



# novovarejo

a mídia do aftermarket **automotivo**

EDIÇÃO 461

ANO 32

01 DE ABRIL DE 2025

NOVOVAREJOAUTOMOTIVO.COM.BR

NVD - NOVO VAREJO DIGITAL



## Mente em alerta

Varejo é o setor campeão da vulnerabilidade psicossocial. Nova normal do Ministério do Trabalho pretende mudar isso, mas impacto nas empresas pode começar por uma grande dor de cabeça



Vem aí o **Prêmio Inova 2025**,  
em abril na **Automec**.





Nº 1 EM ROLAMENTOS

COBRA ROLAMENTOS

O MOVIMENTO  
DO MERCADO  
COMEÇA AQUI



2 DE MAIO

ESTÁ CHEGANDO  
O DIA DO ROLAMENTO

Celebre com a Cobra esse grande movimento!

Fale com seu vendedor ou compre online.



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



ESCANEIE  
O QR CODE  
E FAÇA SEU  
AUTOCADASTRO

[www.cobrarolamentos.com.br](http://www.cobrarolamentos.com.br) | [sac@cobrarolamentos.com.br](mailto:sac@cobrarolamentos.com.br)

☎ 0800 016 3333 @ @cobrarolamentos

Faça revisões em seu veículo regularmente.







## Saúde e motivação para todos

Eu sou do tempo em que ‘burnout’ era sentar-se ao volante de um Dodge Charger R/T, um Maverick GT, ou qualquer outro V8 de tração traseira que estivesse à mão, e despejar potência nas rodas para lixar os pneus no asfalto sem misericórdia e levantar o máximo possível de fumaça branca no meio ambiente. Admito que não é o jeito mais politicamente correto de iniciar um texto, mas fazer o quê? Houve uma época em que a vida era mais ou menos assim. Pra mim, saudosismo e nostalgia sempre serão virtudes. Mas, avancemos no tempo até o mundo real. Hoje, quando se fala em ‘burnout’ nem todos se lembram de automóveis. O que um dia esteve relacionado a um certo grau de diversão, agora é imediatamente associado a doença. Se você digitar no Google “o que é burnout”, imediatamente encontrará: “A síndrome de burnout, também conhecida como síndrome do esgotamento profissional, é um distúrbio psicológico caracterizado por exaustão emocional, despersonalização e baixa realização pessoal no trabalho. Ela é causada pela exaustão extrema relacionada ao trabalho e pode afetar quase todas as facetas da vida de um indivíduo. Os sintomas incluem estresse extremo, cansaço, desmotivação e incapacidade de lidar com as demandas diárias. É importante buscar tratamento e apoio para lidar com essa condição”. Vivemos uma era em que a capacidade humana de suportar a pressão é levada ao limite. A sobrecarga de informações a que somos submetidos diariamente muitas vezes se torna absurdamente opressiva. O fluxo ocorre em tempo real. A evolução

tecnológica trouxe incontáveis benefícios a praticidades para nosso dia a dia, mas também abriu as portas do inferno para a circulação de desinformação e violência retórica em altíssima velocidade. Da maneira mais dolorida, muitas vezes nos deparamos com uma parcela assustadora da sociedade em que vivemos, que no passado estava restrita a um pequeno círculo de relacionamentos, mas que agora tem alcance global. O mundo que habitamos hoje é, verdadeiramente, estressante. E, de forma inevitável, essa conjuntura acaba refletindo também no trabalho de cada um de nós. As 24 horas de nossos dias parecem não ser mais suficientes para dar conta das crescentes exigências que a rotina nos traz. O ser humano vive sob pressão por eficiência e resultados, cercado por câmeras a cada passo que dá – o Big Brother criado pelo escritor George Orwell no livro ‘1984’ cada vez mais parece deixar a literatura e assumir formas físicas. A reportagem de capa desta edição traz um panorama da situação dos profissionais do varejo e a necessária futura adequação do setor a uma nova norma do Ministério do Trabalho que pretende reduzir o esgotamento das pessoas nos ambientes de trabalho. O Brasil ainda é um país que sofre com a baixa produtividade e isso precisa mudar para tornar nossa economia mais competitiva nas relações do comércio global. A reversão desse quadro deve contemplar também a qualidade de vida em todos os níveis hierárquicos das empresas. Sem saúde e motivação não há bons resultados possíveis.

### Publisher

Ricardo Carvalho Cruz  
(rccruz@novomeio.com.br)

### Diretor Geral

Claudio Milan  
(claudio@novomeio.com.br)

### Diretor Comercial e de Relações com o Mercado

Paulo Roberto de Oliveira  
(paulo@novomeio.com.br)

### Diretor de Criação

Gabriel Cruz  
(gabriel.cruz@wpm.com.br)

### Endereço

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

### Redação

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

### Notícias

Cadastre-se para receber notícias do setor no seu e-mail. Acesse: [www.novovarejo.com.br](http://www.novovarejo.com.br)

### Publicidade

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

### Marketing

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

### Recursos Humanos

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

Ano 32 - #461 01 Abril de 2025

**Distribuição para mailing eletrônico 35.000**

**Audiência estimada em views no site 45.000**

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

### Acompanhe nossas redes

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

### Direção

Ricardo Carvalho Cruz

### Jornalismo

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

### Publicidade

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

### Arte

Lucas Cruz

### Marketing

(marketing@novomeio.com.br)  
Elisa Juliano

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

### Jornalista Responsável:

Claudio Milan (MTb 22.834)

Nhm

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



# SAVE THE DATE

## 22 de Abril

**Local:** São Paulo Expo  
**Sala 204 A do Mezanino – Horário:** 17:00

Vem aí a edição 2025 do **Prêmio Inova – Indústrias do Novo Varejo**, estudo realizado pelo After.Lab, núcleo de inteligência de negócios do Aftermarket Automotivo, que apura as indústrias de autopeças que mais se destacam nos varejos de componentes para veículos leves a partir de seu portfólio de produtos e desempenho empresarial.

E mais uma vez a premiação acontecerá na **Automec**, maior feira de autopeças e serviços automotivos da América Latina, com **transmissão ao vivo pela A.TV**

**Vamos juntos homenagear as maiores indústrias de autopeças do país**

REALIZAÇÃO

Nhm

AFTER.LAB

DIVULGAÇÃO





**08 Entrevista**

Novos meios de pagamentos vêm influenciando os hábitos dos consumidores. Conversamos com dois especialistas sobre o tema.

**14 Capa**

Nova norma do Ministério do Trabalho começa a vigorar em maio com o objetivo de cuidar da saúde mental dos profissionais.

**24 Internacional**

Entidades europeias se manifestam contra elevação das tarifas de importação de veículos e peças anunciada por Trump.

**32 After.Lab**

Veja novos índices de desempenho do varejo apurados pelas pesquisas Mapa, Onda e Vies, realizadas pelo After.Lab.

**46 Artigo**

Conheça 4 iniciativas que o comércio deve ter para reduzir a desistência dos consumidores nas compras pelo meio digital.



Foto: Shutterstock

HÁ 100 EDIÇÕES

**Mercado de carros históricos movimenta 32,6 bilhões por ano no Brasil**

Há 100 edições nossa reportagem mostrava que cada veículo antigo de coleção que roda no país representa um tíquete médio de mais de 13 mil em restauração e manutenção

Sempre existiu um mercado de carros clássicos no Brasil. Nos últimos 30 anos ele vem crescendo de forma consistente. Porém, há cerca de uma década o segmento vem experimentando uma curva quase explosiva – e isso se reflete nos preços dos carros e das peças de reposição. O assunto foi destaque na edição 361 do Novo Varejo. A dificuldade em encontrar muitas das peças de reposição para restaurar e manter estes carros permite a este nicho fazer a alegria daqueles que

perceberam o espaço para aplicar boas margens. E, ao contrário do que se pode imaginar, não é só de peças antigas que vive o mercado. Ainda há, por parte da indústria, oportunidades de abastecer prateleiras dedicadas aos antigos. Mas, afinal, qual é o tamanho do mercado de antigos no Brasil? Ele é bem maior do que, provavelmente, você imagina. No primeiro semestre de 2022, quando a reportagem foi publicada, o mercado brasileiro de automóveis antigos movimentava

anualmente estimados R\$ 32,6 bilhões em receitas diretas e indiretas. Os gastos diretos – que incluem serviços, manutenção, restauração, seguro, armazenamento e combustível – respondiam por praticamente a metade deste imenso volume de dinheiro: R\$ 16,1 bilhões. A frota de veículos com mais de 30 anos – critério para um carro ser classificado como antigo – estava então estimada em 3,2 milhões – no entanto, nem todos podem ser considerados de coleção, a

estimativa também contempla os carros velhos. Os números eram trazidos pela Pesquisa Socioeconômica FIVA 2020/2021, divulgada pela FBVA – Federação Brasileira de Veículos Antigos. O estudo demonstrava, também, que os carros históricos em circulação no Brasil pertenciam a 1,2 milhão de proprietários, o valor médio de cada automóvel era de R\$ 129 mil e os gastos diretos com manutenção, restauração e operação de cada veículo ficavam na casa dos R\$ 13,4 mil por ano.

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

tá na  
**mão**  
tá na  
**pellegrino**

Conte com nossa gente.

Portfólio

Compre Online

Agilidade na Entrega

Linha Leve

Linha Pesada

Motopeças

Maquininha Pronto!

Acessórios

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

Escaneie o QR code e acesse o **compreonline.**

**Pellegrino**  
Conte com nossa gente.

@pellegrinoautopecas  
Pellegrino Autopeças  
Pellegrino Distribuidora de Autopeças  
0800 020 0700



# Menos fricção e democratização do crédito marcam revolução dos meios de pagamento no varejo

*Open Finance, Pix por aproximação e Pix Parcelado exemplificam avanços do Banco Central nesta direção*

Nos últimos anos, a forma como o consumidor brasileiro está comprando no varejo vem passando por diversas transformações. Do lado das tecnologias, surgem novos motores de crédito, soluções de pagamento por aproximação e a consolidação do Pix como meio de pagamento dominante. Do lado do comportamento, cresce a busca por agilidade, segurança e facilidade no parcelamento, especialmente por parte de públicos que tradicionalmente ficavam à margem do crédito formal. Essas mudanças acontecem em um cenário em que o Pix já se consolidou como o método de pagamento mais utilizado no país. No último Dia do Consumidor, por exemplo, 54% dos consumidores declararam preferência pelo Pix, enquanto o cartão de crédito caiu para 28% — uma inversão expressiva em relação ao padrão observado em anos anteriores.

Mas o avanço do Pix vai além da instantaneidade nas transferências. Sua evolução inclui o Pix por aproximação,

que elimina etapas no checkout presencial, e o Pix Parcelado, que vem sendo impulsionado por fintechs com motores de análise de crédito baseados em dados alternativos e inteligência artificial.

Ao mesmo tempo, o uso de tecnologia NFC se espalha rapidamente pelos estabelecimentos físicos: segundo o Balanço 2024 da AFRAC - Associação Brasileira de Tecnologia para o Comércio e Serviços, os pagamentos por aproximação movimentaram R\$ 1,5 trilhão no ano passado, alta de 48,3% em relação a 2023. Eles já representam 67,2% das transações presenciais com cartões.

Para os especialistas, essa nova infraestrutura de pagamentos representa mais do que comodidade. É um novo capítulo de inclusão financeira, concorrência saudável entre soluções e redução de barreiras tanto para consumidores quanto para lojistas. “O pagamento por aproximação trouxe mais robustez, rapidez e segurança para o consumidor”, afirma o

presidente da AFRAC, Edgard de Castro. Em complemento ao dirigente, o CTO & CPO da provedora de soluções financeiras Celcoin, Thiago Zaninotti, destaca que o Pix Parcelado, inserido no cenário do Open Finance, democratiza o acesso ao crédito e representa uma revolução nesse sentido.

Para entender os detalhes dessas mudanças nos meios de pagamento e os impactos dessas transformações no varejo brasileiro atual, conversamos com Edgard de Castro e Thiago Zaninotti sobre os diversos temas que cercam o universo. Confira a seguir a íntegra das entrevistas.

## A revolução representada pelas tecnologias de aproximação

### Novo Varejo - Como você vê o impacto das novas tecnologias de pagamento no dia a dia do varejo?

**Edgard de Castro** - A integração dos meios de pagamentos eletrônicos tem sido o grande mote da área de pagamento e ela facilita o

processo. Você normalmente vai ter o cartão de crédito, o cartão de débito, o Pix, o voucher... Todos esses meios eletrônicos integrados. E aí a gente já começa a ver os diferenciais que surgem de um em relação ao outro e a competição entre eles. Isso tudo favorece o varejo. Além disso, temos também a real diminuição do pagamento para o consumidor que ocorreu com a entrada da tecnologia de proximidade, o NFC. O que teve resultado direto, inclusive, no aumento do consumo no setor varejista.

### Novo Varejo - Por falar em tecnologia de proximidade, recentemente o Banco Central lançou o Pix por aproximação. Quanto ele deve impactar o uso da tecnologia, já amplamente aderida pelos consumidores?

**Edgard de Castro** - Muito. Afinal, antes dessa novidade cada transação exigia entrar no banco, digitar senha, conferir dados... Enfim, muita fricção. Agora, com o Pix por proximidade, a experiência

tende a ser parecida com a do cartão por aproximação. Isso reduz muito o atrito na hora do pagamento e o efeito deve ser o mesmo que mencionei anteriormente, impacto direto no aumento de transações.

**Thiago Zaninotti** - O Pix por aproximação representa uma evolução significativa na experiência de pagamento no varejo físico. Enquanto no ambiente digital a diferença entre usar Pix ou cartão já era pequena, no mundo físico ainda existia uma fricção: era necessário copiar e colar códigos, acessar o aplicativo bancário e autorizar a transação. Com o Pix por aproximação, eliminamos essa barreira. O processo se torna tão simples quanto usar um cartão — basta cadastrar a sua conta bancária com Pix, dar o consentimento na carteira digital e aproximar o celular. Esta redução de fricção deve impulsionar ainda mais a adoção do Pix em estabelecimentos físicos, beneficiando tanto consumidores quanto lojistas.

### Um novo passo na democratização do crédito no varejo

**Novo Varejo** - Para além da comodidade e redução de fricção, a velocidade e

**amplitude do acesso ao crédito é algo fundamental quando falamos da relação entre o universo de pagamentos e o setor varejista. Como o Brasil está evoluindo nesse sentido?**

**Edgard de Castro** - Bastante. Hoje, se você tem uma integração via Open Banking ou Open Finance — que é mais completo — o cliente autoriza a transferência de dados bancários para um motor de crédito. Esse motor busca a melhor oferta e já apresenta para o consumidor. Por exemplo, estou numa loja de materiais de construção. A conta deu R\$ 50 mil e eu quero parcelar. Então, meu banco manda a aplicação para confirmar uma integração via Open Finance. A partir daí, os dados são enviados e o motor de crédito busca a melhor opção. A partir daí, aparece na tela algo como “A Crefisa oferece em 10 parcelas tal valor”. Então, eu confirmo pelo app do banco e fecho a compra. Esse mecanismo democratizou muito o crédito ali mesmo no PDV.

**Novo Varejo** - O interessante é que essas integrações também ajudam a reduzir o risco de inadimplência para o varejista, não é?



Presidente da AFRAC destaca redução ao risco de inadimplência nas lojas

**Edgard de Castro** - Exatamente. Na realidade, quem passa a lidar com o problema da inadimplência é o agente financeiro. E esse agente financeiro, óbvio, abre disciplina em várias análises. Ele vai fazer uma análise de crédito, uma série de verificações para rapidamente falar “posso dar ou não esse crédito”. Quem está comprando o risco — e, claro, os lucros

disso — é a instituição financeira. É o exemplo da loja de materiais de construção. Se eu tivesse ido lá com uma conta de 50 mil e ele não pudesse parcelar para mim, eu ia embora. Agora, se alguém parcelou para ele, uma instituição financeira parcelou, ele fechou a venda. Mesmo pagando alguns percentuais, compensa.



COMPLETO EM SOLUÇÕES,  
CONFIÁVEL EM PERFORMANCE,  
ASSIM É O **PORTFÓLIO MIDE  
PARTS**.

**AUTOPEÇAS COM TECNOLOGIA  
PARA GARANTIR EFICIÊNCIA  
E DURABILIDADE PARA  
VOCÊ.**



**mide** PARTS



**TEM  
LANÇAMENTO  
NA MIDE!**

**O SUPORTE DE BARRA TENSORA  
(MORCEGUINHO) JÁ ESTÁ DISPONÍVEL.**

**A ESCOLHA CERTA PARA MAIS  
ESTABILIDADE E SEGURANÇA.**

**DISTRIBUIDORAS  
EXCLUSIVAS:**

**RMP »Disape**

**LANÇAMENTO:**

## **SUPORTE DA BARRA TENSORA**

Morceguinho



UMA AUTOPEÇA DESENVOLVIDA COM PRECISÃO PARA VOCÊ TER A  
CERTEZA DE ESTAR OFERECENDO O MELHOR AOS SEUS CLIENTES.



- ✓ **MAIS SEGURANÇA**
- ✓ **MAIS EFICIÊNCIA**
- ✓ **MAIS ESTABILIDADE**
- ✓ **MAIS QUALIDADE**

**ENTRE EM CONTATO COM A NOSSA EQUIPE  
E CONHEÇA ESSA NOVIDADE!**

**CONHEÇA  
NOSSAS  
REDES  
SOCIAIS:**

 [mideparts.com.br](http://mideparts.com.br)  
 [mideparts](#)  
 [mideparts](#)

**ESCANEE O QR CODE E  
CONHEÇA MAIS SOBRE  
NOSSOS PRODUTOS:**







**Novo Varejo - Um dos movimentos que têm surgido no país é o avanço do Pix Parcelado oferecido por fintechs. Você acredita que, somados ao Open Finance, os motores de análise de crédito dessas empresas podem ajudar a democratizar o acesso ao parcelamento no país?**

**Thiago Zaninotti** - Sem dúvida. O Pix Parcelado democratiza o acesso ao crédito e representa uma revolução nesse sentido. O grande diferencial da Celcoin está na infraestrutura que permite que nossos clientes utilizem essa solução dentro do próprio ecossistema. Diferentemente dos incumbentes, não apenas fornecemos o crédito, mas também viabilizamos sua utilização direta em um ambiente onde os participantes – parceiros, clientes e fornecedores – já são conhecidos. Isso aumenta a assertividade na concessão, pois a análise considera um contexto transacional mais rico e confiável, reduzindo riscos e ampliando o acesso ao parcelamento para públicos que, pelos critérios convencionais, teriam dificuldades em obter crédito.

**Novo Varejo - Essas soluções já estão disponíveis para os varejistas de todos os portes? Como você vê**

**o atual cenário das taxas de transação envolvidas neste contexto?**

**Thiago Zaninotti** - As soluções de Pix Parcelado já estão chegando ao mercado para varejistas de diferentes portes, mas ainda estamos no início desta jornada. Observamos uma adoção inicial por médios e grandes lojistas, com expansão gradual para os pequenos negócios conforme a tecnologia amadurece. As taxas de transação tendem a ser significativamente menores que as praticadas no cartão de crédito tradicional. O diferencial está na estrutura de custos: como o Pix tem uma infraestrutura mais eficiente e gerida pelo Banco Central, os custos operacionais são reduzidos, permitindo taxas mais competitivas.

**Novo Varejo - Como garantir que este novo mecanismo seja seguro tanto para os consumidores quanto para os varejistas?**

**Thiago Zaninotti** - A segurança do Pix por aproximação depende de múltiplas camadas de proteção. Para os consumidores, recomendamos ativar todas as configurações de segurança disponíveis nas carteiras digitais, incluindo PIN e biometria para autorizar

transações. É fundamental também configurar limites diários e por transação. Para os varejistas, os sistemas de pagamento devem implementar verificações adicionais em transações de maior valor. O Banco Central vem aprimorando constantemente os mecanismos de

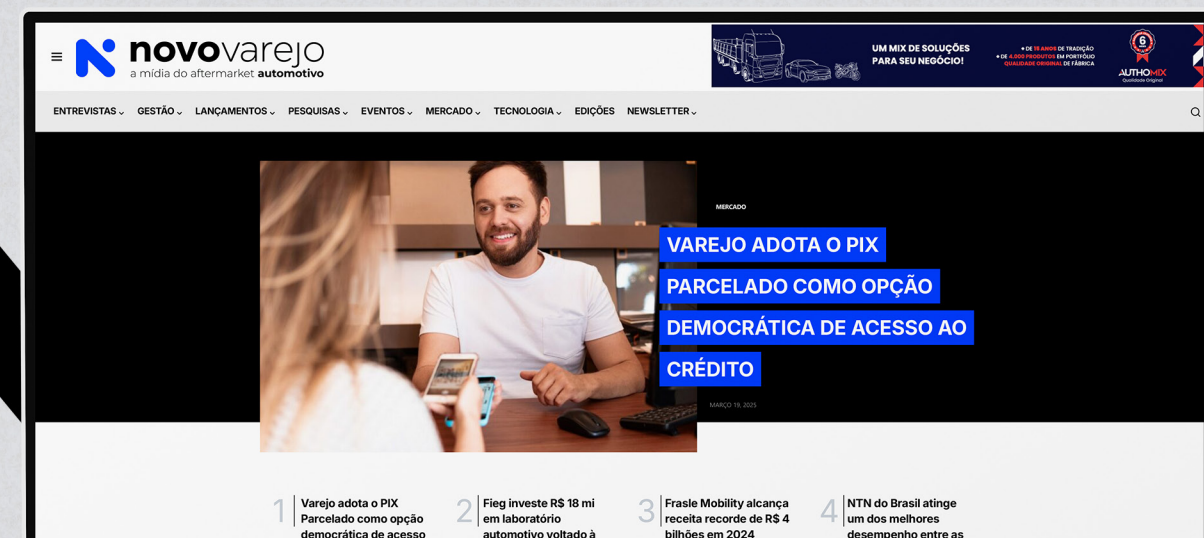
segurança, como o Mecanismo Especial de Devolução, que facilita o estorno em casos suspeitos. A combinação de tecnologia segura com práticas conscientes de uso minimiza significativamente os riscos tanto para consumidores quanto para estabelecimentos.



Foto: Divulgação

Thiago Zaninotti orienta varejo a implementar verificações adicionais em transações de maior valor

# O ano começou no Novo Varejo Automotivo começou com tudo...



**63 mil visualizações no site**

**59 mil impressões em nossas redes sociais**

**800 mil disparos de email feitos para mais de 30 mil contatos qualificados**

\*Dados do primeiro trimestre de 2025





## Necessária para mitigar problemas do varejo, NR-1 pode ser dor de cabeça para empresas no curto prazo

*Dono do título preocupante de 'campeão da vulnerabilidade psicossocial', setor carece de estrutura para implementar melhorias exigidas pela nova norma*

A partir de maio de 2025, entra em vigor uma atualização que o Brasil registrou 472.328 casos de incapacidade temporária — caso de descumprimento. A nova Norma Regulamentadora nº 1 (NR-1), década. O salto em relação a 2023 foi de impressionantes 68%, refletindo não apenas o agravamento do cenário pós-pandemia, mas também a inclusão de riscos crescentes de trabalho sobre a saúde emocional dos colaboradores. Do total de 3,5 milhões de pedidos de licença registrados pelo INSS ao longo de 2024, quase meio milhão teve como motivo problemas psicológicos ou psiquiátricos. O benefício por Social revelam que, em 2024, concedido a quem precisa se afastar por mais de 15 dias — exige perícia médica e comprovação clínica do diagnóstico. Embora transtornos como a síndrome de burnout tenham registrado apenas 4 mil afastamentos oficiais, especialistas apontam que a subnotificação e a dificuldade no diagnóstico mascaram a real dimensão do problema. Em meio esse cenário, a atualização da NR-1 transforma a saúde mental em item fiscalizável dentro das empresas, prevendo inclusive aplicação de multas em caso de descumprimento. A norma exige que os empregadores passem a mapear, controlar e mitigar fatores de risco como metas abusivas, jornadas extensas, assédio moral, conflitos interpessoais e ausência de autonomia. No papel, trata-se de um avanço regulatório. Mas, na prática, o impacto e as exigências podem ser desiguais para alguns setores como o varejo — detentor do título ingrato de líder do ranking de sofrimento mental entre os trabalhadores, segundo dados recentes de pesquisa divulgada pela Alper Seguros.



**Sama**  
Autopeças

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

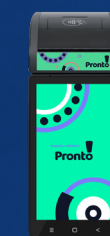
Fornecendo autopeças de qualidade, com entrega rápida e compromisso com o seu negócio, somos a sua parceira de confiança quando o assunto são soluções para o mercado automotivo. Experiência e excelência a serviço da sua empresa. Conte conosco para seguir evoluindo.



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



## Entre a necessidade e as dificuldades de adaptação

O alerta sobre a saúde mental no varejo ganhou força nos últimos dias quando o levantamento que utilizou o protocolo SRQ-20, da Organização Mundial da Saúde, avaliou os sinais de sofrimento psicológico em diferentes segmentos da economia no Brasil.

A pesquisa foi aplicada por meio do programa Trilha da Mente e considerou três faixas de risco: mentalmente saudável (até 3 pontos), ponto de atenção (4 a 6 pontos) e sofrimento mental (7 pontos ou mais). Casos com ideação suicida foram tratados como de alto risco, independentemente da pontuação total. Dentre todos os setores avaliados, o varejista foi o que apresentou os dados mais alarmantes: 31% dos trabalhadores estão em alto risco, 46% sofrem de algum nível de transtorno mental, e apenas 17% são considerados saudáveis. A pontuação média do setor foi de 9,2, quase o dobro da média geral entre todos os setores analisados.

"Fatores como alta pressão

por resultados, longas jornadas, instabilidade econômica do setor e baixo suporte organizacional estão diretamente relacionados a esse quadro", avalia a diretora de Gestão de Riscos e Saúde da Alper Seguros, Paula Gallo.

A pesquisa também identificou uma frágil adesão às ferramentas de cuidado emocional. Mesmo com oferta de intervenções terapêuticas e materiais psicoeducativos, o varejo demonstra resistência estrutural — seja pela cultura empresarial ou pelas condições de trabalho no dia a dia.

Mesmo diante dessa necessidade evidente, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) solicitou ao Ministério do Trabalho uma prorrogação de 12 meses para a entrada em vigor das novas exigências da NR-1.

Isso porque, segundo a entidade, a implementação em curto prazo traz um risco especial para pequenas e médias

empresas (PMEs), grupo que, segundo a entidade paulista, formam a espinha dorsal do comércio no país — já que respondem por cerca de 70% da mão de obra formal do Brasil e são responsáveis por mais de 1 milhão de empregos celetistas gerados por ano.

Segundo a FecomercioSP, o risco advém do fato de que as PMEs não têm estrutura técnica nem recursos financeiros suficientes para realizar um gerenciamento dos riscos psicossociais conforme exigido pela norma. "A dificuldade começa na própria identificação desses riscos, que envolvem conceitos subjetivos e, muitas vezes, não estão diretamente vinculados a uma única atividade profissional", afirma a entidade.

Além disso, a federação aponta que a necessidade de contratar profissionais habilitados para elaborar planos estruturados e conduzir diagnósticos organizacionais implica em custos inéditos — potencialmente

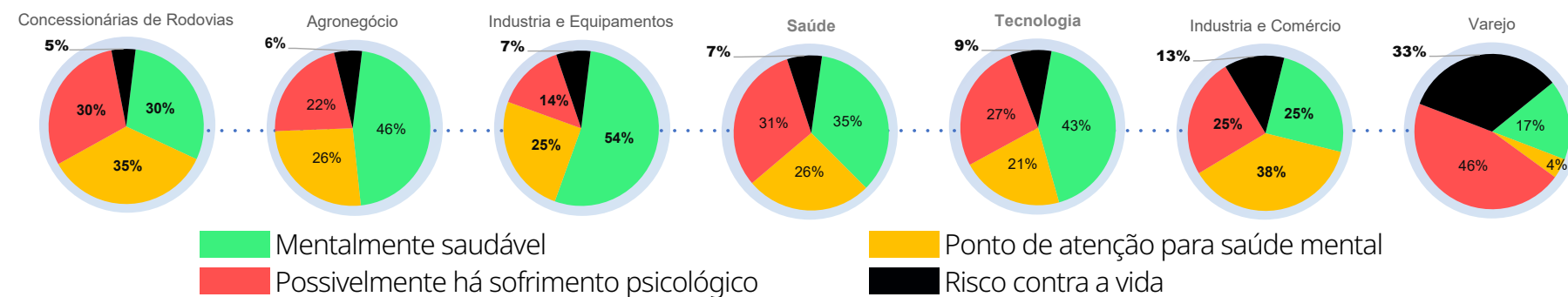


Paula Gallo destaca fatores que agravam problemas no varejo

inviáveis — para negócios que já operam sob forte pressão de margens e com baixa previsibilidade econômica.

Assim, ela defende que o adiamento não seja encarado como resistência à mudança, mas sim como uma garantia de que a norma será implementada de forma consistente e com resultados efetivos. "Impor uma regra que poucas empresas têm condições reais de cumprir poderá gerar uma corrida improvisada, com impacto negativo tanto para os empregadores quanto para os trabalhadores" destaca a FecomercioSP.

### Veja a condição dos colaboradores de cada setor investigado



Trabalhador conectado aumentado é a principal inovação a caminho

## IA e varejo: entre a promessa de solução e a dificuldade de adoção

Com o setor sob pressão e as equipes no limite, uma possível aliada começa a ganhar espaço na agenda das empresas: a inteligência artificial. Segundo o relatório Hype Cycle for the Future of Work 2024, da consultoria Gartner, a IA será um dos pilares para a transformação do ambiente de trabalho nos próximos anos, com foco em produtividade, experiência do colaborador e bem-estar.

A previsão é que até 2028, 45% das empresas com mais de 500 colaboradores utilizem avatares de IA para ampliar sua capacidade operacional, enquanto as iniciativas de 'trabalhador conectado aumentado' se consolidam como a principal inovação no horizonte. A proposta é clara: disponibilizar conhecimento

contextualizado, escalar fluxos de trabalho e reduzir o tempo de adaptação do colaborador com base em interfaces inteligentes.

Apesar do potencial, o estudo alerta que apenas 14% das empresas têm maturidade digital suficiente para adotar essas soluções de forma eficiente e que o varejo é um dos setores em que essa lacuna mais se evidencia.

Em confluência com o estudo, o especialista em vendas e fundador do Grupo Mola, Gustavo Malavota, afirma que essa transformação digital do trabalho no ambiente varejista esbarra em dois obstáculos principais: mão de obra despreparada e resistência cultural. "Mesmo ferramentas simples como CRMs ou plataformas de atendimento por

chat geram ruído entre os vendedores mais experientes, que muitas vezes preferem manter os métodos tradicionais", lamenta Malavota.

Neste contexto, o especialista relata que há uma procrastinação generalizada em adotar novas tecnologias, não apenas por falta de domínio técnico, mas porque muitos profissionais já obtiveram resultados com o modelo antigo e não se veem motivados a romper com o que conhecem. Além disso, ele destaca que a própria tecnologia da IA, quando aplicada ao atendimento, ainda tem limitações como respostas robotizadas, erros de contexto e pouca fluidez nas interações com os clientes.

Ressalvas à parte, Malavota aponta que nas empresas que já conseguiram

estruturar processos digitais sólidos, a IA começa a mostrar valor — especialmente em canais como WhatsApp e SAC automatizado.

"O desafio é garantir que a tecnologia se integre à rotina dos colaboradores sem criar ainda mais frustração do que a existente no cenário atual", conclui.



Gustavo Malavota aponta conflitos entre tecnologia e vendedores experientes



## Cofap amplia linha de buchas e suportes

A Marelli Cofap Aftermarket lança mais quatro códigos de buchas e suportes (coxins) Cofap. As buchas são destinadas aos veículos das marcas Renault e os coxins, para os modelos Fiat. Confira os códigos e suas aplicações: BUC18134 (Renault Sandero fabricado a partir de 2007), BUC18135 (Renault Kwid produzido a partir de 2017), CXC03218 e CXC03219 (Fiat Ducato fabricado a partir de 2018 – lado direito e lado esquerdo, respectivamente). Importante



Buchas são destinadas a veículos Renault e os coxins para Fiat

ressaltar que os coxins são compostos por rolamentos que funcionam em conjunto com a direção do veículo.

## Novos kits de reparo de batentes de amortecedores Motorcraft

A Ford está ampliando seu portfólio de peças originais de reposição da linha Motorcraft com mais um lançamento, os kits de reparo de batentes de amortecedores, disponíveis tanto para o mercado varejista como atacadista. Os novos kits se aplicam a veículos de diversas linhas, do ano-modelo

1996 até 2023. Essas peças até então eram vendidas separadamente e a criação dos kits facilita o trabalho do reparador, pois já recebe o conjunto completo com os itens corretos para o serviço. A Motorcraft oferece mais de 1.600 peças para veículos Ford com mais de três anos de uso.



Kits são fornecidos de forma unitária para cada lado do veículo, dianteiro e traseiro

## Artigo

### Já tivemos essa ideia antes...

Em quase todas as empresas e organizações em que prestamos consultoria vemos ideias e iniciativas excelentes que foram deixadas morrer. Elas morrem de várias doenças: (a) falta de acompanhamento; (b) falta de continuidade; (c) Nem sequer chegaram a ser implementadas; (d) economia boba de recursos; (e) mudança das pessoas que iniciaram o processo e muitas outras razões e explicações para a ideia ter sido deixada morrer. O que me impressiona é que todas as pessoas dessas organizações e empresas afirmam que aquela ideia ou iniciativa era excelente! Muitas delas chegaram a dar resultados espetaculares, mas foram descontinuadas, deixadas morrer.

Por que isso acontece? O que nos parece faltar é uma padronização, uma formalização daquela ideia, daquela iniciativa. Sem uma formalização ou uma forma qualquer de padronização, muitas vezes através de um simples manual, a ideia ficará solta e dependerá sempre da boa vontade e da disposição das



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

pessoas e nunca se tornará um padrão dentro da organização. Sem determinação clara de responsáveis e prazos, as ideias e iniciativas não têm continuidade, perdem potência e morrem. O mais triste é que quando a mesma ideia ou iniciativa que aquela empresa teve no passado é colocada em prática com grande sucesso pela sua maior concorrente, os comentários são sempre: “Já tivemos essa ideia antes...”; “Aqui nada vai para frente”; “Era ótimo, mas acabou...”; e muitas outras justificativas e desculpas. Não deixe isso acontecer na sua empresa. Pense nas ideias que já tiveram e as ressuscite com profissionalismo. Menos ideias, menos iniciativas, mas com continuidade e padrões definidos será sempre melhor que muitas ideias deixadas morrer. Pense nisso. Sucesso!

## Proauto tem três novos produtos para cuidado e proteção

A Proauto, referência em cuidados automotivos e parte do grupo Trading Care, apresenta três lançamentos que buscam aprimorar o cuidado com os veículos: o Selante de Plásticos e Borrachas, o Lava Autos Pré-Lavagem e um inovador kit com 4 panos de microfibra multifuncionais. O Selante chega ao mercado para proteger superfícies contra os raios UV, garante hidrorrepelência e cria uma barreira protetora contra umidade e sujeira. O Lava Autos remove as sujeiras difíceis sem agredir a pintura dos veículos e proporciona brilho após a lavagem. Já os panos de microfibra

multifuncionais se destacam pela tecnologia de poliéster e poliamida, que garante absorção 10 vezes maior que panos convencionais.



Selante de plásticos e borrachas, lava autos pré-lavagem e kit de panos de microfibra são as novidades



Produto é compatível com os modelos Sandero, Duster e Logan, da Renault

## ZF Aftermarket lança cilindro mestre de freio TRW para veículos Renault

A ZF Aftermarket aumenta sua gama de produtos com o lançamento de novos cilindros mestres de freio TRW. O produto é compatível com os modelos Sandero (2008-2014), Duster (2011-2014) e Logan (2007-2013), da Renault. O cilindro

mestre de freio da TRW garante precisão, durabilidade e segurança. Com a alta qualidade garantida pela ZF, proporciona frenagens mais eficientes e confiáveis aos veículos, melhorando a performance e a proteção dos ocupantes.

MAIORES & MELHORES

Seis vezes campeões do prêmio.

TEM NOVIDADE NA MOTORS IMPORTS

LANÇAMENTOS

41294 - BIELA DE ALUMINIO VW AMAROK 3.0 TDI 170 02/03-05/07

LANÇAMENTOS

41100 - JUNTA TAMPA VÁLVULA BMW X2 (F39) SDRIVE 18i 18/23

LANÇAMENTOS

41039 - VÁLVULA TERMOSTÁTICA VOLVO XC60 DIESEL 16...

LANÇAMENTOS

41011 - TAMPA VÁLVULA PEUGEOT 308 1.6 THP 12/16

LANÇAMENTOS

42941 - COXIM MOTOR CHERY TIGGO 8 1.6 TCDI 20... LD

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

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

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

20

21



# 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!



Roles: 0800 020 0300  
RPR: 0800 040 0300



Roles Autopeças  
RPR Motopeças



roles.com.br  
rpr.com.br

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**



**JUNTOS FAZEMOS MELHOR**



**JUNTOS VAMOS MAIS LONGE**



## Tarifa de Trump para veículos e peças desagrada todo mundo e encaminha prejuízos

Para a surpresa de ninguém, o presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, voltou a assombrar o comércio internacional ao anunciar no dia 2 de abril um extenso programa de tarifas para importações diversas, com alíquotas variando de 10% a 50%, dependendo do produto e do país de origem – atingindo também automóveis e uma série de componentes usados na montagem de veículos, como sistemas elétricos, motores e câmbios. Para produtos brasileiros, a nova alíquota foi fixada em 10%. A complexa mente do governante americano e seu time de auxiliares, no entanto, promete aplicar um fator de redução da tarifa para carros trazidos do México e do Canadá, desde que usem peças produzidas nos Estados Unidos. Para resumir: um caos. O objetivo declarado da medida é fortalecer as fábricas norte-americanas, que estariam perdendo competitividade em razão da importação excessiva de automóveis. Por trás da justificativa estaria o enfraquecimento gradativo da capacidade de produzir veículos militares, uma necessidade crescente num cenário global cada vez mais caracterizado por políticos truculentos e beligerantes. Igualmente para surpresa de

ninguém, o repúdio internacional à medida foi imediato. A Associação dos Fabricantes de Automóveis da Europa (ACEA) declarou-se profundamente preocupada com o anúncio do presidente, que ocorre em um momento crucial para a transformação da indústria e à medida que a competição internacional se intensifica. “Os fabricantes de automóveis europeus têm investido nos EUA há décadas, criando empregos, fomentando o crescimento econômico nas comunidades locais e gerando enormes receitas fiscais para o governo norte-americano”, disse Sigrid de Vries, diretora-geral da ACEA. “Pedimos ao presidente Trump que considere o impacto negativo das tarifas não apenas para os fabricantes globais de automóveis, mas também para a manufatura doméstica dos EUA. As tarifas não afetarão apenas as importações para os EUA, uma penalidade que os consumidores americanos provavelmente pagarão, mas as medidas sobre peças automotivas também prejudicarão os fabricantes de automóveis que produzem carros nos EUA para mercados de exportação. Fabricantes europeus exportam entre 50% e 60% dos veículos que fabricam nos EUA, fazendo uma

contribuição substancial positiva para o balanço comercial dos Estados Unidos. A União Europeia e os EUA devem dialogar para encontrar uma resolução imediata para evitar tarifas e as consequências prejudiciais de uma guerra comercial”, cobrou o executivo.

### Retrocesso

Em resposta ao anúncio da administração Trump, a CLEPA – Associação Europeia de Fornecedores Automotivos fez um apelo aos formuladores de políticas para que priorizem soluções em vez de barreiras comerciais. “A cooperação regulatória e padrões mútuos poderiam aumentar a competitividade de ambos os lados do Atlântico. A cadeia de suprimentos transatlântica da indústria automotiva está profundamente entrelaçada, apoiando milhares de empresas e empregos na Europa e na América do Norte. Tarifas protecionistas ameaçam desfazer essa parceria de longa data, interrompendo o fluxo de mercadorias, aumentando os custos de produção e, por fim, elevando os preços dos carros para os consumidores”, disse a entidade em comunicado. Matthias Zink, presidente da CLEPA, afirmou: “A decisão dos Estados Unidos é equivocada e

prejudicial para todos – incluindo os próprios EUA. A fabricação moderna de veículos não está restrita às fronteiras nacionais. Os componentes frequentemente cruzam fronteiras várias vezes antes da montagem final – seja nos EUA ou na UE. As cadeias de valor transatlânticas da indústria automotiva estão profundamente entrelaçadas. Essas tarifas protecionistas correm o risco de dismantelar uma parceria comercial construída ao longo de décadas – uma que apoia milhares de empresas e milhares de empregos tanto na Europa quanto na América do Norte. Tarifas dessa magnitude irão interromper o fluxo de mercadorias, aumentar os custos de produção e, por fim, tornar os carros mais caros para os consumidores – inclusive nos Estados Unidos. É uma ameaça à resiliência econômica e industrial do mundo ocidental. Instamos os formuladores de políticas a se concentrarem em soluções, não em barreiras comerciais. Um acordo visionário entre a UE e os EUA sobre cooperação regulatória e padrões mútuos fortaleceria a competitividade de ambos os lados do Atlântico. O protecionismo só retarda o progresso — a colaboração é que o impulsiona”.



16ª FEIRA INTERNACIONAL DE AUTOPEÇAS, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS

**22 a 26**  
ABRIL DE 2025  
SÃO PAULO EXPO

**TRANSFORMANDO O FUTURO EM CADA PEÇA.**

**Participe do maior e mais completo evento da América Latina!**

Prepare-se para 5 dias de conteúdos e experiências exclusivas, e acesso direto às principais marcas do mercado. Descubra, em primeira mão, lançamentos e tendências que estão redefinindo o futuro da reposição e reparação automotiva.





**UNIVERSIDADE AUTOMEC**

Programa de capacitação técnica que oferece treinamentos certificados, oferecidos por instituições renomadas como IQA e Senai.



**ARENA DE CONTEÚDOS**

Um espaço dedicado a aprendizado e troca de ideias, onde expositores e profissionais compartilham tendências, novas tecnologias e práticas de destaque no setor.

 /FeiraAutomec  
 Automecfeira  
 automec\_oficial  
 AutomecFeira  
[automecfeira.com.br](http://automecfeira.com.br)

**Garanta seu lugar no encontro mais esperado do aftermarket automotivo.**



Escaneie o QR Code e faça seu credenciamento.

Apoio:







Co-Apoio:






Organização e Promoção:





# Fabricantes de automóveis admitem necessidade de solução federal para o direito ao reparo

No dia 18 de fevereiro de 2025, os fabricantes de veículos dos Estados Unidos divulgaram uma proposta legislativa relacionada ao direito de reparar automóveis. Segundo a interpretação das entidades que representam o Aftermarket Automotivo no país, as opiniões citadas nesta proposta contemplam uma pequena fração do mercado de reparos e não são representativas do mercado de reposição automotiva mais amplo. “A indústria aprecia o reconhecimento dos fabricantes de automóveis sobre a necessidade de uma legislação federal para proteger a escolha do consumidor no reparo de veículos e aguarda com expectativa a consideração do Congresso sobre o REPAIR Act, o Ato da Reparação”. Bill Hanvey, presidente e CEO da Auto Care Association, e Paul McCarthy, presidente da MEMA Aftermarket Suppliers, divulgaram a seguinte declaração: “Estamos felizes em ver que os grupos comerciais que representam os fabricantes de automóveis finalmente admitem o que já sabemos há muito tempo: é necessária a ação do Congresso para garantir que as oficinas independentes e os fabricantes de peças de reposição possam continuar a oferecer aos americanos opções de reparo de veículos de qualidade e acessíveis. Dito isso, esta última proposta parece ser uma tática para adiar e derrotar a legislação pró-consumidor do direito de reparar em todos os níveis. O Right to Equitable and Professional Auto Industry Repair Act (REPAIR Act) é uma abordagem direta para garantir o acesso seguro e protegido aos dados de reparo e manutenção de veículos. O REPAIR Act, liderado pelo congressista Neal Dunn, é a solução. A proteção da escolha do consumidor e do proprietário de frotas, o acesso garantido aos dados de reparo críticos, um mecanismo federal de aplicação estabelecido e a prevenção de monopólios de reparo são realizados por meio do REPAIR Act. Sem ele, o mercado de reposição perderá a capacidade de não apenas inovar, mas também de continuar oferecendo aos consumidores opções para manter seus veículos em funcionamento. Aguardamos com expectativa a reintrodução iminente do REPAIR Act e continuaremos a trabalhar com todas as partes que compartilham nosso compromisso com soluções que ofereçam aos proprietários de veículos maior escolha, reparos seguros e preços mais baixos.

NOTA: Historicamente, o mercado de reposição independente tem realizado 80% dos reparos de veículos fora da garantia (Fonte: Auto Care Association/MEMA Aftermarket Suppliers Joint Forecast Model) e esses reparos são geralmente 36% mais baratos do que nos concessionários. Os proprietários de carros valorizam as lojas de reparos independentes por sua confiabilidade, preços razoáveis, mecânicos experientes e boa reputação”. Atualmente, as oficinas de reparo e os fabricantes independentes estão sendo cada vez mais afastados à medida que os fabricantes de equipamentos originais (OEMs) coletam terabytes de dados dos veículos de forma sem fio e

decidem unilateralmente a quem dar acesso a esses dados e sob quais termos e condições, sem a contribuição dos proprietários dos veículos. Uma pesquisa independente realizada no ano passado demonstrou que 63% das oficinas relataram dificuldades para realizar reparos rotineiros diariamente ou semanalmente devido a restrições de dados. Além disso, 51% das empresas relataram enviar até cinco carros por mês para o concessionário devido a essas restrições. No dia 11 de fevereiro de 2025, a juíza do Tribunal Distrital dos EUA, Denise Casper, rejeitou os esforços de quatro anos da AAI para bloquear a implementação da lei de direito de reparo de Massachusetts.



Cresce pressão sobre Congresso dos Estados Unidos para regulamentar lei do Right to Repair



## o canal do aftermarket automotivo

A A.TV, o canal do Aftermarket Automotivo no Youtube, oferece conteúdo consistente com foco no mercado de reposição automotiva.

São informações para todos os segmentos do setor com traz entrevistas exclusivas, debates, entretenimento e reportagens. Estamos em plena sintonia com o crescente interesse da sociedade por vídeos de conteúdo segmentado exibidos pela internet. Os podcasts vêm revolucionando a indústria da comunicação e a A.TV está inserida nesta tendência, abastecendo o Aftermarket Automotivo de informação, inspiração e evolução.

E 2025 chegou com novidades: agora, os programas da A.TV também estão disponíveis no Spotify e Tiktok!

Clique nos ícones para acessar:







Sem direito à reparação consumidores continuarão enfrentando alta nos custos de manutenção nos EUA

## Consumidores estão sobrecarregados com custos dos reparos e acesso restrito a peças de reposição

A CAR Coalition, um grupo crescente de empresas independentes de peças automotivas, gestão e reparo, associações e seguradoras comprometidas em preservar a escolha do consumidor e o reparo acessível de veículos, divulgou um estudo focado no impacto da legislação de direito de reparo na indústria automotiva. O estudo, produzido pela Depth Services, LLC, em colaboração com a Automotive Body Parts Association (ABPA), foca no REPAIR Act e no SMART Act e argumenta que, diante dos custos crescentes e restrições aos reparos de automóveis, os consumidores enfrentarão custos ainda mais altos sem uma legislação federal que proteja seu direito de escolher como reparar seus veículos.

“Restrições ao reparo de automóveis continuam a elevar os preços em um momento em que os americanos menos podem pagar”, disse Justin Rzepka, diretor executivo da CAR Coalition. “À medida que a indústria automotiva se desenvolve, as políticas em torno desses problemas também devem evoluir. É hora de o Congresso se empenhar em soluções, incluindo a aprovação do REPAIR Act, para garantir que os consumidores tenham opções para reparos automotivos de qualidade, seguros e acessíveis”. “As conclusões deste relatório deixam claro: os custos crescentes de reparos e os monopólios de peças estão atingindo os consumidores de forma dura”, disse Edward Salamy, diretor

executivo da ABPA. “Motoristas em todo o país estão lutando com contas de reparo inflacionadas e atrasos que poderiam ser evitados se tivéssemos um mercado verdadeiramente competitivo para peças de reposição”, completou.

### Principais conclusões do estudo

1. Precisamos urgentemente de mudanças nas políticas que protejam os direitos do consumidor e fomentem a competição justa.
2. A importância econômica e social do transporte confiável.
3. Não podemos ignorar o impacto emocional e psicológico de lidar com o atual ecossistema de reparos.
4. As evidências são claras: mais concorrência, transparência e escolha do consumidor não apenas reduzirão os custos, mas também melhorarão a qualidade de vida de milhões de motoristas americanos.

## Papel estratégico do mercado de reposição automotiva no futuro da mobilidade e indústria europeia

A FIGIEFA, associação que reúne os distribuidores do Aftermarket Automotivo europeu, e o site de notícias Euractiv realizaram em março um debate em painel híbrido que destacou o papel crucial do Mercado de Reposição Automotiva Independente (IAM) no apoio à competitividade industrial, sustentabilidade e mobilidade do consumidor na Europa. Ao abrir o evento, o presidente da FIGIEFA, Mads Engberg, lembrou que o IAM não apenas está se adaptando à mudança, mas está ativamente impulsionando-a, garantindo a segurança, acessibilidade e sustentabilidade dos 284 milhões de veículos europeus. Ele enfatizou a necessidade de os formuladores de políticas da União Europeia integrarem toda a cadeia de valor automotiva no Plano de Ação Industrial Automotiva,

alertando que o papel fundamental do mercado de reposição é frequentemente negligenciado. Um momento-chave foi a apresentação do estudo Roland Berger Independent Aftermarket Panorama, que destacou a significativa contribuição econômica do setor, empregando mais de 3,2 milhões de pessoas e investindo pesadamente em inovação (4-5% da receita), superando muitas outras indústrias. Os palestrantes, representando formuladores de políticas, líderes industriais e associações de consumidores, discutiram questões urgentes, como:

- Acesso a dados, funções e recursos veiculares e informações técnicas, quando foram feitas solicitações por legislação mais rápida e específica para o setor além do Data Act.

- Necessidade de priorizar a remanufatura, a reparabilidade e o aprimoramento de habilidades no Plano de Ação Industrial Automotiva, garantindo que os veículos elétricos (EVs) sejam acessíveis e possíveis de manter ao longo de sua vida útil.
- Garantir uma concorrência justa e fortalecer práticas de economia circular, particularmente em relação ao reparo e reutilização de baterias de EVs.
- Expectativa crescente dos consumidores por serviços digitais de mobilidade acessíveis e econômicos.



Consumidores querem cada vez mais serviços digitais de mobilidade

# ANUNCIE

na mídia do **Aftermarket Automotivo**

[comercial@novomeio.com.br](mailto:comercial@novomeio.com.br)



## Escola do Mecânico e Oficina do Saber oferecem curso online para formação de novos mecânicos

Capacitar pessoas para trabalhar na área de reparação de veículos e, assim, fortalecer todo o setor, gerando impacto social e renda. É com esse intuito que nasceu a “Oficina do Saber”, plataforma de ensino EAD desenvolvida e disponibilizada pela MTE-THOMSON. A parceria no desenvolvimento de cursos com a Escola do Mecânico surgiu para elevar o nível de conhecimento desses profissionais e formar mais mecânicos para o mercado, uma vez que toda a verba arrecadada na venda dos cursos será revertida para formar novos alunos. O novo curso “Conceitos de Eletricidade até o Osciloscópio” é direcionado para mecânicos e eletricistas que já atuam na área e precisam se especializar, assim como profissionais que desejam dominar o uso do osciloscópio no diagnóstico veicular. Abrange também estudantes e iniciantes na área automotiva que necessitam aprender desde os conceitos básicos de eletricidade até aplicações avançadas. Para participar, o interessado deve fazer a inscrição. No curso Conceitos de Eletricidade até o Osciloscópio, o aluno irá aprender sobre eletricidade básica automotiva, corrente elétrica, corrente alternada, representação gráfica dos sinais elétricos e frequência (Hz).

## Brasmeck e Silvio Alencar agora juntos

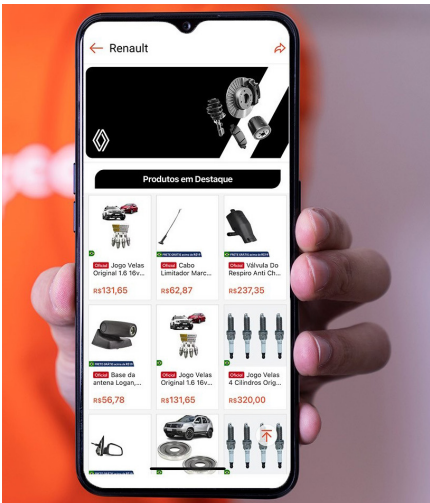
Na comemoração de seus 35 anos de mercado, a Brasmeck, tradicional fabricante de juntas para motores, se une ao executivo Silvio Alencar, que traz uma grande experiência no segmento de autopeças e aftermarket. “A excelência tecnológica e a qualidade da Brasmeck, que acompanho há anos, me motivaram muito a unirmos forças para ocupar lugar de destaque nesse segmento. Vamos desenvolver um trabalho visando a dar um novo salto no crescimento da empresa. Nossa tarefa maior será tornar nossos parceiros ainda mais satisfeitos com os resultados e lucratividade que a marca pode oferecer, além da ampliação da linha de produtos, muitas novidades os esperam” diz Silvio Alencar. Para mais detalhes sobre os novos planos, a Brasmeck estará presente na AUTOMECC, com Silvio e Wanderley, seu CEO e fundador, ao lado da equipe comercial da empresa.



Executivo tem grande experiência no Aftermarket Automotivo

## Renault inaugura loja de peças e acessórios na Shopee

A Renault do Brasil inaugurou a sua loja na Shopee, marketplace que conecta vendedores e consumidores. Neste novo canal, os clientes da marca terão acesso a uma ampla variedade de produtos, desde peças Renault e componentes de reposição da linha Motrio, bem como acessórios. A loja Renault agrega as ofertas da rede de concessionárias da marca em um único lugar e, neste início de operação, mais de 5 mil ofertas já estão disponíveis. A entrada da empresa para a seção de Lojas Oficiais da Shopee, que conta com mais de 800 grandes marcas, destaca a crescente importância do e-commerce no setor automotivo. Em 2024, a plataforma registrou um aumento



Montadora francesa é mais uma que passa a ter canal oficial na plataformas de origem chinesa

## BorgWarner amplia garantia de turbos

Em comemoração aos 50 anos da BorgWarner no Brasil, a empresa, de forma inédita, ampliou de um para dois anos a garantia dos turbocompressores vendidos exclusivamente no mercado de reposição independente na América Latina. Estarão cobertos por essa garantia ampliada todos os turbos completos novos ou remanufaturados BorgWarner produzidos no Brasil e com nota fiscal ao consumidor emitida entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2025. “Quando o nosso turbo é aplicado seguindo corretamente as instruções de instalação, e as manutenções preventivas, ele dura tanto quanto o motor do veículo”, diz Guilherme

Soares, Head de Aftermarket da BorgWarner na América Latina. “Atualmente, 98% dos part numbers de turbos do grupo comercializados no mercado de reposição da América Latina são produzidos no Brasil. Portanto, essa ação especial beneficiará toda a região”, completa Soares. Há dois anos, todos os turbos remanufaturados da BorgWarner contam com o selo de “Remanufatura Fabricante Original”, certificado pelo IQA (Instituto de Qualidade Automotiva) e com reconhecimento da Abipeças (Associação Brasileira da Indústria de Autopeças), e agora serão cobertos pela garantia de dois anos, seguindo os critérios da ação.

# NÚCLEO DE INTELIGÊNCIA DE DADOS DO AFTERMARKET AUTOMOTIVO



Transformar o mercado brasileiro de manutenção automotiva por meio da inteligência analítica. Essa é a proposta do After.Lab, núcleo de inteligência de negócios da Nhm Novomeio Hub de Mídia , responsável pelos estudos mais importantes do mercado: **Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças - Edições Nacional, Regional e Pesados, Prêmio Inova, Autop of Mind, MAPA, ONDA, VIES, META, LUPA e IAA – Índice das ações automotivas.**

São quase 30 anos liderando estudos de grande relevância para o setor.

**VAMOS FAZER NEGÓCIOS INTELIGENTES JUNTOS?**

**MAIORES & MELHORES** **INOVA** **Autop of mind** **MAPA ONDA VIES META LUPA iaa**

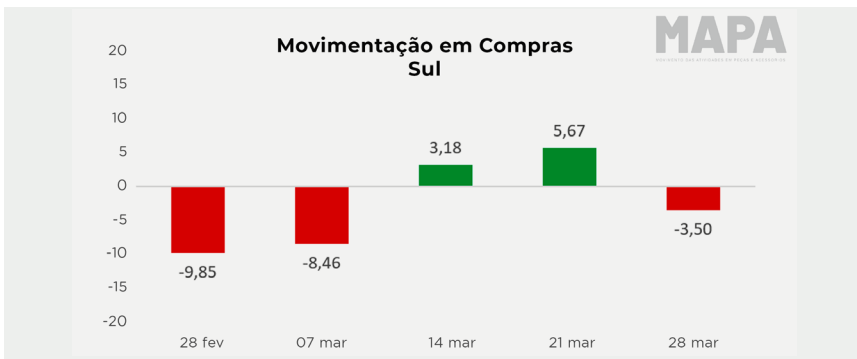
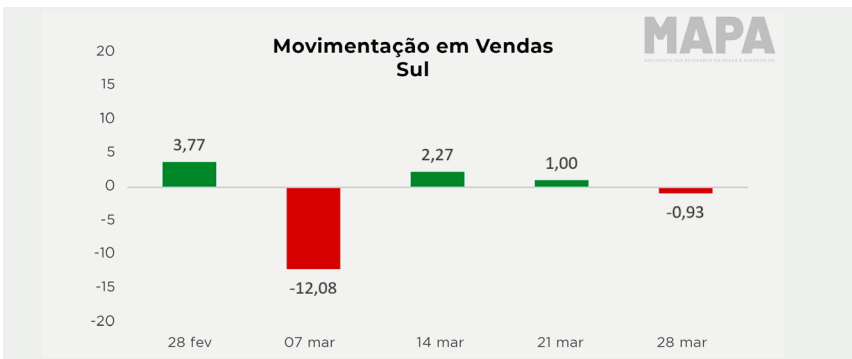
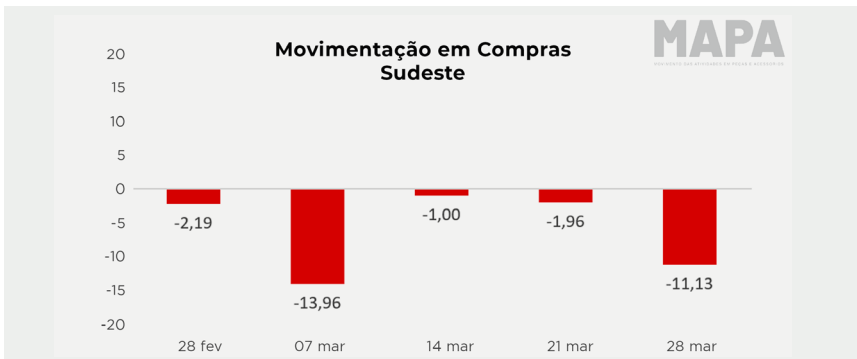
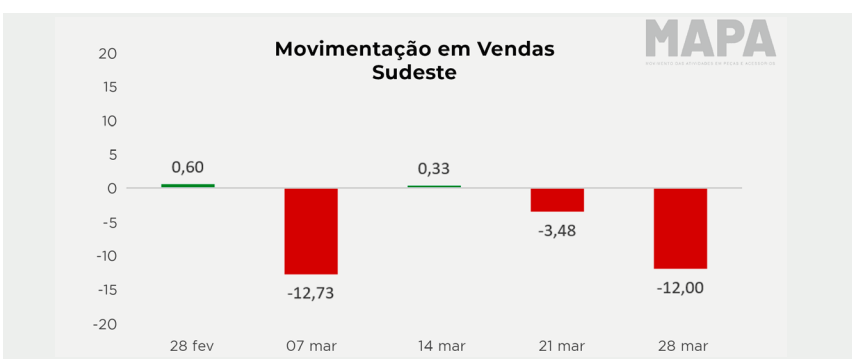
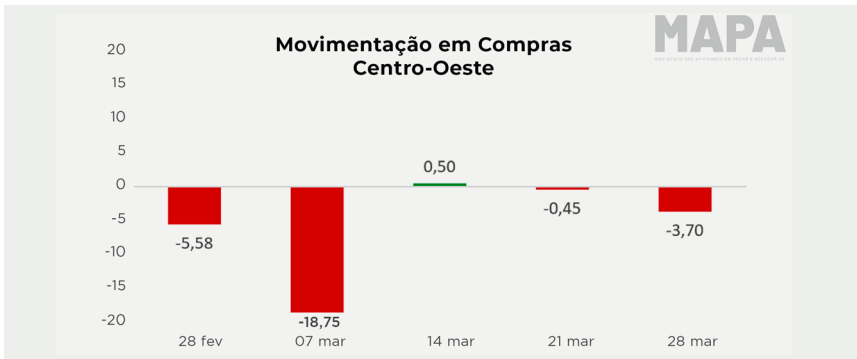
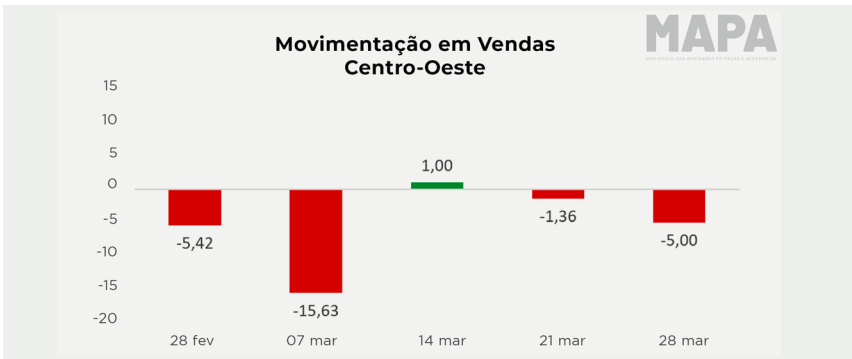
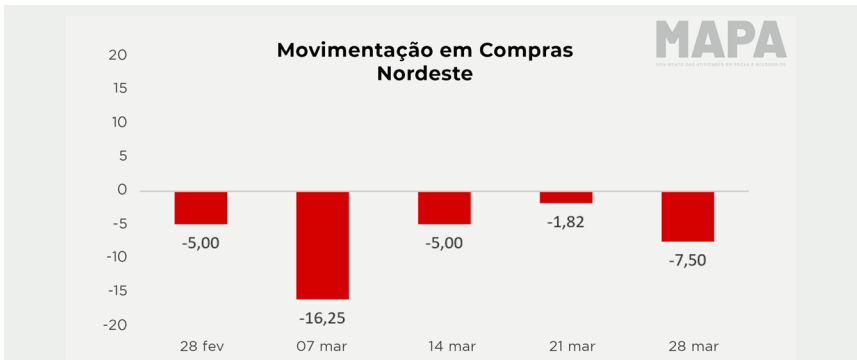
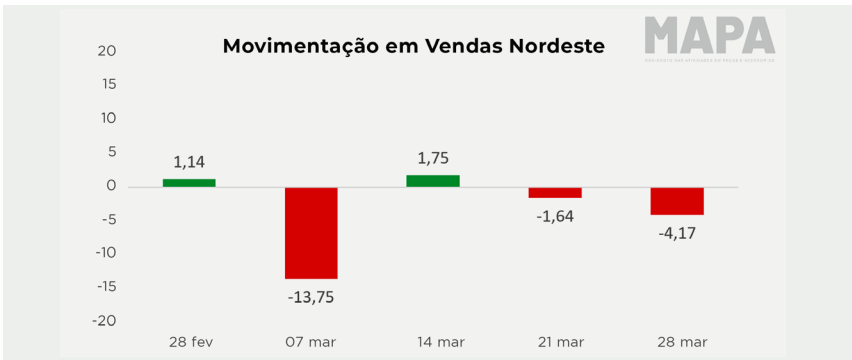
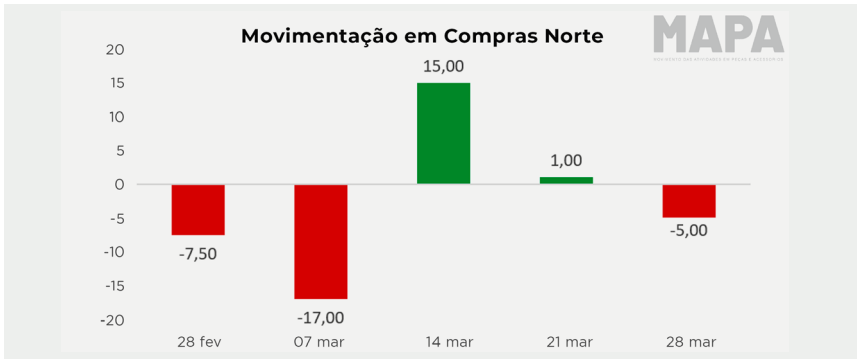
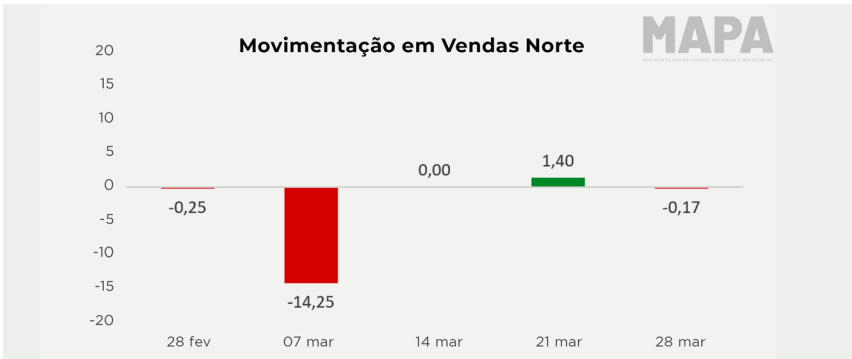
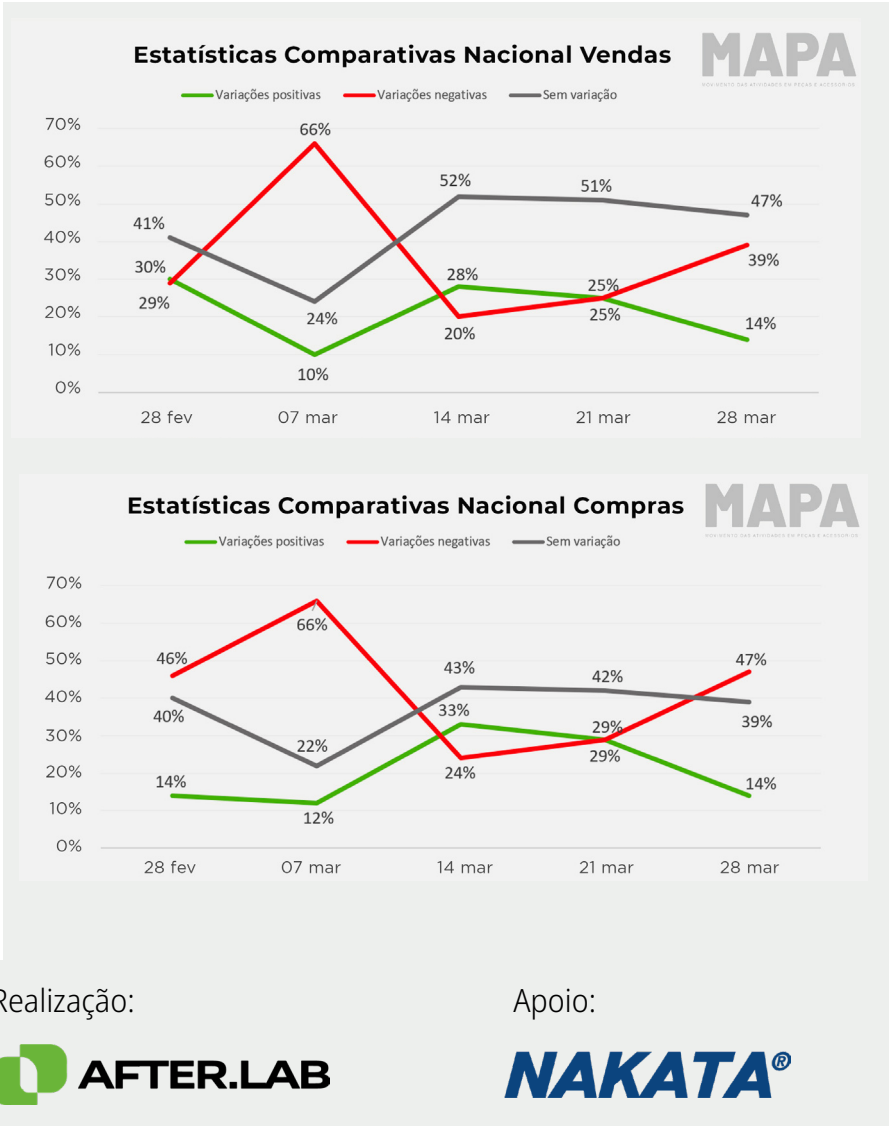
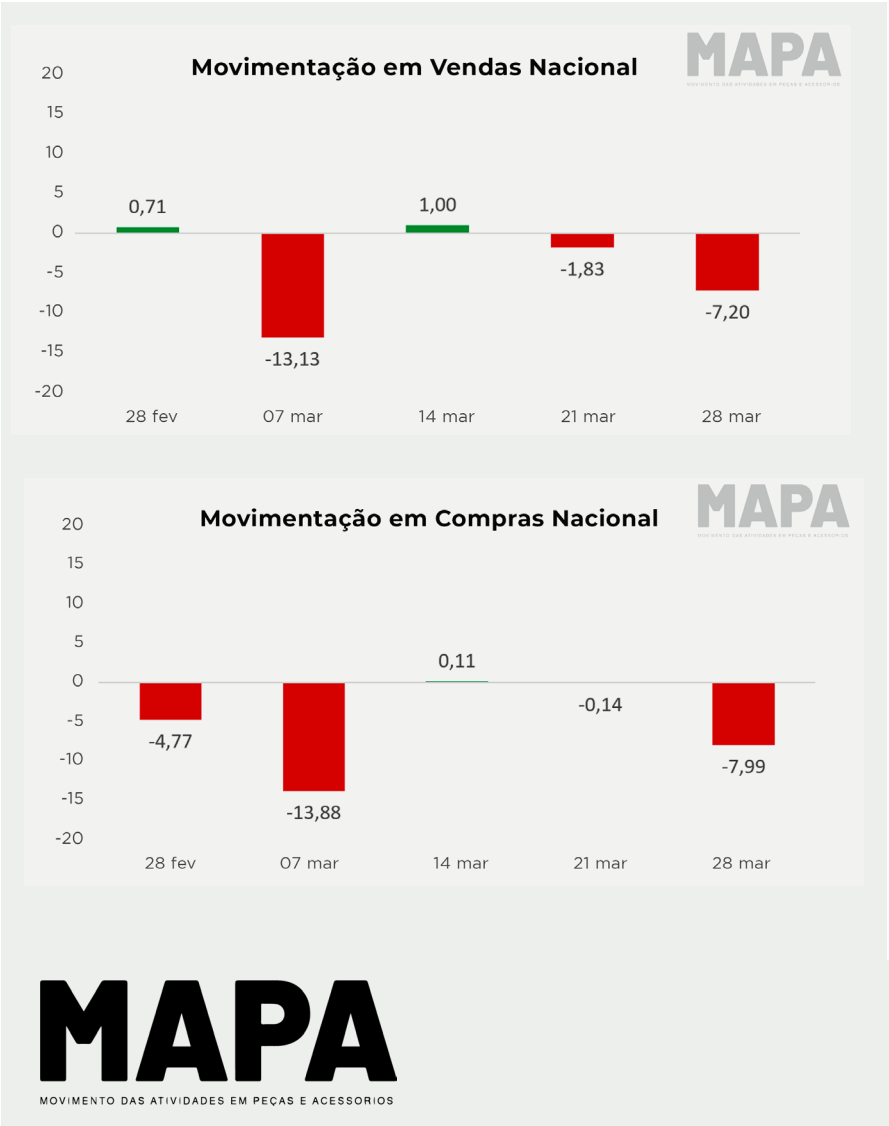


# MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios

## Semana de 24 a 28 de março

A pesquisa MAPA apura semanalmente o desempenho de vendas e compras do varejo de autopeças em todo o Brasil. Na semana em análise, os dois indicadores apontaram forte queda no volume de negócios, com recuos superiores a 7%. As vendas no varejo de autopeças apresentaram queda de -7,20%, ampliando o resultado verificado na semana anterior. Nas cinco regiões do país, o desempenho de vendas foi o seguinte: -0,17% no Norte; -4,17% no Nordeste; -5% no Centro-Oeste; -12% no Sudeste; e -0,93% no Sul. As vendas mantiveram-se estáveis para 47% dos

entrevistados, enquanto 14% compraram mais e 39% compraram menos. A reposição dos estoques acompanhou o mau resultado das vendas e, assim sendo, na média nacional, as compras do varejo também caíram: -7,99%. Os índices regionais de compras apurados pelo After.Lab foram: -5% no Norte; -7,5% no Nordeste; -3,7% no Centro-Oeste; -11,13% no Sudeste; e -3,5% no Sul. Para 39% dos entrevistados, não houve variação no volume de compras realizadas na semana, enquanto 14% compraram mais e 47% compraram menos.





# ONDA - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços

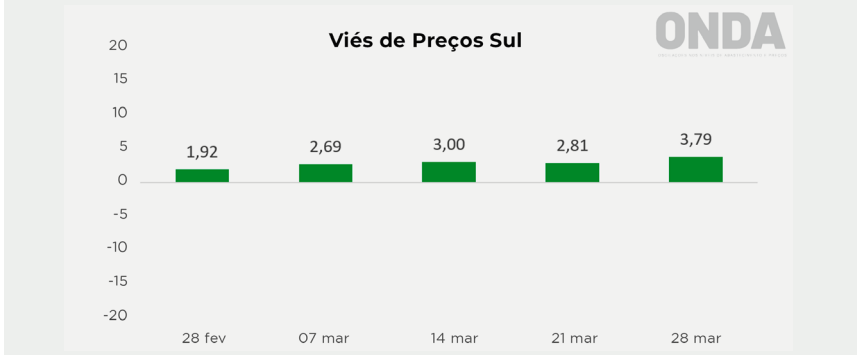
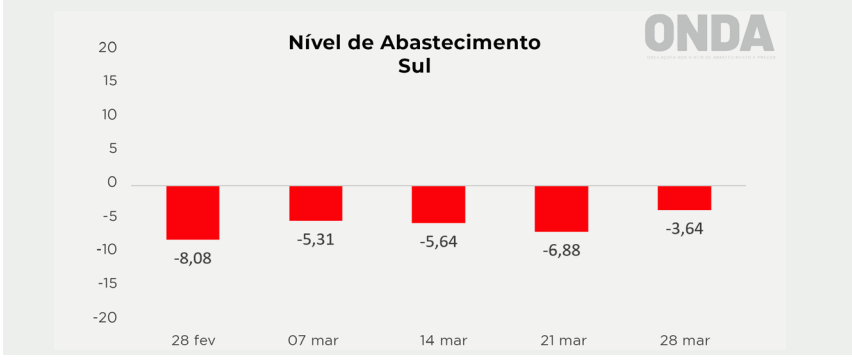
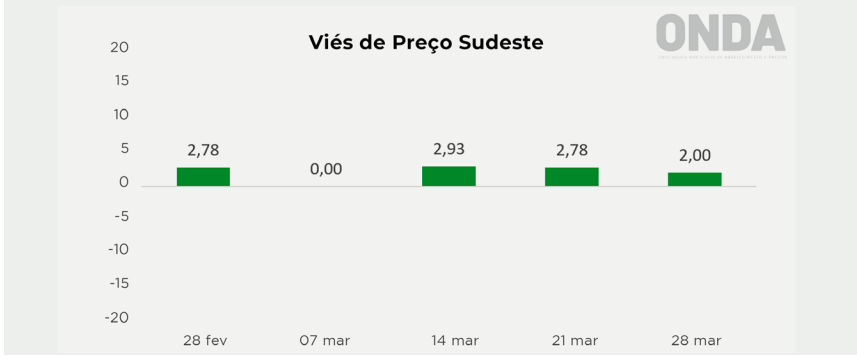
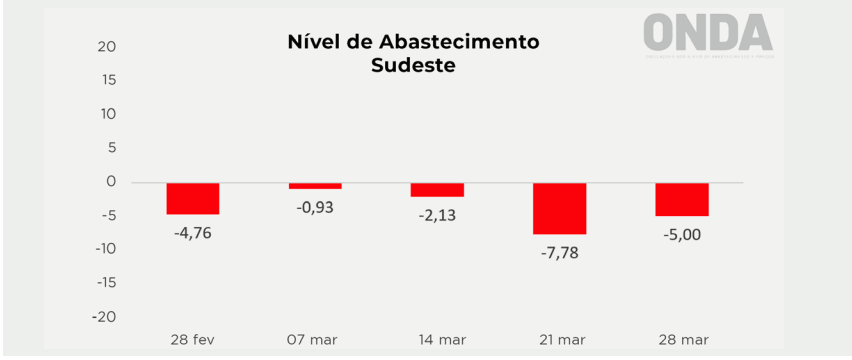
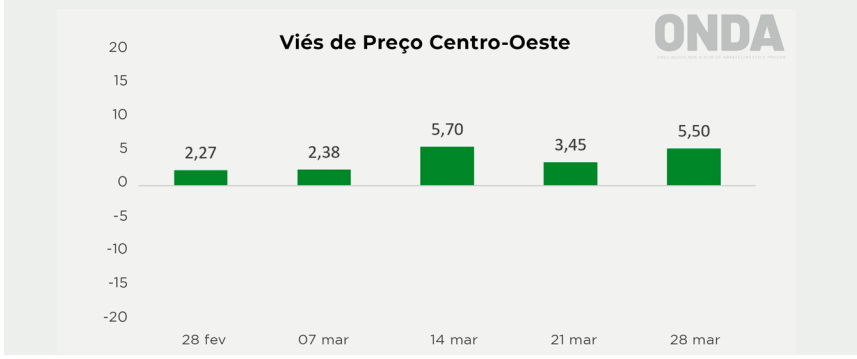
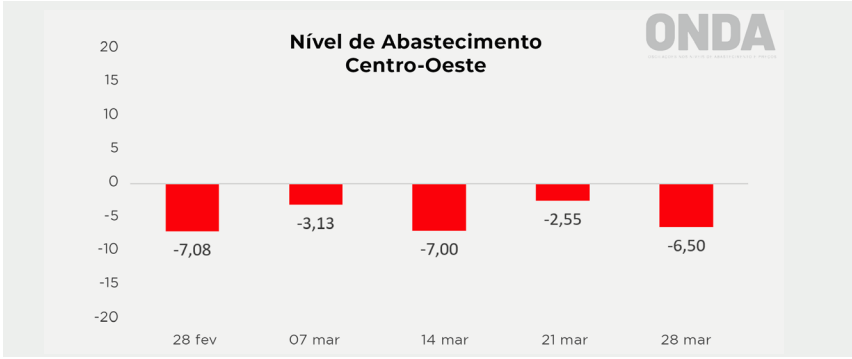
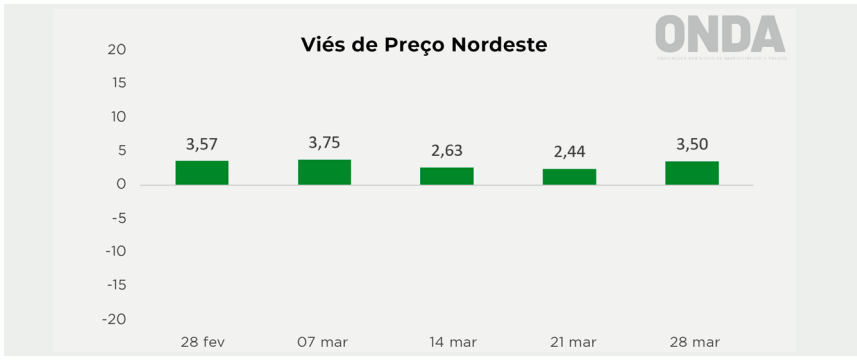
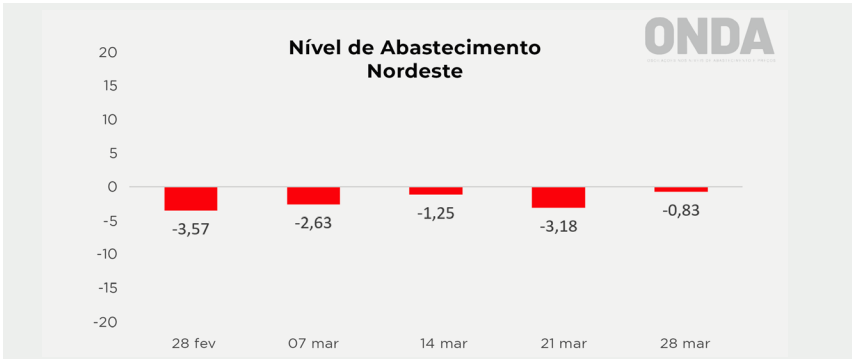
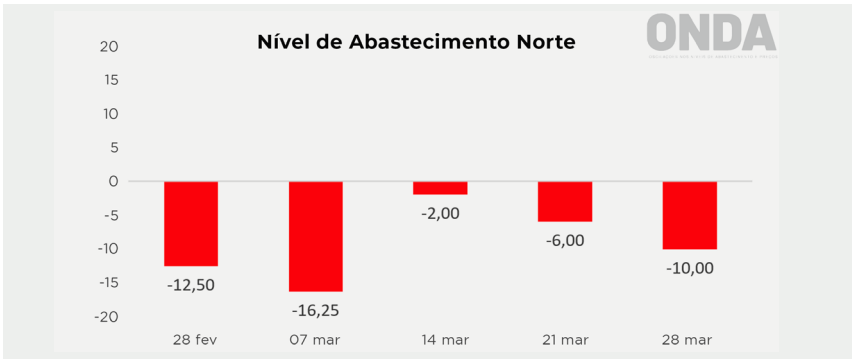
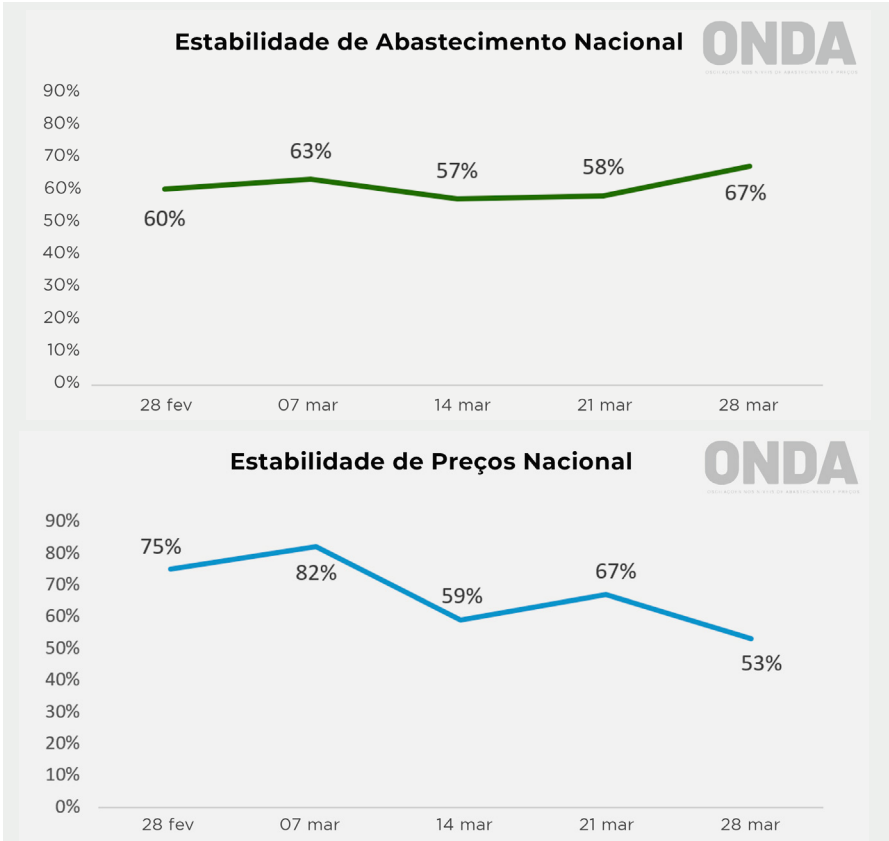
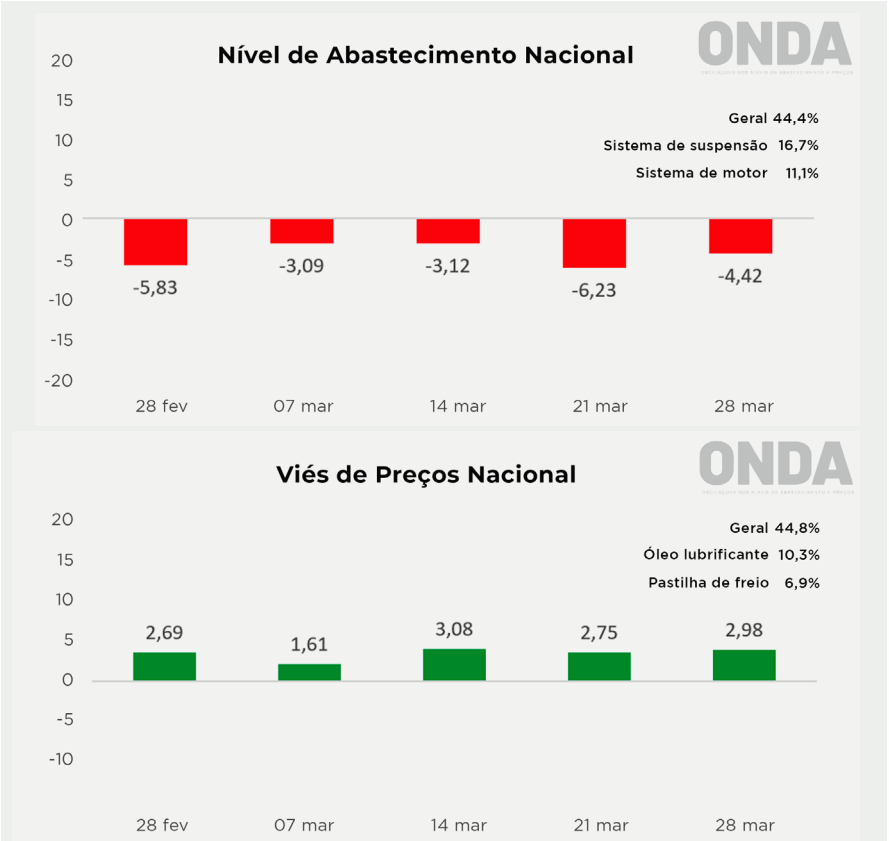
## Semana de 24 a 28 de março

A pesquisa ONDA traz semanalmente as Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços no varejo de autopeças em todo o Brasil. O estudo é mais uma realização do After.Lab, o núcleo de inteligência de negócios do Aftermarket Automotivo brasileiro. Acompanhe os índices atualizados nas plataformas digitais do Novo Varejo. Na semana em análise, a média nacional de abastecimento manteve a estabilidade negativa

verificada desde o início da série histórica da pesquisa, fechando desta vez -4,42%. Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do país mostram o seguinte: -10% no Norte; -0,83% no Nordeste; -6,5% no Centro-Oeste; -5% no Sudeste; e -3,64% no Sul. Itens em geral lideram o ranking do desabastecimento, com 44,4% das respostas, seguidos por sistemas de suspensão,

com 16,7%, e componentes de motor, com 11,1%. Também mantendo o viés da série histórica, o desempenho dos preços para o varejo continua refletindo uma trajetória inflacionária, com alta de 2,98% na média nacional, índice tratado pelo After.Lab como mero indicador de tendência. A percepção regional da variação nos preços foi a seguinte na semana em análise: 2,83% no Norte; 3,5% no Nordeste; 5,5% no Centro-Oeste; 2% no Sudeste; e 3,79% no Sul.

Os itens em geral responderam por 44,8% das citações dos varejos quanto à alta nos preços, seguidos por óleos lubrificantes, com 10,3%, e pastilhas de freio, com 6,9%. A estabilidade no abastecimento subiu de 58% para 67% dos entrevistados. Em relação aos preços, a curva de estabilidade foi de 67% para 53% dos varejos ouvidos.





# META segue na divulgação das marcas genuína preferidas por mecânicos e varejistas

Na edição digital 458 do Novo Varejo, que você encontra no site da publicação (novovarejoautomotivo.com.br), apresentamos as autopeças genuínas fornecidas pelas montadoras mais compradas por reparadores e varejistas do Aftermarket Automotivo, uma apuração da pesquisa META - Montadoras em Estatísticas e Tendências no Aftermarket. Se você viu os resultados anteriores, corre lá no site. Em continuidade ao questionário aplicado aos entrevistados de ambos os segmentos de negócios, os pesquisadores do After. Lab, o núcleo de inteligência de negócios do mercado, também investigaram a segunda e a terceira marca genuína preferida. Enquanto Mopar e ACDelco lideraram as compras como primeiras opções, agora surgem em destaque produtos para os automóveis Toyota e Ford (Motorcraft). Os resultados completos – relativos ao segundo semestre de 2024 – você confere nas tabelas a seguir.

Segunda marca mais comprada			
OFICINA		VAREJO	
Marca	%	Marca	%
PEÇAS GENUÍNAS TOYOTA	12.07	MOTORCRAFT	21.96
AC DELCO	11.64	MOPAR	11.21
MOTORCRAFT	9.91	PEÇAS GENUÍNAS VOLKSWAGEN	10.28
MOPAR	9.05	MOTRIO	7.48
PEÇAS GENUÍNAS FIAT	7.76	PEÇAS GENUÍNAS FIAT	6.54
PEÇAS GENUÍNAS HONDA	6.03	AC DELCO	5.14
PEÇAS GENUÍNAS VOLKSWAGEN	5.60	PEÇAS GENUÍNAS CHEVROLET	4.67
PEÇAS GENUÍNAS JEEP	4.74	PEÇAS GENUÍNAS JEEP	4.67
MOTRIO	4.31	SEM RESPOSTA	3.74
PEÇAS GENUÍNAS CHEVROLET	4.31	PEÇAS GENUÍNAS HONDA	3.74
VW ECONOMY	3.88	PEÇAS GENUÍNAS TOYOTA	3.74
PEÇAS GENUÍNAS PEUGEOT	3.02	PEÇAS GENUÍNAS MITSUBISHI	2.80
PEÇAS GENUÍNAS MITSUBISHI	3.02	EUROPAR	1.87
PEÇAS GENUÍNAS NISSAN	2.59	PEÇAS GENUÍNAS PEUGEOT	1.87
PEÇAS GENUÍNAS RENAULT	2.59	PEÇAS GENUÍNAS NISSAN	1.87
PEÇAS GENUÍNAS FORD	2.16	PEÇAS GENUÍNAS HYUNDAI	1.40
PEÇAS GENUÍNAS HYUNDAI	2.16	PEÇAS GENUÍNAS RENAULT	1.40
EURO REPAR	0.86	VW ECONOMY	1.40
GENERAL MOTORS	0.86	NÃO SABE	1.40
PEÇAS GENUÍNAS CITROEN	0.86	PEÇAS GENUÍNAS FORD	0.93
PEÇAS GENUÍNAS PEUGEOT	0.86	GENERAL MOTORS	0.47
DENSO	0.43	PEÇAS GENUÍNAS JEEP	0.47
EUROPAR	0.43	PEÇAS GENUÍNAS NISSA	0.47
NÃO SABE	0.43	PEÇAS GENUÍNAS PEUGEOT	0.47
PEÇAS GENUÍNAS HYUNDAI	0.43		

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

Terceira marca mais comprada			
OFICINA		VAREJO	
Marca	%	Marca	%
PEÇAS GENUÍNAS TOYOTA	9.91	SEM RESPOSTA	20.09
MOPAR	8.19	AC DELCO	11.68
PEÇAS GENUÍNAS VOLKSWAGEN	7.76	MOPAR	7.48
MOTORCRAFT	6.90	MOTORCRAFT	7.01
PEÇAS GENUÍNAS HONDA	6.90	MOTRIO	6.07
PEÇAS GENUÍNAS HYUNDAI	6.90	PEÇAS GENUÍNAS CHEVROLET	6.07
AC DELCO	6.03	PEÇAS GENUÍNAS FIAT	5.14
PEÇAS GENUÍNAS JEEP	5.17	PEÇAS GENUÍNAS VOLKSWAGEN	4.67
PEÇAS GENUÍNAS NISSAN	5.17	PEÇAS GENUÍNAS TOYOTA	3.74
VW ECONOMY	5.17	PEÇAS GENUÍNAS FORD	3.27
SEM RESPOSTA	4.31	PEÇAS GENUÍNAS NISSAN	3.27
PEÇAS GENUÍNAS FIAT	4.31	VW ECONOMY	3.27
PEÇAS GENUÍNAS PEUGEOT	4.31	PEÇAS GENUÍNAS HYUNDAI	2.80
MOTRIO	3.45	PEÇAS GENUÍNAS MITSUBISHI	2.80
PEÇAS GENUÍNAS CHEVROLET	3.45	PEÇAS GENUÍNAS PEUGEOT	2.80
PEÇAS GENUÍNAS RENAULT	3.02	PEÇAS GENUÍNAS RENAULT	2.80
PEÇAS GENUÍNAS FORD	2.16	PEÇAS GENUÍNAS JEEP	1.87
PEÇAS GENUÍNAS MITSUBISHI	2.16	EURO REPAR	1.40
NÃO SABE	1.72	NÃO SABE	1.40
GENERAL MOTORS	1.29	PEÇAS GENUÍNAS HONDA	1.40
EURO REPAR	0.43	GENERAL MOTORS	0.47
MERCEDES BENZ	0.43	NÃO TRABALHA	0.47
NÃO TRABALHA	0.43		
PEÇAS GENUÍNAS SUZUKI	0.43		

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

# LUPA revela compra e aplicação de lubrificantes por região

Seguimos com a divulgação dos resultados da mais recentes da pesquisa LUPA - Lubrificantes em Pesquisa no Aftermarket Automotivo, relativos ao segundo semestre de 2024. Trata-se de mais um estudo exclusivo do After.Lab que apura o consumo e a utilização dos diferentes lubrificantes e fluidos automotivos por parte dos varejos de autopeças e das oficinas mecânicas. Você pode consultar as duas reportagens anteriores sobre o estudo nas edições digitais do Novo Varejo disponíveis no site novovarejoautomotivo.com.br

Os gráficos 2 e 3 a seguir indicam o acumulado de aplicação (oficinas) e venda (varejo) dos lubrificantes pesquisados pelo After.Lab. Vemos que há grande predominância do uso e venda do óleo de motor e que à medida em que há aumento na especialização do produto ocorre redução no volume comercializado.

Já os gráficos 4 e 5 indicam um panorama mensal da venda e aplicação de lubrificantes. Cabe ressaltar, aqui, que não poderemos fazer um comparativo entre um mês e outro, uma vez que os respondentes mudaram ao longo dos meses (por exemplo, em outubro pode haver maior contingente de respostas de oficinas mega, enquanto em novembro pode haver um maior contingente de repostas de oficinas pequenas, afetando o volume comercializado mês a mês). Para uma comparação exata entre os meses, as perguntas deveriam ser repetidas sempre aos mesmos respondentes, mês após mês, o que nem sempre é possível. Contudo, podemos comparar o volume de venda e uso entre os lubrificantes dentro do mês analisado. É perceptível que, independentemente do mês, o maior volume comercializado ainda é do óleo de motor, seja no varejo, seja na oficina, corroborando com os gráficos 2 e 3 anteriores.

Gráfico 2

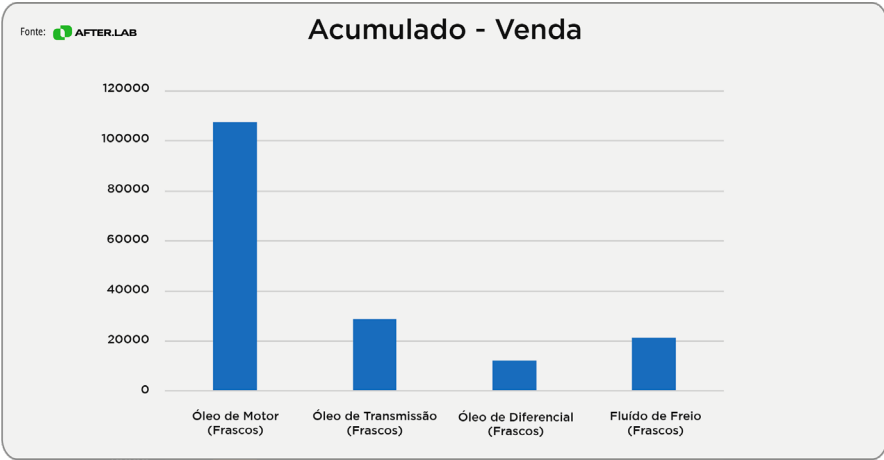


Gráfico 3

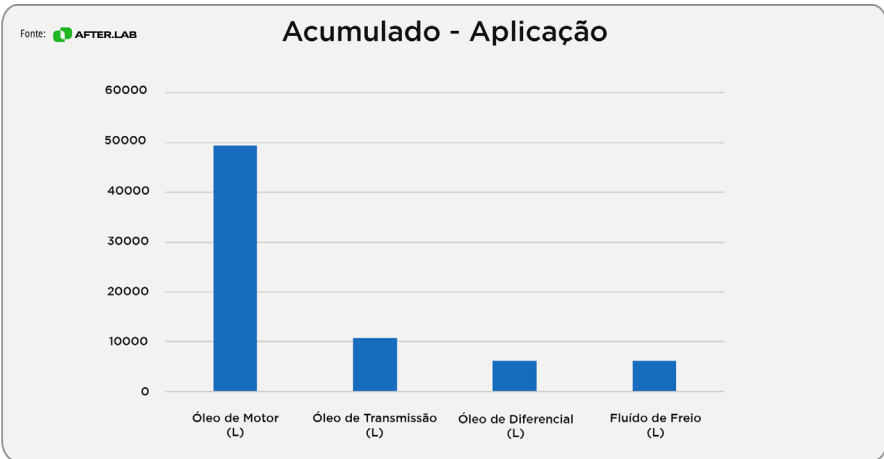


Gráfico 4

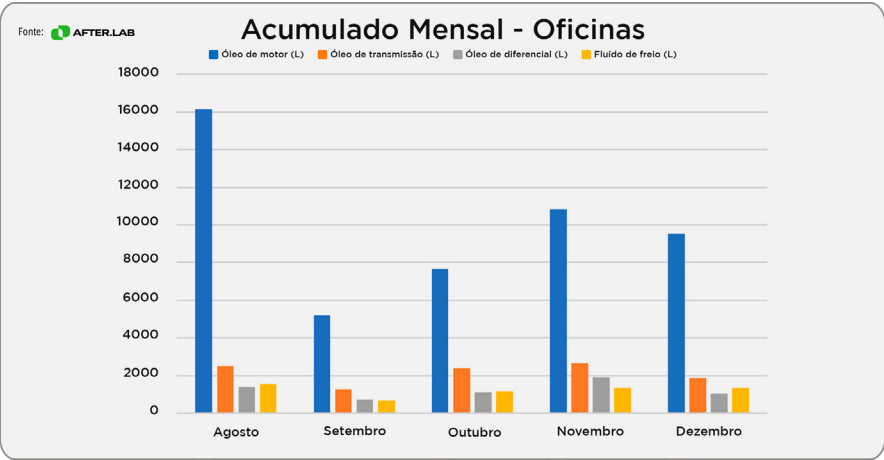
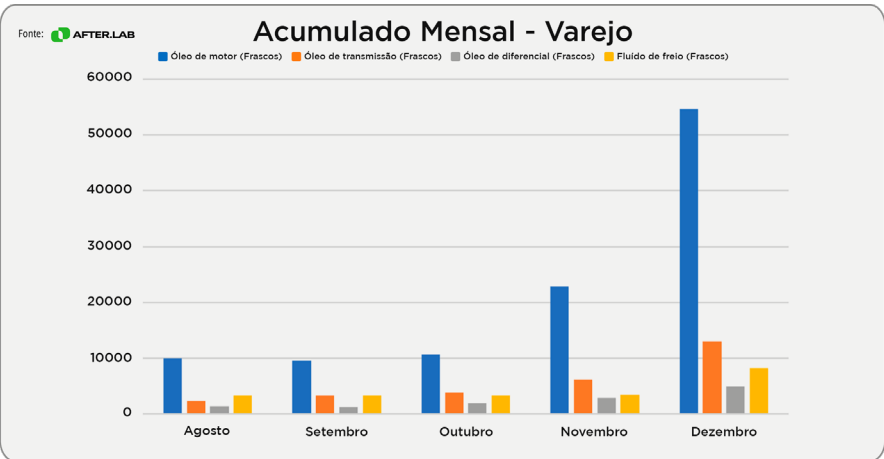


Gráfico 5





# Portfólio After.Lab de Estudos de Mercado

Maior acervo de pesquisas em tempo real sobre o Aftermarket Automotivo

## MAPA

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

## ONDA

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

## LUPA

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

## META

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

## VIES

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

 **AFTER.LAB**

 **aftermarket**  
automotivo

 **novovarejo**  
automotivo

 **MAIS**  
AUTOMOTIVE

 **a.tv**

 **MAIORES & MELHORES**  
em distribuição de autopeças

 **Prêmio**  
**INOVA**  
POWERED BY AFTER.LAB

 **Autop**  
of mind

**Nhm**<sup>®</sup>



## Veículos elétricos são a opção de mobilidade preferida dos jovens

A Nissan encomendou à consultoria Economist Impact uma pesquisa com foco nas futuras escolhas de mobilidade dos jovens que vivem em centros urbanos. Baseados nas respostas de 3.750 participantes de entre 18 e 30 anos, em 15 cidades dos cinco continentes (Bangkok, Copenhague, Londres, Los Angeles, Manila, Melbourne, Cidade do México, Nova Délhi, Nova York, Paris, Riad, São Paulo, Shanghai, Tóquio e Toronto), os resultados revelam a preferência das gerações mais jovens pelos veículos elétricos. "Nossa pesquisa revela que, para que a mobilidade sustentável tenha êxito, as cidades necessitam equilibrar os objetivos ambientais com as prioridades reais dos usuários do trânsito, como a acessibilidade, a praticidade e a inclusão. Tudo isso requer soluções flexíveis e multimodais que integrem de forma ininterrupta o transporte público, os veículos elétricos, a mobilidade compartilhada e o transporte ativo, em uma rede conectada e acessível para todos os cidadãos, com diferentes necessidades", diz Ritu Bhandari, diretora de Sustentabilidade da Região Ásia-Pacífico na consultoria Economist Impact. "Nós acreditamos em fazer com que a mobilidade seja

eletrificada e sustentável: esta é uma visão determinante, que está moldando o futuro do transporte. Esta pesquisa reafirma a crescente demanda pela eletrificação e a necessidade de aumentar a conscientização, mas o sucesso de longo prazo depende de fazer com que a adoção de veículos elétricos seja fluida, prática e rentável", completa comentou Lavanya Wadgaonkar, vice-presidente corporativa de Comunicação Global na Nissan. O otimismo mantém-se alto entre os pesquisados, sendo que mais de um terço espera utilizar seu próprio veículo elétrico em um período de no máximo de dez anos, percentual 23% maior do que atualmente. Nesta visão de dez anos, a preferência em se tornar proprietário de um veículo elétrico aumentou mais de 50%. O entusiasmo é maior nas cidades emergentes, onde 44% pretendem dirigir veículos elétricos nos próximos cinco anos, em comparação com 31% nas cidades desenvolvidas. As crescentes preocupações ambientais, como a poluição e os congestionamentos, estão motivando o maior interesse nos veículos elétricos em cidades como Shanghai, São Paulo e Cidade do México. Os fatores que determinam a adoção de veículos elétricos dependem

em grande medida da autonomia da bateria, infraestrutura de recarga e custos. Os pesquisados nas cidades emergentes estão mais preocupados com as baterias dos veículos elétricos, enquanto que as preocupações daqueles que vivem em cidades desenvolvidas se concentram nos custos dos

veículos elétricos, que têm preços ainda mais altos em comparação com os veículos tradicionais com motor de combustão. Mais de 40% dos pesquisados veem com entusiasmo as novas tecnologias de veículos elétricos e reconhecem seu potencial para influenciar o dia a dia.

### Principais constatações da pesquisa

- A maioria (57%) dos jovens que vivem em centros urbanos está disposta a mudar seus hábitos de transporte para reduzir sua pegada de carbono, enquanto que aqueles que vivem em cidades emergentes veem as preocupações ambientais como um tema urgente para suas escolhas de mobilidade.
- Os veículos elétricos (VEs) estão se tornando o meio de transporte preferido; estima-se que a porcentagem de proprietários de VEs entre os pesquisados aumente dos 23% atuais para mais de 35% na próxima década.
- O entusiasmo é mais forte nas cidades emergentes: 44% dos entrevistados preveem dirigir seu próprio VE nos próximos cinco anos, em comparação com os 31% das cidades desenvolvidas, sendo que as preocupações com a poluição faz com que eles considerem a sustentabilidade como prioridade. Os moradores mais jovens dos centros urbanos revelam um forte interesse em inovações como o armazenamento de energia, os combustíveis alternativos e o veículo para tudo (V2X), sendo que aproximadamente a metade (mais de 40%) indica que estas tecnologias influirão em suas escolhas de mobilidade.



Alunos terão a oportunidade de se especializar em manutenção de veículos eletrificados, segurança em alta tensão e sistemas de propulsão elétrica

## GWM doa carro ao Senai ES para formação de profissionais

A GWM Brasil fez a doação de um carro elétrico ORA 03 Skin ao Senai ES, que será utilizado em cursos de formação profissionalizante e no desenvolvimento de projetos técnicos da entidade. Esse veículo vai permitir que os alunos tenham o contato com o que há de mais moderno em tecnologia automotiva, tanto em sistemas de motorização elétrica quanto em engenharia de software. A doação ocorreu no último dia 21 de março, durante o evento "O Futuro da Mobilidade Elétrica no Brasil", no Senai ES,

por meio da Findes (Federação das Indústrias do Espírito Santo), que lançou os primeiros cursos voltados para Eletromobilidade. Com 125 vagas disponíveis na Trilha de Formação em Eletromobilidade, que será ministrada no Centro de Excelência em Mobilidade do Senai Vitória, os alunos terão a oportunidade de se especializar em áreas como manutenção de veículos eletrificados, segurança em alta tensão e sistemas de propulsão elétrica. "Os cursos de Eletromobilidade representam um

marco para a indústria automotiva capixaba, formando profissionais preparados para um setor em franca transformação e expansão, alinhado às tendências globais de sustentabilidade e inovação. Com essa iniciativa, o Senai ES reafirma seu compromisso em oferecer capacitação de excelência, conectada às demandas do mercado e à evolução tecnológica", destaca o diretor regional do Senai ES, Geferson Santos. "O mercado de veículos eletrificados e híbridos está em expansão no país e não

seria diferente no Espírito Santo. Inclusive, somos o Estado que mais importa veículos no Brasil. É para acompanhar essa evolução dos meios de transporte que o Senai Vitória se transformou em um centro educacional voltado para o setor automotivo e de mobilidade elétrica", destacou Eduardo Dalla Mura, vice-presidente da Findes e primeiro vice-presidente do Sindirepa/ES (Sindicato da Indústria de Reparação de Veículos e Acessórios do Espírito Santo).



# Ainda reflexo da economia aquecida, endividamento volta a subir em São Paulo

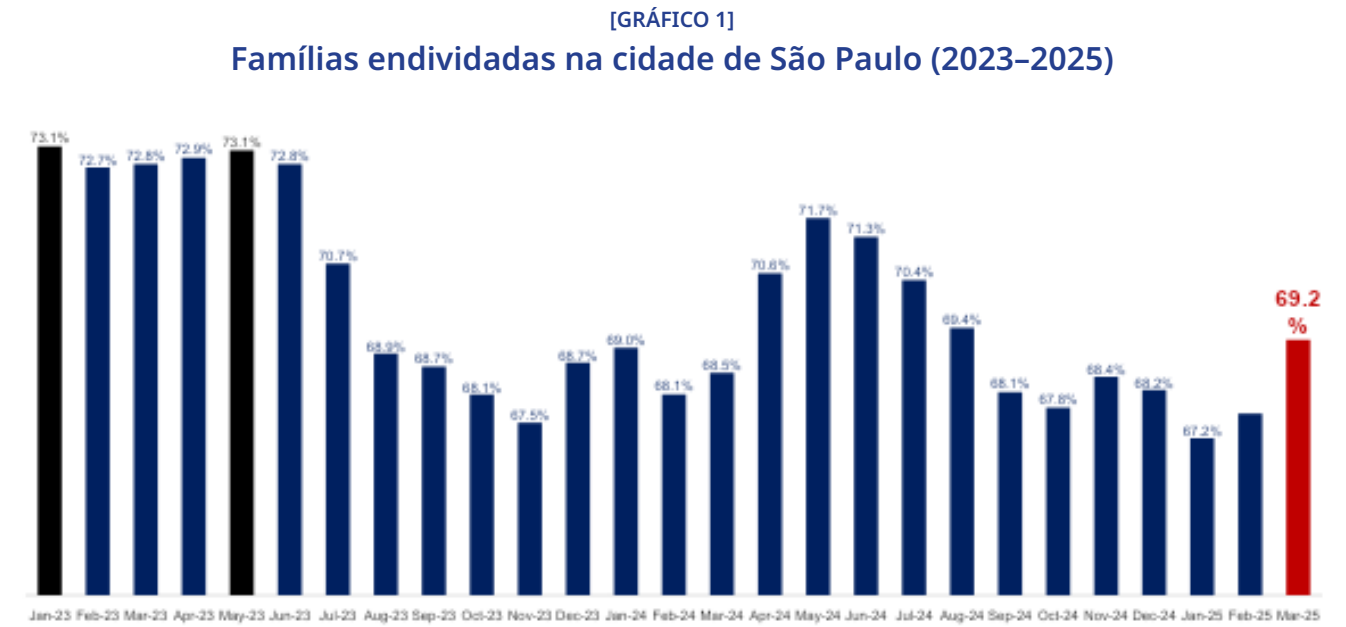
Consumo em alta, com mercado de trabalho e renda média em expansão, explicam cenário, segundo analisa a FecomercioSP

Com mais recursos no orçamento doméstico, as famílias paulistanas parecem mais dispostas a fazer novas despesas, indica a Pesquisa do Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC) da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP). Em março, o volume de lares endividados na cidade subiu 1,5 ponto percentual (p.p) em comparação com fevereiro, passando de 67,7% de casas nessa situação naquele mês para 69,2% agora [gráfico 1]. No entanto, considerando que o endividamento no cartão de crédito permanece estável (81,5% dos casos), essa elevação não significa que as famílias em São Paulo estejam mais dependentes dessa modalidade para pagar contas — sobretudo em um contexto de alta nos preços da comida. Na verdade, como o mercado de trabalho está aquecido (6,2% de desempregados, segundo o IBGE, no trimestre encerrado em dezembro) e a renda média do Brasil subiu no

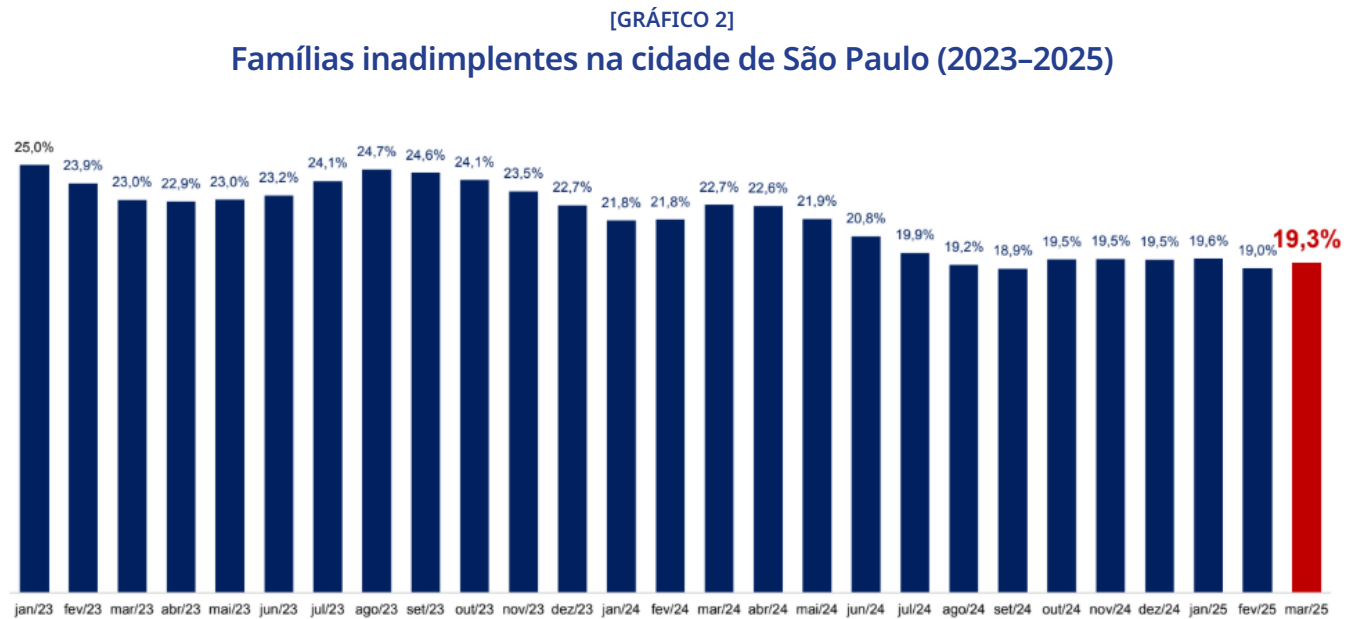
ano passado (4,3%, segundo o Ipea), o número indica um aumento no consumo. Atualmente, 2,83 milhões de

lares têm alguma dívida ativa na capital paulista. E se, por um lado, subiu timidamente o volume de lares

com dívidas atrasadas — de 19%, em fevereiro, para 19,3%, agora [gráfico 2] —, como consequência do

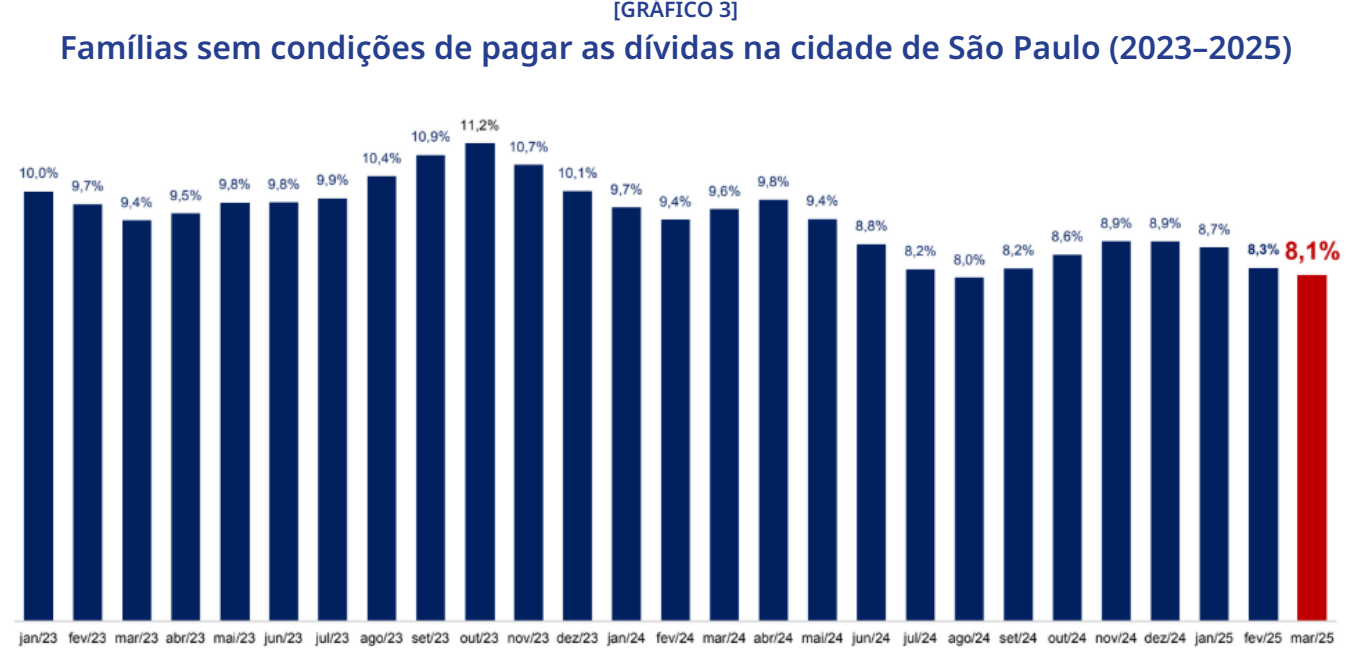


Fonte: FecomercioSP



Fonte: FecomercioSP

próprio contexto de endividamento, por outro, caiu substancialmente o número de famílias que não reúnem condições de arcar com as contas vencidas: a taxa está em 8,1%, a menor desde agosto passado [gráfico 3]. Na verdade, a análise da FecomercioSP observa que o contexto atual na cidade é de estabilidade financeira das famílias. Isso se vê, por exemplo, no porcentual do orçamento desses lares comprometido com dívidas, que segue abaixo dos 30%. Em março de 2023, essa taxa era de 31,7%. Outro fator é o tempo em que esses recursos ficam despendidos com despesas, que caiu para 7,5 meses — em fevereiro, era de 7,6, e no mesmo mês de 2024, de 7,9 meses. Em outras palavras, paulistanos e paulistanas estão concentrando o consumo de produtos e/ou serviços que envolvam endividamento em curto e médio prazos, evitando que os rendimentos fiquem comprometidos por muito tempo. O controle tem sido elemento determinante para a saúde financeira deles. Há ainda mais elementos para se debruçar sobre esse cenário, como o fato de o tempo médio de atraso nas dívidas permanecer estável



Fonte: FecomercioSP

em 63,2 dias [tabela 1]. No mesmo mês do ano passado, esse número era 66,2 dias. Isso significa que o juro rolado com a despesa ainda não paga tenda a ser menor, o que favorece um retorno mais rápido da família ao ambiente de consumo.

## Famílias ressabiadas

Assim como havia sido em fevereiro, a intenção de contrair crédito no sistema financeiro segue em queda na capital paulista. Em fevereiro, quando a FecomercioSP perguntou às pessoas sobre essa busca, 17% delas disseram ter planos de contratar financiamentos no médio prazo. Em março, porém, esse número caiu para 15,5%. A pesquisa está em retração,

[TABELA 1]  
Tempo do atraso da dívida (entre famílias com contas atrasadas)  
Fevereiro de 2025

	Total	Renda até 10 SM	Renda acima de 10SM
Até 30 dias de atraso	22,9%	18,2%	36,4%
De 30 a 90 dias de atraso	30,8%	30,8%	30,9%
Acima de 90 dias	44,6%	49,4%	30,9%
NS/NR	1,6%	1,6%	1,8%
Tempo médio (dias)	63,2	66,7	52,8

Fonte: FecomercioSP

[TABELA 2]  
Tempo de comprometimento com uma dívida (entre famílias endividadas)  
Fevereiro de 2025

	Total	Renda até 10 SM	Renda acima de 10SM
Até 3 meses	28,9%	26,8%	35,2%
Entre 3 e 6 meses	13,5%	13,4%	13,7%
Entre 6 meses e 1 ano	15%	15,8%	12,6%
Por mais de um ano	41,8%	42,9%	38,6%
NS/NR	0,8%	1,1%	0%
Tempo médio (meses)	7,5	7,7	6,9

Fonte: FecomercioSP

na verdade, desde novembro de 2023, quando chegou a bater os 21%. Da mesma forma, quase a totalidade (89%) pretende usar o dinheiro emprestado para ir às compras — o que reforça

o aquecimento da economia, de uma certa forma. A queda, porém, também aponta para a cautela que as pessoas estão adotando em um contexto de inflação elevada, sobretudo dos alimentos.





Foto: Shutterstock

Carro por assinatura tem participação importante no crescimento das locadoras

## Setor de locação de veículos cresce em 2024

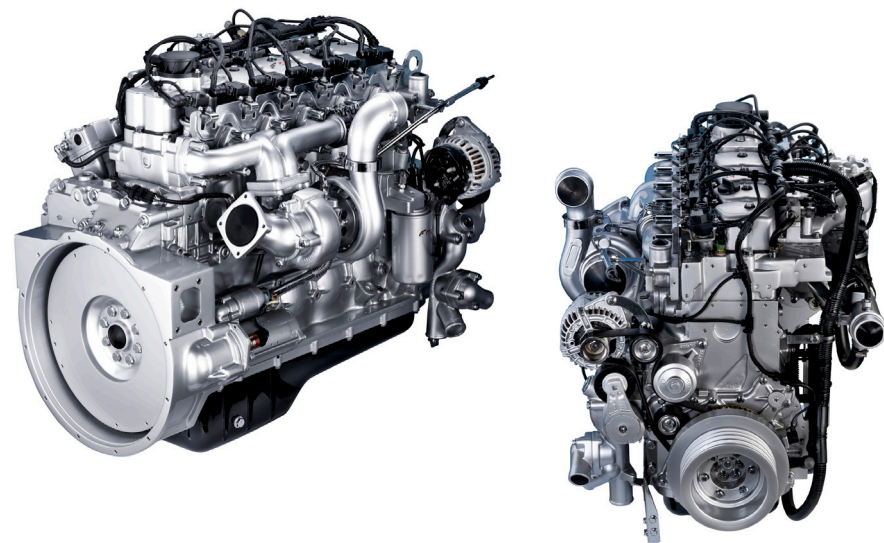
Inserida no novo perfil da indústria da mobilidade, em que o automóvel migra de produto para serviço, a locação de veículos atingiu o faturamento bruto recorde de R\$ 52,9 bilhões no ano passado, que representou um crescimento de 17,8% em relação a 2023. O faturamento líquido chegou a R\$ 46,2 bilhões no ano, já descontado o pagamento de R\$ 6,7 bilhões em impostos diretos sobre a locação. Os resultados, divulgados pela Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis (ABLA), estão entre os destaques do novo Anuário Brasileiro do Setor de Locação de Veículos – edição 2025. A publicação revelou que as locadoras compraram 649.399 carros 0 km, que significaram 26,1% de todos os automóveis e comerciais leves emplacados no Brasil em 2024. O investimento foi de R\$ 68,8 bilhões e, somente em IPI e ICMS, essas compras geraram R\$ 19,9 bilhões em impostos pagos pelas locadoras. O VW Polo Track foi o modelo mais emplacado (64.972 unidades). As marcas VW e Fiat, juntas, somaram mais de 50% das aquisições das locadoras. A GM ocupou a terceira posição, com 14,8% de participação nas

compras do setor ao longo de 2024. Com as compras de 2024, o setor de locação de veículos fechou o ano com uma frota total de 1.617.286 automóveis e comerciais leves, um crescimento de 3% em relação ao ano de 2023. Em média, os carros ficaram mais novos: a idade média da frota das locadoras caiu de 18,3 para 17,4 meses. Sobre a destinação dos veículos locados, as empresas (privadas e públicas), somadas aos clientes do carro por assinatura, responderam por 54% de participação. Já o aluguel de curto prazo, voltado principalmente para o turismo interno e para motoristas de aplicativos, respondeu por 46% da frota destinada pelas locadoras em 2024. O segmento de veículos eletrificados se destacou: as locadoras terminaram 2024 com uma frota de 14.951 automóveis e comerciais leves eletrificados, crescimento de 77,4% na comparação com o ano anterior. Dessas 14.951 unidades eletrificadas das locadoras, 54,6% são de veículos híbridos. Sobre as compras no ano, em 2024 as locadoras emplacaram 7.895 carros eletrificados 0 km, 108,5% a mais do que em 2023. Desse total de compras, 54,2% foram veículos híbridos.

## MAHLE homologa primeiro motor a gás para Proconve P8 no Brasil

A primeira certificação de um motor a gás no Brasil foi emitida no Centro Tecnológico da MAHLE, em Jundiaí (SP). Com esse marco, a empresa se consolida como parceira no desenvolvimento de motores voltados para novas soluções de descarbonização da mobilidade. Os testes de emissões foram realizados com o motor N60 CNG movido a gás natural e biometano, desenvolvido para aplicação em ônibus pelo cliente FPT Industrial, marca de powertrain do Iveco Group, para garantir o atendimento aos limites de emissões de poluentes do motor, estabelecidos pelas normas brasileiras. Os laboratórios de motores da MAHLE possuem certificação ISO/IEC 17025 para ensaios Proconve P8, norma brasileira que regula as emissões de poluentes na indústria automotiva. A norma estabelece os limites máximos

de emissões de gases poluentes para veículos pesados movidos a combustíveis fósseis, como o diesel e o gás. Os motores da FPT Industrial foram desenvolvidos com o conceito Diesel Like, que assegura um desempenho equivalente aos motores a diesel, ao mesmo tempo que reduz as emissões. O motor N60 CNG de 5,9L, certificado no Centro Tecnológico MAHLE, foi projetado para operar com gás natural ou biometano, oferecendo uma alternativa mais sustentável para a mobilidade. A operação com motor a gás emite até 90% menos dióxido de nitrogênio (NO2) e até 10% menos dióxido de carbono (CO2) abastecido com GNV. Quando abastecido com biometano, a redução de CO2 pode chegar a 98%, reforçando seu papel na descarbonização do transporte de passageiros.



Fotos: Divulgação

Certificação foi realizada com o motor N60 CNG, movido a gás e biometano, desenvolvido para ônibus pela FPT Industrial, marca de powertrain do Iveco Group

## Receita Federal lança serviço digital para emissão de GPS pela internet

Já é possível a emissão da Guia da Previdência Social - GPS pela internet, eliminando a necessidade de abertura de processos para obter a GPS de débitos cadastrados em processos fiscais. A nova funcionalidade beneficia todas as empresas, que podem emitir a GPS de forma totalmente online, diretamente no Portal de Serviços Digitais da Receita Federal,

sem a necessidade de abertura de processos. A emissão da GPS poderá ser feita pelo próprio contribuinte, que precisará apenas acessar o Portal por meio da seção "Situação Fiscal do Contribuinte", conforme detalhado a seguir: Acesse o Portal de Serviços Digitais. Navegue até: Serviços > Negócios > Minhas Dívidas e Pendências >

Situação Fiscal do Contribuinte. Dentro de "Situação Fiscal do Contribuinte", clique em: • Diagnóstico Fiscal > Na Receita Federal > Débitos/Pendências > Processos Fiscais. • Na linha referente ao débito, selecione Detalhar e clique em Emitir GPS. O novo serviço possui como objetivo proporcionar mais comodidade



Foto: Divulgação

Regularização de débitos previdenciários pode ser feita acessando o Portal de Serviços na página da Receita Federal

ao contribuinte, agilizando o atendimento, reduzindo a burocracia e o tempo necessário para regularizar pendências.

## Envelhecimento da frota e escassez de caminhoneiros elevam custos do frete e pressionam inflação

O setor rodoviário transporta 80% das mercadorias no Brasil, mas, apesar da importância para economia, enfrenta um desafio crescente: o envelhecimento da frota e a escassez de caminhoneiros. Segundo economistas e especialistas do setor ouvidos pelo Monitor do Mercado, este cenário impacta diretamente os custos do

frete e, consequentemente, pressiona toda a cadeia produtiva e influencia o aumento no preço dos alimentos. "A inflação gerada pelo aumento dos custos logísticos é um problema sério no Brasil, pois o país depende fortemente das rodovias", aponta Josenito Oliveira, economista e professor da Universidade Tiradentes (UNIT).

Dados de uma pesquisa da Confederação Nacional dos Transportadores Autônomos (CNTA) mostram que a frota de caminhões em circulação no Brasil tem, em média, 11 anos de idade. "Uma nova tecnologia, lançada hoje na Europa, só será amplamente usada no Brasil mais de uma década depois", alerta Thelis Botelho, especialista no setor rodoviário e CEO da CarboFlix, startup que oferece serviços para motoristas e caminhoneiros autônomos por meio de um superapp. "Caminhões mais antigos tendem a exigir reparos mais frequentes e complexos devido ao desgaste natural e ao atraso tecnológico. Isso resulta em aumento dos custos operacionais e maior tempo de inatividade dos veículos, afetando a eficiência do transporte".

O mesmo estudo concluiu que a idade média dos motoristas autônomos no Brasil é de 46 anos, e as novas gerações não têm se interessado pela profissão. A situação dos caminhoneiros é agravada pela rotina intensa, conforme o estudo da CNTA. Os motoristas trabalham, em média, 12 horas diárias, passando mais da metade do mês longe de casa. Problemas de saúde também são comuns: quase metade relata condições como problemas na coluna, hipertensão e obesidade. Muitos fazem apenas duas refeições ao dia, e metade nunca se sente seguro nas estradas. "Sem medidas concretas para modernizar o setor e atrair novos profissionais, o Brasil pode enfrentar uma crise logística ainda mais grave nos próximos anos", pontua o economista.



Foto: Divulgação

Caminhões mais antigos tendem a exigir reparos mais frequentes



## Falta de confiança nas compras online: 4 maneiras de prevenção nas empresas

De acordo com dados da Akamai Technologies, 77% dos consumidores brasileiros já abandonaram compras online devido à falta de confiança ou insatisfação em sites e aplicativos de e-commerce. Diante disso, é extremamente importante que as empresas invistam em plataformas de prevenção de fraudes mais seguras e eficazes, um fator decisivo para evitar perda de vendas e garantir a fidelização dos clientes.

Sites e aplicativos com informações vagas ou navegação pouco intuitiva geram ainda mais desconfiança. Oferecer um ambiente digital seguro é, sem dúvida, um grande desafio para as empresas, mas existem soluções capazes de auxiliar nessa tarefa, como a autenticação multifator, IA e análise detalhada de dados dos usuários. Veja como cada estratégia funciona e como elas ajudam a evitar o abandono durante o processo de compra e a apoiar a retenção de clientes:

- **Dados detalhados dos usuários**

Capturar milhares de pontos de dados da web e de dispositivos móveis ajuda os marketplaces a identificar usuários recorrentes,

detectar sinais de fraude e monitorar o comportamento dos usuários em qualquer ponto de contato: login, cadastro e checkout. Ao analisar perfis completos de usuários em múltiplos dispositivos, a precisão dos alertas de fraude é maior e os falsos positivos são reduzidos. Os sistemas de prevenção de fraudes podem, às vezes, sinalizar transações legítimas como fraudulentas, resultando em falsos positivos. Isso não apenas frustra os clientes, mas também resulta em vendas perdidas. Se um usuário for falsamente rejeitado, há grandes chances de ele não retornar à plataforma, o que reforça a falta de confiança.

- **Inteligência Artificial (IA)**

Na prevenção de fraudes, a IA utilizada pela Nethone, por exemplo, oferece uma análise profunda do usuário e detecção precisa de riscos. A solução analisa milhares de pontos de dados para uma visão 360° de cada usuário, detecta comportamentos fraudulentos com mais de 130 sinais e modelos de aprendizado de máquina customizados, e permite

que os clientes criem regras personalizadas — tudo voltado para bloquear fraudes sem impactar a experiência dos usuários legítimos.

- **Comunicação Transparente**

Manter uma comunicação clara e transparente durante todo o processo de compra é crucial para qualquer negócio. Os fraudadores não se preocupam em fornecer informações detalhadas sobre preços, processos e políticas, nem em oferecer suporte eficiente aos consumidores. Essas medidas promovem um ambiente mais seguro e permitem uma melhor compreensão das áreas que precisam de melhorias na experiência do cliente.

- **Autenticação Multifatorial (MFA)**

A autenticação multifatorial é uma estratégia que exige mais de uma forma de confirmação, além da tradicional senha, para que os usuários acessem suas contas nas plataformas. É uma medida essencial para proteger as contas dos clientes, pois impede que pessoas que saibam a senha do usuário tenham acesso à conta.

Por Thiago Bertacchini



Thiago Bertacchini é especialista em prevenção de fraudes e Head de Vendas da Nethone

Foto: Divulgação

Ao implementar a MFA, as empresas garantem transações mais seguras, transmitindo credibilidade, o que é fundamental para a fidelização dos clientes. No entanto, é importante destacar que a adoção dessa ferramenta é recomendada principalmente para plataformas que lidam com informações mais sensíveis, uma vez que usuários podem ficar insatisfeitos com processos excessivamente complexos, o que prejudica a experiência final de compra.

Ao implementar essas ações, as empresas não apenas aumentam a segurança e a eficiência de suas operações, mas também criam um relacionamento mais próximo com seus consumidores, o que aumenta a fidelidade e a reputação da marca. Assim, a importância da prevenção de fraudes é evidente para a segurança, a experiência do usuário, a confiabilidade da marca e o crescimento sustentável do negócio.

# OS PRINCIPAIS LANÇAMENTOS ESTÃO AQUI!

Confira as novidades do aftermarket diretamente do seu celular e tome decisões estratégicas com agilidade





# 2mc

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

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

**Agora todos já sabem,**

*TROCOU PASTILHA,*  
**TROCOU REPARO**

E reparo de freios tem que ser 2MC

**SEMPRE 2mc**

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