram que essa realidade geral também se apresenta no aftermarket, exigindo um grande esforço de formação por parte das empresas. Tal cenário mais uma vez reforça a necessidade de um trabalho nacional articulado de capacitação e padronização das valências esperadas por estes profissionais. A realidade, no relato dos varejistas, porém, revela que tais treinamentos acontecem de maneira esparsa - se organização em organização.

TEM NOVIDADES NA MOTORS IMPORTS!

Lançamento

40288/40289/40290/40291 - BRONZINA
BIELA CITROEN JUMPER 2.0 DIESEL
STD/0.30/0.50/0.80

Lançamento

40078 - VÁLVULA TERMOSTÁTICA
JEEP COMPASS 2.0 12/15 OBS.

Lançamento

39108 - DISCO FREIO DIANT. VW
JETTA 2.0 TSI 11...

Lançamento

40274 - RESERVATÓRIO ÁGUA VW
TOUAREG 3.6/4.2 FSI 10/17

Lançamento

38648 - RADIADOR ÓLEO TOYOTA
HILUX 2.8 16...

Ganhadores do Prêmio
Maiores e Melhores 2023

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

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

ROLES E RPR:

a melhor solução em
autopeças e motopeças!



+ DE 40 MIL PRODUTOS EM PORTFÓLIO!



MELHORES MARCAS DO MERCADO!



ENTREGA EM TODO BRASIL!



E MUITO MAIS!



Com mais de **40 mil produtos** das melhores marcas do mercado, a **Roles** e a **RPR** estão sempre perto de você, com filiais distribuídas por todo o Brasil. E nosso atendimento especializado e agilidade, garantem a solução que você precisa para fortalecer seu estoque e o seu negócio.

Aponte sua câmera para o **QR CODE** e **Compre Online.**



ROLES



RPR

ROLES
AUTOPEÇAS

55
ANOS

RPR
MOTOPEÇAS

Roles: 0800 020 0300
RPR: 0800 040 0300



Roles Autopeças
RPR Motopeças



roles.com.br
rpr.com.br

JUNTOS FAZEMOS MELHOR

JUNTOS VAMOS MAIS LONGE

Na maior parte das vezes, os vendedores de autopeças da sua loja chegam prontos?



Foto: divulgação

"A grande maioria precisamos treinar, não só em processos técnicos relacionados a peças, produtos e marcas, como em finanças, comportamentos, responsabilidades corporativas e pessoas. Dispomos de um treinamento completo e estruturado através de uma trilha, envolvendo mentoria e acompanhamento, de forma estruturada, focada e bem organizada"

Murilo Reis
Diretor de Operações da AutoZone Brasil



Foto: divulgação

"Na maioria das vezes, os novos vendedores não chegam completamente prontos para função e necessitam de treinamento. O mercado de autopeças exige conhecimento técnico específico e familiaridade com o perfil dos clientes, e mesmo aqueles que já possuem alguma experiência, geralmente precisam de adaptação para atender os padrões e processos internos da empresa. O treinamento consiste em abordar conhecimento de produtos, ferramentas e padrões de atendimento e processos de vendas e logística. O treinamento é um investimento importante, pois quanto mais preparado o vendedor estiver, melhor ele poderá atender, gerar valor para o cliente e fortalecer a imagem da empresa no mercado"

Carlos Maia
Gerente Comercial da Josecar



Foto: divulgação

"O 'pronto' nunca existe. Mesmo que ele tenha conhecimento técnico e habilidade de venda, irá precisar entender a cultura da empresa, seus processos, seu core business etc. Aqui temos as duas situações pois investimos em vendedores já conhecedores do nosso mercado e em quem nunca viu uma peça de automóvel na frente. Em qualquer uma das situações é necessário o acompanhamento, treinamento e reconhecimento"

Flávio Ramos
Proprietário da Soma +



Foto: divulgação

"O correto seria que chegassem prontos, porém, pela escassez deste tipo de profissional, tornou-se comum o treinamento, inclusive com a possibilidade de aproveitamento de pessoas de outros setores – estoque, por exemplo"

Paulo Pupo
Encarregado dos Recursos Humanos da Jocar

PARABÉNS

A FLÓRIO PARABENIZA E AGRADECE A TODOS OS BALCONISTAS DE AUTOPEÇAS DO BRASIL PELA DEDICAÇÃO QUE MOVE O NOSSO MERCADO!

DIFERENCIAIS RESERVATÓRIOS FLÓRIO

- ✓ ESPESSURA DE PAREDE E PESO IGUAL A NORMA DAS MONTADORAS (MAIOR RESISTÊNCIA E QUALIDADE);
- ✓ ADICIONADO NO PLÁSTICO "ADITIVO ANTIVELHECIMENTO" (MELHOR DESEMPENHO E DURABILIDADE);
- ✓ LINHA MAIS COMPLETA DO MERCADO;
- ✓ ORIGINAL EM 2 DAS MAIORES MONTADORAS DO PAÍS;
- ✓ 81 RESERVATÓRIOS DE EXPANSÃO EXCLUSIVOS (SÓ FLÓRIO OU ORIGINAL);
- ✓ VÁRIOS RESERVATÓRIOS COM TAMPA E OU MANGUEIRA JÁ ACOPLADO.

DIFERENCIAIS TAMPAS DE VÁLVULAS FLÓRIO

- ✓ MAIOR FABRICANTE DE TAMPAS DE VÁLVULAS "MADE IN BRAZIL";
- ✓ LINHA MAIS COMPLETA DO MERCADO;
- ✓ 72 TAMPAS DE VÁLVULAS NA LINHA DE FABRICAÇÃO;
- ✓ DESIGNER, QUALIDADE E MATÉRIA PRIMA "ORIGINAL"

ESCANEE O QR CODE ACIMA E ACESSE NOSSO CATÁLOGO DE PRODUTOS

www.FLORIO.COM.BR

FAÇA REVISÕES EM SEU VEÍCULO REQUERIMENTE

Treinamento também inclui preparação para atender no WhatsApp

Dentre todas as mudanças e necessidades que surgiram na profissão de balconista de autopeças nos últimos anos, a capacidade de ser assertivo e transportar a mesma qualidade de atendimento da loja física para o 'balcão virtual' do WhatsApp tem se colocado como uma das mais relevantes.

Recentemente, uma pesquisa realizada pela Opinion Box revelou que **76% das pessoas no Brasil utilizam o WhatsApp para se comunicar com empresas e marcas, sendo que a maioria o faz para obter informações sobre produtos ou serviços.** O levantamento também mostrou que 45%

dos consumidores passaram a fazer compras pelo aplicativo no último ano, enquanto 55% passaram a contratar serviços pela plataforma.

Neste contexto, a ferramenta, conhecida por sua proximidade e personalidade, tem permitido que os consumidores tirem dúvidas, obtenham informações e até realizem compras diretamente pelo aplicativo, sem precisar recorrer a outros canais.

Esse movimento, que une conveniência e rapidez, foi impulsionado pelo comportamento dos próprios consumidores, que buscam cada vez mais interação direta e imediata

com as marcas – algo fundamental, tendo em vista que pesquisas apontam para o fato de que marcas que respondem a seus clientes em até 1 minuto após o 'transbordo de um chatbot' têm uma taxa de conversão de 23%, enquanto vendedores que levam mais de um dia para retornar veem suas conversões médias cair para mísero 1%.

Ainda sobre o WhatsApp, é importante notar o seu caráter democrático. Isto é: consumidores esperam eficiência no atendimento por meio deste canal tanto dos varejos de grande quanto dos de pequeno porte.

Outro ponto a ser notado é que o Brasil, ao lado do Chile, lidera a utilização do WhatsApp na América Latina para compras, com 83% dos consumidores recorrendo ao app para adquirir produtos ou contratar serviços. Outros países da região também apresentam números expressivos, como Peru (77%), Colômbia (74%), Argentina (71%) e México (53%).

Não por acaso os varejistas do aftermarket automotivo brasileiro são unânimes em apontar a expertise e a assertividade na plataforma como uma característica imprescindível para seus balconistas.

A importância do atendimento via WhatsApp para os balconistas



"Para ser direto. Atualmente, o WhatsApp é o principal e mais importante meio de comunicação"

Murilo Reis
Diretor de Operações da AutoZone Brasil



"É cada vez mais importante os vendedores atenderem no WhatsApp. O mercado mudou e os clientes, sejam eles mecânicos ou consumidores finais, buscam agilidade e conveniência no atendimento. O WhatsApp permite um atendimento rápido, direto e muitas vezes mais eficiente que o presencial ou o telefone. Portanto, a habilidade de atender via WhatsApp é hoje um diferencial e uma necessidade para vendedores, especialmente em empresas que buscam modernizar o atendimento e se adaptar às demandas digitais do mercado atual"

Carlos Maia
Gerente Comercial da Josecar

»Disape Distribuidora de Autopeças

BLACK week

Os **MELHORES PREÇOS**, as **melhores autopeças**, na hora certa para **economizar!**

Entre os dias **21 e 29/11**, tem **ofertas exclusivas** para adquirir **autopeças das melhores marcas** com **condições imbatíveis.**

Compre no site ou com nossos **consultores comerciais.**

NÃO PERCA!

Escaneie o QR Code e comece a economizar agora!

Conheça nossas redes sociais:
 disapedistribuidora
 Disape Distribuidora

A importância do atendimento via WhatsApp para os balconistas



Foto: divulgação

“Sem dúvidas, hoje o canal de comunicação mais utilizado é o WhatsApp. Saber escrever, responder por áudio de forma clara e objetiva, vincular imagens e etc. Tudo isso sendo adaptado à preferência do cliente”

Flávio Ramos
Proprietário da Soma +



Foto: divulgação

“O WhatsApp no Brasil possibilita o atendimento do consumidor onde ele mais gosta de estar. Oferece praticidade no atendimento e agilidade na resolução de problemas. Portanto, seu domínio por parte dos balconistas é fundamental”

Paulo Pupo
Encarregado dos Recursos Humanos da Jocar

Treinar é preciso. Mas o que faz o balconista continuar em uma empresa?

Para os gestores que vão além do ‘resultadismo’ puro e coordenam suas equipes levando em conta o aspecto humano, existe, claro, uma gratificação em ver o indivíduo ainda em formação se tornar um profissional na concepção plena da palavra. Olhando sob um ponto de vista pragmático, porém, este quadro traz alguns ônus específicos para os setores formadores para o varejo. Dentre eles,

o mais significativo está na alta taxa de turnover do setor. Tal desafio foi mensurado pelo Ministério do Trabalho que, em levantamento, apontou que, **numa escala de 0 a 10, o varejo é o segmento com maior rotatividade no País: 6,17, número bastante superior à média nacional, registrada em 3,79.** Segundo analistas como o consultor de varejo e TOP Voice do LinkedIn, Caio Camargo, essa

característica do setor tem sido agravada pelo atual cenário conjuntural do país. Utilizando o termo ‘apagão de mão de obra’, o especialista afirma que o fato de o Brasil estar com baixas históricas no âmbito da desocupação, inferiores à casa dos 7%, diminui a disponibilidade de talentos e exige adaptações como a oferta de salários mais altos e uma jornada de trabalho mais flexível que

não inclua, necessariamente, os expedientes frequentes de fim de semana tão tradicionais no comércio nacional. Para lançar uma lupa sobre o impacto dessa realidade geral do varejo no comércio de peças automotivas, questionamos os varejistas do setor sobre quais são os fatores mais comuns a permeiar a trajetória de seus balconistas mais longevos.



26 de Novembro - Dia do Balconista de Autopeças

CONHECIMENTO TÉCNICO E ATENDIMENTO DE QUALIDADE.

PARABÉNS AOS NOSSOS BALCONISTAS



AMPRI®

www.ampri.com.br

COMPARTILHE AMPRI



As chaves para a retenção de bons balconistas no varejo de autopeças



“Costumo dizer que envolvem persistência, paciência e resiliência! Hoje temos líderes de campo como Gerentes de Distrito ou de Contas Comerciais que começaram no primeiro cargo de loja e estão responsáveis por quase 100 ‘AutoZoners’ (que são nossos ‘funcionários’). A grande diferença é que eles acreditaram no propósito de valor da empresa, através do plano de carreira que oferecemos e conseguiram fundamentar seus objetivos através dos pilares da AutoZone”

Murilo Reis
Diretor de Operações da AutoZone Brasil



“Acredito que alguns fatores importantes são considerados além do salário. Ambiente de trabalho saudável, relacionamento com clientes, conhecimento acumulado, domínio técnico, cultura da empresa, oportunidade de crescimento e reconhecimento são fundamentais para a retenção dos vendedores mais antigos. Para reter os novos, vejo como indispensáveis ações como treinamento contínuo, desenvolvimento profissional, comissões e bônus atrativos, feedbacks, reconhecimento, ambiente de trabalho saudável, suporte da liderança, crescimento, plano de carreira, benefícios que agregam valor, flexibilidade e equilíbrio entre vida pessoal e profissional”

Carlos Maia
Gerente Comercial da Josecar



“O principal investimento tem que ser em qualificação e desenvolvimento da liderança, de quem tem a missão de acompanhar, treinar e reconhecer o vendedor. Com um líder de valor, a empresa será organizada, terá norma e um ambiente desejado pelos melhores profissionais”

Flávio Ramos
Proprietário da Soma +



“Para evitar a rotatividade, investimos em gestão de pessoas dando importância a uma comunicação interna estruturada, bons benefícios, plano para crescimento e liderança inspiradora”

Paulo Pupo
Encarregado dos Recursos Humanos da Jocar

26 DE NOVEMBRO
DIA DO BALCONISTA DE AUTOPEÇAS

Balconista. A peça-chave na relação de confiança com o cliente.

Com conhecimento e dedicação, eles garantem a qualidade no atendimento, fortalecendo a confiança e a fidelização dos clientes.
Parabéns a todos os balconistas de autopeças, a verdadeira engrenagem do nosso setor.

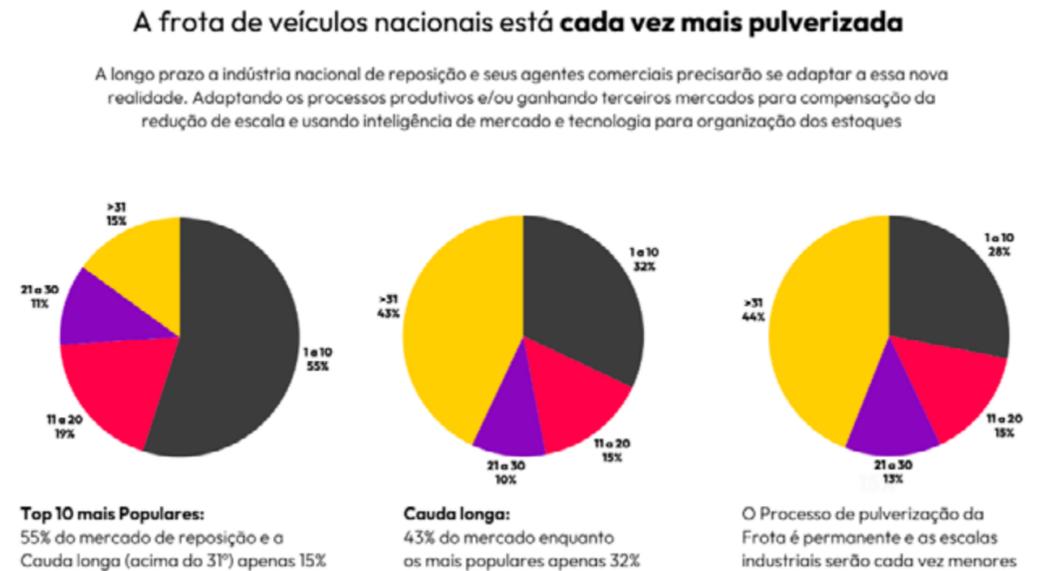
JOSECAR
autopeças

f josecar i josecarautopecas www.josecar.com.br 11 5225 5225

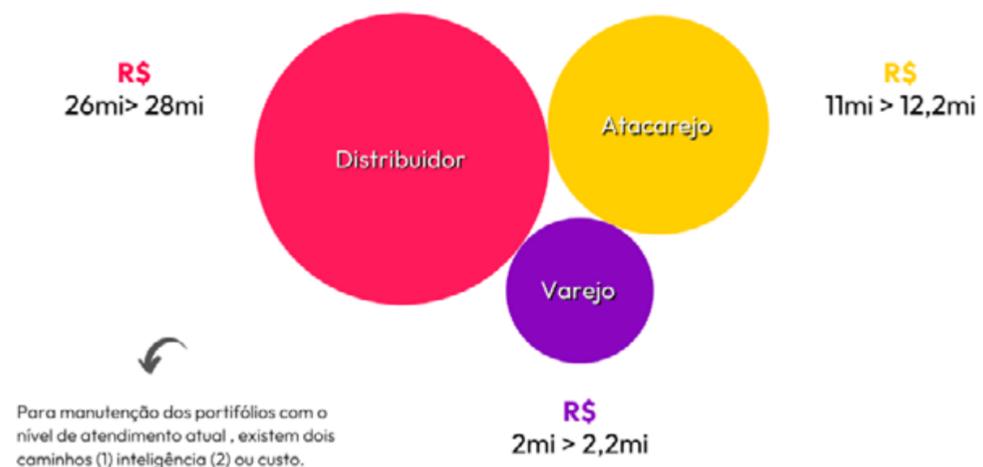
Desafios e soluções para a tomada de decisão de compras no mercado de reposição automotiva

Decidir quais peças comprar, em que quantidade e quais linhas investir sempre foi um desafio para os responsáveis pelas compras nos varejos e distribuidores no mercado brasileiro. No setor de reposição automotiva, essa dificuldade é ainda maior devido a características peculiares, como a multiplicidade de aplicações, a diversidade de marcas e a complexidade técnica dos produtos. Essa situação se agrava com as constantes mudanças no perfil da frota, que adicionam uma nova camada de complexidade ao processo de aquisição de peças. A boa notícia é que, com o avanço da padronização dos produtos, a criação de catálogos mais inteligentes e os avanços tecnológicos voltados para o setor, é possível ter mais previsibilidade ao enfrentar esses desafios.

Em um estudo inédito, buscamos entender como o processo de pulverização da frota impacta o dia a dia dos tomadores de decisão e quais são as principais soluções que podem ser adotadas pelas empresas para se prepararem para os desafios futuros. Isso ajuda a mitigar os riscos tanto de adquirir produtos desalinhados com a estratégia comercial quanto de perder vendas por falta de mercadoria.



O que isso vai representar para os agentes comerciais no futuro próximo?



Fonte: Fraga Inteligência Automotiva

W-MAX

26 NOVEMBRO DIA DO BALCONISTA DE AUTOPEÇAS

PARABÉNS AOS QUE TRANSFORMAM SUA NECESSIDADE NA MELHOR SOLUÇÃO!

MÁXIMA QUALIDADE

TORNE-SE UM REVENDEDOR E GANHE FRETE GRÁTIS NA SUA PRIMEIRA COMPRA*!

*Válido apenas para pedido pelo site ou app, acima de R\$ 1500,00

SIGA NOSSAS REDES SOCIAIS.

by **WÜRTH**

A Evolução da Frota e seus Impactos no Estoque

Em 1994, 55% dos veículos em circulação no Brasil eram compostos por apenas 10 modelos, enquanto os veículos que figuravam abaixo da 31ª posição no ranking de frota (a chamada “cauda longa”) representavam 15% dos negócios. Isso permitia que empresas focadas em produtos de alto giro (curvas A, B e C) capturassem 85% do potencial de negócios no mercado de reposição automotiva.

No entanto, o aumento da variedade de marcas e modelos, aliado a mudanças no comportamento de compra de carros novos, alterou drasticamente esse cenário. Atualmente, a cauda longa já representa 43% dos negócios em autopeças, e essa tendência continua a transformar as relações comerciais no setor.

Um dos principais efeitos desse fenômeno é o impacto no capital de giro das empresas. Em uma pesquisa exploratória realizada na cidade de São Paulo, identificamos que um distribuidor médio mantém cerca de 26 milhões de reais em estoque, enquanto um atacarejo aloca mais de 11 milhões de reais e uma loja de médio porte aproximadamente 2 milhões de reais. Com o avanço da pulverização da frota, esses valores devem crescer ainda mais. As projeções da Fraga Inteligência Automotiva, apontam que, até 2030, os agentes comerciais precisarão

aumentar seus estoques em 11,09% em termos reais (descontada a inflação) para manter sua competitividade e participação de mercado.

Estratégias para Enfrentar os Desafios da Pulverização

Para lidar com o aumento da diversidade da frota e garantir uma cobertura de linha eficiente, é fundamental que as empresas adotem estratégias de gestão mais avançadas. O estudo revelou que, apesar dos altos investimentos em estoque, o setor ainda encontra dificuldades para manter índices de cobertura competitivos. Isso torna cada vez mais difícil para o aplicador ou proprietário de veículos encontrar uma solução completa com um único fornecedor. A resposta para esses desafios está no uso de ferramentas de gestão e tecnologia mais eficientes. A seguir, listamos algumas dicas para melhorar a inteligência de compras de sua empresa:

1. Utilize catálogos padronizados

Com uma base de catálogos organizada, é possível identificar veículos para os quais ainda não há produtos ou fornecedores cadastrados, facilitando a análise de viabilidade para a aquisição de itens específicos.

2. Acesse bases de dados de frota circulante

Soluções como as oferecidas

pela Fraga, que combinam dados de frota com catálogos padronizados, permitem identificar prioridades para investigação e análise de compras. Também estão disponíveis no mercado, soluções menos sofisticadas como tabelas públicas de emplacamentos de carros que já podem dar um panorama melhor do que apenas o feeling e a capacidade técnica do time de compras.

3. Calcule a cobertura de linha

Identifique quais famílias de produtos geram maior volume de vendas e rentabilidade. Mantenha um nível de abastecimento confortável, acima de 95% de cobertura e monitore-a com ferramentas tecnológicas.

4. Acompanhe os lançamentos do setor

Mantenha-se atualizado sobre novos produtos apresentados por seus fornecedores. Sites especializados, como o www.informeaftermarket.com.br, podem facilitar a busca por novidades, mantenha centralizada uma base com todos os lançamentos de novos itens de seus fornecedores e periodicamente, revise todas as oportunidades, identificando por exemplo se já houve procura, cotações ou frota circulante para os produtos lançados.

5. Construa uma equipe de analistas de mercado

Uma equipe dedicada a gerenciar e interpretar dados estratégicos pode transformar informações em ações que favoreçam o seu negócio. Se a informação é o ativo mais valioso no mercado atual, saber utilizá-la da forma correta é a regra número um desse jogo. Uma equipe de dados bem equipada e com liberdade de expor análises aos tomadores de decisão é fundamental para o sucesso nos negócios daqui em diante. Diante de um mercado cada vez mais complexo e dinâmico, as empresas do setor de reposição automotiva precisam estar preparadas para adaptar suas estratégias de compra e gestão de estoque. A adoção de ferramentas tecnológicas, o uso inteligente de dados e a capacidade de antecipar tendências serão diferenciais cruciais para se manter competitivo e atender à crescente diversidade de demandas. Mais do que nunca, informação e agilidade são fundamentais para garantir que os tomadores de decisão possam mitigar riscos, otimizar seus investimentos e transformar desafios em oportunidades. O futuro do mercado de reposição pertence àqueles que souberem navegar pela complexidade com inteligência e inovação. Estamos prontos para ajudá-los nessa jornada rumo à eficiência e ao sucesso. Conte conosco para transformar dados em resultados e soluções em diferenciais competitivos.



DIA DO BALCONISTA DE AUTOPEÇAS
26 DE NOVEMBRO

90%
DE COBERTURA DA FROTA LEVE EM NACIONAIS E IMPORTADOS;

+1.700
ITENS DE SUSPENSÃO E TRANSMISSÃO;

09
CATEGORIAS DE PRODUTOS;
TERMINAL DE DIREÇÃO • TRIZETA
BARRA AXIAL • BIELETA
BANDEJA • JUNTA DESLIZANTE
SEMIEIXO • JUNTA HOMOCINÉTICA
PIVÔ DE SUSPENSÃO

ENCONTRE VOLDA EM NOSSA LOJA OFICIAL OU EM UM DISTRIBUIDOR PERTO DE VOCÊ

 VOLDA.COM.BR   [@VOLDAPECAS](https://www.instagram.com/VOLDAPECAS) **VOLDA**
sempre em movimento



Foto: Shutterstock

Reduções valem para produtos no regime de Autopeças Não Produzidas

Desafios e soluções para a tomada de decisão de compras no mercado de reposição automotiva

Comitê Executivo de Gestão da Câmara de Comércio Exterior (Gecex-Camex) deliberou no último dia 11 de novembro pela redução do imposto de importação de 13 produtos de vários setores, entre eles autopeças. As reduções alcançam ainda insumos usados no setor médico. Foram concedidos novos Ex-tarifários para 226 códigos NCM (Nomenclatura Comum do Mercosul) de bens de capital (BK), e outros 202 para o Regime de Autopeças Não Produzidas. São produtos que

passam a ter tarifa de importação reduzida, devido à ausência de produção nacional similar. O Gecex também deliberou favoravelmente a pedidos de elevação tarifária para fortalecimento da produção local e geração de empregos no Brasil – entre os produtos, estão insumos de vidro para fins industriais e células fotovoltaicas usadas na cadeia produtiva de painéis solares. A íntegra das deliberações está publicada na página do Gecex.

Menil Autopeças inova com entrega rápida

No mundo da reparação automotiva, o tempo é um recurso precioso. A Menil sempre compreendeu essa necessidade e implementou um sistema de entrega expressa que se tornou a chave para seu crescimento no mercado, expandindo de 7 para 54 lojas nos últimos 7 anos. Com motos saindo a cada 3 pedidos ou a cada 10 minutos, independentemente da quantidade de itens ou do número de clientes a serem atendidos, a Menil garante ter a entrega mais rápida do setor. A agilidade na entrega reduz significativamente o tempo de espera dos mecânicos, permitindo que atendam mais clientes em menos tempo. Isso não apenas melhora a produtividade da oficina, mas também aumenta a rotatividade de clientes satisfeitos. Marcelo Sampaio, cliente da Menil em Guarulhos, compartilha

sua experiência: “Desde que começamos a utilizar a Menil como fornecedor, conseguimos atender mais clientes e resolver problemas com muito mais rapidez. É um verdadeiro divisor de águas!”. A Menil faz parte da Fortbras, empresa presente em 20 estados e 177 cidades do país. São mais de 240 pontos de vendas de 17 marcas. Possui 5,5 mil colaboradores, 6 centros de distribuição, cerca de 300.000 SKUs e atende a mais de 700 mil clientes em todo o país.

“Com a entrega expressa da Menil, os mecânicos recebem as peças em tempo recorde. Isso significa que problemas complexos podem ser resolvidos mais rapidamente, aumentando a satisfação do cliente e a eficiência do serviço”

Washington Cardoso
Gerente Regional de Vendas da Menil



Foto: Divulgação

Motos saem a cada 3 minutos ou 10 pedidos

AUTHOMIX

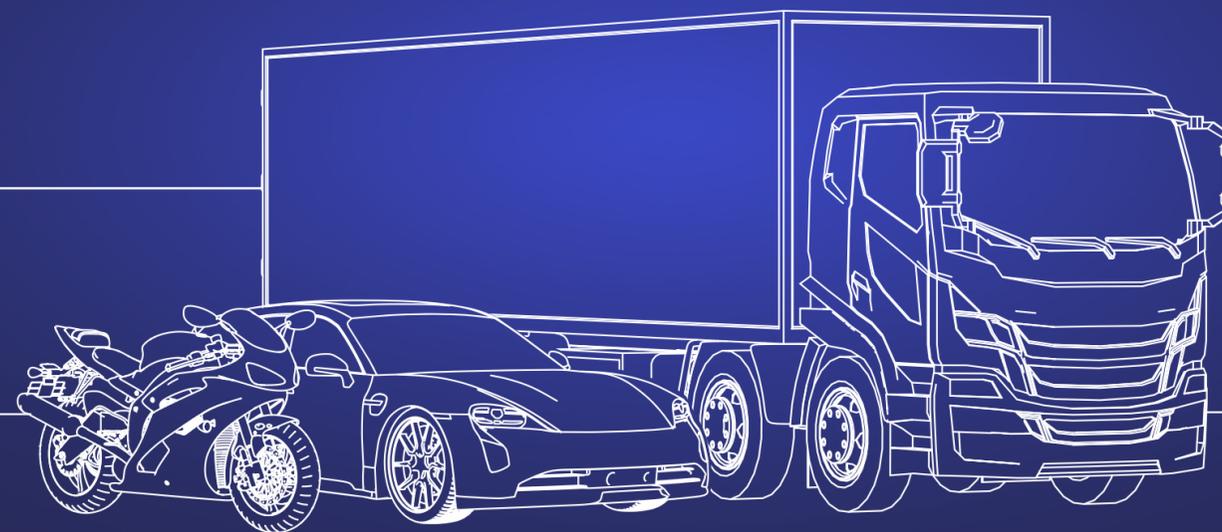
Um mix de soluções para o seu negócio de autopeças e motopeças.

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



Foto: Divulgação/Arthur Berezuki Andrade e Silva

Pela primeira vez, empresa alcançou o patamar de R\$ 1 bilhão em um trimestre

Frasle Mobility registra maior receita líquida trimestral de sua história

A Frasle Mobility atingiu um novo patamar na história da companhia. Pela primeira vez, a receita líquida consolidada alcançou a marca de R\$ 1 bilhão, a maior para um trimestre. O valor representa crescimento de 16,6% na comparação com o terceiro trimestre do ano passado. Nos primeiros nove meses de 2024, a receita líquida soma mais de R\$ 2,8 bilhões, aumento de 8% no comparativo com 2023. O EBITDA Ajustado do trimestre alcançou R\$ 195,4 milhões, acréscimo de 2,8% em relação ao mesmo período do ano passado. Já a margem EBITDA Ajustada fechou em 18,9%. Neste período, a companhia

atuou na manutenção dos negócios com desenvolvimento de novos projetos e explorou a demanda aquecida de todos os mercados de atuação, principalmente no segmento de reposição no Brasil. O terceiro trimestre também foi marcado por desafios operacionais relacionados à logística portuária. No mercado interno, novos negócios em lonas de freio para veículos comerciais são destaque nesse trimestre em receita. No mercado externo, as receitas avançaram 16,2% na comparação anual, alcançando R\$ 388,7 milhões. As sinergias globais das recentes aquisições se traduziram

em novos movimentos, como o lançamento de produtos e marcas para o mercado europeu na Automechanika, em Frankfurt. A compra da empresa mexicana Kuo Refacciones, divulgada em

junho, que faz parte da jornada de crescimento global da companhia, ainda aguarda o cumprimento de condições precedentes para a conclusão do processo.

“O mercado de reposição permaneceu aquecido, impulsionado pela forte demanda por nossos produtos de fricção e componentes de suspensão e direção. Nossas operações brasileiras e na América Latina também se beneficiaram de um cenário mais estável, apesar dos desafios macroeconômicos”

Hemerson de Souza

Diretor de Negócios, M&A e Relações com Investidores da Frasle Mobility



Foto: Divulgação AutoZone Brasil

Mais investimentos em acessórios, com portfólio de marcas oficiais, além do lançamento de produtos de marcas próprias

AutoZone amplia sortimentos de acessórios e lança campanha nacional

A AutoZone acaba de lançar no mercado sua nova campanha nacional, focada em acessórios para carros e motos. A ação criada pela agência IT.Rocks, com o slogan “A Autozone tem o acessório ideal para você dirigir com estilo e conforto”, estará

em vigor até o final do mês de novembro. O objetivo da campanha é destacar os benefícios do conforto, personalização, estética e segurança ao dirigir, e anunciar também novidades nas mais de 120 lojas espalhadas pelo Brasil. Considerada uma área de

negócios importante para a empresa, os acessórios estão ganhando espaço na AutoZone. Atualmente, são mais de 60 mil itens disponíveis, voltados para todos os tipos de clientes e necessidades. A rede trabalha com acessórios para personalizar e customizar o veículo (interna e externamente), para segurança, para conforto e usabilidade no dia e dia e nas viagens, além de itens para manutenção e preservação das boas condições do veículo. Além das grandes marcas oficiais do mercado, a companhia também lançou no território brasileiro acessórios de algumas de suas marcas próprias, que seguem padrões de qualidade americano, país sede da rede AutoZone. Entre eles estão: Duralast, Pro Elite

e Surebilt. Para a campanha de divulgação das novidades, destaque para itens como pinça de freio, soleira, cinta de reboque, fita de led e capa de volante para customização, além de cadeirinhas para crianças, itens de pets, capa de volante, protetor de banco, capacetes e outros itens para conforto e usabilidade. A gigante americana já tem presença em 7 Estados do Brasil e conta com mais de 1.500 colaboradores somente no mercado brasileiro. Em plena expansão pelo país, a rede apresenta um conceito inovador no setor de autopeças. A expectativa da companhia, para os próximos cinco anos, é continuar expandindo o número de lojas no país e aumentar cada vez mais sua visibilidade em novos mercados.

Vedamotors cresce na linha de eletrônicos após aquisição da Servitec

A Vedamotors está comemorando os excelentes resultados da aquisição, em 2019, das operações da Servitec: cinco anos depois, cresceu 5 vezes no portfólio e no faturamento da linha de eletrônicos para motos, mantendo projeções positivas. Segundo Elton Maçaneiro, Gerente Nacional de Vendas do Mercado de Aftermarket, o objetivo da empresa é alcançar,

na linha de eletrônicos para motos, o mesmo reconhecimento de mercado obtido pela linha de juntas da Vedamotors, segmento no qual a empresa tem 80% de mercado. Para isso, um dos objetivos é valorizar a mensagem: ‘As melhores juntas do Brasil com a mesma confiança no eletrônico’. Além disso, a empresa continuará ampliando o portfólio de

eletrônicos, que era de 250 itens e atualmente reúne aproximadamente 1000 itens. Os destaques são: Estatores, CDIs, reguladores retificadores, bomba de combustível, interruptores entre outros. Ainda este ano, a empresa fará um grande lançamento: mais 30 itens. O executivo destaca que a Vedamotors é uma das únicas empresas do segmento a fabricar componentes eletrônicos no Brasil. Do total de itens do portfólio, 40% são produzidos na Vedamotors e

60% pelas unidades do Grupo Athena, do qual a empresa brasileira faz parte.

“Desde o primeiro dia, temos nos dedicado a estudos de mercado, revisão e ampliação do portfólio, além do contato permanente com clientes. E os bons resultados são cada vez mais evidentes”

Elton Maçaneiro

Gerente Nacional de Vendas do Mercado de Aftermarket da Vedamotors



Foto: Divulgação

100% dos itens são produzidos pela Vedamotors o Grupo Athena

Sincopeças-SP assina CCT com comerciários de Santo André e Região

O Sincopeças-SP assinou a Convenção Coletiva de Trabalho 2024/2025 com o Sindicato dos Empregados no Comércio de Santo André e Região (Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul,

Diadema, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra) e acordou reajuste de 5,09% a partir de 1º de outubro de 2024. O acesso a CCT, requerimento do REPIS, requerimento para trabalho em Domingos/

Feridos e outros encontram-se disponíveis às empresas filiadas e em dia com as Contribuições Patronais de 2024 (Assistencial e Confederativa).

Solicite pelo WhatsApp (11 95852-2732) ou pelo e-mail andreza.matos@sincopecas.org.br, informando o CNPJ da empresa.



Foto: Shutterstock

Reajuste acordado foi de 5,09% a partir de 1º de outubro de 2024

Cobra Rolamentos nomeia novos diretores

A Cobra Rolamentos anunciou uma significativa reestruturação em sua diretoria. Com 34 unidades espalhadas por todo o país e 37 anos de história, a Cobra destaca-se por sua excelência e inovação contínua. Eleita por 26 anos consecutivos como a melhor distribuidora de rolamentos, a empresa busca reforçar a sua posição no mercado com a nomeação de três membros experientes para novas posições na diretoria.

Marcelo Sanchez Loureiro assume a Diretoria Comercial com a missão de fortalecer

ainda mais as parcerias com clientes e fornecedores. Com mais de 30 anos de experiência, Marcelo traz uma visão estratégica que busca não apenas manter, mas expandir as relações comerciais, garantindo que a Cobra continue a ser um nome de confiança no setor.

Ricardo Rocha, agora lidera a Diretoria de Rolamentos e Marca Própria. Com um profundo entendimento do mercado e da empresa, Ricardo é fundamental para garantir que a Cobra continue a oferecer produtos de alta qualidade, alinhados às necessidades

dos clientes. Sua experiência é muito importante para impulsionar a inovação e assegurar que a marca Cobra Automotiva se destaque pela excelência e confiabilidade, mantendo-a como uma referência no mercado.

Vera Sabatini, assume a Diretoria Jurídica com a

missão de garantir que a Cobra mantenha sua reputação de seriedade e reconhecida como uma empresa ética. Sua liderança é essencial para navegar pelas complexidades legais, garantindo que a Cobra opere sempre dentro dos padrões de conformidade.



Foto: Divulgação

Da esquerda para a direita: Ricardo Rocha, Vera Sabatini e Marcelo Loureiro

“A nomeação desses diretores representa um passo significativo para a Cobra Rolamentos e Autopeças. Com a combinação de inovação, aprimoramento de produtos e conformidade jurídica, a empresa está bem posicionada para enfrentar os desafios futuros e continuar a crescer de maneira sustentável. A expectativa é que essas mudanças tragam não apenas melhorias internas, mas também um impacto positivo no relacionamento com clientes e fornecedores, consolidando ainda mais a posição da Cobra como líder no mercado de rolamentos e uma das maiores do país na distribuição de autopeças”

Diogo Sturaro
Diretor da Cobra Rolamentos

infomar

O seu **Informe** do **Mercado Automotivo** de **Reposição**

Escaneie e confira!

fraga



Foto: Divulgação

Comemoração ocorreu em clima de confraternização

Sicap comemora 25 anos de atividades e conquistas no aftermarket brasileiro

O SICAP – Sindicato do Comércio Atacadista, Importador/Exportador e Distribuidor de Peças para Veículos no Estado de São Paulo, realizou neste mês de novembro um coquetel em comemoração aos 25 anos da entidade, fundada em 20 de outubro de 1999.

O evento aconteceu no elegante The View Bar, no Jardim Paulista, e reuniu lideranças das demais entidades de representação do aftermarket automotivo brasileiro, além de empresários e

executivos de indústrias e distribuidores de autopeças.

Durante o encontro, os presidentes do Sicap, Alcides Acerbi Neto, e da Andap, Rodrigo Carneiro, detalharam a trajetória do sindicato a partir de uma linha do tempo. Muitas foram as conquistas ao longo desse período e um dos destaques apresentados foi a efetiva internacionalização do Sicap, que tem marcado presença nos mais importantes eventos globais do mercado de reposição.

Entre nessa você também.
Faça parte do Aftermarket Automotivo Comunidade no WhatsApp!

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

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

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

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

CLIQUE E PARTICIPE

N // [Social Media Icons] a.TV

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?

Autop of mind MAIORES & MELHORES em Distribuição de autopeças MAIORES & MELHORES em Distribuição de autopeças REGIONAL INOVA MAPA ONDA VIES META LUPA

Conheças as peças genuínas para importados mais compradas por varejos e oficinas

O After.Lab encerra nesta edição do Novo Varejo a divulgação dos resultados da pesquisa META - Montadoras em Estatísticas e Tendências no Aftermarket apurados no primeiro semestre de 2024. O estudo tem como objetivo monitorar semanalmente os negócios em compra e aplicação de peças genuínas das montadoras pelos varejistas e reparadores de todo o Brasil. As informações obtidas são consolidadas ao final de cada

semestre e divulgadas ao longo dos seis meses seguintes nas edições do Novo Varejo. Neste momento, a equipe de pesquisas do After.Lab está finalizando a apuração referente ao segundo semestre do ano, que será divulgada nos primeiros meses de 2025.

Importados

As tabelas a seguir apresentam a primeira, a segunda e a terceira marca de autopeças genuínas para carros

importados adquiridas diretamente no balcão das concessionárias. Um dos destaques é a recorrência da marca BMW, o que mostra que, ao que tudo indica, o portfólio de produtos originais oferecidos por fabricantes e distribuidores no aftermarket independente não vem atendendo as demandas das lojas e oficinas. Outra constatação é a presença de marcas já consolidadas como fabricantes de carros

nacionais, eventualmente ainda vistas como importadores. É o caso de Jeep, Peugeot e Renault que, embora ainda eventualmente ofereçam carros produzidos no exterior, comercializam na maior parte automóveis brasileiros. Um bom exemplo é o Jeep Renegade que, por sua grande frequência na frota nacional, necessariamente já precisa contar com um ampla oferta de componentes nos estabelecimentos do mercado independente.

Veja os lubrificantes e fluidos preferidos por varejistas e reparadores

Apresentamos a seguir a última etapa da divulgação dos resultados apurados pelo estudo LUPA - Lubrificantes em Pesquisa no Aftermarket Automotivo relativos ao primeiro semestre de 2024, mais uma realização do After.Lab, núcleo de inteligência de negócios do aftermarket

automotivo brasileiro. O objetivo deste trabalho é levantar as marcas de lubrificantes e demais fluidos automotivos mais presentes no dia a dia das lojas de autopeças e oficinas mecânicas. A apuração dos dados é realizada diariamente e, ao final de

cada semestre, as informações são consolidadas e, a partir de então, divulgadas nos meses seguintes pelas edições digital e impressa do Novo Varejo, bem como todas as plataformas digitais da publicação. Todas as tabelas a seguir se referem ao top 5 de marcas

comercializadas em cada tipo de lubrificante ou fluido. Devido ao maior volume comercializado, somente o óleo de motor está seccionado por porte do estabelecimento. Vemos a predominância de determinadas marcas no mercado, independentemente do tipo de produto.

MARCA DE IMPORTADOS MAIS COMPRADA					
Oficina			Varejo		
Marca	Frequência	%	Marca	Frequência	%
BMW	24	8.7	Renault	8	3,1
Toyota	12	4.3	BMW	7	2.7
Mercedes Benz	9	3.3	Peugeot	6	2.3
Jeep	8	2.9	Toyota	5	1.9
Honda	5	1.8	Jeep	4	1.6

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

SEGUNDA MARCA DE IMPORTADOS MAIS COMPRADA					
Oficina			Varejo		
Marca	Frequência	%	Marca	Frequência	%
BMW	9	3.3	BMW	4	1.6
Mercedes Benz	9	3.3	Nissan	4	1.6
Land Rover	5	1.8	Hyundai	3	1.2
Audi	3	1.1	Toyota	3	1.2
Honda	3	1.1	Jeep	2	0.8

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

TERCEIRA MARCA DE IMPORTADOS MAIS COMPRADA					
Oficina			Varejo		
Marca	Frequência	%	Marca	Frequência	%
BMW	3	1.1	Peugeot	3	1.2
Hyundai	3	1.1	Mitsubishi	2	0.8
Jeep	2	0.7	Citroen	1	0.4
Mercedes Benz	2	0.7	Hyundai	1	0.4
Mitsubishi	2	0.7	Land Rover	1	0.4

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

Primeira opção - Óleo de motor (%)				
OFICINA				
Marca	Pequeno	Médio	Grande	Mega
Mobil	11.1	15.5	27.9	21.4
Lubrax	22.2	5.6	16.2	10.0
Petronas	9.7	15.5	10.3	14.3
Ipiranga	6.9	9.9	5.9	12.9
Motul	5.6	15.5	2.9	8.6
Percentual Total	55.6	61.9	63.2	67.2

VAREJO				
Marca	Pequeno	Médio	Grande	Mega
Lubrax	22.1	11.9	18.2	26.9
Petronas	18.2	13.4	9.1	19.2
Mobil	6.5	20.9	18.2	15.4
Ipiranga	19.5	13.4	9.1	7.7
Texaco	3.9	10.4	9.1	11.5
Percentual Total	70.1	70.2	63.6	80.8

Fonte: Pesquisa LUPA - Lubrificante em Pesquisa no Aftermarket / After.Lab

Segunda opção - Óleo de motor (%)				
OFICINA				
Marca	Pequeno	Médio	Grande	Mega
Mobil	11.1	11.9	18.2	26.9
Lubrax	5.6	13.4	9.1	19.2
Ipiranga	12.5	20.9	18.2	15.4
Petronas	12.5	13.4	9.1	7.7
Motul	6.9	10.4	9.1	11.5
Percentual Total	48.6	70.2	63.6	80.8

VAREJO				
Marca	Pequeno	Médio	Grande	Mega
Mobil	11.1	15.5	7.4	7.1
Lubrax	5.6	8.5	11.8	14.3
Ipiranga	12.5	12.7	11.8	2.9
Petronas	12.5	5.6	7.4	4.3
Motul	6.9	5.6	5.9	2.9
Percentual Total	48.6	47.8	44.1	31.4

Fonte: Pesquisa LUPA - Lubrificante em Pesquisa no Aftermarket / After.Lab

Óleo de transmissão			
Oficina	Varejo		
Primeira opção - Óleo de transmissão	Primeira opção - Óleo de transmissão		
Petronas	10.9	Lubrax	15.5
Lubrax	10.2	Petronas	13.6
Mobil	9.9	Ipiranga	9.8
Motul	7.2	Maxon Oil	6.8
Ipiranga	5.1	Mobil	6.4

Fonte: Pesquisa LUPA - Lubrificante em Pesquisa no Aftermarket / After.Lab

Óleo de diferencial			
Oficina	Varejo		
Primeira opção - Óleo de diferencial	Primeira opção - Óleo de diferencial		
Lubrax	10.6	Lubrax	12.5
Petronas	7.8	Petronas	9.5
Mobil	5.8	Maxon Oil	4.5
Ipiranga	4.8	Castrol	3.4
GT Oil	4.4	GT Oil	3.0

Fonte: Pesquisa LUPA - Lubrificante em Pesquisa no Aftermarket / After.Lab

Óleo de caixa de direção			
Oficina	Varejo		
Primeira opção - Óleo caixa de direção	Primeira opção - Óleo caixa de direção		
Petronas	13.3	Lubrax	12.9
Lubrax	9.2	Petronas	11.4
Mobil	7.5	Ipiranga	9.1
Texaco	5.5	Maxon Oil	8.7
GT Oil	4.1	GT Oil	5.7

Fonte: Pesquisa LUPA - Lubrificante em Pesquisa no Aftermarket / After.Lab

Fluido de freio			
Oficina	Varejo		
Primeira opção - Fluido de freio %	Primeira opção - Fluido de freio %		
Bosch	35.8	TRW Varga	39.4
TRW Varga	30.4	Bosch	28.4
ATE	14.3	Radnaq	6.8
Radnaq	2.7	ATE	6.1
Motul	2.4	Tirreno	5.3

Fonte: Pesquisa LUPA - Lubrificante em Pesquisa no Aftermarket / After.Lab

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

Mensalmente, a pesquisa VIES - Variação nos Índices e Estatísticas, produzida a partir dos dados apurados pelos estudos semanais MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e ONDA - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços compara o desempenho das variáveis (abastecimento, preço, venda e compra) no varejo de autopeças, com o mesmo mês dos anos anteriores. Nessa edição, trazemos o termômetro para o mês de outubro de 2020 a 2024, no Brasil e em suas cinco regiões. Os estudos são realizados pelo After.Lab, o núcleo de inteligência de negócios do aftermarket automotivo.

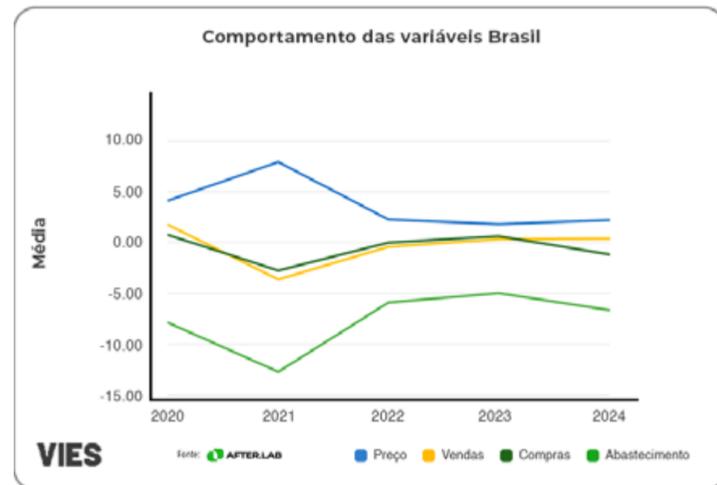
Brasil

Os níveis de abastecimento mantiveram-se deficitários em todos os meses de outubro, de 2020 a 2024. Em 2021, o abastecimento alcançou seu nível mais baixo: -12,75%, sendo o melhor desempenho alcançado em outubro de 2023, quando atingiu -4,99%. Em contraponto, o nível de preço desempenha uma trajetória relativamente oposta ao abastecimento: pico positivo em 2021 (7,95%) e pior desempenho em 2023 (1,79%). Quanto aos níveis de compras

e vendas, observamos que estes desenham trajetórias de desempenho parecidas, exceto em 2024, quando o nível de compras cai para -1,15% e o nível de vendas mostra leve melhora, 0,34%. 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 apresentada 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 outubro de 2020 a 2024 é constante.

Centro-Oeste

Os níveis de abastecimento desempenharam valores negativos em outubro de todos os anos, com destaque para o pico negativo em 2021: -13,67%, com considerável recuperação em 2023 e novas quedas de desempenho nos anos seguintes. O nível de preço exibiu seu melhor desempenho em 2021 e o pior em 2023, comportamento parecido com o visto na abrangência nacional. vendas e compras desenharam comportamentos parecidos, exceto em 2023, quando



Variáveis	GL	Z	Significância
Abastecimento	4,18	11,527	0,000
Preço	4,18	33,427	0,000
Vendas	4,18	5,958	0,003
Compras	4,18	1,804	0,172

as compras tiveram pico positivo de 2,85%, decaindo no ano seguinte. Na análise da ANOVA, abastecimento e preço mostraram diferenças estatisticamente significantes.

Norte

Houve queda acentuada nos níveis de abastecimento em 2021 (-17,82%), sendo o menor nível observado entre todas as regiões, com recuperação em 2022 e 2023 e nova queda em 2024. Os níveis

de preços aumentaram de 4,22% em 2020 para 8,10% em 2021, caindo para 0,42% em 2022, sendo este o pior resultado observado. As compras tiveram pico desempenho positivo em 2021 (8,5%), decaindo nos anos seguintes e fechando 2024 em 1,19%. De forma oposta, as vendas apresentaram seu melhor desempenho em 2024 (5%) e o pior no ano anterior (2023), quando foi observado -0,03% na média da variação. Na

análise ANOVA, verificamos que vendas e compras foram constantes (sem diferença estatisticamente significativa ao longo dos anos).

Nordeste

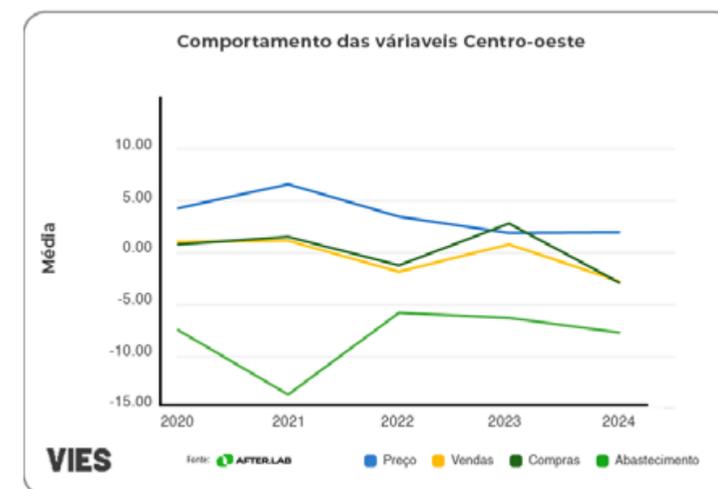
O abastecimento exibiu comportamentos similares aos da região Norte, chegando a -13,95% em 2021. Apesar das seguidas recuperações nos anos seguintes, os níveis de abastecimento continuaram negativos, fechando 2024 em -6%. Os preços atingiram pico positivo de 9,36% em 2021

atingiram seu pior desempenho em 2023: 1,92%. As vendas passaram por oscilações positivas e negativas entre 2020 a 2024, fechando este ano em -0,51%. As compras também mostraram percentual de desempenho variável ao longo dos anos, sendo que o pior desempenho foi em 2021, quando decaiu para -5,75% e o melhor no ano seguinte: 1,16%. Na análise ANOVA, exceto as vendas não apresentaram variações significativas ($p < 0,05$).

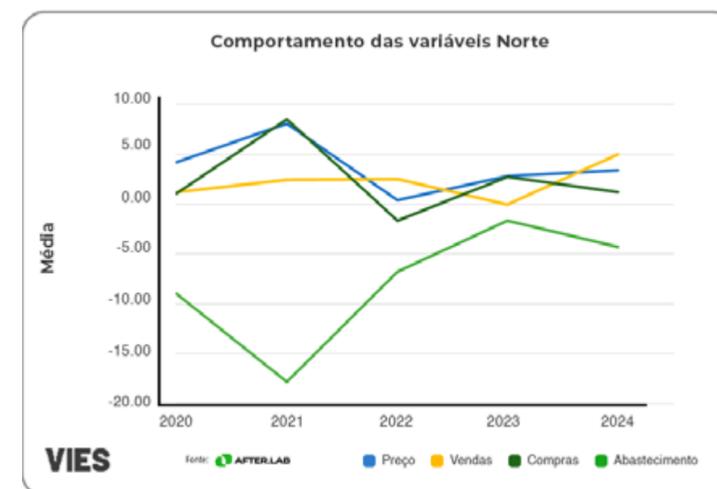
Sul

Os níveis de abastecimento apresentaram um comportamento diferente do visto nas demais regiões e também em meses anteriores (trazidos nas análises VIES divulgadas anteriormente, mês a mês). Isso pois o pior desempenho foi visto em 2020 (-10,74%), seguido de anos de recuperação, fechando outubro de 2024 em -4,8%. Já o preço desempenhou comportamento parecido com as demais regiões, com pico positivo em 2021 (5,68%) e pior desempenho em 2023 (1,73%). Isso

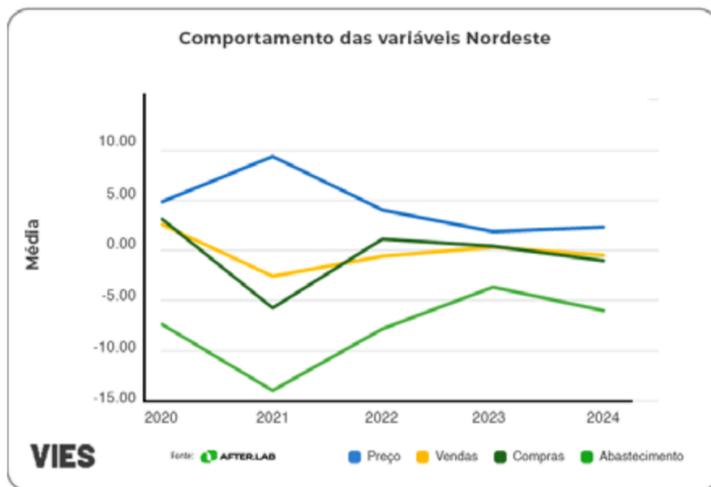
significa que em outubro de 2021 os lojistas de autopeças perceberam os preços 5,68% maiores, enquanto em 2023, esse aumento foi de 1,73%. As vendas foram positivas em 2020 e decaíram para valores negativos nos anos seguintes, fechando 2024 e -0,84%. Os níveis de compras que exibiram resultados parecidos aos de vendas, quando o desempenho foi positivo em 0,95% em 2020 e negativo nos anos seguintes. Na análise ANOVA, somente o nível de compras não apresentou variações significativas ($p < 0,05$).



Variáveis	GL	Z	Significância
Abastecimento	4,18	5,488	0,005
Preço	4,18	3,302	0,034
Vendas	4,18	0,670	0,621
Compras	4,18	0,973	0,447



Variáveis	GL	Z	Significância
Abastecimento	4,18	4,480	0,011
Preço	4,18	5,552	0,004
Vendas	4,18	0,445	0,775
Compras	4,18	2,328	0,095



Análise de variância Nordeste

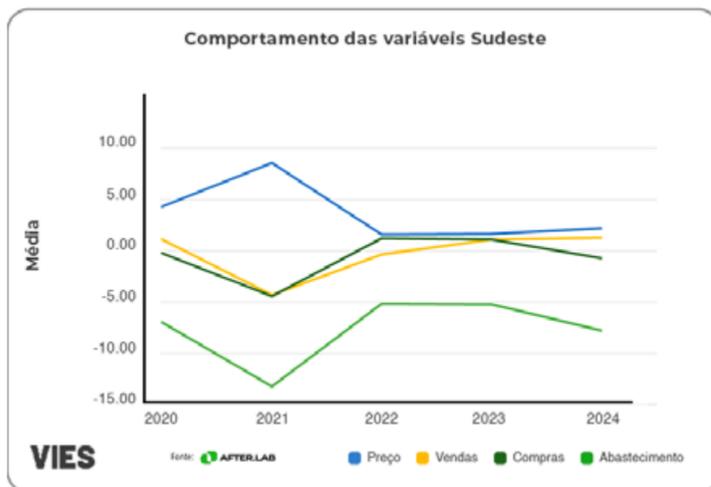
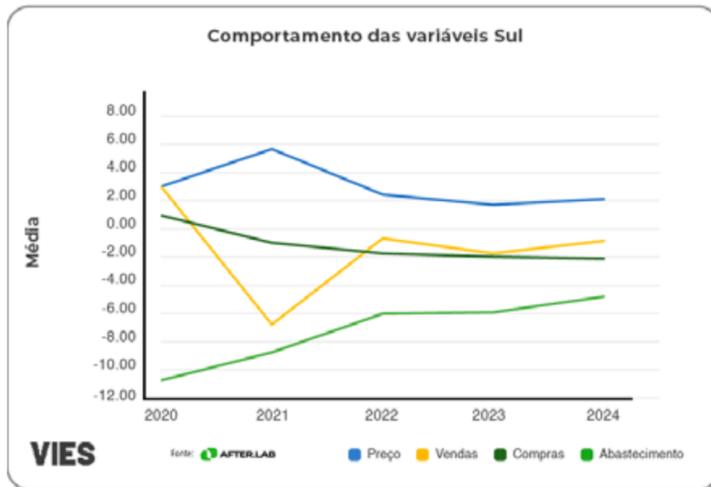
Variáveis	GL	Z	Significância
Abastecimento	4,18	8.087	0.001
Preço	4,18	5.365	0.005
Vendas	4,18	0.781	0.552
Compras	4,18	3.246	0.036

Análise de variância Sul

Variáveis	GL	Z	Significância
Abastecimento	4,18	1.875	0.159
Preço	4,18	5.291	0.005
Vendas	4,18	5.138	0.006
Compras	4,18	0.642	0.640

Análise de variância Sudeste

Variáveis	GL	Z	Significância
Abastecimento	4,18	10.212	0.000
Preço	4,18	22.831	0.000
Vendas	4,18	1.644	0.207
Compras	4,18	0.859	0.507



Sudeste

Os níveis de abastecimento mantiveram-se deficitários em todos os meses de outubro, de 2020 a 2024. Em 2021, o abastecimento alcançou seu nível mais baixo: -13,21%, sendo o melhor desempenho alcançado em outubro de 2022, quando atingiu -5,16%. Em contraponto, o nível de preço desempenha uma trajetória relativamente oposta ao abastecimento: pico positivo em 2021 (8,6%) e pior desempenho em 2022 (1,58%). As vendas apresentaram valor

percentual positivo somente em 2020, decaindo para valores negativos em 2021 (-4,31%) e recuperando-se nos anos seguintes, fechando 2024 em 1,28%. As compras, por outro lado, foram negativas em outubro de 2020 e 2021, sendo neste ano o seu pior desempenho (-4,44%), recuperando-se em 2022 e 2023 e sofrendo nova queda em 2024, -0,71%. Na análise de variância, vendas e compras não mostraram variações significativas, com um nível de confiança de pelo menos 5%.

AUTOMEC

16ª FEIRA INTERNACIONAL DE AUTOPEÇAS, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS

· LEVES · PESADOS · COMERCIAIS ·

Faça parte do maior evento de aftermarket automotivo da América Latina!

A Automec é o maior ponto de encontro do mercado de reposição e reparação automotiva, com uma capacidade singular de reunir as principais marcas, as mais recentes tendências, lançamentos inovadores, soluções completas, conteúdos de destaque e experiências exclusivas. Tudo isso é respaldado por números expressivos que reforçam sua relevância no setor:

+ 1.500
MARCAS

+ 91 MIL VISITANTES
DE 60 PAÍSES

+ 100 H
CONTEÚDO

+ R\$ 29,5 BI
EM NEGÓCIOS

*Dados da edição de 2023.

22 a 26

ABRIL DE 2025

SÃO PAULO EXPO

GARANTA SEU LUGAR!

São 5 dias e muitas oportunidades para os profissionais do setor.

SAIBA MAIS:

[/FeiraAutomec](#)
[automec_oficial](#)

[AutomecFeira](#)
[AutomecFeira](#)

www.automecfeira.com.br

Apoio:

Co-Apoio:

Organização e Promoção:

Semana de 04 a 08 de novembro

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 04 a 08 de novembro, realizadas pelo After.Lab

MAPA

Os dados apurados pelo MAPA apontam para uma sequência de nada menos que quatro semanas de queda nas vendas do varejo. A média nacional ponderada no período aqui em análise foi de -1%.

Os índices regionais de vendas trazidos pelos profissionais do

After.Lab são os seguintes: 3,75% no Norte; -3,08% no Nordeste; 5,73% no Centro Oeste; -1,92% no Sudeste; e -1,35% no Sul.

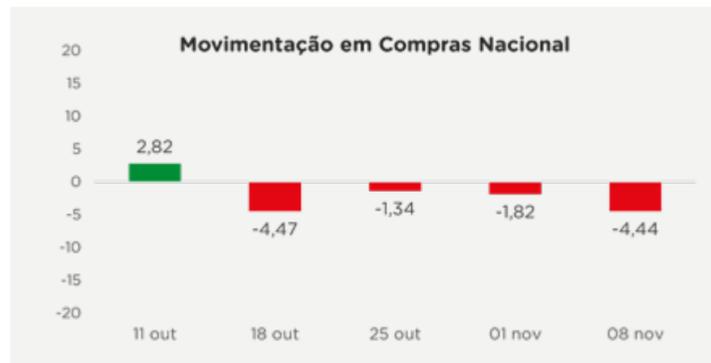
As compras por parte dos varejos também mostram a mesma trajetória de queda, mas ainda mais acentuada que as vendas.

A média nacional ponderada na semana foi de -4,44%.

Na variação semanal regional das compras, 18,75% no Norte; -1,67% no Nordeste; 4,09% no Centro Oeste; -6,82% no Sudeste; e -1,25% no Sul.

Os gráficos de estatísticas comparativas mostram que a estabilidade nas vendas subiu de 46% para 57% dos entrevistados. Os varejistas que venderam mais no período

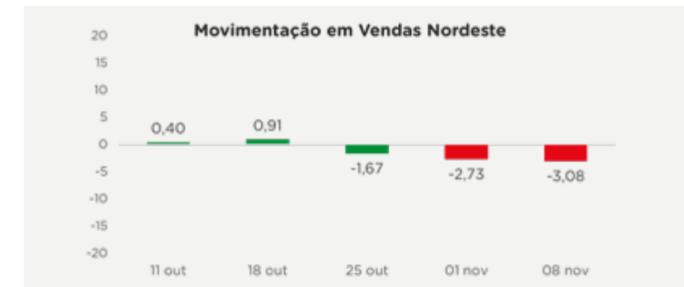
recuaram de 27% para 22% da amostra. E o índice dos que venderam menos caiu de 27% para 21%. No comportamento de compras, a estabilidade subiu de 36% para 49% dos varejistas pesquisados. As lojas que compraram mais despencaram de 33% para 14% da amostra e a variação negativa subiu de 31% para 36%.



Realização:



Apoio:



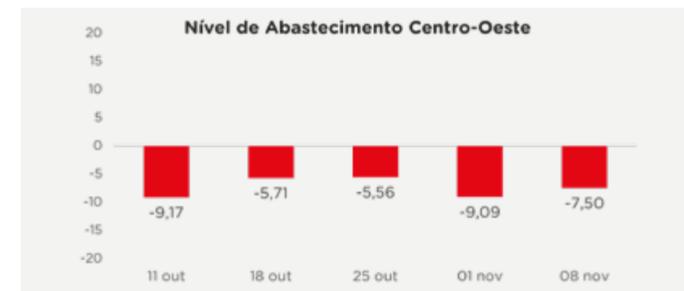
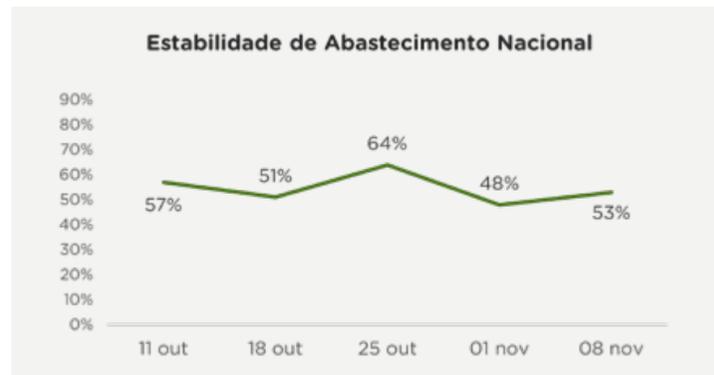
ONDA

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 04 a 08 de novembro revelou média nacional ponderada negativa para o abastecimento de autopeças no varejo, com -6,02%. Nas últimas cinco semanas, a falta de produtos, ao que

tudo indica, vem se estabelecendo num patamar elevado. Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do Brasil apuraram os seguintes resultados: -7,5% no Norte; -4,23% no Nordeste; -7,5% no Centro-Oeste; -6,3% no Sudeste; e -5,82% no Sul. Os itens em geral lideram o ranking da falta de produtos com 30,6% das respostas, seguidos por componentes de suspensão, com 16,7%, e

embreagens, com 13,9%. Os preços ao varejo continuam mantendo trajetória inversa à do abastecimento, com percepção contínua de alta. O viés nacional no período foi de 2,49%. Todas as regiões, mais uma vez, mostraram curva de preços em elevação, com 2,5% no Norte; 1,38% no Nordeste; 6% no Centro-Oeste; 2,32% no Sudeste; e 2,22% no Sul. Os itens em geral responderam por 66,7% das percepções de alta nos preços,

seguidos por óleos lubrificantes e velas de ignição, ambos com 4,8% das respostas. A estabilidade do abastecimento no período subiu de 48% para 53%. Em relação aos preços, a curva de estabilidade caiu de 73% para 66%. Acompanhe semanalmente nas plataformas digitais do Novo Varejo e do Aftermarket Automotivo os resultados atualizados das pesquisas MAPA e ONDA, uma realização do After.Lab.



ONDA

Realização:



Apoio:



Portfólio After.Lab de Estudos de Mercado

Maior acervo de pesquisas em tempo real sobre o Aftermarket Automotivo

MAPA

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

ONDA

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

LUPA

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

META

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

VIES

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

 **AFTER.LAB**

 **aftermarket
automotivo**

 **novovarejo
automotivo**

 **MAIS
AUTOMOTIVE**

 **Q.TV**

 **MAIORES & MELHORES**

 **Prêmio
INOVA**



Nhm

Vendas de carros usados crescem quase 8% em outubro

Uno continua vendendo bem e se soma ao Palio no pódio da Fiat

O mês de outubro mostrou números muito positivos para o mercado de carros seminovos e usados. Segundo relatório da FENAUTO, o resultado de vendas no mês passado foi 7,8% superior ao de setembro (1.448.857 unidades contra 1.343.999).

Outro resultado favorável foi

o verificado na comparação de outubro deste ano com o mesmo mês de 2023, com expressivos 18% a mais nas vendas registradas (1.448.857 unidades este ano contra 1.227.681 no ano passado). O crescimento no acumulado de 2024 já chegou a 9,9%, com 13.031.252 veículos ante

11.855.567 em 2023, reforçando as previsões da FENAUTO de um provável novo recorde de vendas até o final do ano. O Presidente da entidade, Enilson Sales, reforça as projeções afirmando que “se as condições de mercado e economia permanecerem sem nenhum imprevisto

ou surpresa, esperamos fechar o ano com aproximadamente 15,5 milhões de veículos comercializados, o melhor resultado desde 2021, quando chegamos a 15,1 milhões de unidades, mostrando a força e crescimento do segmento.

Unidade fica em Rondonópolis, segunda maior economia do estado

Foto: Divulgação



Modelos mais vendidos em outubro

AUTOS		COMERCIAIS LEVES		MOTOS		COMERCIAIS PESADOS	
VW Gol	67.960	Fiat Strada	32.540	Honda CG150	76.387	Ford Cargo	2.373
Fiat Uno	35.976	VW Saveiro	20.487	Honda BIZ	35.521	Volvo FH	1.867
Fiat Palio	35.747	GM S10	16.056	Honda CG 125	30.605	Ford F4000	1.330

Novos mercados para as autopeças brasileira

O Brasil Auto Parts (BAP), bem-sucedida parceria entre a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) e o Sindipeças, tem ajudado fabricantes brasileiros a conquistar ou ampliar participação no mercado externo. Uma de suas ações é a Rodada de Negócios (ex-Projeto Comprador), que traz ao Brasil distribuidores e importadores de países eleitos pelas empresas participantes. A 14.ª edição da Rodada de Negócios ocorreu em outubro, em São Paulo (SP). Durante três dias, 69 empresas associadas ao Sindipeças participaram de 695 reuniões de negócios com dezenove compradores de nove países da América Latina: Argentina, Bolívia, Chile, Colômbia, Equador, México, Peru, Uruguai e Venezuela. Houve ainda 48 visitas a dezoito fábricas em outros dois dias. A estimativa de negócios fechados nos contatos realizados, segundo pesquisa com os participantes brasileiros, é de US\$ 2,9 milhões. Nos próximos doze meses, o potencial é de US\$ 16,6 milhões.

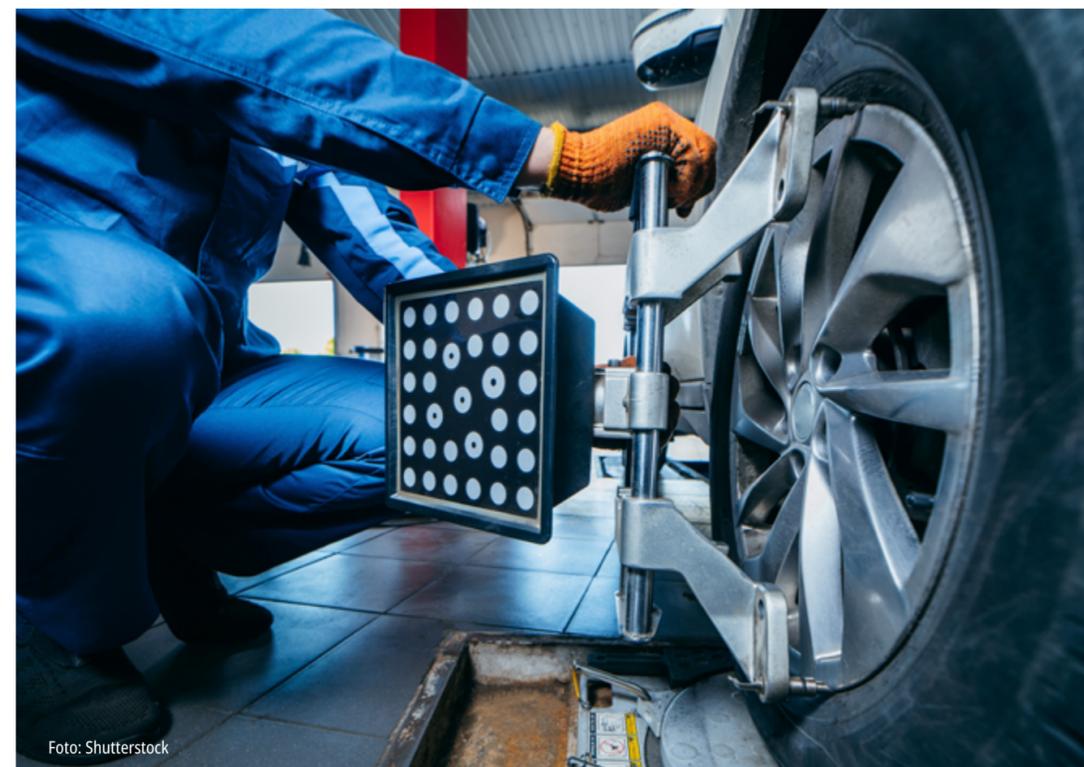


Foto: Shutterstock

Alinhamento e balanceamento tem destaque entre as rotinas de manutenção

Lavagem completa é o serviço automotivo mais agendado em plataforma online

A Webmotors apresenta o ranking dos serviços mais procurados pelos usuários da plataforma em todo o Brasil entre julho e setembro de 2024. Aloçado no aplicativo do marketplace, o Webmotors Serviços permite solicitar orçamentos e realizar agendamentos de lavagem, estética, manutenção preventiva e funilaria. A lavagem completa foi o serviço mais pesquisado pelos usuários

da Webmotors no período, seguido por alinhamento e balanceamento, em segundo lugar, e polimento de pintura, na terceira posição.

Serviços mais agendados no Webmotors em todo o Brasil entre julho e setembro

1. Lavagem completa
2. Alinhamento e balanceamento
3. Polimento de pintura
4. Higienização interna
5. Instalação de película protetora padrão
6. Check-up eletrônico com scanner
7. Cristalização de pintura
8. Verificação dos freios e fluidos
9. Troca de discos e pastilhas
10. Limpeza de bicos injetores



Foto: Divulgação

André Astini, diretor de conceito de oficina da rede Bosch Car Service

Veloe Go lança gestão de manutenção em parceria com Bosch

A Veloe Go, solução completa em mobilidade e gestão de frotas, acaba de lançar o novo serviço de Gestão de Manutenção. Em parceria com a Bosch Car Service, a ferramenta oferece uma solução ainda mais robusta para gestores de frota, incluindo manutenção preventiva e corretiva, além de serviços

adicionais como lavagem, com a qualidade reconhecida da Bosch e a opção de outras oficinas credenciadas. Entre os principais benefícios destaca-se a cobertura nacional, a garantia de todas as peças e a certeza de contar com um alto nível de atendimento com a comunicação facilitada via WhatsApp entre

a Veloe e a oficina. A plataforma oferece ainda relatórios customizáveis que podem ser integrados com outros sistemas de gestão, permitindo uma visão mais abrangente e personalizada da frota. “Estamos muito satisfeitos em colaborar com a Veloe Go por meio da Bosch Car Service que com a ampla gama de

serviços especializados e uma rede de aproximadamente 1000 oficinas espalhadas por todos os estados do território nacional vai contribuir para facilitar a gestão de frotas”, André Astini, diretor de conceito de oficina da rede Bosch Car Service.

CNC se posiciona sobre proposta de redução da jornada de trabalho

A Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) emitiu nota manifestando sua posição contrária à Proposta de Emenda à Constituição que visa a redução da jornada de trabalho para quatro dias por semana, conforme proposta em análise. “Embora entendamos e valorizemos as iniciativas que visam promover o bem-estar dos trabalhadores e ajustar o mercado às novas demandas sociais, destacamos que a imposição de uma redução da jornada de trabalho sem a correspondente redução de salários implicará diretamente no aumento dos custos operacionais das empresas. Esse aumento inevitável na folha

de pagamento pressionará ainda mais o setor produtivo, já onerado com diversas obrigações trabalhistas e fiscais. O impacto econômico direto dessa mudança poderá resultar, para muitas empresas, na necessidade de reduzir o quadro de funcionários para adequar-se ao novo cenário de custos, diminuir os salários de novas contratações, fechar estabelecimento em dias específicos, o que diminui o desempenho do setor e aumenta o risco de repassar o desequilíbrio para o consumidor. Com isso, antecipamos que, ao invés de gerar novos postos de trabalho, a medida pode provocar uma onda de demissões, especialmente em setores de

mão de obra intensiva, prejudicando justamente aqueles que a medida propõe beneficiar. Além disso, as atividades comerciais e de serviços exigem uma flexibilidade que pode ser comprometida com a implementação da semana de quatro dias, dificultando o atendimento às demandas dos consumidores e comprometendo a competitividade do setor. A CNC acredita que a redução da jornada de trabalho deve ser discutida no âmbito das negociações coletivas, respeitando as especificidades e limitações de cada setor econômico e evitando a imposição de uma regra única. A Confederação reforça seu compromisso com a geração

de empregos e o fortalecimento do setor produtivo, ressaltando que qualquer mudança na legislação trabalhista deve ser amplamente debatida e analisada quanto aos seus impactos econômicos e sociais, para que possamos construir um ambiente sustentável para trabalhadores e empresas. Por fim, a CNC conclama os parlamentares a reavaliar esta proposta e buscar alternativas que promovam o desenvolvimento econômico, a preservação dos empregos e o bem-estar dos trabalhadores sem onerar excessivamente as empresas e comprometer a estabilidade do mercado de trabalho brasileiro”.



Foto: Shutterstock

Impacto econômico pode resultar em redução de pessoal, alerta entidade



Foto: Divulgação

Instalação está localizado no mesmo complexo da fábrica

Toyota inaugura Centro Logístico de Peças em Sorocaba

A Toyota do Brasil inaugurou seu novo Centro Logístico de Peças na cidade de Sorocaba (SP). O projeto é resultado de um investimento de R\$ 160 milhões, que permitiu um aumento da área total do novo centro logístico para 55.000 m², um crescimento de 66% em relação a área anterior. A nova operação agora tem capacidade para processar 1,1 milhão de peças por mês, um aumento de 30%, além de

empregar 240 pessoas. Responsável pelo abastecimento de 23 países da América Latina, o novo Centro Logístico de Peças tem como objetivo suportar o crescimento da produção e exportação da Toyota, impulsionado pelo recente investimento de R\$ 11 bilhões até 2030, que permitirá um aumento da capacidade de produção de veículos e motores, além do lançamento de novos modelos híbridos flex

– tecnologia introduzida pela Toyota em 2019 com o Corolla sedã, contribuindo para a eletrificação do país. Com uma taxa de disponibilidade de peças imediata anunciada de 97,5% e entregas em até 24 horas dentro do estado de São Paulo, a nova instalação permitirá à Toyota manter seu nível de pós-venda e suporte à rede de concessionárias, assegurando a tranquilidade de seus clientes em

todos os 23 países atendidos pela operação do Brasil. O novo centro logístico reflete o compromisso contínuo da Toyota com a sustentabilidade ao utilizar energia 100% renovável, iluminação natural em grande parte do prédio, lâmpadas em LED e sistema de ventilação natural para reduzir o consumo, equipamentos elétricos e reutilizar água de chuva para os banheiros e processos de limpeza.

Controil amplia linha de servos freios para o mercado de reposição

A Controil, especialista na fabricação de componentes para freios hidráulicos, investe continuamente em novidades para garantir a oferta de produtos para o mercado de reposição. A empresa acaba de lançar novas aplicações. São quatro códigos em servos de freio, que atendem a todos os requisitos de qualidade exigidos por montadoras.

Para modelos da Chevrolet tem novos itens para Montana, com a referência C-5681, enquanto para o Onix Plus e Tracker, a marca apresenta o C-5683. Os modelos Citroën C3 e Peugeot 208 e 2008 possuem o código C-5682. Por fim, completando o pacote de novidades o servo freio para modelos Volkswagen up! tem a especificação C-5684.

Com a plataforma Auto Experts <https://autoexperts.parts>, é possível acessar estes lançamentos e o catálogo completo da linha de produtos que inclui, além do servo freio, cilindro mestre, cilindro de roda, cilindro de embreagem, kits de reparo e mangueiras injetadas e materiais de borracha para vedação.



Foto: divulgação

Novas aplicações atendem veículos Chevrolet, Citroën, Peugeot e Volkswagen

Marelli Cofap Aftermarket lança bieletas para modelos BYD

De olho no crescimento do segmento de veículos elétricos, a Marelli Cofap Aftermarket anuncia o lançamento de bieletas para os modelos BYD. Comercializados com a marca Cofap, os novos códigos de bieletas são destinados aos modelos BYD Dolphin, que ocupa o

segundo lugar no ranking dos mais vendidos, e ao BYD Song Plus, ambos fabricados a partir de 2023. O catálogo de bieletas ganhou também outros dois códigos: BTC22122 (Toyota Corolla, fabricado a partir de 2019) e BTC17117 (Peugeot 208, produzidos a partir de 2021).



Foto: divulgação

Novidades acompanham o crescimento da frota de elétricos no país

ZF Aftermarket expande portfólio com cilindro mestre de freio para veículos Renault

A ZF Aftermarket lança no mercado de reposição cilindro mestre de freio para veículos Renault, aumentando sua atual cobertura da linha leve. Para o veículo Logan, o componente atende os modelos Authentique 2007/2013; Expression 2007/2012; Expression G1 2007/2013; Privilège 2007/2012; Privilège G1 2007/2014. Já para o Sandero, os modelos atendidos são Authentique e Authentique

HI-Flex 2007/2014; Expression HI-Flex e Expression HI-Torque 2007/2014; GT Line 2007/2014; Privilège,

Privilège HI-Torque, Privilège HI-Flex, e Privilège HI-Flex Auto 2007/2014; e Stepway 2007/2011.



Foto: divulgação

Componente atende veículos Logan e Sandero

Valeo apresenta novidades para o mercado

A Valeo Service anunciou uma série de novos produtos lançados recentemente para atender o mercado de reposição. São diversos itens para diferentes marcas de veículos nos segmentos de climatização, iluminação, sistemas de freio, transmissão e sistemas elétricos. Confira todas as novidades nas plataformas digitais da empresa.

Mercado de elétricos e plug-in cresce 200% em 12 meses

Com dois meses para o fechar 2024, as vendas de veículos leves eletrificados registraram, em outubro, os melhores números deste ano. Foram 16.033 eletrificados vendidos, com um aumento de 21% em relação ao mês de setembro. Na comparação com outubro de 2023 (9.537), há um crescimento de 68%.

O mercado de eletrificados no país se encontra em franca expansão e desenvolvimento. A cadeia produtiva da eletromobilidade tem aquecido o setor automotivo, por meio da chegada de novas empresas, da implementação de novas linhas de produção e da oferta de novos serviços.

Os resultados apresentados pela ABVE em seu 1º Anuário da Cadeia Produtiva da Eletromobilidade (<https://abve.org.br/abve-lanca-1o-anuario-da-cadeia-produtiva-da-eletromobilidade/>) demonstram o quanto as empresas estão dispostas a investir no segmento da eletromobilidade. Os números de vendas são o reflexo desses investimentos e da aposta no segmento.

No acumulado de janeiro a outubro de 2024, foram vendidos 138.581 veículos leves eletrificados, o que representa uma evolução de 107%, na

comparação com o mesmo período de 2023 (67.047). A média mensal de vendas de eletrificados se encontra em 13.858 veículos, aproximando ainda mais a estimativa de 2024 alcançar a marca de 160 mil.

Os veículos elétricos plug-in, que representam os veículos 100% elétricos (BEV) e os híbridos plug-in (PHEV), lideraram a participação de mercado dos eletrificados em 2024, com 71% das vendas (98.396). Os 29% restantes (40.185) encontram-se distribuídos entre os híbridos (HEV e HEV Flex) e os micro

híbridos (MHEV).

Em 2023, a participação dos elétricos plug-in, no período de janeiro a outubro, foi de 50,4% (33.788). Já em 2024, as vendas chegaram a 98.396 veículos, um crescimento de 191% deste mercado.

Tecnologias

Em outubro, foram vendidos 6.109 veículos 100% elétricos (BEV), o que representa 38,1% de participação em relação ao total de eletrificados. Na comparação com setembro, houve um aumento de 30% nas vendas desse segmento. Em relação a outubro de 2023 (2.370),

há um excelente crescimento de 157,8%.

Já os híbridos plug-in (PHEV), totalizaram o mês com 5.961 unidades vendidas, com uma participação de mercado (market share) de 37,20%. Em relação ao mês de setembro (4.896 veículos), houve um crescimento de 22,4%, já na comparação com outubro de 2023 (3.028 veículos) há um aumento de 73,8%.

Os HEV convencionais (elétricos não plug-in a gasolina ou diesel) ficaram com 8,7% das vendas (1.391 veículos). Os HEV FLEX, com 10,2% (1.643 veículos), e os micro híbridos (MHEV),



Foto: Shutterstock

Forte investimento das marcas chinesas têm contribuído para avanço dos carros 100% elétricos

com 5,8% (929 veículos). No acumulado 2024 (janeiro a outubro), a participação de mercado dos eletrificados por tecnologia é a seguinte:

- BEV: 51.830 (37,4%)
- PHEV: 46.566 (33,60%)
- HEV: 12.320 (8,89%)
- HEV FLEX: 17.481 (12,61%)
- MHEV: 10.384 (7,49%)

Geografia da eletromobilidade

Desde o início do fomento das vendas dos veículos leves eletrificados, o Sudeste sempre figurou como a região líder no processo. De janeiro a outubro de 2024, a região foi responsável por 49% (67.853) do total das vendas do período (138.581). Na comparação com o mesmo período de 2023, o percentual de participação era maior. Encontrava-se em 52,6% (35.296) do total de

vendas (67.047). A diminuição na participação da região Sudeste não gerou uma redução nas vendas dos veículos eletrificados. O que indica que o processo começou a ganhar mais relevância e mercado em outras regiões do país. As regiões Sul, Nordeste e Centro-Oeste aumentaram, nos últimos 12 meses, suas participações de mercado nas vendas de eletrificados, com destaque para as vendas de elétricos plug-in.

Em relação aos municípios, o destaque de vendas ainda são as capitais. Em outubro, os cinco municípios que mais venderam veículos eletrificados foram:

- 1º São Paulo: 1.971
- 2º Brasília: 1.591
- 3º Curitiba: 850
- 4º Rio de Janeiro: 690
- 5º Belo Horizonte: 631

HORSE e WEG anunciam o início da comercialização do Range Extender

A HORSE, uma divisão da Horse Powertrain, apresentou na recente Fenatran, em São Paulo, o sistema Range Extender (REX) no estande da WEG (G 228), empresa parceira da HORSE no desenvolvimento desta tecnologia, e aproveita para anunciar a assinatura do Contrato de Comercialização.

“A assinatura do contrato

com a WEG é um marco importante para a HORSE. Estamos focados em fornecer tecnologias de descarbonização em todo o mundo, e essa parceria nos ajudará a democratizar nosso portfólio de eletrificação (Range Extender). Estamos ansiosos para explorar as novas oportunidades de negócios em diversos mercados e setores,”

afirma Mateus Fonseca, diretor de Desenvolvimento de Negócios da HORSE.

A arquitetura do Range Extender é composta pelo Motor de Combustão interna da HORSE e pelo Gerador de Energia Elétrica da WEG. E suas vantagens são significativas. A bateria permite mobilidade sem emissões, ideal para condução na cidade e em zonas de baixa emissão. Além disso, pode ser carregada usando equipamento de recarga público ou uma fonte de energia doméstica. O motor de combustão estende ainda mais sua autonomia, eliminando a ‘ansiedade de alcance’ associada aos veículos elétricos tradicionais. Quando a bateria está suficientemente carregada, o motor desliga, operando sempre em sua janela

de eficiência máxima e minimizando o consumo de combustível e as emissões.

“A parceria com a HORSE e o lançamento do Range Extender marcam um avanço importante na mobilidade sustentável. Essa tecnologia inovadora combina nosso gerador de energia com o motor da HORSE, oferecendo eficiência e descarbonização, especialmente em aplicações onde a eletrificação pode enfrentar desafios frente a autonomia, declara Carlos Grillo, diretor superintendente da WEG Digital & Sistemas.

Esta solução é ideal para setores onde a eletrificação enfrenta desafios relacionados a custo, peso e autonomia, e se mostra especialmente valiosa em mercados com infraestrutura de recarga elétrica ainda insuficiente.



Foto: Shutterstock

Arquitetura tem motor de combustão interna HORSE e gerador de energia elétrica WEG

Faturamento das indústrias para a reposição tem crescimento real de 9,1% até agosto

O setor como um todo apresentou crescimento real de 5,5% no período, segundo o Sindipeças

O faturamento nominal da Indústria de Autopeças até o mês de agosto/24 somou montante 8,9% maior (5,5% em termos reais) em comparação ao mesmo período de 2023. Considerando o comparativo com o mês imediatamente anterior, apresentou leve crescimento, variação nominal de 1,9% e real de 1,5%.

Por canal de distribuição, o mercado de reposição amparou a maior variação nominal (12,5%) e real (9,1%) entre os meses de janeiro e agosto. Em relação a venda de peças para a linha leve, houve incremento real de 1,0% na passagem mensal e de 12,4% no acumulado do ano. No caso da linha de pesados, apurou-se aumento real de 2,0% entre julho e agosto, porém queda 3,8% no ano, o que ainda reflete os problemas enfrentados por esse segmento em 2023. O faturamento proveniente das montadoras trouxe avanço nominal de 2,6% (real de 2,1%) frente a julho/24. No ano, o ganho encontra-se em 10,8%, em termos nominal, e um pouco menor (7,4%) quando se elimina o efeito da inflação. De modo geral,

o resultado está em linha com a produção e vendas de autoveículos, divulgadas pela Anfavea, que tiveram variação positiva de 6,6% e 17,5%, respectivamente, até agosto desse ano. Na contramão dos cenários apresentados, as exportações em dólares exibiram retração, nominal e real, no acumulado até agosto.

De certa forma, os resultados foram antecipados pela Sondagem Mensal da

Indústria de Autopeças, divulgada no final de agosto. Nela, já havia a indicação de crescimento, conforme as métricas de comparação (mês anterior, mesmo mês do ano anterior e acumulado no ano), para as vendas e para a produção. Outrossim, o relatório da balança comercial trazia informações acerca de contexto de retração para as exportações de autopeças em agosto, em boa medida representadas

nesta pesquisa conjuntural. A estabilidade da utilização da capacidade (NUCI) permanece com 73 p.p., absolutamente em linha com os meses recentes dada à boa performance da produção de autoveículos. O volume de empregos subiu 0,9% na passagem entre julho e agosto/24, no ano, o emprego apresentou estabilidade (0,2%) frente a igual período anterior.

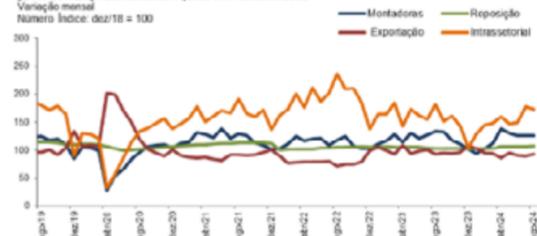
1.2 – Faturamento Real

[Tabela 1.2] Resumo do Desempenho - Variações Reais

Discriminação	Variação			
	Ago 24/ Jul 24	Ago 24/ Ago 23	Acum 24/ Acum 23	Variação acumulada em 12 meses
Faturamento líquido real consolidado (%)	1,48	10,27	5,54	-1,11
Faturamento líquido real: vendas para as montadoras (%)	2,13	11,77	7,34	-2,33
Faturamento líquido real: vendas para a reposição (%)	1,17	14,32	9,05	9,42
Faturamento líquido real: exportação em reais (%)	0,05	4,10	-1,87	-2,40
Faturamento líquido real: exportação em dólares (%)	-0,14	-8,07	-5,65	-3,18
Faturamento líquido real: vendas intrasetoriais (%)	-2,56	-4,74	-7,39	-13,49
Emprego nacional (%)	0,93	4,24	0,21	-0,77
Capacidade ociosa* (p.p.)	0,78	0,07	-1,63	0,42

Fonte: Pesquisa Conjuntural Mensal do Sindipeças
 *Índice deflacionado pelo IPI-IGC (Base: Média de 2023 = 100)
 Notas: * Os valores podem sofrer alterações devido à ajustes realizados mensalmente.
 *Faturamento líquido real, descontando todos os impostos e deflacionado conforme descrição acima.
 *Cálculo da comparação feito através da média do ano corrente e média do ano anterior.

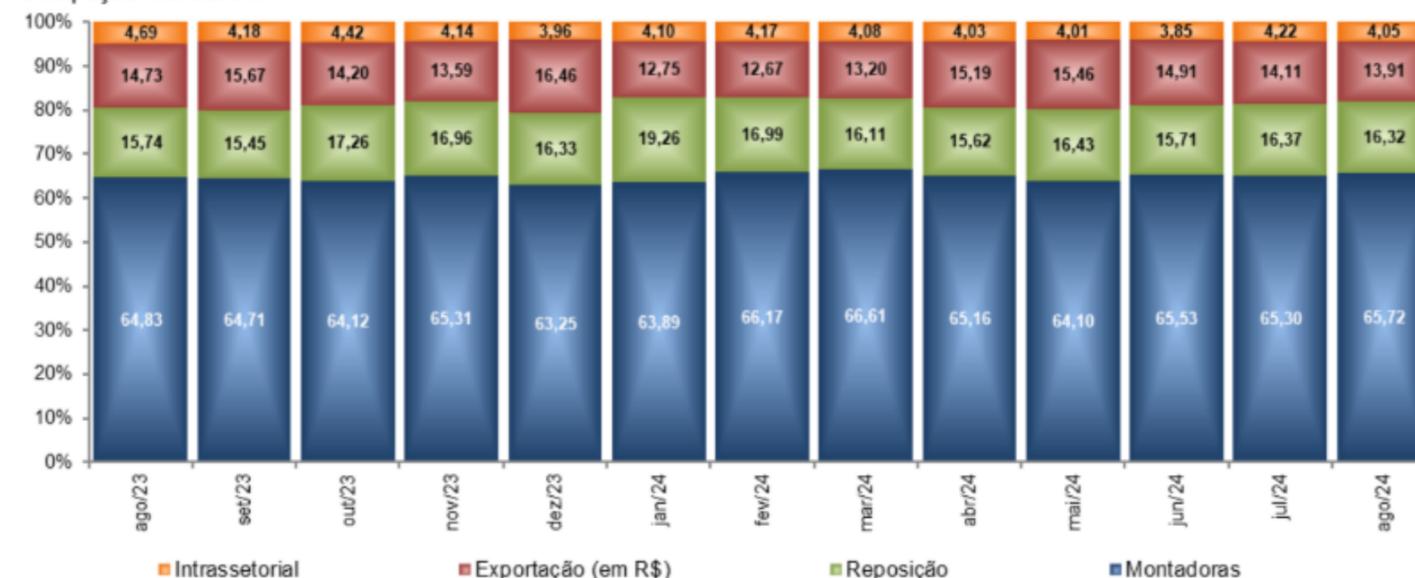
[Gráfico 1.2a] Faturamento líquido real consolidado



[Gráfico 1.2b] Faturamento líquido real consolidado



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



III – Mercado de Reposição

[Tabela 3] Índices do Mercado de Reposição¹

Discriminação	Variação percentual		
	Ago 24/ Jul 24	Ago 24/ Ago 23	Acumulado do ano
Faturamento nominal (LL e LP)	1,60%	17,34%	12,54%
. Linha Leve	1,41%	19,71%	15,95%
. Linha Pesada	2,40%	8,09%	-0,71%
Faturamento real (LL e LP)	1,17%	14,32%	9,05%
. Linha Leve	0,98%	16,63%	12,36%
. Linha Pesada	1,97%	5,31%	-3,82%
IGP-M (ago/24)	0,29%	4,26%	-1,24%

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

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

Comércio de veículos, motos, partes e peças cresce 13,3% no ano até setembro

Dados divulgados pelo IBGE mostram que as vendas do setor varejista como um todo apresentaram variação positiva de 0,5%

Em setembro de 2024, o volume de vendas do comércio varejista avançou 0,5% na comparação com agosto, na série com ajuste sazonal. No mês anterior, havia tido variação negativa de 0,2%. A média móvel trimestral variou 0,3% no trimestre encerrado em setembro.

Na série sem ajuste sazonal, o comércio varejista subiu 2,1% em relação a setembro de 2023, 16ª taxa consecutiva no campo positivo. O acumulado no ano chegou a 4,8%, enquanto o acumulado nos últimos 12 meses ficou em 3,9%. 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 subiu 1,8% na série com ajuste sazonal. A média móvel trimestral cresceu 0,5%. Na série sem ajuste sazonal, o varejo ampliado teve alta de 3,9%, acumulando no ano alta de 4,5% ante o mesmo período de 2023 e de 3,8% em 12 meses.

Quatro atividades avançam na comparação com agosto

Em termos setoriais, houve equilíbrio entre taxas positivas e negativas. Outros artigos de uso pessoal e doméstico (3,5%), Combustíveis e

lubrificantes (2,3%), Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, e de perfumaria (1,6%) e Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (0,3%) registraram taxas positivas. Já Móveis e Eletrodomésticos (-2,9%), Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação (-1,8%), Tecidos, vestuário e calçados (-1,7%) e Livros, jornais, revistas e papeleria (-0,9%) tiveram queda na passagem de agosto para setembro.

No âmbito do comércio varejista ampliado, as duas atividades com crescimento, na passagem de agosto para

setembro, foram Veículo e motos, partes e peças, com 6,6%, e Material de construção, com 1,1%.

Quatro atividades avançam frente a setembro de 2023

Em relação a setembro de 2023, quatro dos oito setores investigados ficaram no campo positivo: Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria (16,3%), Outros artigos de uso pessoal e doméstico (5,7%), Tecidos, vestuário e calçados (0,7%) e Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (0,6%). No campo negativo ficaram Livros, jornais, revistas e papeleria (-10,6%), Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação (-4,9%), Combustíveis e lubrificantes (-1,5%) e Móveis e eletrodomésticos (-0,4%).

No comércio varejista ampliado, Veículos e motos, partes e peças obteve crescimento de 18,0%, Material de construção teve alta de 9,4% e Atacado especializado de produtos alimentícios bebidas e fumo caiu 9,1% em setembro de 2024, na comparação com setembro de 2023.

O grupamento de Combustíveis e lubrificantes apresentou resultado 1,5% inferior ao de setembro de 2023, a menor amplitude no campo negativo dos cinco meses consecutivos de queda: -4,0% tanto em maio quanto em junho, -4,4% em julho e -4,6% em agosto. Ainda na leitura interanual, o setor exerceu a principal contribuição no campo negativo para o varejo, somando -0,2 p.p. ao total de +2,1% dos oito setores pesquisados. No ano, o acúmulo é negativo desde março de 2024, atingindo -2,4% até setembro. Cenário similar se dá nos últimos 12 meses: sete meses consecutivos registrando perdas, chegando a -2,8% até setembro. No varejo ampliado, a atividade de Veículos e motos, partes e peças fechou setembro de 2024 com 18,0% de crescimento com relação a setembro de 2023. Na série histórica, este é o décimo sétimo mês seguido a apresentar alta (a última queda foi em abril de 2023: -2,0%). O resultado de setembro levou o setor a registrar a maior contribuição na formação da taxa global do ampliado, somando 3,3 p.p. ao 3,9% do total das onze atividades cobertas pela pesquisa. Em termos do acumulado no ano, o resultado foi de 13,3% até setembro, ritmo superior ao mês anterior (12,7%). Nos últimos 12 meses, o acúmulo

ATIVIDADES	MÊS/MÊS ANTERIOR (1)			MÊS/IGUAL MÊS DO ANO ANTERIOR			ACUMULADO	
	Taxa de Variação (%)			Taxa de Variação (%)			Taxa de Variação (%)	
	JUL	AGO	Set	JUL	AGO	Set	NO ANO	12 MESES
COMÉRCIO VAREJISTA (2)	0,6	-0,2	0,5	4,6	5,3	2,1	4,8	3,9
1 - Combustíveis e lubrificantes	-1,1	-0,1	2,3	-4,4	-4,6	-1,5	-2,4	-2,8
2 - Hiper, supermercados, prods. alimentícios, bebidas e fumo	2,1	0,2	0,3	3,3	6,5	0,6	5,1	4,9
2.1 - Super e hipermercados	2,3	0,4	0,5	3,8	7,4	1,3	5,8	5,4
3 - Tecidos, vest. e calçados	2,0	-0,6	-1,7	5,6	5,8	0,7	1,2	1,2
4 - Móveis e eletrodomésticos	1,0	-1,8	-2,9	8,1	6,3	-0,4	3,3	2,8
4.1 - Móveis	-	-	-	8,7	12,9	3,8	5,6	3,6
4.2 - Eletrodomésticos	-	-	-	7,7	4,1	-1,9	2,7	3,0
5 - Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	-1,2	1,4	1,6	16,0	15,8	16,3	14,7	12,8
6 - Livros, jornais, rev. e papeleria	-0,3	-3,2	-0,9	-5,0	-8,6	-10,6	-7,7	-7,3
7 - Equip. e mat. para escritório, informática e comunicação	2,1	-2,1	-1,8	0,3	-2,8	-4,9	1,2	2,0
8 - Outros arts. de uso pessoal e doméstico	1,3	-4,5	3,5	10,7	1,5	5,7	7,1	2,1
COMÉRCIO VAREJISTA AMPLIADO (3)	0,1	-0,4	1,8	7,3	3,2	3,9	4,5	3,8
9 - Veículos e motos, partes e peças	3,8	-5,8	6,6	20,3	8,1	18,0	13,3	12,9
10 - Material de construção	-0,1	0,4	1,1	11,0	4,6	9,4	4,2	3,6
11 - Atacado Prod. Alimen., Beb. e Fumo				0,6	-11,6	-9,1	-6,7	-3,7

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.

é também é positivo: 12,9% até setembro.

Comércio varejista cresce 4,0% no terceiro trimestre de 2024

O comércio varejista registrou alta de 4,0% no 3º trimestre de 2024, na comparação

com o mesmo trimestre de 2023. Com isso, o terceiro trimestre adiciona um ponto à sequência de oito resultados no campo positivo, em volume, para este indicador. O resultado positivo foi acompanhado por cinco dos

oito setores que compõem o indicador global: Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria (16,1%), Outros artigos de uso pessoal e doméstico (6,0%), Móveis e eletrodomésticos (4,7%), Tecidos, vestuário e calçados

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

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

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

(4,2%) e Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo (3,5%). Já Livros, jornais, revistas e papelaria (-8,0%), Combustíveis e lubrificantes (-3,5%) e Equipamentos e

material para escritório, informática e comunicação (-2,4%) fecharam o terceiro trimestre de 2024 abaixo do mesmo trimestre de 2023. Para o varejo ampliado, a alta

de 4,8% no terceiro trimestre de 2024 é a sétima consecutiva. Veículos e motos, partes e peças e Material de construção cresceram no terceiro tri de 2023: 15,3% e 8,2%,

respectivamente. No sentido contrário, Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo registrou queda de 6,8%, em volume, na comparação dos terceiros trimestres de 2024 e 2023. No sentido contrário, Atacado especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo registrou queda de 6,8%, em volume, na comparação dos terceiros trimestres de 2024 e 2023.

Comparado a agosto, vendas aumentam em 21 unidades da federação em setembro

Na passagem de agosto para setembro de 2024, na série com ajuste sazonal, a taxa média nacional de vendas do comércio varejista avançou 0,5%, com resultados positivos em 21 unidades da federação, com destaque para Espírito Santo (3,8%), Amazonas (3,3%) e Piauí (3,0%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 5 das 27 unidades da federação, com destaque para Amapá (-3,9%), Tocantins (-3,9%) e Mato Grosso (-2,5%). Minas Gerais apresentou estabilidade (0,0%).

No comércio varejista ampliado, a variação entre agosto e setembro de 2024 foi de 1,8%, também com predominância de resultados positivos, em 20 das 27 unidades da federação,

com destaque para Paraná (20,5%), Espírito Santo (6,0%) e Maranhão (4,1%). Por outro lado, sete das 27 Unidades da Federação tiveram resultados negativos, com destaque para Amapá (-3,7%), Tocantins (-2,8%) e Bahia (-1,6%). Em relação a 2023, vendas sobem em 22 unidades da federação. Frente a setembro

de 2023, a variação das vendas no comércio varejista, no corrente mês, foi de 2,1%, com predominância de resultados positivos, em 22 das 27 unidades da federação, com destaque para Amapá (14,6%), Paraíba (13,0%) e Roraima (11,3%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuraram cinco

das 27 unidades da federação, com destaque para Mato Grosso (-1,9%), Minas Gerais (-1,1%) e Mato Grosso do Sul (-0,6%). Já no comércio varejista ampliado, a variação entre setembro de 2024 e setembro de 2023 foi de 3,9%, com resultados positivos em 23 das 27 unidades da

federação, com destaque para Paraná (20,4%), Amapá (17,7%) e Paraíba (12,9%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuraram quatro das 27 unidades da federação, com destaque para Mato Grosso do Sul (-7,7%), São Paulo (-1,1%) e Mato Grosso (-1,0%).

O MAIOR ACERVO DE INFORMAÇÃO DO SEGMENTO EMPRESARIAL DA REPARAÇÃO

MAIS AUTOMOTIVE

WWW.MAISAUTOMOTIVE.COM.BR

CONFIRA AS NOSSAS REDES SOCIAIS



Foto: Shutterstock

Legislação brasileira, como é hoje, proíbe a circulação de carros autônomos

Audiência pública debate regulamentação de veículos autônomos

Encontro com especialistas foi realização em comissão na Câmara dos Deputados encarregada de formular sugestões para futura lei

A Comissão de Viação e Transportes da Câmara dos Deputados está debatendo aspectos legais e jurídicos da regulamentação de veículos autônomos. Em 29 de outubro, foi realizada audiência pública para que os parlamentares ouvissem sugestões de especialistas no assunto. Segundo o deputado Antonio Carlos Rodrigues (PL-SP), relator no colegiado do PL 1317/23, que regulamenta os veículos autônomos terrestres, o Código de Trânsito Brasileiro foi concebido

considerando a existência de condutor dentro do veículo e responsável por guiá-lo. Para ele, hoje, a hipótese de que um carro circule sem motorista é incompatível com boa parte das normas de conduta e, principalmente, com as infrações e sistema de autuação e multas. Ele acrescenta existirem questões mais complexas, que extrapolam o Código de Trânsito, e que devem ser tratadas à luz dos fundamentos do direito em si. “Questões relacionadas à responsabilidade nos casos

de acidentes envolvendo veículos autônomos não estão pacíficas. A fronteira entre a responsabilidade do Estado, do fabricante, do proprietário e do usuário/condutor nesses casos precisa ser claramente definida, o que não parece ser tarefa simples”, afirma. O deputado avalia que a iniciativa de regulamentar a operação desses veículos nas vias nacionais é louvável e deve ser acolhida. Contudo, o tema é complexo e deve ser discutido com a sociedade “em um debate que ajude a construir texto capaz

de oferecer segurança jurídica a fabricantes, proprietários de veículos autônomos e demais participantes do trânsito”.

Regras novas e específicas

Na audiência pública, parlamentares e debatedores defenderam a criação de normas específicas para carros autônomos. Para eles, a regulamentação deverá abordar o desenvolvimento tecnológico dos veículos autônomos, com atenção, entre outros pontos, à infraestrutura viária, à segurança cibernética e à

capacitação dos eventuais motoristas e passageiros. O coordenador-geral de Segurança Viária do Ministério dos Transportes, Daniel Mariz Tavares, informou que o Poder Executivo analisa esse assunto desde 2017. Segundo ele, entre os principais desafios de uma nova regulamentação estão:

- a adequação do Código de Trânsito Brasileiro e da legislação infralegal;
 - a criação de normas de segurança específicas para veículos autônomos;
 - a definição de atividades secundárias que serão permitidas dentro dos veículos autônomos, como o eventual uso de celulares;
 - os mecanismos legais para permitir a circulação de veículos autônomos em fase de testes;
 - a adequação da infraestrutura viária, incluídas as condições de conectividade, a sinalização e a definição dos limites de velocidade; e
 - a interação no trânsito entre os veículos autônomos e os demais.
- Especialistas em direito concordaram com a necessidade de alterações nas atuais regras.

Para o deputado Nicoletti (União-RR), que participou da reunião, a infraestrutura

é um dos problemas. “Hoje não existe ou é deficitária, não temos sinalização, e será preciso cuidar da estrutura física das estradas e demais vias”, observou.

De outro lado, segundo o Observatório Nacional de Segurança Viária (ONSV), instituição que atua para a redução dos índices de vítimas no trânsito, a utilização de veículos autônomos, com regras adequadas, poderá trazer benefícios ao país. “Mesmo com ressalvas metodológicas, uma estimativa indica que 5.300 mortes teriam sido evitadas em 2022 se toda a frota de quatro rodas fosse composta por veículos autônomos”, comentou Paulo Guimarães, principal executivo do ONSV.

Participaram da reunião desta terça-feira o professor da Universidade de São Paulo Mauricio Zanoide de Moraes; os servidores do Ministério Público Federal Andrea Martinesco e Marcelo Guedes; e a advogada Flaviana Rampazzo Soares.

Segundo o deputado Alberto Fraga (PL-DF), que presidiu a audiência pública, é preciso mudar o Código de Trânsito Brasileiro. “Essa novidade tecnológica poderá fazer parte do cotidiano, e é preciso garantir a segurança dos cidadãos”, afirmou. Hoje pensado ao texto

anterior, o Projeto de Lei 3641/23, do deputado Bruno Ganem (Pode-SP), cria norma específica para

veículos parcial ou totalmente autônomos. “É fundamental uma legislação clara e abrangente”, defendeu ele.



Foto: Shutterstock

Tecnologia pioneira começa com ônibus e produz H2 a partir de um reformador que aquece etanol e água a 750°C

Entra em operação na USP primeira planta de conversão de hidrogênio a partir do etanol do mundo

Combustível produzido na estação experimental abastecerá três ônibus urbanos, que circularão pelo campus da universidade, além de um rodoviário, com autonomia para ir e voltar de São Paulo a Piracicaba

Nas próximas semanas entrará em operação, no campus Capital-Butantã da Universidade de São Paulo (USP), a primeira estação de abastecimento de hidrogênio renovável a partir do etanol do mundo. O anúncio foi feito pelo reitor da instituição, Carlos Gilberto Carlotti Junior, na Conferência de Pesquisa e Inovação em Transição Energética (ETRI)

2024, realizada pelo Centro de Pesquisa para Inovação em Gases de Efeito Estufa (RCGI), de 05 a 07 de novembro. “Estamos inaugurando, agora, nosso reformador de hidrogênio. A partir da próxima semana, teremos hidrogênio produzido a partir do etanol aqui na nossa universidade”, afirmou Carlotti Junior. O posto de abastecimento é resultado de um projeto do

RCGI, um Centro de Pesquisa em Engenharia (CPE) constituído por FAPESP e Shell na Escola Politécnica (Poli-USP). O RCGI é um dos CPEs financiados pela Fundação em parceria com empresas.

A estação produzirá inicialmente 4,5 quilos (kg) de hidrogênio por hora – aproximadamente 100 kg por dia. O combustível será utilizado para o abastecimento de três ônibus urbanos que circularão pelo campus da USP, em São Paulo, e um rodoviário, com autonomia de 450 quilômetros (km), suficiente para ir e voltar da Cidade Universitária para Piracicaba, no interior paulista, explicou Julio Meneghini, diretor do RCG. “Estudos preliminares mostram que, se 18 ônibus urbanos movidos a diesel que circulam pela USP fossem hoje substituídos por versões abastecidas com hidrogênio, a universidade deixaria de emitir quase 3 mil toneladas de CO2 [dióxido de carbono] por ano”, disse Meneghini.

Por meio de projetos realizados no âmbito do RCGI, os pesquisadores pretendem avaliar a eficiência desses ônibus urbanos movidos a hidrogênio. “Teremos as condições, agora, de avaliar esses veículos em um ciclo real. Isso é muito importante para aplicação, porque na indústria automobilística, para chegar a uma produção em série de um

veículo, é preciso ter os números muito bem determinados e definidos em operações reais”, acrescentou Meneghini.

Custo competitivo

A tecnologia empregada na planta-piloto para a conversão de hidrogênio a partir do etanol é baseada no uso de um reator desenvolvido pela startup paulista Hytron com apoio do Programa Pesquisa Inovativa em Pequenas Empresas (PIPE), da FAPESP. Dentro do equipamento, chamado reformador, o etanol e a água são aquecidos a 750°C com o intuito de desencadear reações químicas que resultam na quebra das moléculas de etanol – constituídas por átomos de carbono e de hidrogênio – e, conseqüentemente, na produção de hidrogênio e monóxido de carbono biogênico, ou seja, que não é de origem fóssil.

“No início da reação é utilizado o próprio etanol para chegar a essa temperatura de 750°C. Depois, subprodutos, como o metano e o CO, para manter essa temperatura”, detalhou Meneghini.

Por meio de uma tecnologia desenvolvida pela Raízen, foi possível integrar todo esse processo e utilizar 7 litros de etanol para a produção de 1 kg de hidrogênio.

Também são utilizados 2,5 quilowatts-hora (kWh) para

manter os sistemas com pressão e a parte elétrica. “Mas, se avaliarmos todos esses números, é possível verificar que o hidrogênio produzido na estação vai chegar a um valor extremamente competitivo, inclusive para uso nesses quatro ônibus aqui na USP”, avaliou Meneghini.

Os gases produzidos durante as reações são purificados em cilindros, onde são separados CO (monóxido de carbono), CO2, o metano e o hidrogênio, que precisa atingir um índice de pureza de 99,999% para ser usado tanto nos ônibus como no automóvel Mirai, cedido pela Toyota para o projeto – o primeiro veículo a hidrogênio do mundo comercializado em larga escala, cujas baterias são carregadas a partir da reação química entre hidrogênio e

oxigênio na célula a combustível (fuel cell electric vehicle). Após ser produzido e sair do purificador, o hidrogênio é comprimido e armazenado em reservatórios com pressão de cerca de 400 atmosferas. “Isso já é suficiente para abastecer os ônibus e o veículo Mirai, que, com 1 kg de hidrogênio, roda 120 km [com tanque cheio, abastecido com 5 kg de hidrogênio, o automóvel tem autonomia de 600 km]”, contou Meneghini.

Com a planta em plena operação, os pesquisadores pretendem avaliar, entre outras questões, qual a quantidade de CO2 emitida para produzir 1 kg de hidrogênio, o consumo real dos veículos e por quanto tempo, em média, é possível manter a estação operando, pontuou Meneghini.



Foto: Shutterstock



Foto: Shutterstock

Combustíveis renováveis têm potencial de reduzir em até 84% a pegada de carbono nos setores de transporte dos países emergentes

Uso de biocombustíveis nos países emergentes pode evitar emissão de 400 milhões de toneladas de CO2 até 2030

Conclusão está em relatório sobre o potencial dos biocombustíveis para a redução de emissões de gases de efeito estufa

O uso de biocombustíveis no transporte no Brasil e em mais outros dez países emergentes – incluindo China, Índia e África do Sul – pode evitar a emissão de 300 a 400 milhões de toneladas de CO2 até 2030. Dessa forma, esse bloco de países conseguiria contribuir com quase a metade da meta estipulada pela Agência Internacional de Energia (IEA, na sigla em inglês) de diminuir as emissões de 800 milhões de toneladas desse gás de

efeito estufa pelo setor de transporte globalmente nos próximos seis anos. As conclusões são de um relatório sobre o potencial dos biocombustíveis na redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE) produzido pela força-tarefa sobre bioenergia da IEA, liderada por pesquisadores vinculados ao Programa FAPESP de Pesquisa em Bioenergia (BIOEN). O estudo foi lançado durante a Brazilian Bioenergy Science

and Technology Conference (BBEST) 2024, que ocorreu entre 22 e 24 de outubro, em São Paulo. “É possível que esses países emergentes reduzam a pegada de carbono de seus setores de transporte em até 84% ao substituir o uso de combustíveis fósseis por renováveis, usando muito pouca terra”, disse Gláucia Mendes Souza, coordenadora do BIOEN e autora-líder do estudo.

Os pesquisadores já tinham publicado em 2023 um relatório em que discutiram o potencial dos biocombustíveis em mercados emergentes da América Latina, incluindo Brasil, Argentina, Colômbia e Guatemala. Os quatro países, sob a liderança do Brasil, têm participação de 30% na produção global de biocombustíveis e contribuem para a redução de 62 milhões de toneladas de CO2 equivalente por ano.

Plantio

Ao analisar a disponibilidade de terra nesses quatro países latino-americanos para o plantio de cultivos energéticos, os pesquisadores constataram que ainda há muito espaço para expandir a produção de biocombustíveis na região, sem concorrer com o plantio de alimentos ou avançar sobre áreas de floresta. “Há muita terra disponível nessa região, especialmente voltada para pastagem, que poderia ser usada para a expansão da bioenergia nesses países”, afirmou Souza. “Se quiserem duplicar a produção de biocombustíveis e, dessa forma, contribuir para evitar a emissão de 120 milhões de toneladas de CO2 equivalente por ano, esses países teriam de converter apenas 5% de suas áreas de pastagens”, estimou.

Ao avaliar quais outros países emergentes também têm disponibilidade de terra e poderiam replicar o modelo de produção de bioenergia implantado na América Latina, os pesquisadores identificaram e incluíram no novo estudo China, Etiópia, Índia, Indonésia, Malásia, África do Sul e Tailândia.

Em comum, esses países emergentes vivenciam rápido desenvolvimento social e econômico e espera-se que sua contribuição para as emissões

globais de GEE aumente rapidamente. Se esses países apresentarem as mesmas emissões per capita de CO2 no transporte que as nações-membros da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), as emissões globais do setor aumentariam em 102%. A produção de biocombustíveis poderia reduzir significativamente as emissões de CO2 desses países, usando pouca terra, estimaram os pesquisadores.

“A produção global de biocombustíveis hoje é de cerca de 160 bilhões de litros, o que equivale a cerca de 4% de toda a demanda do setor de transporte. E as projeções da Agência Internacional de Energia indicam que será preciso triplicar o volume nos próximos cinco a sete anos. Para isso, os países emergentes, especialmente no Sul Global, deverão exercer um papel crucial”, avaliou Bharadwaj Kumamuru, diretor-executivo da World Bioenergy Association (WBA), da Suécia.

Dependências

Essas nações, entretanto, também compartilham muitos desafios para aumentar a escala de produção de biocombustíveis, relacionados ao financiamento, desenvolvimento de tecnologias e

políticas públicas, ponderou o especialista. “A maioria desses países emergentes é importadora de combustível fóssil e dependerá de petróleo importado. Além disso, apresenta crescimento populacional significativo, o que significa que demandará mais energia, ao mesmo tempo em que tem metas de descarbonização em direção a zerar suas emissões líquidas”, afirmou.

Potencial de redução

Uma das principais conclusões do relatório é a de que os biocombustíveis são economicamente viáveis nos países estudados, exceto na China e na Malásia. Na China, a competição com alimentos torna a matéria-prima muito cara. No entanto, nesse caso, os biocombustíveis poderiam ser importados.

No caso da Malásia, os combustíveis fósseis são subsidiados para controlar a inflação e essa política poderia ser estendida aos biocombustíveis também para torná-los economicamente competitivos.

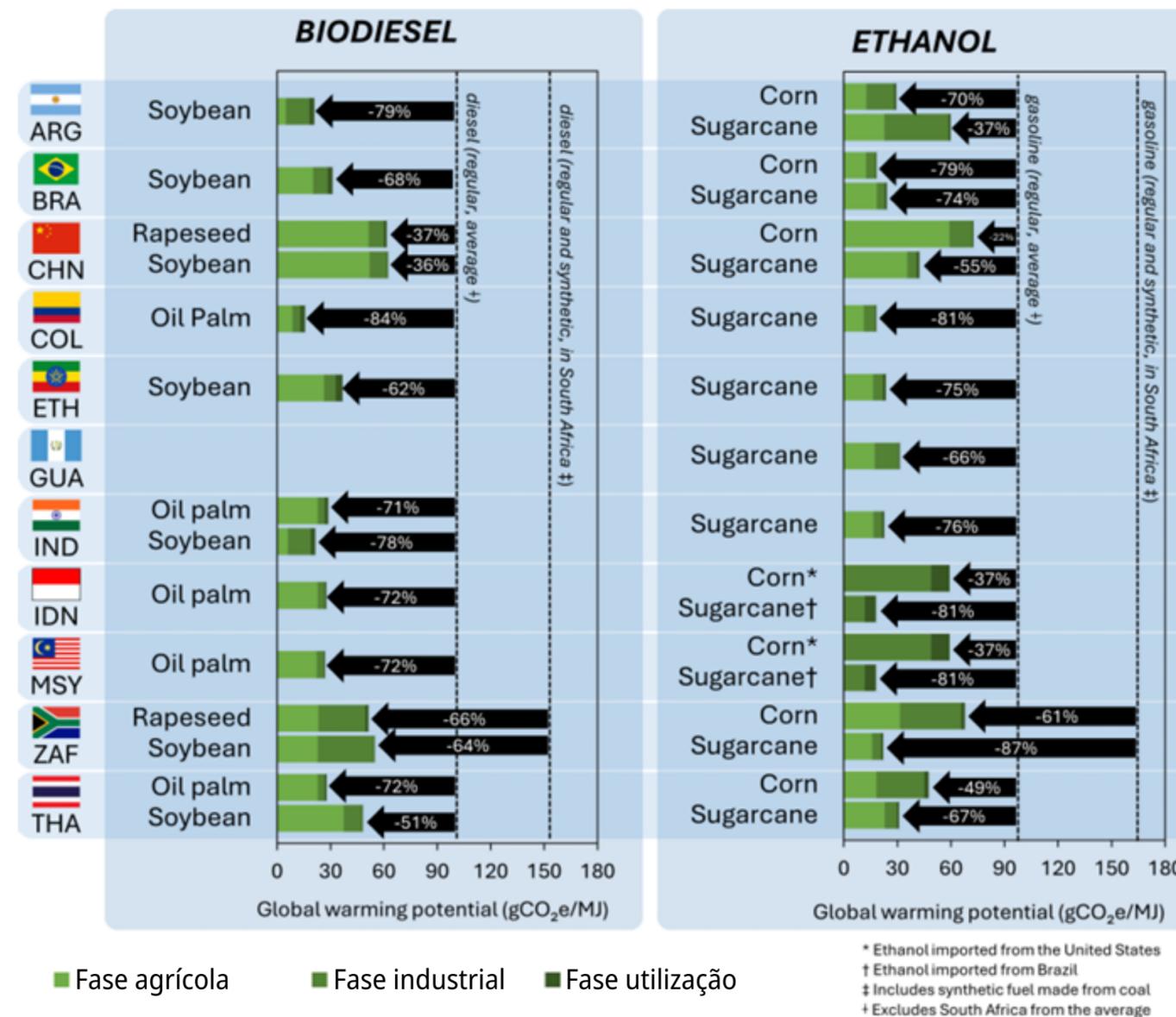
“O Sudeste Asiático e o Brasil têm muitas semelhanças. Temos países em desenvolvimento, diversos recursos e o mesmo entendimento de priorizar o desenvolvimento de uma indústria local de biocombustíveis, em vez de comprar combustível

importado. Estamos considerando a mesma abordagem do Brasil”, disse Esther Swee Yoong Lew, representante do ministério de transição energética da Malásia.

De acordo com os autores do estudo, a avaliação do ciclo de vida revelou reduções substanciais nas emissões de GEE para biocombustíveis produzidos na África e na Ásia – até 78% para biodiesel e 81% para etanol em comparação com combustíveis convencionais. Esses valores são semelhantes aos relatados anteriormente para biocombustíveis produzidos na América Latina (até 79% para etanol e até 84% para biodiesel).

A economia de GEE, segundo os pesquisadores, é muito significativa na Índia, Indonésia e África do Sul por diferentes razões. Na Índia, os biocombustíveis podem ser produzidos com uma intensidade de carbono muito baixa. Na Indonésia, além da baixa intensidade de carbono dos biocombustíveis, o diesel fóssil tem um alto teor de enxofre, o que causa chuva ácida. Na África do Sul, apesar das emissões maiores do que a média na produção de biocombustíveis, eles ainda representam uma redução muito grande em comparação aos combustíveis fósseis sintéticos.

Redução de gases de efeito estufa por biocombustível, de acordo com a matéria-prima e o país



Produção de veículos mantém patamar elevado em outubro e vendas têm melhor resultado em 10 anos

Outubro foi marcado por um número de vendas que não ocorria desde dezembro de 2014. Os 264,9 mil autoveículos emplacados superaram o volume de dezembro de 2019, até então o mais elevado em quase 10 anos. Foi um mês de forte demanda no mercado interno, superando em 12,1% setembro e em 21,6% outubro do ano passado. A média diária de 11,5 mil unidades vendidas foi a maior deste ano. No mundo, o Brasil foi o quinto país que mais emplacou veículos em outubro, superando até a Alemanha.

Já a produção atingiu 249,2 mil unidades no último mês, crescimento de 8,3% sobre setembro e de 24,7% sobre o mesmo mês de 2023. “Embora esse tenha sido o segundo melhor mês do ano em produção, ainda estamos abaixo dos emplacamentos, em função do elevado volume de importações. No acumulado, as vendas cresceram 15%, enquanto a produção subiu 8,9%”, comparou Márcio de Lima Leite, Presidente da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA). Os 47 mil modelos importados

vendidos em outubro representaram um recorde nos últimos 10 anos, sendo que os chineses representaram a metade de todas as importações de fora do Mercosul. No total do ano, temos 369,1 mil emplacamentos de modelos estrangeiros, 36% a mais do que nos 10 primeiros meses de 2023. As exportações estão longe de se igualar ao fluxo de importações, mas ao menos vêm reagindo nos últimos quatro meses. Em outubro foram 43,5 mil unidades exportadas, alta de 39,2% sobre o mesmo mês do ano passado.

O acumulado de 2024 chegou a 327,8 mil automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus, volume 7,4% inferior ao do ano passado. Outra boa nova em outubro foi a elevação de 7 mil empregos diretos nos últimos 12 meses, com potencial de geração de outras 70 mil vagas na cadeia automotiva. “Esse é o indicador que mais nos deixa feliz, pois temos grande responsabilidade sobre os cerca de 1,2 milhões de trabalhadores do setor automotivo”, comemorou o Presidente da ANFAVEA.

Automóveis - Passenger Cars / Automóviles

► Licenciamento

Vehicle registration / Matriculación de vehículos	Unidades Units / Unidades
OUT 24 - OCT 24/OCT 24	195,2 mil Thousand/Mil
SET 24 - SEP 24/SEP 24	171,7 mil Thousand/Mil
OUT 24/SET 24 OCT 24/SEP 24 - OCT 24/SEP 24	13,7 %
OUT 23 - OCT 23/OCT 23	163,2 mil Thousand/Mil
OUT 24/OUT 23 OCT 24/OCT 23 - OCT 24/OCT 23	19,6 %
JAN-OUT 24 - JAN-OCT 24 - ENE-OCT 24	1565,1 mil Thousand/Mil
JAN-OUT 23 - JAN-OCT 23 - ENE-OCT 23	1372,9 mil Thousand/Mil
JAN-OUT 24 / JAN-OUT 23 JAN-OCT 24 / JAN-OCT 23 - ENE-OCT 24 / ENE-OCT 23	14,0 %

Fonte: Renavam/Denatran

► Exportação

Export / Exportaciones	Unidades Units / Unidades
OUT 24 - OCT 24/OCT 24	32,3 mil Thousand/Mil
SET 24 - SEP 24/SEP 24	31,8 mil Thousand/Mil
OUT 24/SET 24 OCT 24/SEP 24 - OCT 24/SEP 24	1,4 %
OUT 23 - OCT 23/OCT 23	23,9 mil Thousand/Mil
OUT 24/OUT 23 OCT 24/OCT 23 - OCT 24/OCT 23	35,1 %
JAN-OUT 24 - JAN-OCT 24 - ENE-OCT 24	242,4 mil Thousand/Mil
JAN-OUT 23 - JAN-OCT 23 - ENE-OCT 23	274,3 mil Thousand/Mil
JAN-OUT 24 / JAN-OUT 23 JAN-OCT 24 / JAN-OCT 23 - ENE-OCT 24 / ENE-OCT 23	-11,6 %

► Produção

Production / Producción	Unidades Units / Unidades
OUT 24 - OCT 24/OCT 24	185,5 mil Thousand/Mil
SET 24 - SEP 24/SEP 24	169,1 mil Thousand/Mil
OUT 24/SET 24 OCT 24/SEP 24 - OCT 24/SEP 24	9,7 %
OUT 23 - OCT 23/OCT 23	149,7 mil Thousand/Mil
OUT 24/OUT 23 OCT 24/OCT 23 - OCT 24/OCT 23	23,9 %
JAN-OUT 24 - JAN-OCT 24 - ENE-OCT 24	1583,3 mil Thousand/Mil
JAN-OUT 23 - JAN-OCT 23 - ENE-OCT 23	1496,5 mil Thousand/Mil
JAN-OUT 24 / JAN-OUT 23 JAN-OCT 24 / JAN-OCT 23 - ENE-OCT 24 / ENE-OCT 23	5,8 %

Comerciais Leves - Light commercials / Comerciales livianos

► Licenciamento

Vehicle registration / Matriculación de vehículos	Unidades Units / Unidades
OUT 24 - OCT 24/OCT 24	54,9 mil Thousand/Mil
SET 24 - SEP 24/SEP 24	51,2 mil Thousand/Mil
OUT 24/SET 24 OCT 24/SEP 24 - OCT 24/SEP 24	7,3 %
OUT 23 - OCT 23/OCT 23	43,6 mil Thousand/Mil
OUT 24/OUT 23 OCT 24/OCT 23 - OCT 24/OCT 23	25,9 %
JAN-OUT 24 - JAN-OCT 24 - ENE-OCT 24	437,3 mil Thousand/Mil
JAN-OUT 23 - JAN-OCT 23 - ENE-OCT 23	368,8 mil Thousand/Mil
JAN-OUT 24 / JAN-OUT 23 JAN-OCT 24 / JAN-OCT 23 - ENE-OCT 24 / ENE-OCT 23	18,6 %

Fonte: Renavam/Denatran

► Exportação

Export / Exportaciones	Unidades Units / Unidades
OUT 24 - OCT 24/OCT 24	8,6 mil Thousand/Mil
SET 24 - SEP 24/SEP 24	7,7 mil Thousand/Mil
OUT 24/SET 24 OCT 24/SEP 24 - OCT 24/SEP 24	11,1 %
OUT 23 - OCT 23/OCT 23	5,1 mil Thousand/Mil
OUT 24/OUT 23 OCT 24/OCT 23 - OCT 24/OCT 23	67,1 %
JAN-OUT 24 - JAN-OCT 24 - ENE-OCT 24	67,7 mil Thousand/Mil
JAN-OUT 23 - JAN-OCT 23 - ENE-OCT 23	61,4 mil Thousand/Mil
JAN-OUT 24 / JAN-OUT 23 JAN-OCT 24 / JAN-OCT 23 - ENE-OCT 24 / ENE-OCT 23	10,3 %

► Produção

Production / Producción	Unidades Units / Unidades
OUT 24 - OCT 24/OCT 24	46,4 mil Thousand/Mil
SET 24 - SEP 24/SEP 24	45,5 mil Thousand/Mil
OUT 24/SET 24 OCT 24/SEP 24 - OCT 24/SEP 24	2,1 %
OUT 23 - OCT 23/OCT 23	37,5 mil Thousand/Mil
OUT 24/OUT 23 OCT 24/OCT 23 - OCT 24/OCT 23	24,0 %
JAN-OUT 24 - JAN-OCT 24 - ENE-OCT 24	399,0 mil Thousand/Mil
JAN-OUT 23 - JAN-OCT 23 - ENE-OCT 23	354,4 mil Thousand/Mil
JAN-OUT 24 / JAN-OUT 23 JAN-OCT 24 / JAN-OCT 23 - ENE-OCT 24 / ENE-OCT 23	12,6 %

Autoveículos - Vehicles / Vehículos

► Licenciamento

Vehicle registration / Matriculación de vehículos	Unidades Units / Unidades
OUT 24 - OCT 24/OCT 24	264,9 mil Thousand/Mil
SET 24 - SEP 24/SEP 24	236,3 mil Thousand/Mil
OUT 24/SET 24 OCT 24/SEP 24 - OCT 24/SEP 24	12,1 %
OUT 23 - OCT 23/OCT 23	217,8 mil Thousand/Mil
OUT 24/OUT 23 OCT 24/OCT 23 - OCT 24/OCT 23	21,6 %
JAN-OUT 24 - JAN-OCT 24 - ENE-OCT 24	2.124,0 mil Thousand/Mil
JAN-OUT 23 - JAN-OCT 23 - ENE-OCT 23	1.847,5 mil Thousand/Mil
JAN-OUT 24 / JAN-OUT 23 JAN-OCT 24 / JAN-OCT 23 - ENE-OCT 24 / ENE-OCT 23	15,0 %

Fonte: Renavam/Denatran

► Exportação

Export / Exportaciones	Unidades Units / Unidades
OUT 24 - OCT 24/OCT 24	43,5 mil Thousand/Mil
SET 24 - SEP 24/SEP 24	41,6 mil Thousand/Mil
OUT 24/SET 24 OCT 24/SEP 24 - OCT 24/SEP 24	4,6 %
OUT 23 - OCT 23/OCT 23	31,3 mil Thousand/Mil
OUT 24/OUT 23 OCT 24/OCT 23 - OCT 24/OCT 23	39,2 %
JAN-OUT 24 - JAN-OCT 24 - ENE-OCT 24	327,8 mil Thousand/Mil
JAN-OUT 23 - JAN-OCT 23 - ENE-OCT 23	354,2 mil Thousand/Mil
JAN-OUT 24 / JAN-OUT 23 JAN-OCT 24 / JAN-OCT 23 - ENE-OCT 24 / ENE-OCT 23	-7,4 %

► Produção

Production / Producción	Unidades Units / Unidades
OUT 24 - OCT 24/OCT 24	249,2 mil Thousand/Mil
SET 24 - SEP 24/SEP 24	230,0 mil Thousand/Mil
OUT 24/SET 24 OCT 24/SEP 24 - OCT 24/SEP 24	8,3 %
OUT 23 - OCT 23/OCT 23	199,8 mil Thousand/Mil
OUT 24/OUT 23 OCT 24/OCT 23 - OCT 24/OCT 23	24,7 %
JAN-OUT 24 - JAN-OCT 24 - ENE-OCT 24	2.123,4 mil Thousand/Mil
JAN-OUT 23 - JAN-OCT 23 - ENE-OCT 23	1.950,6 mil Thousand/Mil
JAN-OUT 24 / JAN-OUT 23 JAN-OCT 24 / JAN-OCT 23 - ENE-OCT 24 / ENE-OCT 23	8,9 %

Licenciamento de autoveículos novos nacionais

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

▶ 2024 ▶ 2023

	OUT OCT/OCT A	SET SET/SET B	JAN-OUT JAN-OCT/ENE-OCT C	OUT OCT/OCT D	JAN-OUT JAN-OCT/ENE-OCT E	A/B %	A/D %	C/E %
Unidades - Total / Units / Unidades	217.966	193.770	1.754.849	183.586	1.576.139	12,5	18,7	11,3
Veículos leves / Light vehicles / Vehículos livianos	203.944	180.941	1.639.143	173.159	1.477.093	12,7	17,8	11,0
Automóveis / Passenger cars / Automóviles	163.674	143.187	1.314.046	139.700	1.196.986	14,3	17,2	9,8
Comerciais leves / Light commercials / Comerciales livianos	40.270	37.754	325.097	33.459	280.107	6,7	20,4	16,1
Caminhões / Trucks / Camiones	11.447	10.830	97.403	8.845	81.683	5,7	29,4	19,2
Semileves / Semi-light / Semilivianos	144	82	807	80	934	75,6	80,0	-13,6
Leves / Light / Livianos	987	868	8.072	752	7.203	13,7	31,3	12,1
Médios / Medium / Medianos	956	971	7.694	584	6.692	-1,5	63,7	15,0
Semipesados / Semi-heavy / Semipesados	3.713	3.474	28.828	2.252	23.738	6,9	64,9	21,4
Pesados / Heavy / Pesados	5.647	5.435	52.002	5.177	43.116	3,9	9,1	20,6
Ônibus / Buses / Omnibus y Colectivos	2.575	1.999	18.303	1.582	17.363	28,8	62,8	5,4

mil unidades thousand units / miles de unidades	JAN JAN/ENE	FEV FEV/FEV	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	218,0			1.754,8

Licenciamento de autoveículos novos importados

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

▶ 2024 ▶ 2023

	OUT OCT/OCT A	SET SET/SET B	JAN-OUT JAN-OCT/ENE-OCT C	OUT OCT/OCT D	JAN-OUT JAN-OCT/ENE-OCT E	A/B %	A/D %	C/E %
Unidades - Total / Units / Unidades	46.983	42.564	369.125	34.262	271.342	10,4	37,1	36,0
Veículos leves / Light vehicles / Vehículos livianos	46.211	41.934	363.179	33.660	264.568	10,2	37,3	37,3
Automóveis / Passenger cars / Automóviles	31.561	28.499	251.007	23.498	175.913	10,7	34,3	42,7
Comerciais leves / Light commercials / Comerciales livianos	14.650	13.435	112.172	10.162	88.655	9,0	44,2	26,5
Caminhões / Trucks / Camiones	771	625	5.913	602	6.767	23,4	28,1	-12,6
Semileves / Semi-light / Semilivianos	656	563	5.275	561	6.345	16,5	16,9	-16,9
Leves / Light / Livianos	56	23	311	31	243	143,5	80,6	28,0
Médios / Medium / Medianos	55	37	274	7	145	48,6	685,7	89,0
Semipesados / Semi-heavy / Semipesados	1	1	13	2	16	0,0	-50,0	-18,8
Pesados / Heavy / Pesados	3	1	40	1	18	200,0	200,0	122,2
Ônibus / Buses / Omnibus y Colectivos	1	5	33	0	7	-80,0	-	371,4

mil unidades thousand units / miles de unidades	JAN JAN/ENE	FEV FEV/FEV	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	47,0			369,1

Fuente/Source/Fuente: Renavam/Denatran

MEMÓRIAS

AFTERMARKET AUTOMOTIVO

PARA SABER PARA ONDE VAMOS, VALIOSO É SABER DE ONDE VIEMOS

Eles foram peças fundamentais na construção do Aftermarket Automotivo brasileiro.
Os maiores personagens do mercado para sempre em nossas melhores memórias.

No **Maiores e Melhores**. Aguarde.



Memórias Aftermarket Automotivo. Um novo espaço para a poesia das vidas mais inspiradoras do nosso mercado

📅 27.11.2024 | 19h30 📍 033 Rooftop JK Iguatemi

O evento será transmitido AO VIVO pela **A.TV**, o canal do aftermarket automotivo no youtube.

Acesse: www.youtube.com/c/ATVmidia

REALIZAÇÃO:  

DIVULGAÇÃO:  

Confiança do consumidor cai 8,9% em São Paulo, refletindo insegurança com economia

Incertezas sobre o cenário fiscal e possíveis ajustes na política monetária diminuem o otimismo dos lares e a intenção de consumo

Às vésperas de duas das datas mais relevantes para o varejo, como a Black Friday e o Natal, os consumidores paulistanos se mostram menos seguros para consumir, como aponta o Índice de Confiança do Consumidor (ICC), pesquisa realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São

Paulo (FecomercioSP), que registrou queda de 8,9%, em outubro, quando comparado ao mesmo período do ano passado. O ICC, que registrou 132,8 pontos em 2023, agora está com 121 pontos. No comparativo mensal, a retração foi de 1,8% [gráfico 1]. O indicador — que varia entre 0 e 200 pontos,

apontando pessimismo ou otimismo total dos consumidores em relação às condições econômicas atuais e futuras — é composto pelo Índice de Expectativa do Consumidor (IEC) e pelo Índice das Condições Econômicas atuais (ICEA). Todos os componentes do ICC apontaram quedas no comparativo anual.

O principal motivo está no subíndice Expectativa do Consumidor, que apresentou retração de 12% no comparativo anual, registrando 126 pontos. Em comparação a setembro, a retração foi de 1,2%. Já a variável Índice das Condições Econômicas Atuais (ICEA) sofreu queda de 3,2% na relação interanual, alcançando 113,4 pontos. No

comparativo mensal, a redução foi de 2,8%.

Cautela dos consumidores

Como consequência, a Intenção de Consumo das Famílias (ICF), índice também produzido pela FecomercioSP, despencou 6,8% em relação ao mesmo mês do ano passado, chegando a 104,8 pontos. Na comparação mensal, o indicador apresentou uma retração de 1,1% — revelando um consumidor mais cauteloso, principalmente entre as famílias de menor renda. Três componentes do ICF — Nível de Consumo Atual

(78,8 pontos), Perspectiva de Consumo (92,7 pontos) e Acesso ao Crédito (95,4 pontos) — estão abaixo dos 100 pontos, apontando pessimismo dos lares paulistanos sobre o consumo, especialmente nos setores que dependem de crédito, como o de bens duráveis.

Considerando as variações anuais, as maiores quedas foram observadas nos componentes Perspectiva de Consumo (-20,2%), Nível de Consumo Atual (-12,7%) e Perspectiva Profissional (-10,7%). No entanto, dois componentes do ICF apresentaram sinais de melhoria:

Renda Atual (5%) e Emprego Atual (1,4%).

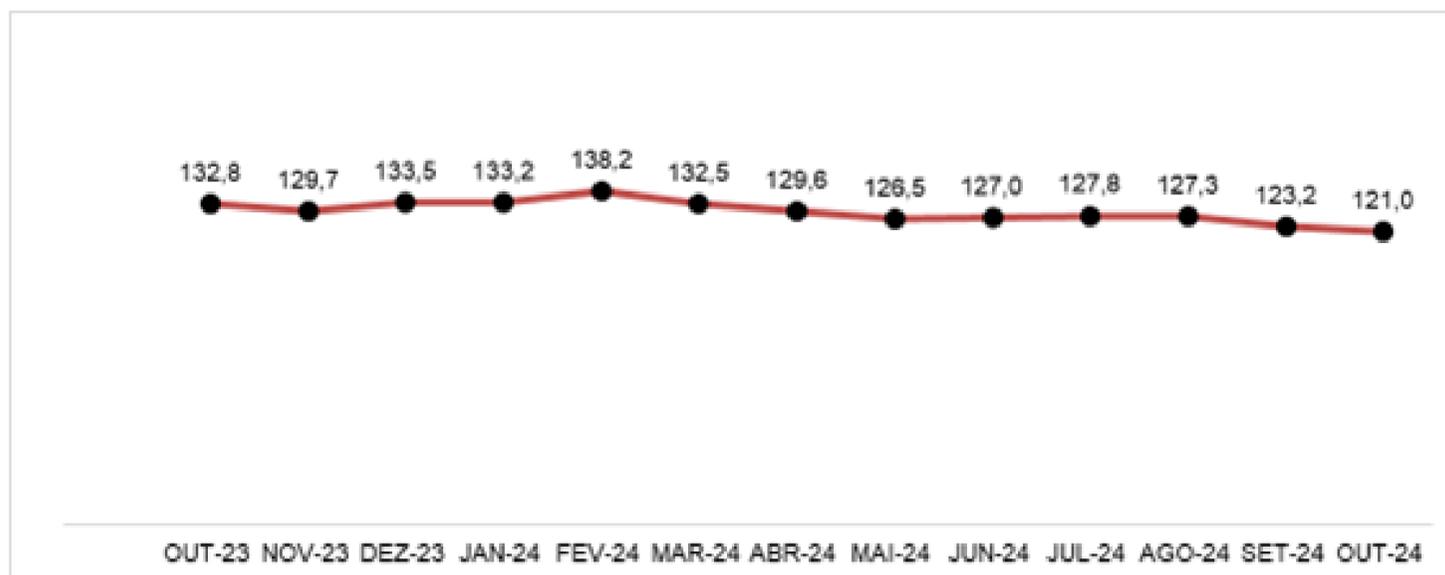
Segundo a FecomercioSP, os dados refletem uma transição do cenário econômico que contrasta com o otimismo observado no período pós-pandemia, marcado pela recuperação econômica e por estímulos fiscais. Além disso, o aumento da Selic e o encarecimento do crédito têm enfraquecido o consumo, em especial entre as famílias menos abastadas.

Essa queda é um sinal de alerta para os empresários, já que as pessoas estão cada vez mais cautelosas quanto

ao futuro, o que pode resultar na necessidade de mais promoções e liquidações, indicando também que os empreendedores precisam ter mais cuidado com a gestão de estoques para evitar excessos que comprometam a margem de lucro.

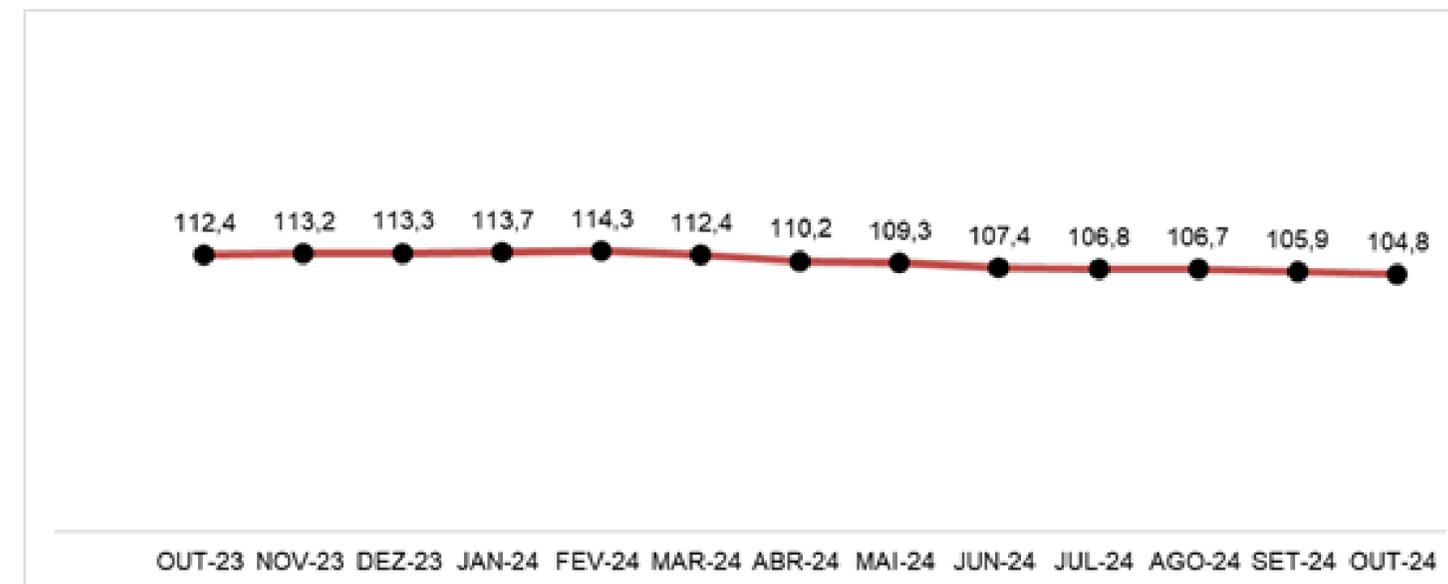
Mesmo com a inflação e o nível de desemprego controlados, além das expectativas do consumo desse período (com a Black Friday e o Natal), há uma queda da confiança dos consumidores em decorrência da incerteza acerca do cenário econômico, inclusive de possíveis ajustes na política monetária.

GRÁFICO 1. ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR (ICC) - 12 meses



Fonte: FecomercioSP

GRÁFICO 2. ÍNDICE DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS (ICF) - 12 meses



Fonte: FecomercioSP



Empresários do varejo de SP discutem desempenho do setor e crescimento do e-commerce

Vendas do varejo paulista registraram alta de 2,9%, entre janeiro e setembro deste ano em comparação ao mesmo período de 2023

Entre janeiro e setembro de 2024, o volume de vendas do varejo no Estado de São Paulo (PMC/IBGE) cresceu 2,9% em relação ao mesmo período de 2023. Das 11 atividades analisadas, apenas 3 sofreram queda no faturamento. A geração de empregos também apresentou um

cenário favorável. Nos primeiros nove meses deste ano, o varejo paulista criou cerca de 24,2 mil novos postos de trabalho, contra 8,2 mil registrados no mesmo período de 2023. Apenas um dos oito segmentos avaliados apresentou desempenho negativo. Os dados fazem parte de

um estudo da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), um dos temas do encontro regional realizado em parceria com o Sindicato do Comércio Varejista e Lojista do Comércio de São Paulo (Sindilojas-SP), no último dia 5, em São Paulo.

Análises atual e futura

Na visão da entidade, o desempenho positivo do setor foi impulsionado por um ambiente econômico mais aquecido, apresentando avanço no emprego, elevação da renda disponível dos consumidores e, conseqüentemente, aumento do consumo

das famílias e do volume de vendas do Comércio. “Por outro lado, houve um crescimento das operações de crédito, o que demonstra que as famílias estão se endividando para consumir. A longo prazo, isso pode ocasionar maior número de inadimplentes”, alertou Jaime Vasconcellos, assessor da FecomercioSP. Além disso, a Federação chamou a atenção para possíveis riscos e conseqüências desse cenário. “Se o consumo estiver acima da capacidade da economia de sustentar a demanda, haverá alta da inflação e mais desequilíbrio fiscal, além de elevação nos juros e menos crescimento futuro”, comentou o assessor.

E-commerce

Essa conjuntura positiva também promoveu transformações que foram aceleradas durante e após a pandemia de covid-19, quando houve um salto do comércio eletrônico no Brasil. Em 2023, as receitas do setor somaram R\$ 205,1 bilhões. Há oito anos, esse montante era quatro vezes menor (R\$ 53 bilhões, em 2016). Em 2020, o setor aumentou o faturamento em 80,9% em comparação ao ano anterior — último antes da crise sanitária. Desde então, o e-commerce sustentou esse crescimento das receitas. Os dados da FecomercioSP

ainda mostram que São Paulo é o maior mercado consumidor de produtos dentro do e-commerce, assim como é de onde saem quase metade das vendas para outras unidades federativas, levando em conta apenas transações realizadas por empresas sediadas no Brasil. Em 2023, quase 33% de todo o mercado consumidor dessa modalidade de venda, em termos nacionais, estavam em São Paulo. Em outras palavras, de cada R\$ 100 reais consumidos no comércio eletrônico do País, R\$ 33 vieram do mercado paulista.

Frente a esse desempenho positivo, o comércio eletrônico consolidou a sua posição dentro do varejo nacional, representando, hoje, 6,9% de todas as vendas desse imenso setor que dinamiza a economia do País e tem força relevante na composição do Produto Interno Bruto (PIB). Sete anos atrás, essa margem era de apenas 2,4%. Dentre os dez produtos com o maior volume financeiro de transações no Estado de São Paulo em 2023, o campeão foi o smartphone, rendendo um faturamento bruto de R\$ 3,2 bilhões aos varejistas online. Em segundo lugar, ficou o grupo de livros, brochuras e impressos, com um volume de R\$ 2 bilhões em vendas. Na seqüência, as geladeiras

(R\$ 1,6 bilhão) e as máquinas digitais para processamento de dados (R\$ 1,3 bilhão). Após apresentar esse panorama, Vasconcellos ressaltou a importância do mês de novembro para o varejo e, principalmente, para as vendas digitais. Em novembro, ocorre a Black Friday, a principal data do setor online, fora as promoções pré e pós a data: “Esquenta Black Friday”, “Saldão Black Friday”, “Cyber Monday” e “Black November”. Puxado pela primeira parcela

do décimo terceiro salário, novembro é o segundo melhor mês do ano quando se avalia a evolução do faturamento bruto mensal do varejo paulista. Em 2023, por exemplo, as vendas totais do setor nesse mesmo mês somaram cerca R\$ 114,1 bilhões, por volta de 10% maiores do que a média mensal de janeiro a outubro daquele ano. “O lojista que fica fora da Black Friday perde a oportunidade da sazonalidade positiva do fim de ano”, afirmou.





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