



novovarejo

a mídia do aftermarket **automotivo**

EDIÇÃO 467

ANO 32

01 DE JUNHO DE 2025

NOVOVAREJOAUTOMOTIVO.COM.BR

NVD - NOVO VAREJO DIGITAL

FINTECH

Parcelamento democrático

Fintechs e soluções digitais avançadas criam novas rotas de acesso do consumidor ao crédito no varejo. Pix parcelado está chegando para manter a inadimplência cada vez mais longe das lojas

Nhm[®]

NOVO M E I O
H U B D E M Í D I A



AFTER.LAB



Nº 1 EM ROLAMENTOS

LOJA ONLINE COBRA

Compre, consulte
e fale com a Cobra
de onde estiver.



www.cobrarolamentos.com.br | sac@cobrarolamentos.com.br

☎ 0800 016 3333 @cobrarolamentos



MOVIMENTE SEU NEGÓCIO COM A COBRA



Catálogo digital
com busca por placa



Atendimento
especializado



Retira em até 15 minutos
e garantia expressa

Fale com seu vendedor ou compre online.



Acesse:
loja.cobrarolamentos.com.br



ESCANEIE
O QR CODE
E FAÇA SEU
AUTOCADASTRO

Faça revisões em seu veículo regularmente.

controil

Controlflex GROUP

CORTECO

DANIDREA
ESPECIALIDADES EM MOTOCICLETAS

DIA-FRAG
UMA MARCA DA FRAK

DRIVEWAY
COMPONENTES DE
SUSPENSÃO E DIREÇÃO

Dynaflex

ERBS



Fersa

FRASLE
MOTOCICLETAS E LUBRIFICANTES

FREMAX

MAHLE

MANN
FILTER

MAZZICAR
FREIOS

MERITOR

MONROE
AMORTECEDORES

MONROE
AXIOS

MOTUL

NACHI

NAKATA

NGK

NTK

NTN

SPICER

SAL
SISTEMA DE FREIOS

Tecfil

TIMKEN

TRW

URBA

Valeo

VARGA

VEDAMOTORS
O RITMO, A PERFORMANCE

viemar

Vini
OEM Parts

VIPAL



Inovação em nosso – no seu! – dia a dia

Dizem por aí que os detalhes fazem toda a diferença. Começar um texto assim é meio genérico e disperso, talvez. Mas, tenho um exemplo concreto aqui para ilustrar um pouco melhor a ideia. Entre tantas informações trazidas por mais esta edição, lá na seção Acontece você vai encontrar uma nota sobre o novo serviço oferecido pela General Motors a partir do sistema de conectividade OnStar. Um detalhe que talvez passasse despercebido em sua leitura. A funcionalidade é, de fato, bastante interessante. Porém, o que merece nossa atenção vai além dela. É o horizonte de possibilidades aberto pela conectividade veicular.

No caso do novo serviço disponível nos automóveis Chevrolet, há um casamento com geolocalização e atendimento por voz em tempo real, tornando o carro uma peça interativa de comunicação e monitoramento. Não deixe de ler. Mas, voltando às possibilidades, os fatos cada vez mais vêm comprovando o crescente acesso das montadoras aos proprietários de veículos proporcionado pela tecnologia e o potencial avanço que isso pode provocar na manutenção veicular. E não se trata aqui do bloqueio de informações combatido hoje no ambiente do Right to Repair e sim de uma comunicação direta com o dono do carro oferecendo, por exemplo, promoções, avisos de revisão, ações de fidelização – enfim, um universo de abordagens que merecem atenção redobrada do Aftermarket Automotivo.

A verdade incontestável é que a velocidade com que a tecnologia avança estabelece crescentes desafios a um mercado que durante décadas foi pouco convidado a revisar práticas em boa parte das

disciplinas que envolvem seu dia a dia. Felizmente, as transformações não trazem apenas preocupações. É óbvio que a tecnologia também está aí para nos proporcionar uma infinidade de benefícios.

Voltamos, então, às páginas de mais este Novo Varejo. Nosso destaque de capa aborda uma questão muito sensível para todos os players do Aftermarket Automotivo: o crédito ao consumidor. Vivemos uma sequência de elevação na taxa básica de juros da economia. A medida, que busca conter a inflação, tem várias consequências, entre elas o crescimento da inadimplência e o aperto na concessão de crédito pelas instituições bancárias, especialmente as gigantes tradicionais que dominam o mercado.

O remédio é ela, a tecnologia. Começando pelas fintechs – que, aliás, trazem a tecnologia até no nome –, que vêm desafiando com sucesso postulados agora antiquados que regeram por muito tempo as relações entre clientes e instituições financeiras. É o novo mundo das startups – e tome tecnologia! – que estão aí oferecendo um leque infinito de produtos e serviços para favorecer e fortalecer os pequenos e médios negócios brasileiros.

Começamos pelas fintechs e chegamos ao Pix. Essa ferramenta do Banco Central que já é referência internacional de qualidade e eficiência começou aparentemente como mais um meio de pagamento. Hoje, vai se consolidando como uma completa infraestrutura capaz de redesenhar e revolucionar o acesso ao crédito. Como certa vez disse a própria Chevrolet em seus anúncios publicitários, é a tecnologia a serviço do homem.

Publisher

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

Diretor Geral

Claudio Milan
(claudio@novomeio.com.br)

Diretor de Criação

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

Endereço

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

Redação

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

Notícias

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

Publicidade

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

Marketing

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

Recursos Humanos

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

Ano 32 - #467 01 Junho 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/
www.facebook.com/novovarejoautomotivo
www.instagram.com/novovarejoautomotivo
www.linkedin.com/company/novovarejoautomotivo/
www.youtube.com/@ATVmidia

Direção

Ricardo Carvalho Cruz

Jornalismo

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

Publicidade

(comercial@novomeio.com.br)
Fone: 11 99977-2026
Vinícius Araújo

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

ESCOLHA CONFORTO E SEGURANÇA VÁ DE AMORTECEDORES COFAP

A escolha certa faz toda a diferença!
Para rodar com conforto e segurança,
sem abrir mão da performance, não tem
segredo: **amortecedor é Cofap.**



SIGA:     



www.mmcofap.com.br

Paz no trânsito começa por você



Foto: Shutterstock



08 Entrevista

Mercado nordestino de reposição automotiva cresce e motiva novos investimento por parte de empresas cada vez mais fortes.

12 Capa

O surgimento dos bancos digitais e novas tecnologias de pagamento democratizam o acesso ao crédito e beneficiam o varejo.

28 Internacional

Pesquisa apura as principais preocupações dos executivos das montadoras norte-americanas e mostra reflexos do avanço chinês.

32 After.Lab

Veja novos índices de desempenho do varejo de autopeças em todo o Brasil apurados pelas pesquisas Mapa, Onda, Meta e Lupa.

42 Eletrificação

Com agressiva política de marketing e vendas, além da importação maciça de veículos, a BYD domina mercado de elétricos no Brasil.



Foto: Shutterstock

HÁ 100 EDIÇÕES

Aftermarket automotivo se mobiliza em favor de política setorial

Histórica falta de representatividade da reposição independente já custou muitas derrotas. Tema, mais atual do que nunca, foi destaque em nossa edição 367

A importância do fortalecimento da representativa política do Aftermarket Automotivo foi um dos assuntos mais debatidos na Automec. O Novo Varejo historicamente vem abrindo espaço para esta discussão. Há 100 edições, trazíamos um apanhado dos principais desafios que se apresentavam para a reposição independente considerando, em especial, o momento disruptivo decorrente de tendências

já concretizadas como digitalização e conectividade veicular. Entre estes desafios, o Right to Repair (direito à reparação), uma urgência que já vinha então se intensificando com a presença cada vez maior nas ruas de carros equipados com sistemas de bloqueio como o SGW – Security Gateway, uma espécie de “porteiro” que cuida da segurança dos carros conectados contra a invasão de hackers, mas que

também tem a habilidade de impedir o acesso dos reparadores independentes ao “cérebro” eletrônico dos veículos, leitura indispensável para o diagnóstico de defeitos e a realização dos reparos. “Isso já é uma realidade, esses carros estão nas ruas. As oficinas não conseguem mais acessar as informações e ficam reféns das concessionárias”, expôs o consultor Sergio Alvarenga. O Right to Repair faz parte

de um conjunto de demandas legítimas e importantes do mercado que, afinal, estarão contidas dentro de uma política setorial pretendida para o Aftermarket Automotivo num trabalho conjunto das entidades de representação de distribuição, varejo, reparação e retíficas. A proposta teria como respaldo avanços já conquistados, como a Norma ABNT para os vendedores de autopeças.

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

tá na
mão
tá na
pellegrino

Conte com
nossa gente.



Linha Leve



Agilidade na Entrega



Portfólio



Compre Online



Linha Pesada



Maquininha
Pronto!



Motopeças



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



Aftermarket nordestino vive processo de amadurecimento e recebe investimento

Força e resiliência do mercado independente na região motivam iniciativas como o novo centro de distribuição inaugurado na cidade do Crato, no Ceará

Ciclo de alta de juros, instabilidade fiscal, muita volatilidade do dólar... Esses e outros fatores que indicam um momento de instabilidade da economia brasileira podem ser suficientes para desestimular investimentos de empresários no país. Como de costume, no entanto, empresas do Aftermarket Automotivo mostram uma resiliência ímpar e, mais do que manter a cabeça fora d'água, encontram forças para crescer em meio a esse mar agitado.

Recentemente, a distribuidora Autopeças Padre Cícero, que desde 1973 opera nas regiões Norte e Nordeste, deu mais um exemplo dessa força do setor ao inaugurar um novo centro de distribuição na cidade de Crato, no Ceará. Com cerca de 10.500 m² de área total, sendo 5.500 m² de área construída, a nova unidade amplia a capacidade logística da empresa e promete tornar o atendimento mais ágil em regiões estratégicas do Ceará, além de áreas da Paraíba e Pernambuco.

"O Cariri tem grande relevância dentro do nosso negócio. Já atendíamos muitos clientes da região e, com a nova estrutura,

consequimos aproximar ainda mais esse relacionamento e ganhar velocidade nas entregas", afirmou o Diretor financeiro da empresa, Arison Rafael. Segundo o executivo, além do posicionamento geográfico, a escolha de Crato como sede do novo centro logístico teve também um valor simbólico. "Foi uma união de fatores: o apoio do poder público local, o potencial da cidade e, claro, o orgulho de voltar à terra do Padre Cícero, que dá nome à nossa empresa".

O movimento simboliza igualmente um fortalecimento da reposição no Norte e Nordeste. Segundo o Anuário do Sincopeças 2024/2025, as regiões aumentaram significativamente suas representatividades na composição do aftermarket brasileiro ao longo da última década e hoje são responsáveis por mais de 20% de todos os distribuidores de autopeças do país. Arison Rafael fala mais sobre o assunto a seguir.

Novo Varejo - O que motivou o investimento em um novo centro de distribuição na cidade de Crato, no Ceará?

Arison Rafael - A importância e relevância da região foram os

principais motivos dessa decisão. Temos muitos clientes na região e podemos proporcionar um contato direto e mais rápido com eles gerando a sua satisfação com o atendimento rápido e o produto que procuram.

Novo Varejo - Quais fatores foram determinantes para a escolha da cidade?

Arison Rafael - A força da cidade do Crato no Cariri em constante crescimento econômico no nosso Estado, bem como o apoio da prefeitura e todo o poder público, que viabilizaram podermos ir para a terra natal do nosso santo Padre Cícero, que dá o nome, com muito orgulho, à nossa empresa.

Novo Varejo - Quais são os principais diferenciais operacionais e logísticos do novo CD?

Arison Rafael - A possibilidade do atendimento imediato do cliente, que anteriormente era atendido por Fortaleza, ganhando agilidade e acesso a um portfólio amplo e completo de produtos de todas as marcas e para todos os veículos.

Novo Varejo - Que tipo de inovação em tecnologia, processos ou atendimento o novo CD traz em relação à estrutura anterior?

Arison Rafael - Em relação a inovação, o nosso controle de estoque é 100% por WMS onde a mercadoria entra e sai sendo bipada por um coletor, gerando segurança no atendimento da necessidade do cliente; além disso, temos o canal direto de compra do nosso cliente, que é o PC consulta onde ele encontra o mix de produtos e pode fechar o pedido por esse canal; e, em 2025, temos a novidade da nossa marca própria Pec Parts, trazendo para o cliente do Cariri e região um produto de qualidade com preço justo.

Novo Varejo - Quais são as cidades e regiões que passarão a ser atendidas pelo novo centro de distribuição?

Arison Rafael - Além da região do Cariri, o objetivo é atender a região centro sul do Ceará, além de regiões da Paraíba e Pernambuco.

Novo Varejo - Na sua visão, o que esse investimento sinaliza sobre a força e a resiliência

do Aftermarket Automotivo no Brasil?

Arison Rafael - Essa decisão de investir em crescimento mostra que a Padre Cícero enxerga o aftermarket como um canal fundamental dentro da cadeia, tendo a distribuição como instrumento facilitador para o cliente ser bem atendido. Sempre o objetivo final será a satisfação do cliente. Entender como gerar essa satisfação é fundamental para que a atividade de distribuição possa ser mais assertiva no que vai disponibilizar de mix para o mercado.

Novo Varejo - Como você avalia o atual estágio de

desenvolvimento do aftermarket no Nordeste em comparação com o Sudeste?

Arison Rafael - O aftermarket na nossa região está passando por um processo de amadurecimento dentro do cenário nacional através da implantação de modelo de gestão mais profissional, com o foco no resultado para a companhia. Claro que temos muito a amadurecer, mas estamos entrando no jogo com força na comparação com as demais regiões do país.

Novo Varejo - Diversas montadoras têm anunciado a instalação ou ampliação de fábricas no Nordeste. Como

esses movimentos impactam o ecossistema de autopeças e o aftermarket regional?

Arison Rafael - Na verdade, mostra a força da nossa região e a forma como o país, em geral, está melhor percebendo o Nordeste. Isso é muito positivo e nos coloca numa responsabilidade grande de, de fato, atender essa expectativa do mercado nacional. Esse maior investimento, portanto, gera para nós oportunidades de crescimento e otimização operacional das atividades, propiciando, assim, condições de continuar investindo e oferecendo para o mercado regional novos canais de compra.



Foto: Divulgação

Executivo avalia que região experimenta hoje modelos de gestão mais profissionais

MAIORES & MELHORES em distribuição de autopeças

Seis vezes campeões do prêmio.

TEM NOVIDADE NA MOTORS IMPORTS

LANÇAMENTOS

41294 - BRONZINA BIELA VW AMAROK 3.0 17...STD/0.25/0.50/0.75

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

40941 - COXIM MOTOR CHERY TIGGO 8 1.6 TGI 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

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

MOTORS IMPORTS



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.



@autopecassama

@sama.autopecas



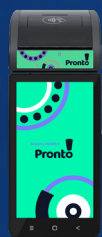
0800 020 0900



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



compreonline.samaautopecas.com.br

Sama
Autopeças

Fintechs democratizam parcelamento para pessoa física no varejo

Bancos tecnológicos usam a inovação para levar a análise de risco para além do score e dos cadastros de inadimplência

Por muito tempo, defender-se mostram que apenas 58% da de consumidores negativados classe média e só 40% da população de baixa renda possuem uma questão de sobrevivência para o varejo brasileiro. Esse cartão de crédito ativo – causando cenário começou a mudar com a do fricção entre o desejo de consumir e a capacidade de concluir uma compra parcelada.

financeiras em assumir riscos de inadimplência. Foi diante deste impasse que começaram a surgir alternativas

Com o passar do tempo, no entanto, essa modalidade de crédito dominante no varejo passou a apresentar um problema: a capacidade limitada de inclusão financeira da população. Isso porque, em um país onde o endividamento da população continua escalando, apostar num modelo de análise de risco ancorado na análise de score e no cadastro positivo é ignorar a complexidade da base consumidora brasileira.

A partir de 2020, o contexto se agravou e essa insuficiência se tornou

ainda mais evidente. A pandemia pressionou o endividamento das famílias e a alta inflacionária, somada a uma política monetária restritiva, o que levou a Selic a patamares superiores a 10%. Com isso, o cartão de crédito rotativo tornou-se, se não proibitivo, altamente não recomendável devido aos juros superiores à marca de 400% anuais. Como resultado, levantamentos

De acordo com a McKinsey, as fintechs e os bancos digitais já lideram a concessão de crédito entre as classes D e E, concentrando 66% das operações, contra 28% dos bancos tradicionais – um avanço que reflete claramente a capacidade dessas instituições de atender públicos desassistidos pelo sistema bancário convencional, com tecnologias mais flexíveis e análises de risco baseadas em dados alternativos.





Motores de crédito inteligentes alavancam fintechs no mercado de consumo

Ao contrário do que ocorre no modelo tradicional, em que o crédito é aprovado ou negado com base em indicadores como score e histórico bancário, as novas soluções utilizam mecanismos que analisam o comportamento de consumo com granularidade e em tempo real.

Na Pagaleve, por exemplo, a concessão é feita com base na análise por SKU. Isso significa que cada item de uma compra é avaliado separadamente, levando em conta seu valor, categoria, recorrência, local de compra, ticket médio

e comportamento agregado do consumidor. Um pedido de R\$ 120 feito em um supermercado de bairro não tem o mesmo peso que uma compra de R\$ 800 em uma loja de eletrônicos ou autopeças. O modelo também aprende com padrões similares de perfis semelhantes, ajustando seus parâmetros de risco com o tempo.

Neste sentido, o uso combinado de Inteligência Artificial e Machine Learning permite que os motores de crédito se tornem mais sensíveis à realidade do consumidor. Uma

mudança de paradigma que tem possibilitado a empresas como a Pagaleve manter inadimplência abaixo de 2%, mesmo com taxa de aprovação dos pedidos de parcelamento nos PDVs próxima a 70%.

Essa eficiência técnica tem respaldo institucional. Em abril de 2025, o Banco Central anunciou oficialmente que o Pix Parcelado será lançado como funcionalidade nativa em setembro deste ano. A medida está inserida na agenda de inovação da autarquia, que também prevê a chegada do Pix com

garantia, do Open Finance integrado ao Pix e da expansão do uso de biometria nas transações.

A leitura é clara: o BC enxerga o Pix não apenas como um meio de pagamento instantâneo, mas como infraestrutura para redesenhar o acesso ao crédito. Ao permitir o parcelamento via Pix, a autoridade monetária cria condições para que mais brasileiros possam consumir de forma segura, sem depender dos cartões e sem onerar o sistema bancário tradicional.

BNPL já provocou uma revolução na China

A China é, hoje, um dos mercados mais avançados do mundo na integração entre pagamento, crédito e experiência de consumo. O conceito de BNPL, lá, não é mais um modelo emergente, é parte da rotina de compra, especialmente entre os consumidores mais jovens e conectados.

O diferencial chinês está na fluidez: o consumidor escolhe o produto, confirma a compra e opta por pagar depois — tudo dentro de um mesmo ambiente digital. Alipay e WeChat Pay, os

principais superapps do país, incorporaram o BNPL como funcionalidade nativa. Segundo a GlobalData, as transações nessa modalidade ultrapassaram US\$ 100 bilhões em 2023. De acordo com a Daxue Consulting, o BNPL chinês é utilizado com frequência para compras de pequeno e médio valor, especialmente no varejo de eletrônicos, moda e produtos domésticos. A estratégia é clara: aumentar o ticket médio e estimular a recompra. Como o modelo é operado por gigantes com base de

dados consolidada, o risco de crédito é absorvido de forma eficiente. E, diferentemente de muitos países ocidentais, o parcelamento não carrega estigma de endividamento, mas de conveniência.

Nos Estados Unidos, o avanço do BNPL foi puxado por empresas como Klarna, Affirm e Afterpay, com forte presença em e-commerces e integração com grandes redes varejistas. Já na Europa, o foco hoje está na regulamentação. A Comissão Europeia busca padronizar práticas de transparência e

proteção ao consumidor, após o rápido crescimento do setor durante a pandemia.

No Brasil, o desafio é equilibrar escalabilidade e prudência. A estrutura do Pix, somada ao avanço do Open Finance e à popularização das fintechs, dá ao país uma base tecnológica propícia para soluções de crédito embutido, mas é preciso respeitar a especificidade do comportamento de compra local. E, nesse ponto, o aprendizado internacional oferece caminhos, mas não fórmulas prontas.

ANIVERSÁRIO MIDE PARTS

COM VOCÊ A FESTA FICA MELHOR!

Compre produtos **MIDE** e concorra a
vouchers de viagem, notebook e muito mais!

PARTICIPE!



Imagem meramente ilustrativa.

DISTRIBUIDORES EXCLUSIVOS:

RMP

»Disape

Instagram icon MIDEPARTS

Globe icon MIDEPARTS.COM.BR

Válido até 30/06.
Confira o regulamento com
o nosso time de vendas.

ESCANEE O QR CODE
E CONHEÇA A MIDE PARTS



Especialista diz que BNPL faz sentido para o Aftermarket Automotivo

A lógica do parcelamento não é nova no varejo automotivo. O setor sempre precisou oferecer condições de pagamento flexíveis para atender um público variado — de frotistas a motoristas de aplicativo, passando por donos de oficinas, mecânicos autônomos e consumidores finais. Mas a forma de parcelar vem mudando, e ignorar essa mudança pode significar perder competitividade. O acesso ao crédito, que já era um desafio, tornou-se um gargalo ainda maior com a elevação dos juros e a retração do consumo. O setor lida com tíquetes médios significativos,

muitas vezes superiores a R\$ 500, e margens operacionais apertadas. Em um cenário assim, perder uma venda porque o cliente não tem limite no cartão ou está negativado não é mais uma exceção: é um risco constante.

É por isso que soluções como o Pix Parcelado e o BNPL vêm sendo discutidas, ainda que timidamente, dentro da cadeia automotiva. CPO e CTO da Celcoin, Thiago Zaninotti, acredita que o setor tem tudo para se beneficiar. “A infraestrutura do Pix Parcelado permite que o lojista reduza fricções no checkout físico e ainda repasse ao

consumidor taxas mais competitivas que as do cartão”, afirma, antes de complementar: “Além disso, públicos como autônomos e informais, que antes não conseguiam parcelar, agora têm alternativas viáveis”.

Essa afirmação se sustenta no histórico do perfil dos reparadores do país, principais clientes dos varejos e distribuidores, perfil este caracterizado por um volume significativo de autônomos e microempreendedores, públicos que frequentemente tem restrições de crédito.

Assim, para quem vende autopeças, a adoção das chamadas

soluções ‘BNPL’ não deve ser vista apenas como uma tendência tecnológica, mas, sobretudo, como uma decisão de negócio, já que ampliar a base de clientes aptos a parcelar significa vender mais sem aumentar o risco.



Zaninotti diz que Pix Parcelado reduzirá fricções no checkout físico

Foto: Divulgação

Quem oferece BNPL no Brasil?

• Pagaleve

Especializada no Pix Parcelado, a Pagaleve atende milhares de varejistas com foco em inclusão financeira e sustentabilidade da operação. Seu principal diferencial é o motor de crédito por SKU, que analisa o comportamento de consumo item a item. Atua em segmentos como supermercados, eletrodomésticos, moda e saúde.

• Koin

Pioneira no modelo BNPL no Brasil, a Koin é voltada para e-commerces e marketplaces. Sua solução permite parcelamentos com e sem juros,

dependendo do perfil de risco, e está integrada a grandes plataformas de pagamento digital. A empresa investe em tecnologias preditivas para aumentar a taxa de aprovação.

• Parcely

Com proposta ampla, a Parcely permite o parcelamento de boletos com ou sem uso de cartão, atendendo tanto consumidores finais quanto lojistas. Seu diferencial está na integração com sistemas de CRM e redes de cobrança, facilitando o acompanhamento da jornada de crédito.

• Zippi

Focada em microempreendedores e autônomos, a Zippi concede

crédito parcelado via Pix com base em análise de fluxo de caixa, e não em score. O público principal são profissionais informais e MEIs que operam fora dos grandes bancos, mas mantêm movimentação bancária ativa.

• MeuTudo

Voltado para trabalhadores CLT, o MeuTudo permite o parcelamento com desconto em folha de pagamento ou via crédito pessoal estruturado. A fintech trabalha com empresas conveniadas e oferece taxas mais competitivas que o rotativo do cartão, além de prazos ajustáveis à realidade do consumidor.



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 Spofy e Tiktok!

Clique nos ícones para acessar:



Magneti Marelli inclui novos códigos de bombas de óleo no catálogo

O catálogo de bombas de óleo Magneti Marelli que conta, atualmente, com mais de 70 códigos, recebe novos itens com a proposta de oferecer ao mercado o portfólio mais completo do mercado. A marca acaba de lançar mais dois códigos: **BMMOP10313**, destinado para a Mercedes-Benz Sprinter 2.2 fabricado a partir

de 2012, e **BMMOP10060**, que atende os modelos Chevrolet A10 2.5 L, Chevrolet A10 4.1 L 12V, Chevrolet C100 4.1 L 12V, Dodge D-400 5.8 L 12V, Ford F-350 2.8 L 16V, Ford F-350 3.9 L 8V e Perkins Maxion 4203. A bomba de óleo é fundamental para o funcionamento de motores a combustão e, por isso, é importante que esteja em

perfeitas condições de uso para garantir a lubrificação dos componentes móveis do propulsor. A Magneti Marelli alerta que não existe uma quilometragem definida para fazer a troca da peça, mas é recomendado substituí-la sempre que os componentes internos do motor passarem por reparos, como no caso de uma retífica, por exemplo.



Foto: Divulgação

Item deve estar em perfeitas condições de uso para garantir a lubrificação dos componentes móveis do propulsor

TMD Friction apresenta os "Kits Virtuais de Freios"

A TMD Friction tornou ainda mais simples encontrar componentes de freios para sua marca de reposição Textar, com o lançamento dos "Kits Virtuais de Freios". Disponíveis nos catálogos de produtos TecDoc e no Brakebook da Textar, o "Kit Virtual de Freios" permite ao usuário localizar todas as peças necessárias para uma troca completa dos freios em uma única pesquisa. Em vez de procurar componentes individuais e separadamente, o "Kit Virtual de Freios" fornece uma referência abrangente, listando todas as peças essenciais, incluindo pastilhas de freio, discos e

– quando aplicável – sensores de desgaste. A TMD Friction agora oferece cerca de 3.000 "Kit Virtual de Freios" no total para a Textar. Com isso ela atinge uma cobertura de 90% da frota de veículos de passeio na Europa para Textar.



Novos dados de catálogo no TecDoc, assim como no Brakebook da Textar, permitem encontrar todas as peças necessárias

Foto: Divulgação

Nakata lança linha de discos de freio para motocicletas

A Nakata anuncia o lançamento de 35 novas aplicações de discos de freio dianteiros e traseiros. Os itens atendem modelos das marcas Honda, Yamaha, Suzuki e Dafra, reforçando a ampla cobertura da frota de motocicletas no Brasil. Fabricados em aço inoxidável e com acabamento usinado, os novos discos contam com tecnologia resistente à corrosão. Foram projetados para oferecer melhor dissipação do calor gerado durante a frenagem, evitando superaquecimento e desgaste prematuro da peça — o que garante maior durabilidade e eficiência

LANÇAMENTO!
DISCOS DE FREIO
PARA MOTOS
É NAKATA

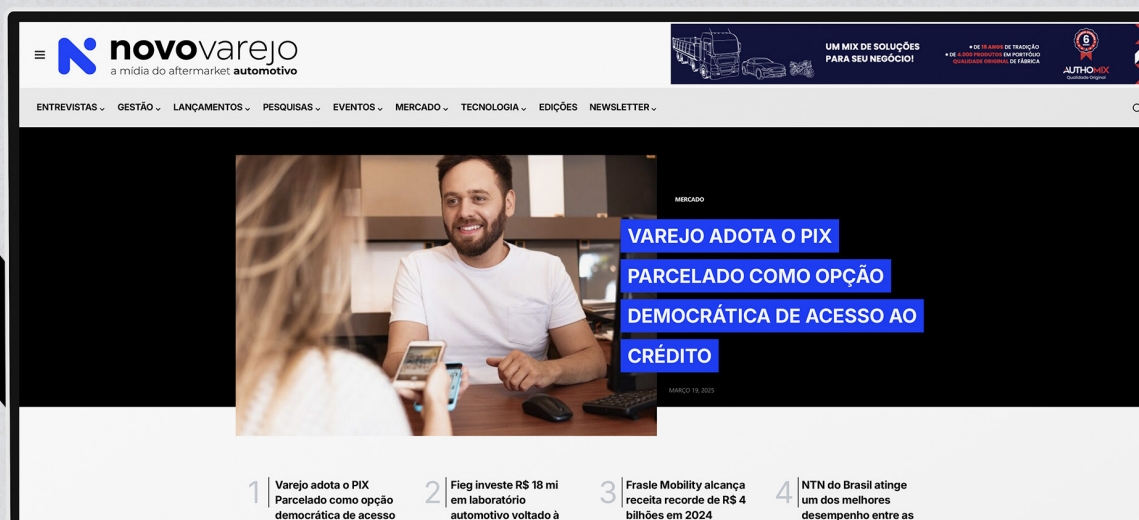


Foto: Divulgação

Marca oferece 35 aplicações que atendem modelos das marcas Honda, Yamaha, Suzuki e Dafra, com ampla cobertura da frota nacional

no desempenho. Além dos discos de freio, o portfólio da Nakata para o segmento de motos inclui pastilhas de freio, amortecedores, cabos de acelerador, embreagem, freio e velocímetro, coxins de transmissão, tubos internos, kits coroa, pinhão e corrente, além de sapatas de freio.

Traga sua marca para nossos ambientes digitais



169 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



Foto: Claudio Milan

Aniversário foi marcado por evento em São Paulo

IQA comemora 30 anos e lança livro sobre a história da qualidade automotiva no Brasil

O IQA – Instituto da Qualidade Automotiva comemorou seus 30 anos de atuação com um evento realizado em 22 de maio, em São Paulo (SP). A celebração reuniu representantes da indústria automotiva, parceiros estratégicos, ex-dirigentes e colaboradores no espaço Villa Glam, marcando uma noite de homenagens, reconhecimento e memória institucional.

Durante a cerimônia, o presidente do IQA, Cláudio Moyses, destacou a relevância da trajetória da entidade para o setor. “Esses 30 anos representam uma história construída com muito trabalho, superação de desafios e um compromisso inabalável com a excelência. O IQA se

consolidou como referência nacional em qualidade, certificação e desenvolvimento da cadeia automotiva brasileira”, afirmou. Um dos pontos altos da noite foi o lançamento do livro ‘IQA: 30 anos de história da qualidade automotiva no Brasil’, que registra marcos importantes da instituição desde sua fundação. A obra reúne relatos inéditos, bastidores, depoimentos de especialistas e um panorama do impacto do IQA na indústria nacional. “Mais do que contar a história de uma organização, este livro celebra o compromisso com a inovação, com a confiança e com a evolução da mobilidade no Brasil”, disse o superintendente do IQA, Alexandre Xavier.

A programação também incluiu a exibição de um vídeo comemorativo e a homenagem a ex-presidentes, diretores e personalidades que marcaram a trajetória do Instituto. Entre os homenageados, destacou-se a ex-ministra da Indústria e do Comércio, Dorothea Werneck, figura fundamental na fundação do IQA. Também foram reconhecidas as entidades que compõem a história da instituição, como Anfavea e Sindipeças, representando as entidades fundadoras e dirigentes. Além disso, em nome dos colaboradores, foi celebrado Sérgio Kina, o membro mais antigo ainda em atividade, presente desde a fundação do Instituto. “Essa

celebração é também um olhar para o futuro. Estamos prontos para continuar contribuindo com qualidade, tecnologia e formação para um setor em constante transformação”, reforçou o presidente do Conselho Diretor, Elias Mufarej.

Fundado em 1995, o IQA é uma entidade técnica que atua na certificação de produtos, processos e serviços, além de desenvolver iniciativas voltadas à melhoria da qualidade na indústria automotiva. Ao longo de sua história, teve papel relevante na disseminação de boas práticas, no apoio à competitividade das empresas e na adaptação do setor às novas demandas tecnológicas e sustentáveis.

Sudeste segue liderando ocorrências de roubo de carga em 2025

De acordo com dados da Associação Nacional do Transporte de Cargas e Logística (NTC&Logística), em 2024, o país perdeu mais de R\$ 1,2 bilhão em mercadorias roubadas, número que representa aumento de 21% em relação a 2023. A nstech, provedora de software para supply chain detalhou o problema no report de “Análise de Roubo de Cargas” referente ao primeiro trimestre de 2025. O Sudeste segue liderando o ranking com 72%, porém com queda de 5,8 p.p. em relação ao primeiro trimestre de 2024. Na região, 48,6% do total de prejuízo de 2025 foi relativo a cargas fracionadas e 44,4% em operações de transporte de alimentos. São Paulo (36,7%) e Rio de Janeiro (25,4%) são os estados com maior número. Enquanto o primeiro reduziu o prejuízo em 9,8 p.p em relação ao mesmo período do ano anterior, o segundo aumentou em 7,4 p.p.

O estudo também analisou os primeiros trimestres de 2023, 2024 e 2025: a respeito das regiões, observa-se uma diminuição da concentração no Sudeste: de 83,2% em 2023 para 72% em 2025, indicando uma dispersão maior dos prejuízos para outras regiões. Em contrapartida, nota-se aumento na vulnerabilidade

do Nordeste e Sul: de 7,5% para 20,3% no Nordeste e de 4,6% para 7,6% no Sul na comparação entre 2023 e 2025, mostrando que essas regiões estão se tornando mais afetadas. Já nos Estados, São Paulo reduziu seus números de 48,8% em 2023 para 36,7% em 2025, o Maranhão aumentou de 0,9% para 11,3% na comparação entre 2023 e 2025, indicando aumento da vulnerabilidade nesse estado.

Com base na análise dos primeiros trimestres de 2023, 2024 e 2025, houve redução no prejuízo por roubo nas cargas fracionadas: de 52% em 2023 para 44,1% em 2025, indicando possibilidade de diminuição relativa na vulnerabilidade desse segmento. Além do crescimento no valor sinistrado nas cargas de alimentos e eletrônicos, refletindo uma diversificação dos alvos dos criminosos.

No geral, as quintas-feiras foram as mais críticas para o transporte de cargas. Neste dia da semana, o Sudeste acumulou a maioria dos prejuízos, chegando a 74,5% do total. Em relação a 2024, foram registrados aumentos nos problemas por roubo de cargas às quintas, segundas, sextas e sábados. Destaque para o domingo, que reduziu

de 10,7% para 5,5% a sinistralidade. A análise comparativa dos primeiros trimestres de 2023, 2024 e 2025, indica um aumento expressivo dos prejuízos à noite: de 15,6% em 2023 para 45,2% em 2025, mostrando que os criminosos estão atuando mais intensamente durante o período noturno. As quintas e segundas continuam sendo os dias mais críticos, mas há aumento na vulnerabilidade às sextas e sábados, indicando uma maior atuação dos criminosos também nesses dias.

Sobre a região dos roubos, as áreas urbanas ocupam a liderança do ranking com 29,1% dos prejuízos. A posição se manteve, porém o percentual caiu em relação

ao primeiro trimestre de 2024, quando somava 39,9% do total sinistrado. A respeito das rodovias, na BR-316, onde ocorreram 11,3% dos prejuízos por roubo de cargas no primeiro trimestre de 2025, diferentemente do padrão, os principais alvos foram as cargas de eletrônicos (44,8%), higiene e limpeza (36,8%) e defensivos agrícolas (18,4%). A BR-116 também costuma aparecer entre as mais críticas para o transporte de cargas. No primeiro trimestre de 2025 ficou em segundo lugar entre as rodovias, com 8,3% do total – percentual abaixo do registrado em 2024 (9,7%). Os sinistros com cargas fracionadas somaram 73,2% do total.



Em números absolutos, São Paulo tem mais casos, mas Rio de Janeiro teve crescimento maior

Foto: Shutterstock

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



Foto: Divulgação MAHLE GmbH

Oito projetos já foram iniciados em parceria com clientes e institutos de pesquisa

Centro Global de Biomobilidade da MAHLE completa um ano com sucesso

A MAHLE está comemorando o primeiro aniversário de seu Centro Global de Biomobilidade, localizado em seu Centro Tecnológico em Jundiaí (SP). Reconhecendo a importância dos biocombustíveis e biomateriais para a mobilidade futura, a MAHLE lançou a iniciativa de usar seu conhecimento e rede de parceiros na América do Sul para apoiar o desenvolvimento em todo o mundo. Em seu primeiro ano, o centro iniciou oito projetos de desenvolvimento em parceria com clientes e institutos de pesquisa. Além disso, o Centro Global de Biomobilidade assumiu o

papel de monitorar tendências e ações governamentais relacionadas a adoção de biocombustíveis globalmente, iniciando a transferência de conhecimento para a América do Norte e Ásia. “Os combustíveis sustentáveis precisam ser expandidos rapidamente e globalmente para desacelerar o aquecimento global” disse Arnd Franz, Presidente do Conselho de Administração do Grupo e CEO da MAHLE. O grupo acredita fortemente na diversidade tecnológica utilizando todas as alavancas disponíveis para alcançar uma descarbonização rápida e eficaz do setor de mobilidade.

“A MAHLE está promovendo fortemente o aumento da mistura de biocombustíveis para se equiparar às quotas alcançadas no Brasil ou na Índia, em todo o mundo. Até 2030, mais de 20% do consumo global de combustível deverá ser proveniente de recursos renováveis para atingir as metas de emissão zero. O Centro de Biomobilidade MAHLE está trabalhando com governos, órgãos reguladores e participantes da indústria na Índia, Tailândia, Japão e outros países para atingir esse objetivo”, continua Franz. Durante este primeiro ano, projetos sobre diversos temas

foram iniciados no Centro Global de Biomobilidade do grupo. A gama de projetos inclui, por exemplo, o desenvolvimento de uma mídia filtrante celulósica e carvão ativado a partir de biomassa, o desenvolvimento de um sistema de Powercell (PCU) etanol com o objetivo de aumentar a eficiência de motores flex-fuel utilizando etanol, bem como o desenvolvimento de um motor multicomcombustível de médio porte movido a biometano e etanol. Além disso, foi avaliado o impacto do uso de biodiesel avançado no desempenho, durabilidade e emissões de motores pesados.



Precisou de peças com URGÊNCIA?

Não perca tempo procurando em vários lugares.
Conte com a nossa

ENTREGA RÁPIDA!

É do nosso estoque para
o seu em até uma hora.

Simple assim!

Peça e receba em até:

60
MINUTOS!



Conheça nossas
redes sociais:



rmpdistribuidora



RMP Distribuidora

Escanei o
QR Code
e acesse
nosso site:





Volda reforça compromisso com a diversidade ao patrocinar o Programa Mulher AutoMotiva

A Volda reforça a liderança feminina no setor automotivo ao se tornar a nova patrocinadora do Programa Mulher AutoMotiva. O projeto, idealizado por Paola Brandão, especialista em marketing no setor automotivo, nasceu a partir de sua trajetória de 15 anos no mercado. Ao liderar projetos para marcas renomadas, Paola percorreu o Brasil, estreitando relações com varejos e distribuidores, ampliando sua rede de contatos. Suas vivências reforçaram o desejo de criar uma ação voltada ao protagonismo feminino no

setor automotivo. Reconhecendo a sinergia entre a iniciativa e os valores da Volda, o diretor da marca, Ivan Furuya, decidiu apoiar o Mulher AutoMotiva, como parte do compromisso da marca com a transformação social.

A iniciativa, lançada em março, visa reunir mulheres e homens, que compartilham a visão de um mercado mais inclusivo e inovador, com o objetivo de construir uma rede sólida de apoio e aprendizado, abrindo caminho para um futuro em que a igualdade de gênero seja

vivida na prática. “Não como uma meta distante, mas como parte do dia a dia do setor automotivo”, afirma Paola.

Para o diretor da Volda, é extremamente importante apoiar projetos como este, pois um dos pilares estratégicos da marca é o foco à mulher no setor automotivo. “Além dele, temos as mulheres pilotos, Antonella Bassani, Bia Martins, Maria Nienkötter e Renata Camargo, a Niela Mecânica, embaixadora da marca, e o Instituto Mulheres V8, que também atua na capacitação



Paola Brandão tem 15 de experiência no mercado

das mulheres”, afirma Furuya. Capacitar, inspirar e conectar mulheres do setor automotivo a assumirem posições de liderança com uma abordagem prática e estratégica são os principais objetivos do Mulher AutoMotiva, que oferece mentoria especializada em áreas como marketing, vendas, inteligência artificial, gestão financeira, gestão de pessoas e jurídico.

OnStar lança serviço inédito de vigilância ativa para clientes Chevrolet

A conectividade veicular continua resultando em novos serviços para os consumidores. Clientes Chevrolet agora contam com uma funcionalidade de segurança inédita no Brasil, oferecida pelo sistema de conectividade OnStar. É o Acompanhamento Seguro. A novidade permite que o usuário solicite à Central de Atendimento o monitoramento da rota e das atividades no interior do veículo por um período determinado. Caso o atendente do OnStar perceba qualquer situação que comprometa a segurança

dos ocupantes do veículo, as autoridades são imediatamente acionadas, e um protocolo de emergência é adotado pela Central para providenciar o auxílio necessário.

A ativação do Acompanhamento Seguro é simples: basta apertar o botão azul do OnStar e solicitar o serviço. A partir daí, o monitoramento ocorre tanto via geolocalização quanto por meio de escuta ativa da cabine, utilizando os microfones do próprio sistema de áudio. Tudo isso é viabilizado pela avançada tecnologia de conectividade dos veículos Chevrolet.

Compatível com todos os veículos Chevrolet equipados com o sistema OnStar, o novo serviço está disponível nacionalmente para assinantes dos planos Protect ou Protect & Connect, que incluem também resposta automática em caso de acidente, assistência na recuperação do veículo em caso de roubo, Wi-Fi nativo, além de diagnóstico e comandos remotos via o app myChevrolet.

O Acompanhamento Seguro está acessível desde versões de entrada de Onix, Spin, Tracker, Equinox e Trailblazer,

passando pelas picapes Montana, S10 e Silverado, até os elétricos Blazer EV e Equinox EV. Os modelos Cruze, Camaro e Bolt também podem ser contemplados.



Funcionalidade permite que o usuário solicite acompanhamento temporário do deslocamento e do áudio na cabine

Indústria amplia atuação com programa de capacitação para o aftermarket

A Modefer, fabricante de hélices e embreagens viscosas para veículos, fundou a Modefer Academy. A iniciativa nasceu com o propósito de capacitar, com excelência técnica, os profissionais que lidam diariamente com sistemas de arrefecimento. Com treinamentos presenciais realizados na sede da Modefer, em Barueri (SP), na Grande São Paulo, a Modefer Academy oferece uma formação prática, voltada não apenas para mecânicos, mas também para vendedores, promotores e consultores técnicos. Os cursos têm duração média de 16 horas (dois dias) e são realizados mensalmente, garantindo um fluxo contínuo de aprendizado e atualização. “O conteúdo técnico da Modefer Academy aborda de forma aprofundada todos os componentes do sistema de arrefecimento — incluindo hélices, embreagens

viscosas, aditivos, radiadores, bombas d’água e válvulas termostáticas — com foco total em problemas reais de campo. Essa abordagem prática, somada à linguagem acessível e ao embasamento técnico rigoroso, permite que os participantes apliquem imediatamente o que aprendem em suas rotinas”, destaca Hermes Santos, CEO da Modefer. Os treinamentos são

ministrados pelos próprios especialistas da Modefer, que acumulam ampla e vasta experiência e vivência na indústria automotiva. Ao final, os participantes recebem um certificado de conclusão, reconhecimento que reforça a qualificação técnica dos profissionais formados. “Estamos combatendo o ‘achismo’ com conhecimento técnico validado. Isso eleva o nível de todo o setor”, reforça Hermes.

Mais de 60 profissionais já passaram pela Modefer Academy, e os resultados têm sido expressivos: redução de erros técnicos, melhoria no atendimento ao cliente e aumento da vida útil dos componentes instalados. “A Academy é mais do que um centro de treinamento — é um pilar do nosso compromisso com a excelência e a evolução de todo setor automotivo”, detalha o executivo.



Modefer Academy oferece capacitação de profissionais com foco prático e técnico em arrefecimento automotivo

Foto: Divulgação

ANUNCIE

na mídia do **Aftermarket**
Automotivo


comercial@novomeio.com.br



Foto: Shutterstock

Eletrificação impulsiona expansão global dos automóveis chineses

Concorrência chinesa e atrasos em VEs são as maiores preocupações dos fabricantes de automóveis em 2025

A consultoria Kerrigan Advisors divulgou os resultados de sua terceira pesquisa anual com montadoras, compartilhando insights sobre o pensamento dos fabricantes de automóveis. Realizada antes do anúncio de tarifas da Administração Trump, em 2 de abril, a Pesquisa Kerrigan OEM de 2025 revela uma crescente preocupação entre os executivos da indústria automotiva sobre a rápida expansão da China no setor automotivo global—especialmente em veículos elétricos

(VEs) — e o lançamento mais lento do que o esperado de VEs nos EUA.

Além disso, os executivos de OEM expressaram uma perspectiva amplamente positiva sobre as avaliações e a lucratividade das concessionárias em 2025, antes de quaisquer anúncios de tarifas. “Apesar de reconhecerem a adoção de VEs mais lenta do que o esperado e a crescente concorrência da China, a maioria dos OEMs permaneceu confiante nas vendas de 2025—embora as novas tarifas agora

testem esse otimismo”, disse Erin Kerrigan, fundadora e diretora-gerente da Kerrigan Advisors. “Com o aviso da General Motors sobre um possível impacto de US\$ 5 bilhões nos lucros de 2025 devido às tarifas, a Ford projetando um impacto de US\$ 1,5 bilhão, e ambas suspendendo as orientações devido à incerteza das tarifas, está claro que o mercado está mudando rapidamente. Em meio a essa incerteza, a força da rede de concessionárias dos EUA continua a ser um

ativo poderoso—sustentando a lucratividade, apoiando os relacionamentos com os clientes e oferecendo estabilidade crítica na indústria automotiva global, que está mudando rapidamente”.

Ansiedade

Pela primeira vez, a Pesquisa Kerrigan OEM perguntou aos fabricantes de automóveis sobre o papel da China no cenário automotivo em evolução. Setenta por cento dos respondentes expressaram



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

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

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

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

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

CLIQUE E PARTICIPE





preocupação com as implicações financeiras do crescente market share global dos fabricantes chineses, impulsionado principalmente pelo seu domínio no segmento de VEs. Com 76% dos OEMs dos EUA esperando que as marcas chinesas entrem no mercado doméstico, a ansiedade competitiva está aumentando.

Enquanto isso, as montadoras continuam a projetar crescimento na adoção de VEs nos EUA, mas a um ritmo mais lento. Quatorze por cento dos respondentes esperam que os VEs representem 21% ou mais das vendas de veículos novos em 2025, apesar dos ventos contrários das políticas, incluindo a possível

eliminação dos créditos fiscais para VEs. Oitenta por cento dos respondentes dizem que a transição para VEs está progredindo mais lentamente do que o planejado inicialmente, provavelmente devido às lacunas na infraestrutura de carregamento, altos preços dos veículos e baixa demanda do consumidor. No entanto, uma minoria crescente (10%, acima de 4% em 2024) agora acredita que a transição está acelerando, provavelmente em resposta a grandes descontos e reduções de inventário impulsionadas por incentivos. “A pressão do lançamento

mais lento dos VEs nos EUA e a explosiva expansão global da China, especialmente no segmento de VEs, estão no topo das preocupações dos OEMs,” disse Ryan Kerrigan, diretor-gerente da Kerrigan Advisors. “A preocupação é real—com os fabricantes de automóveis chineses entrando no mercado dos EUA e já dominando a produção global de VEs, os OEMs estão navegando tanto pela disrupção competitiva quanto pela incerteza política simultaneamente. Os próximos anos testarão quão eficaz a indústria pode se adaptar a um cenário global e tecnológico que muda rapidamente”.

	Você está preocupado com o impacto financeiro do crescimento global do marketshare dos fabricantes chineses?	Você acredita que as montadoras chinesas em algum momento entrarão no mercado dos Estados Unidos?
SIM	70%	76%
NÃO	30%	24%

Fonte: Pesquisa Kerrigan OEM 2025

Principais resultados da pesquisa com as montadoras

- 76% dos OEMs tradicionais esperam que marcas chinesas entrem no mercado dos EUA.
- 70% dos executivos de OEMs entrevistados estão preocupados com o impacto financeiro do aumento da participação de mercado global dos fabricantes de automóveis chineses.
- 80% dos executivos de OEMs acreditam que a transição para VEs será mais lenta do que o planejado, conforme a pesquisa do ano passado.
- Apesar dos planos da Administração Trump de eliminar os créditos fiscais para VEs, os OEMs ainda esperam que a participação de mercado

- dos VEs cresça em 2025, com 14% projetando que os VEs representarão mais de 21% do mercado até o final do ano.
- 78% dos respondentes esperam que os valores de mercado das concessionárias (blue sky) permaneçam os mesmos ou aumentem em 2025, e apenas 22% esperam uma queda, uma melhoria em relação à pesquisa de 2024.
- 66% dos OEMs projetam que os lucros se mantenham os mesmos ou aumentem nos próximos 12 meses, enquanto 34% esperam uma queda nos próximos 12 meses, uma melhoria em relação aos 54% de 2024. Comparado a isso, 43% das concessionárias projetaram quedas

- nos lucros na pesquisa mais recente da Kerrigan Dealer.
- 52% dos OEMs preveem que as margens brutas das concessionárias superarão os níveis pré-pandemia, com 10% esperando que as margens aumentem mais de 25% em relação às médias pré-pandemia.
- 36% dos OEMs projetam que as vendas de veículos novos aumentem nos próximos 12 meses, 46% esperam vendas estáveis e 18% esperam uma queda, um aumento em relação aos 8% de 2024.
- Um sentimento mais negativo sobre os dias de oferta de veículos novos é refletido no aumento dos OEMs que projetam oferta superior a 90 dias (10%, em comparação com 8% em 2024).

TURBINE
SUAS VENDAS
COM OS NOSSOS
PRODUTOS.

LANÇAMENTO



PASTILHAS DE FREIO PARA VEÍCULOS LEVES

Tecnologia avançada para frenagens mais seguras e eficientes.

As Pastilhas de Freio AuthoMix são fabricadas com equipamentos de última geração utilizando material orgânico-metálico, uma liga metálica composta por fibras orgânicas e sintéticas. Contando com mais de 200 itens no portfólio, possuem aplicação nas principais montadoras.

- **Maior durabilidade:** materiais de alta qualidade que aumentam a vida útil do sistema de freios.
- **Menos ruído e vibração:** formulação otimizada para uma frenagem silenciosa e suave.
- **Alarmes sensoriais de desgaste:** eletrônico e mecânico, conforme o modelo do produto.
- **Resistência:** Temperaturas até 300 °C.
- **Garantia de Qualidade:** Certificada pelo INMETRO, seguindo as normas internacionais SAE-J166 e NBR-5520



Acesse o site e conheça
nosso portfólio completo:
authomix.com.br



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

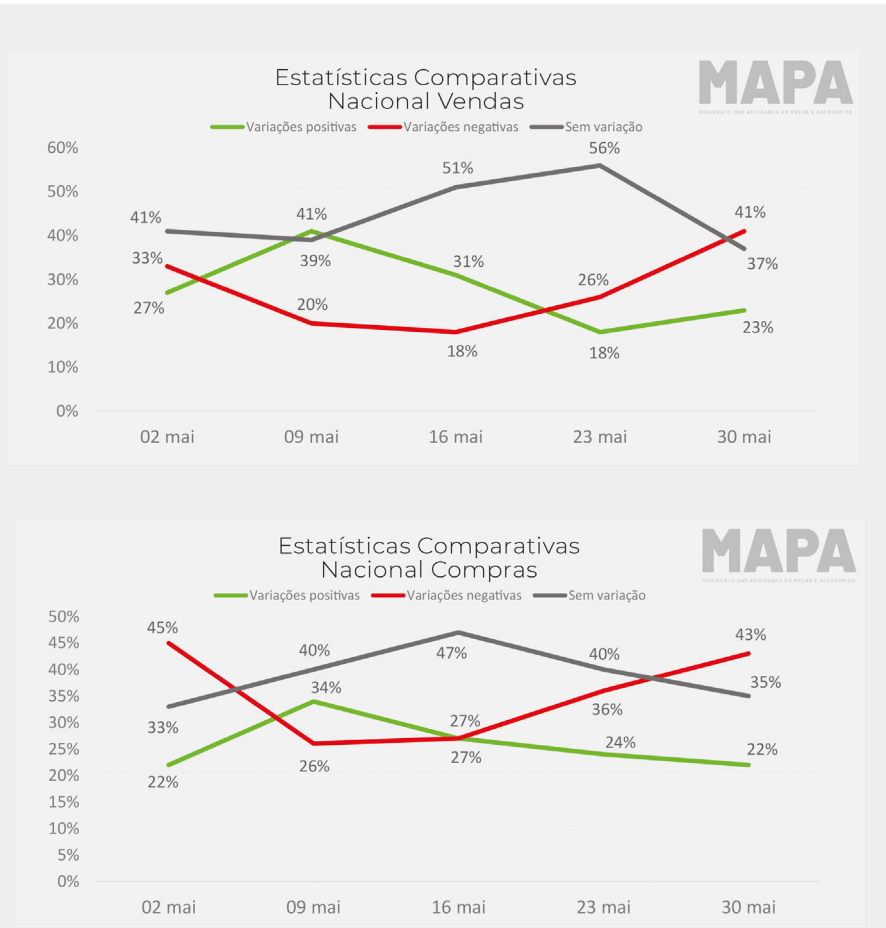
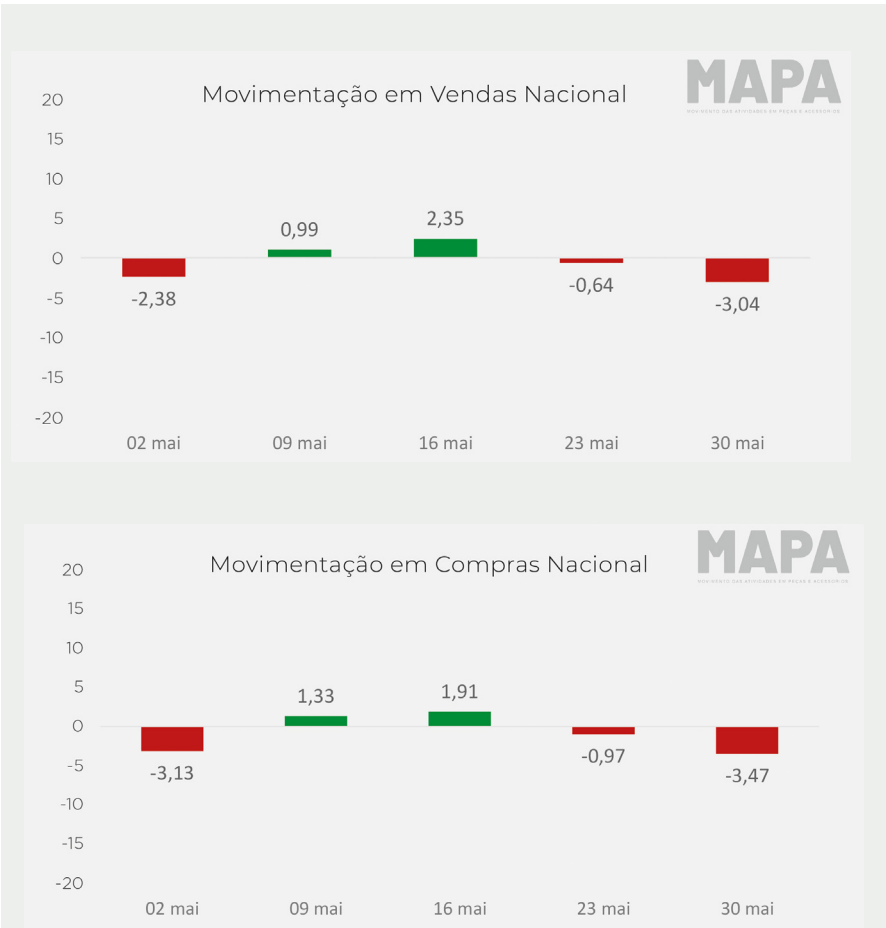
AUTHOMIX
Qualidade Original

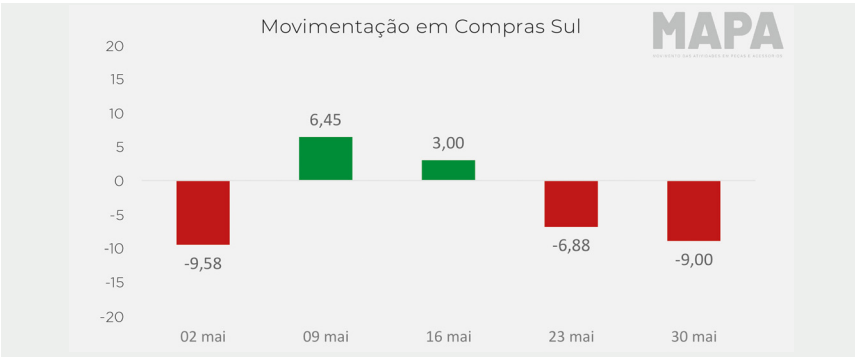
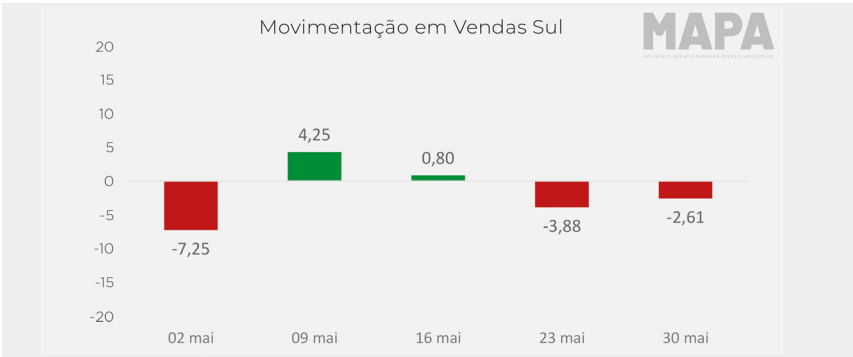
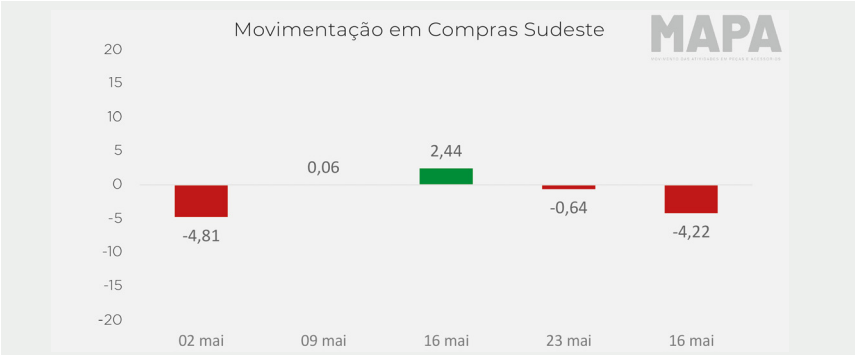
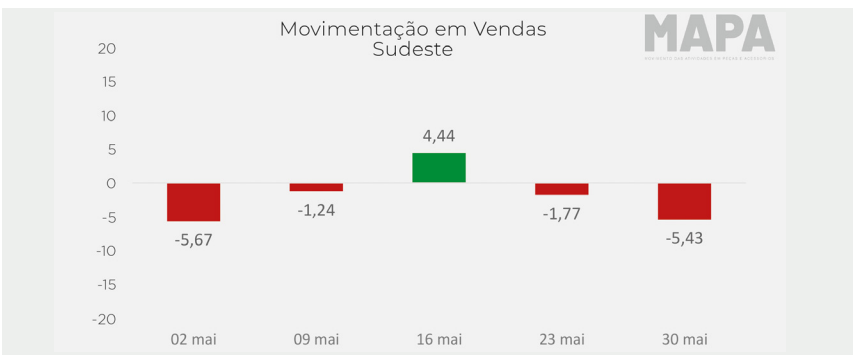
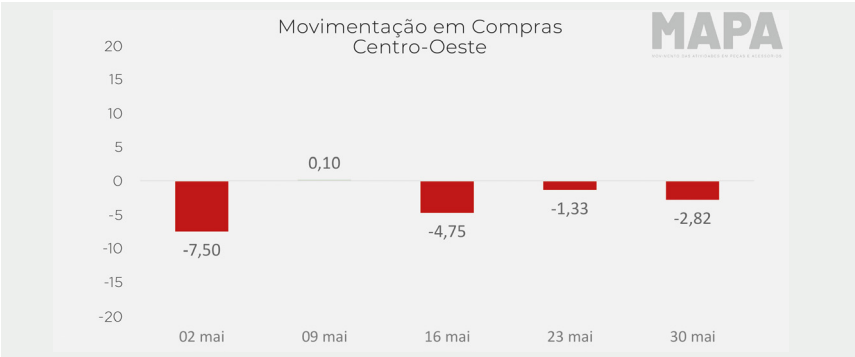
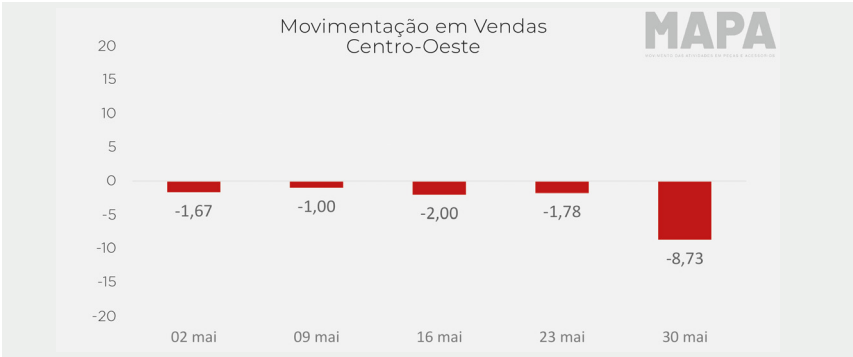
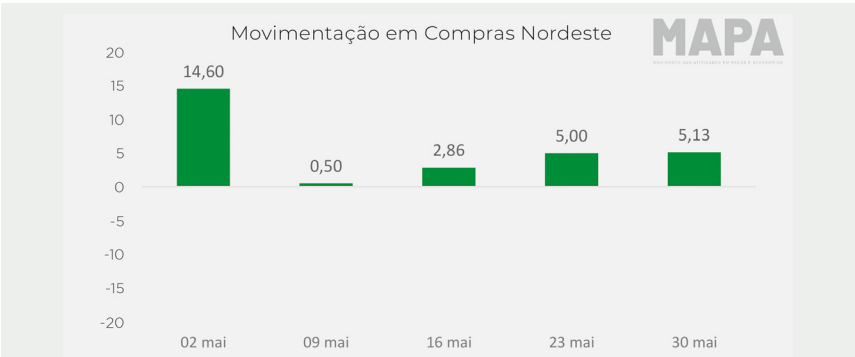
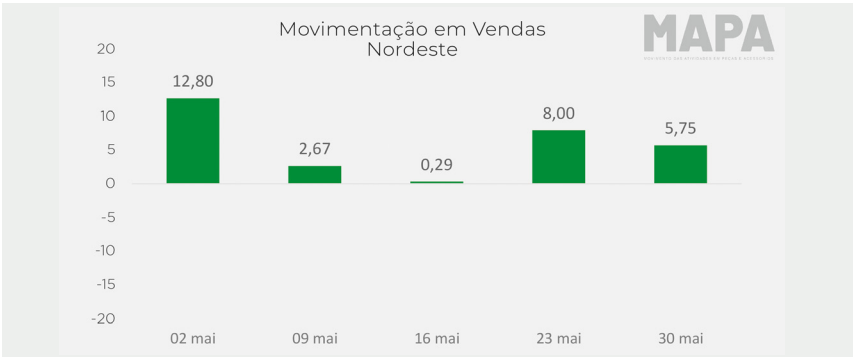
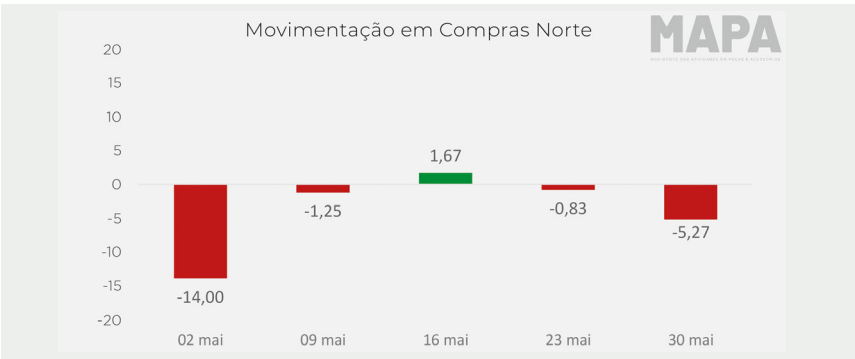
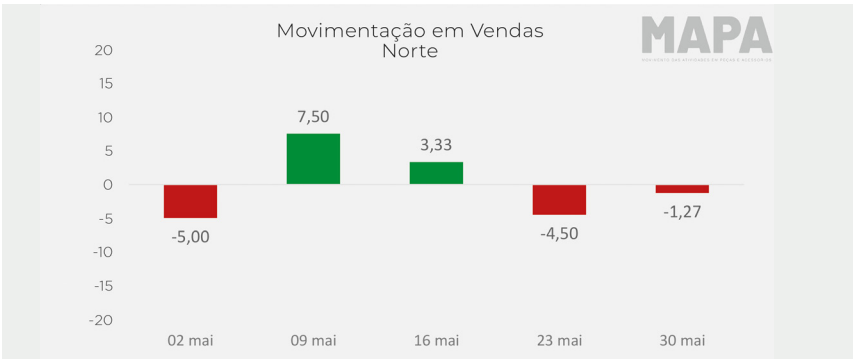
MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios

Semana de 26 a 30 de maio

A pesquisa MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios apura semanalmente o desempenho de vendas e compras do varejo de autopeças em todo o Brasil. O gráfico a seguir mostra que, após duas semanas em alta, as vendas acumulam agora duas quedas consecutivas. No período de 26 a 30 de maio, os pesquisadores do After.Lab apuraram recuo de -3,04% na média nacional. Nas cinco regiões do país, o desempenho de vendas foi o seguinte: -1,27% no Norte; 5,75% no Nordeste; -8,73% no Centro-Oeste; -5,43% no Sudeste; e -2,61% no Sul. As vendas mantiveram-se estáveis para 37% dos

entrevistados, enquanto 23% compraram mais e 41% compraram menos. As compras por parte do varejo para repor estoques repetiram a trajetória das vendas, com duas altas e duas quedas, fechando a semana em análise com média nacional de -3,47%. Os índices regionais de compras apurados pelo After.Lab mostraram -5,27% no Norte; 5,13% no Nordeste; -2,82% no Centro-Oeste; -4,22% no Sudeste; e -9% no Sul. Para 35% dos entrevistados, não houve variação no volume das compras realizadas na semana, enquanto 22% compraram mais e 43% reduziram as compras.



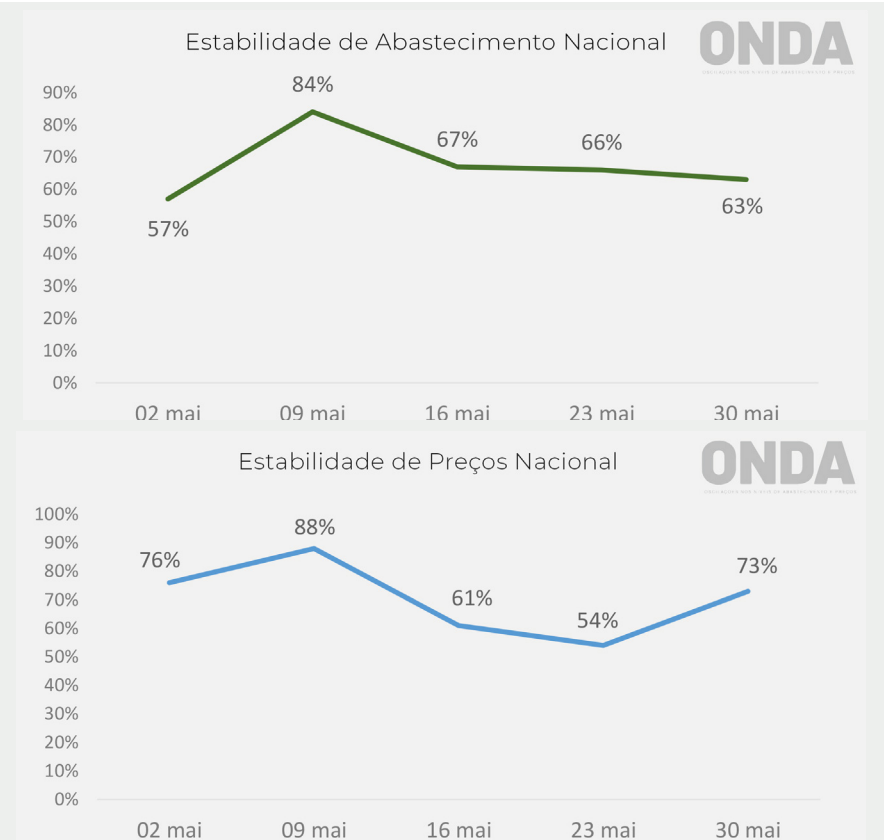
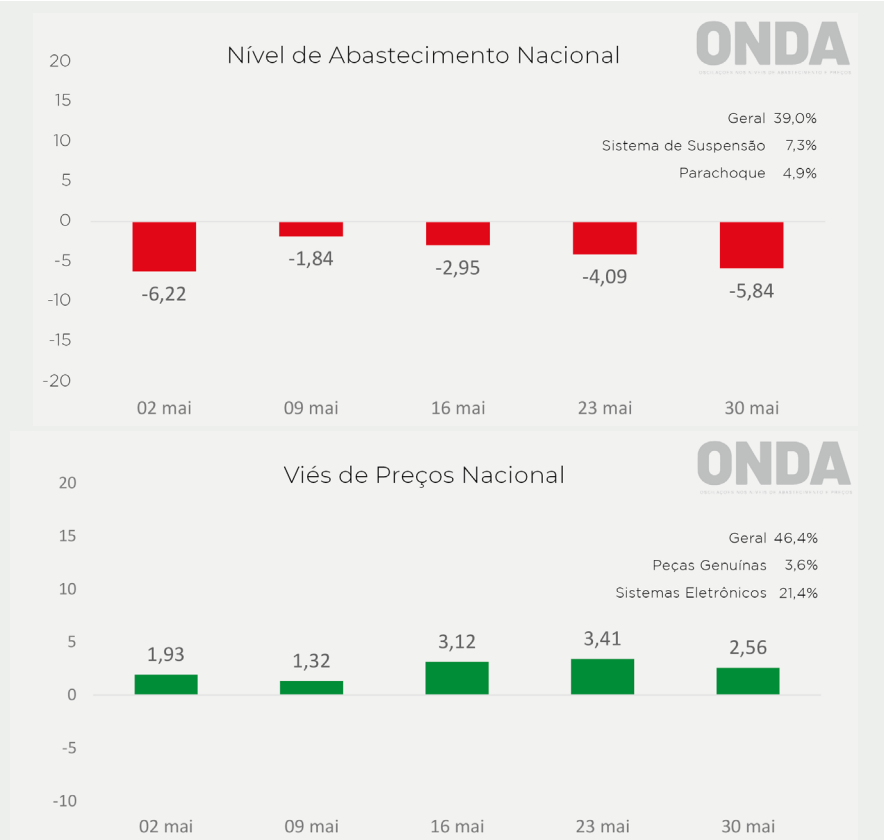


ONDA - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços

Semana de 26 a 30 de maio

A pesquisa ONDA traz as Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços no varejo de autopeças. Na semana em análise, a média nacional de abastecimento manteve a estabilidade negativa verificada desde o início da série histórica da pesquisa, fechando aqui com índice de -5,84%. Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do país trazem os seguintes resultados: -4,09% no Norte; -3,38% no Nordeste; -2,27% no Centro-Oeste; -7,57% no Sudeste; e -5,89% no Sul. Itens em geral lideram o ranking da falta de produtos com 39% das respostas, seguidos por sistemas de suspensão, com 7,3%, e parachoques, aparecendo pela primeira vez no estudo, com 4,9%. A variação dos preços para o varejo continua refletindo uma trajetória inflacionária, com alta de 2,56% na média nacional. Importante lembrar que esse índice

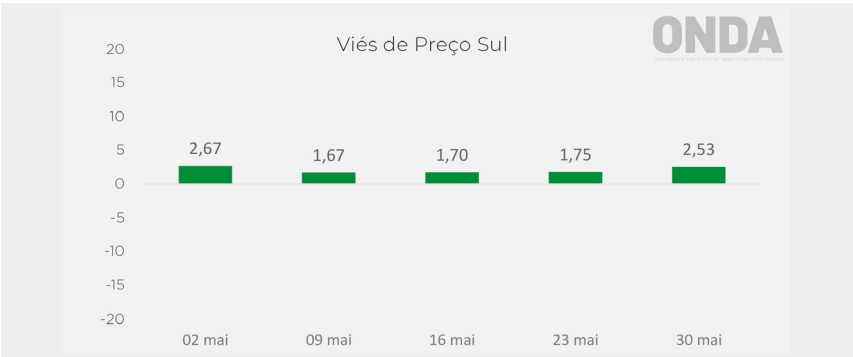
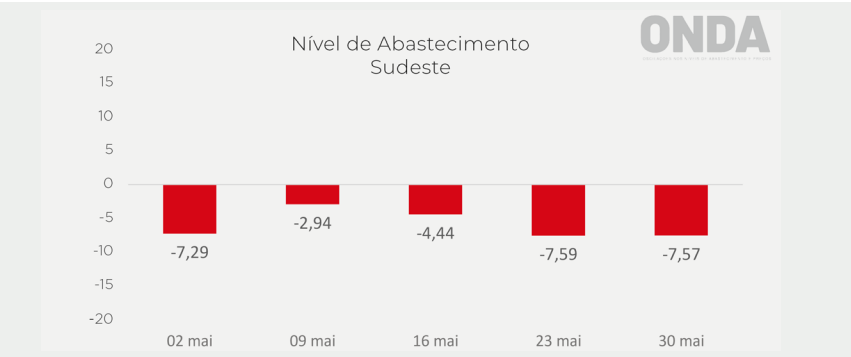
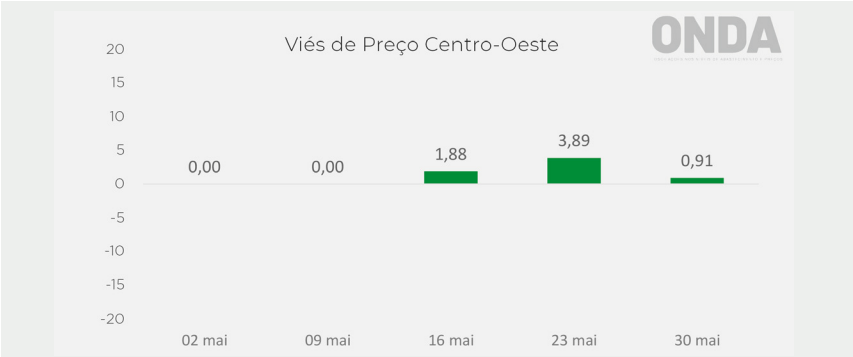
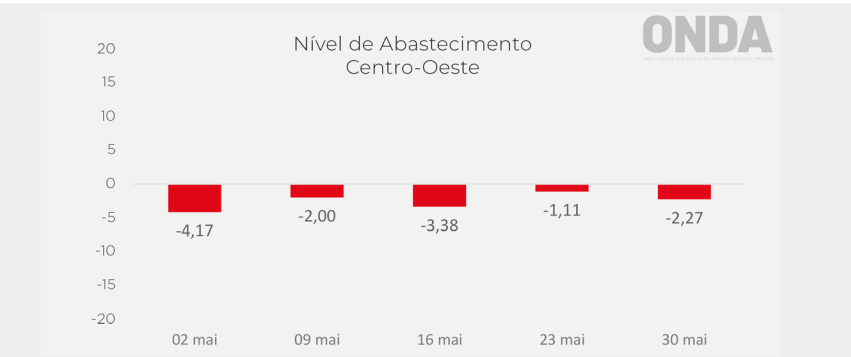
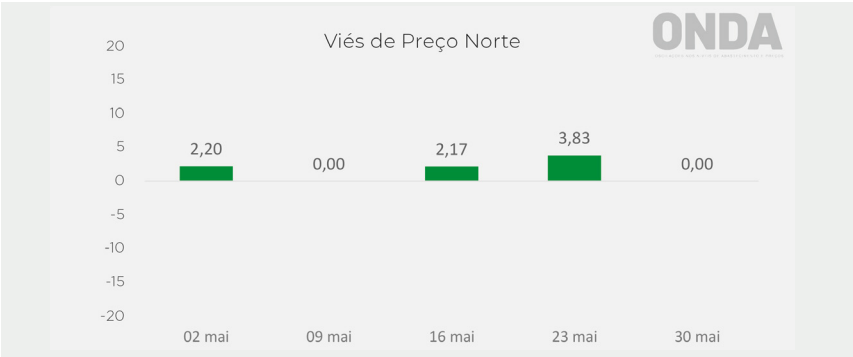
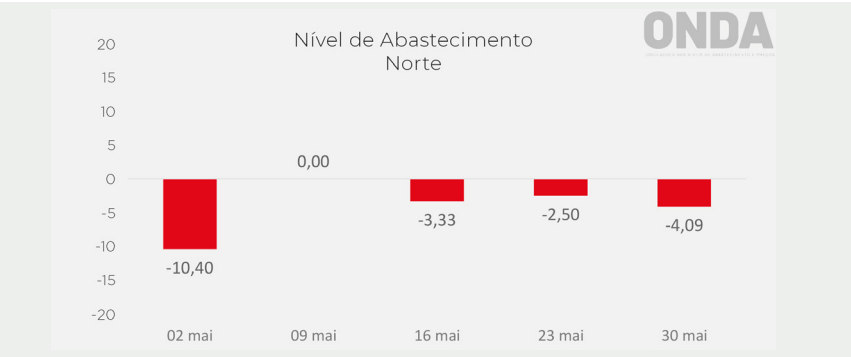
reflete uma percepção dos entrevistados na semana, indicando apenas um viés. Não é cientificamente correto somar as variações apontadas semanalmente para encontrar uma inflação geral média. Para isso, seria necessário estabelecer uma metodologia específica com cesta de produtos e ponderações. A percepção regional da variação nos preços foi a seguinte na semana em análise: variação zero no Norte; 4,44% no Nordeste; 0,91% no Centro-Oeste; 2,5% no Sudeste; e 2,53% no Sul. Os itens em geral responderam por 46,4% das citações dos varejos quanto à alta nos preços, seguidos por peças genuínas, com 3,6%, e componentes para sistemas eletrônicos, com 21,4. A estabilidade no abastecimento caiu de 66% para 63% dos entrevistados. Em relação aos preços, a curva de estabilidade subiu de 54% para 73% dos varejos ouvidos.



ONDA

Realização:
 AFTER.LAB

Apoio:
 NAKATA®



META traz os itens genuínos mais comprados e as montadoras mais admiradas por lojas e oficinas

Continuamos a divulgação dos resultados relativos ao segundo semestre de 2024 apurados pela pesquisa META - Montadoras em Estatísticas e Tendências no Aftermarket. O estudo, realizado pelo After.Lab – o núcleo de inteligência de negócios do Aftermarket Automotivo – investiga o consumo de autopeças genuínas por parte de reparadores e varejistas do mercado independente de manutenção veicular. Você pode consultar as informações divulgadas em edições anteriores acessando novovarejoautomotivo.com.br/edicoes.

A lista de peças genuínas de montadoras mais compradas, indicada na tabela a seguir, é diversa e, por isso, citaremos apenas os 10 itens que lideraram o consumo. Nas oficinas, os itens mais comprados são enquadrados na categoria GERAL, seguida pelos amortecedores, enquanto no varejo, os óleos lubrificantes assumem o topo da tabela, ficando os itens classificados como GERAL na segunda colocação. Os entrevistadores do After.Lab também perguntaram a varejistas e reparadores quais as montadoras que mais admiram, resultando no ranking apresentado pela tabela a seguir.

Tabela 1

Quais itens você mais compra de peças das montadoras?			
OFICINA		VAREJO	
PRODUTO	%	PRODUTO	%
GERAL	16,84	ÓLEO LUBRIFICANTE	19,13
AMORTECEDORES	7,77	GERAL	12,57
VELAS DE IGNIÇÃO	6,99	AMORTECEDORES	8,47
PASTILHAS DE FREIO	6,22	CORREIAS	6,28
SENSORES	6,22	FILTROS	5,74
ÓLEO LUBRIFICANTE	5,96	VELAS	5,46
SUSPENSÃO	5,70	COMPONENTES DE MOTOR	4,10
CORREIAS	5,44	SENSORES	3,83
FILTROS	4,66	SUSPENSÃO	3,01
COMPONENTES DO MOTOR	3,63	PASTILHAS DE FREIO	2,73

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

Fonte: After.Lab

Tabela 2

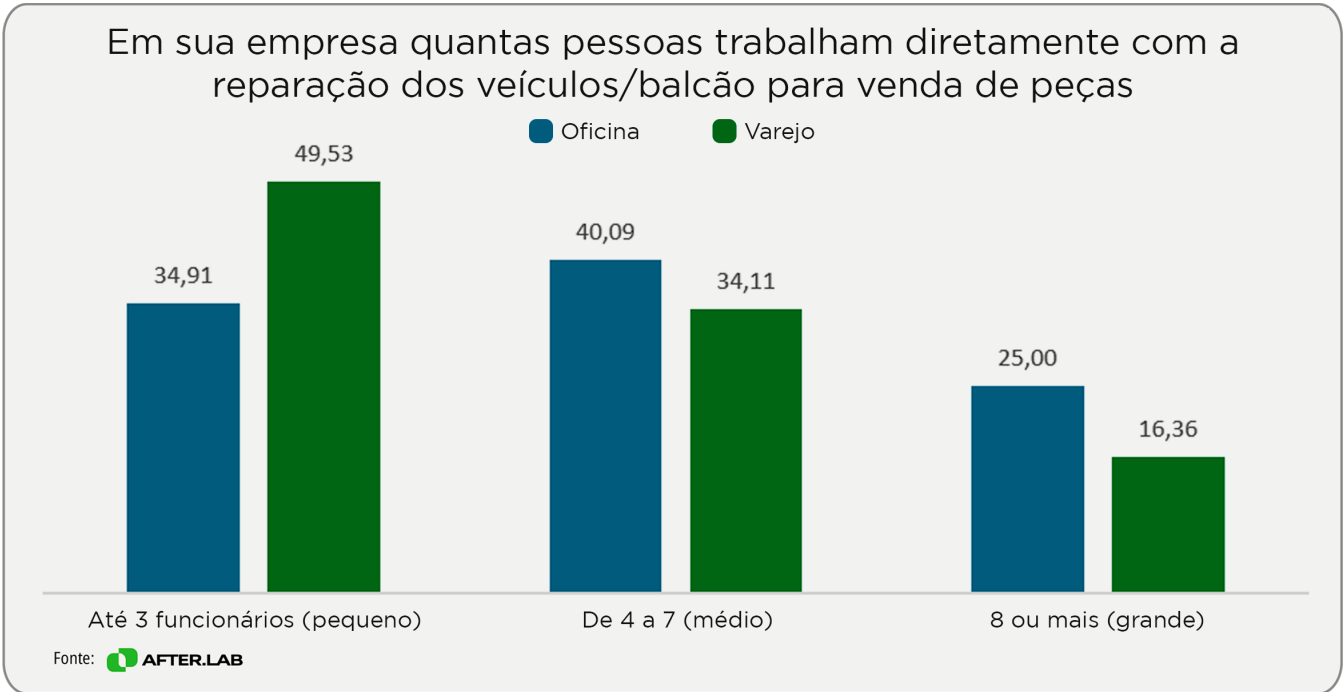
Qual montadora você mais admira?			
OFICINA		VAREJO	
PRODUTO	%	PRODUTO	%
TOYOTA	22,84	FIAT	21,96
CHEVROLET	15,09	NÃO SABE	18,69
VOLKSWAGEN	14,66	CHEVROLET	15,89
NÃO SABE	13,36	VOLKSWAGEN	14,02
FIAT	11,64	TOYOTA	8,88
HONDA	5,17	HONDA	7,01
RENAULT	4,74	FORD	4,67
MERCEDES-BENZ	2,59	RENAULT	2,34
JEEP	2,16	HYUNDAI	0,93
FORD	1,72	JEEP	0,93
MITSUBISHI	1,29	MERCEDES-BENZ	0,93
NISSAN	1,29	MITSUBISHI	0,93
HYUNDAI	0,86	BMW	0,47
PEUGEOT	0,86	BYD	0,47
BMW	0,43	JAC MOTORS	0,47
NENHUMA	0,43	MERCEDES-BENZ	0,47
NÃO TRABALHA	0,43	NISSAN	0,47
PORSCHE	0,43	SEM RESPOSTA	0,47

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

Fonte: After.Lab

Por fim, como informação complementar, a pesquisa META apurou o porte das empresas entrevistadas segundo o número de profissionais dedicados à reparação dos veículos e ao atendimento no balcão, respectivamente. A classificação é feita como segue: até 3 funcionários = pequeno; 4 a 7 funcionários = médio; 8 ou mais funcionários = grande.

Gráfico 1



O MAIOR ACERVO DE INFORMAÇÃO
DO SEGMENTO EMPRESARIAL DA REPARAÇÃO

MAIS
AUTOMOTIVE

WWW.MAISAUTOMOTIVE.COM.BR

CONFIRA AS NOSSAS REDES SOCIAIS

LUPA mostra as cinco marcas mais comercializadas em lubrificantes e fluidos

Na série de resultados apurados pela pesquisa LUPA - Lubrificantes em Pesquisa no Aftermarket Automotivo, relativos ao segundo semestre de 2024, tratamos das linhas de lubrificantes e fluidos presentes no dia a dia da operação de lojas de autopeças e oficinas mecânicas. Você pode consultar as reportagens anteriores sobre o estudo nas edições digitais do Novo Varejo disponíveis no site novovarejoautomotivo.com.br/edicoes.

Todas as tabelas divulgadas se referem ao top 5 de marcas comercializadas em cada tipo de lubrificante/fluido. Devido ao maior volume comercializado, somente o óleo de motor está seccionado por porte do estabelecimento. Vemos a predominância de determinadas marcas no mercado, independentemente do tipo de lubrificante, como LUBRAX, MOBIL e PETRONAS. Especificamente para o fluido de freio, temos domínio da TRW VARGA

no varejo e nas oficinas. Ainda, à medida que aumenta a especificação do produto, observamos um maior contingente de entrevistados

que optam por não responder a pergunta, seja porque não sabem ou porque trabalham com o tipo de óleo especificado.

Tabela 1

Primeira Opção - Óleo de Motor (%)				
OFICINA				
MARCA	PEQUENO	MÉDIO	GRANDE	MEGA
MOBIL	15,6	20,0	16,4	28,3
PETRONAS	20,0	20,0	7,3	5,0
LUBRAX	2,2	15,6	7,3	11,7
IPIRANGA	2,2	15,6	7,3	10,0
SHELL	6,7	2,2	16,4	3,3
PERCENTUAL TOTAL	46,7	73,3	54,5	58,3
VAREJO				
MARCA	PEQUENO	MÉDIO	GRANDE	MEGA
MOBIL	14,3	10,0	14,8	19,6
LUBRAX	22,4	5,0	13,1	7,8
PETRONAS	14,3	17,5	14,8	9,8
IPIRANGA	12,2	15,0	8,2	9,8
TEXACO	4,1	7,5	6,6	5,9
PERCENTUAL TOTAL	67,3	55,0	57,4	52,9

Gráfico 1

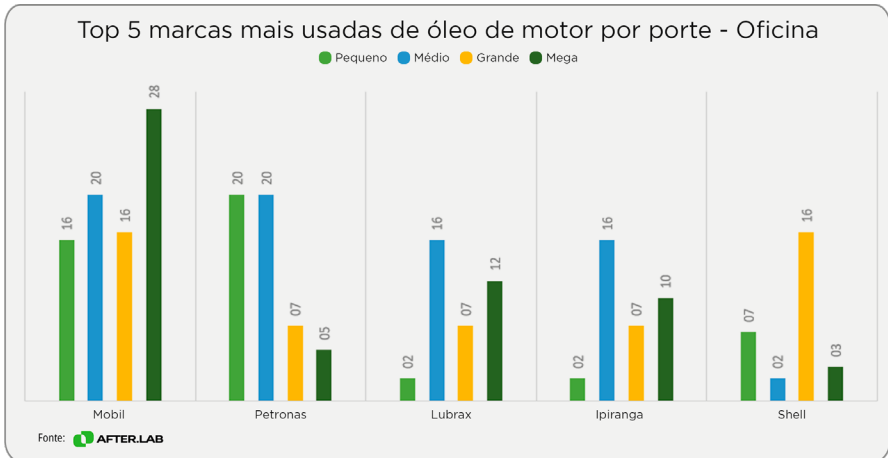
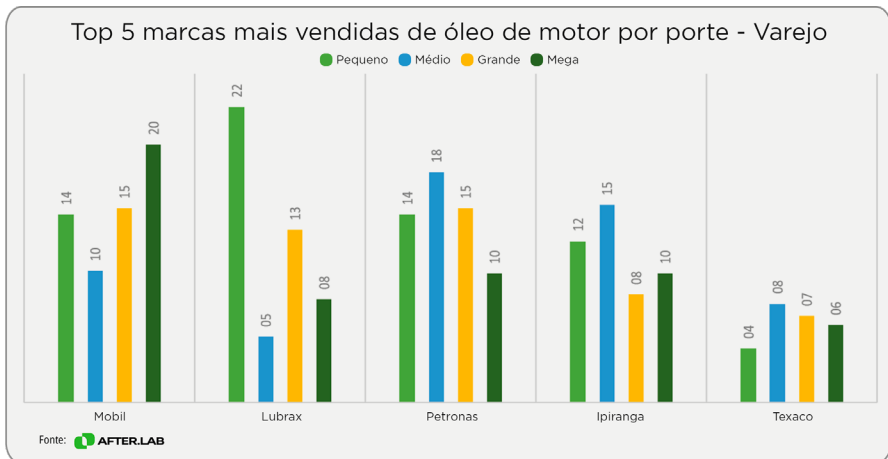


Tabela 2

Segunda Opção - Óleo de Motor (%)				
OFICINA				
MARCA	PEQUENO	MÉDIO	GRANDE	MEGA
PETRONAS	17,8	4,4	9,1	11,7
MOBIL	4,4	11,1	10,9	13,3
LUBRAX	8,9	11,1	16,4	5,0
SHELL	4,4	6,7	9,1	5,0
MOTUL	-	4,4	3,6	8,3
PERCENTUAL TOTAL	35,6	37,8	49,1	43,3
VAREJO				
MARCA	PEQUENO	MÉDIO	GRANDE	MEGA
LUBRAX	12,2	17,5	14,8	13,7
MOBIL	8,2	12,5	19,7	11,8
PETRONAS	10,2	2,5	8,2	9,8
IPIRANGA	16,3	7,5	6,6	3,9
CASTROL	4,1	2,5	8,2	3,9
PERCENTUAL TOTAL	51,0	42,5	57,4	43,1

Gráfico 2



Óleo de Transmissão

OFICINA		VAREJO	
PRIMEIRA OPÇÃO ÓLEO DE TRANSMISSÃO	%	PRIMEIRA OPÇÃO ÓLEO DE TRANSMISSÃO	%
SEM RESPOSTA	30,0	SEM RESPOSTAS	15,5
MOBIL	10,0	LUBRAX	11,7
LUBRAX	9,1	PETRONAS	6,7
PETRONAS	7,8	MOBIL	5,9
IPIRANGA	3,5	RADNAQ	5,0

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

Óleo de Diferencial

OFICINA		VAREJO	
PRIMEIRA OPÇÃO ÓLEO DE DIFERENCIAL	%	PRIMEIRA OPÇÃO ÓLEO DE DIFERENCIAL	%
SEM RESPOSTA	48,3	SEM RESPOSTA	35,1
LUBRAX	7,4	LUBRAX	10,0
MOBIL	5,2	PETRONAS	9,2
PETRONAS	4,8	RADNAQ	5,9
GT OIL	3,0	MAXON OIL	3,8
IPIRANGA	3,0	CASTROL	3,3

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

Fluido de Freio

OFICINA		VAREJO	
PRIMEIRA OPÇÃO FLUIDO DE FREIO	%	PRIMEIRA OPÇÃO FLUIDO DE FREIO	%
TRW VARGA	33,9	TRW VARGA	41,0
BOSCH	24,8	BOSCH	24,3
ATE	15,2	RADNAQ	12,1
RADNAQ	6,5	ATE	7,5
SEM RESPOSTA	4,3	TIRRENO	5,4
TIRRENO	3,5	SEM RESPOSTA	2,1

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

Portfólio After.Lab de Estudos de Mercado

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.**

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.**

Maior acervo de pesquisas em tempo real sobre o Aftermarket Automotivo



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.**



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.**





Foto: Shutterstock

Sustentabilidade é tema duas vezes mais associado à montadora chinesa

BYD dita a valsa dos carros elétricos no Brasil

Em 2024 a chinesa BYD apareceu pela primeira vez entre as dez marcas de automóveis mais comercializadas no varejo brasileiro. Em 7º lugar no ranking, ela registrou 6,7% de participação no mercado, empatada com Jeep e logo atrás da marca Honda. Os dados são da Federação Nacional dos Distribuidores de Veículos (Fenabreve) e a relevância das vendas não é uma conquista isolada da BYD, que iniciou a comercialização de seus modelos em 2022 e anunciou em 2024

que irá produzir localmente em fábrica na Bahia que já pertenceu a Ford.

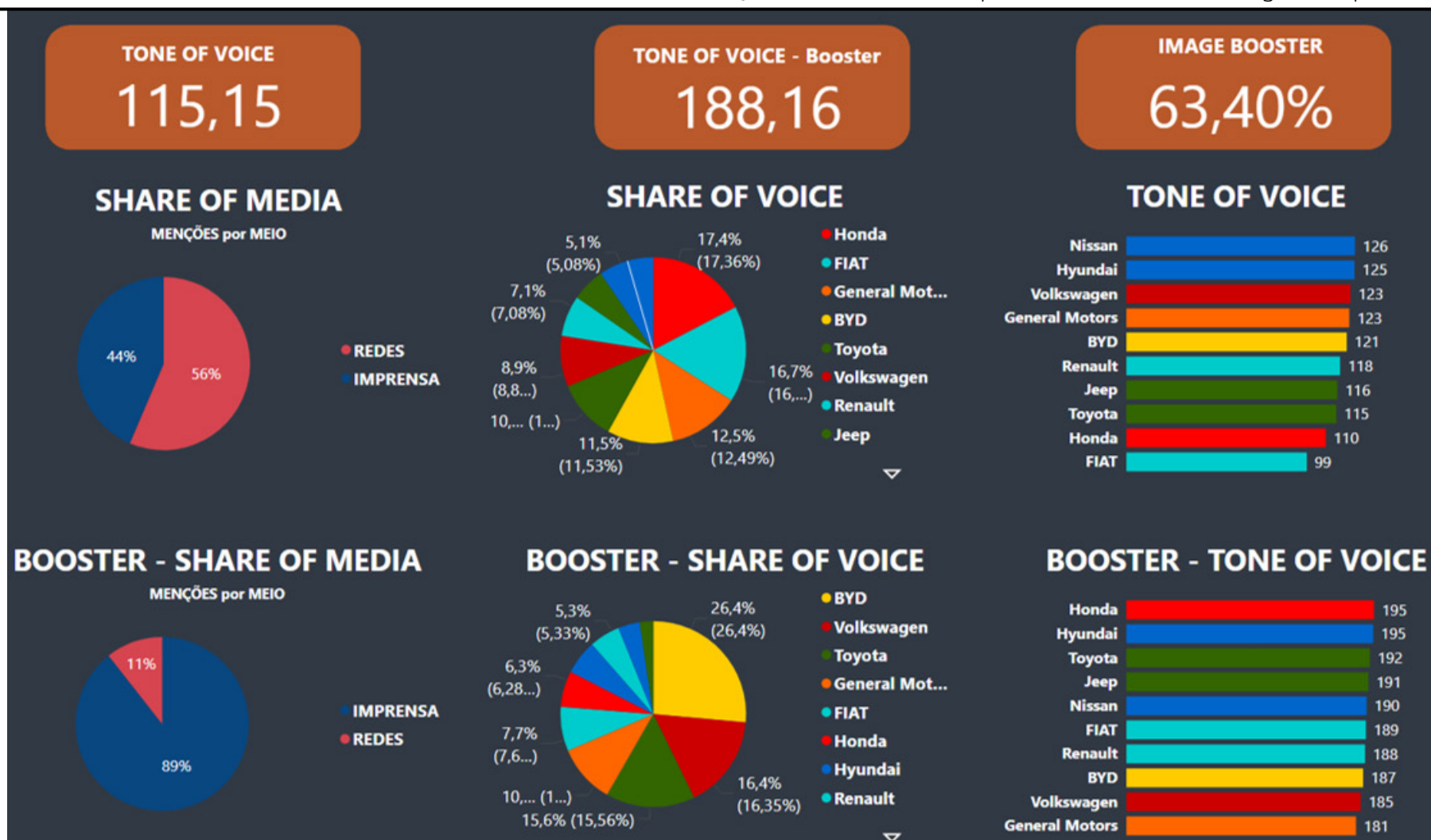
Estudo da consultoria Imagem Corporativa realizado entre abril de 2024 e março de 2025 quantificou e qualificou o espaço conquistado pelas dez marcas mais vendidas de automóveis no Brasil, por meio de rastreamento digital e identificou um especial protagonismo da BYD, obtido em apenas três anos de presença no país.

O levantamento foi realizado por meio do sistema proprietário IC-Image Booster. Ele

mede o impacto de determinados temas ou assuntos à exposição de marcas e empresas, veiculados tanto em plataformas de conteúdo noticioso quanto em mídias sociais. A coleta incluiu mais de 1,5 milhão de menções a diferentes marcas.

Na métrica de **Share of Voice** digital do IC-Image Booster (que mede a exposição total em conteúdo noticioso e redes sociais), a BYD registrou 12% de participação no período, patamar que lhe garantiu a terceira colocação

– atrás apenas de Fiat e Honda (ambos com 17%) e no mesmo nível de General Motors (também com 12%). E quando se verifica a correlação das marcas com um tema nobre como sustentabilidade (assunto que aumenta a imagem positiva das empresas em 63%, segundo o IC Image Booster), os chineses assumem a ponta com 26% de participação. Ou seja, dez pontos percentuais de diferença para as segundas colocadas Toyota e Volkswagen, ambas com 16% cada.



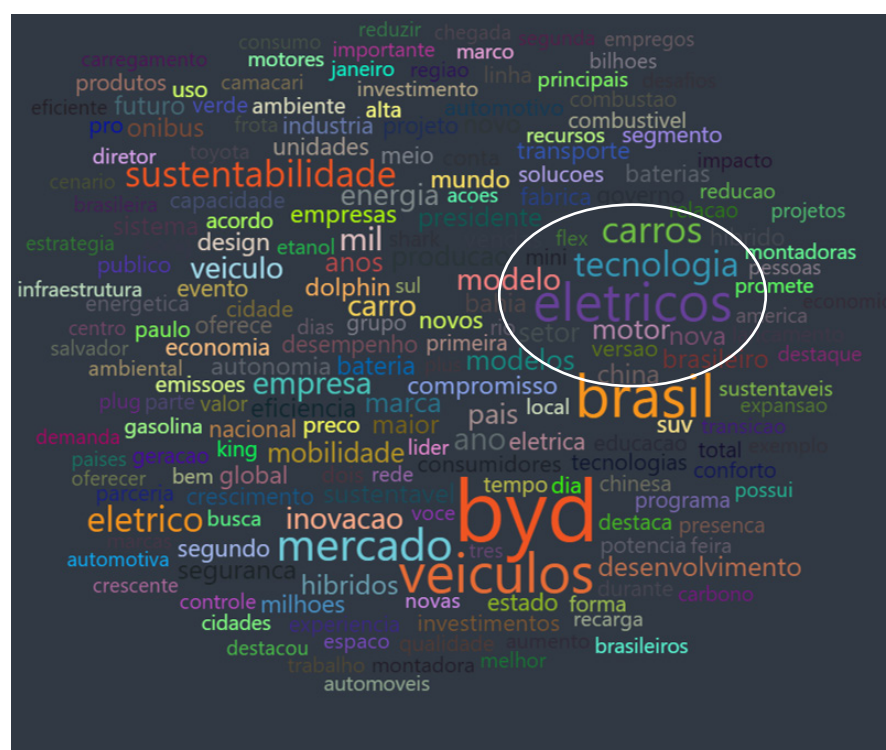
IC Image Booster (Abril 2024 /Março 2025) – comparação do total com os resultados de booster sobre sustentabilidade

Apesar de melhorar os escores de **Tone of Voice** (índice de zero a 200, que mede saldo de imagem positiva) de todas as marcas e garantir maior mediação do jornalismo profissional (participação da imprensa na comunicação dobra de 44% para 89%), o tema “sustentabilidade” está presente em apenas 2,80% da comunicação das Top 10 em vendas. No entanto, para se compreender o posicionamento de BYD, filtrando-se apenas os dados da marca, percebe-se que “sustentabilidade” tem mais que o dobro

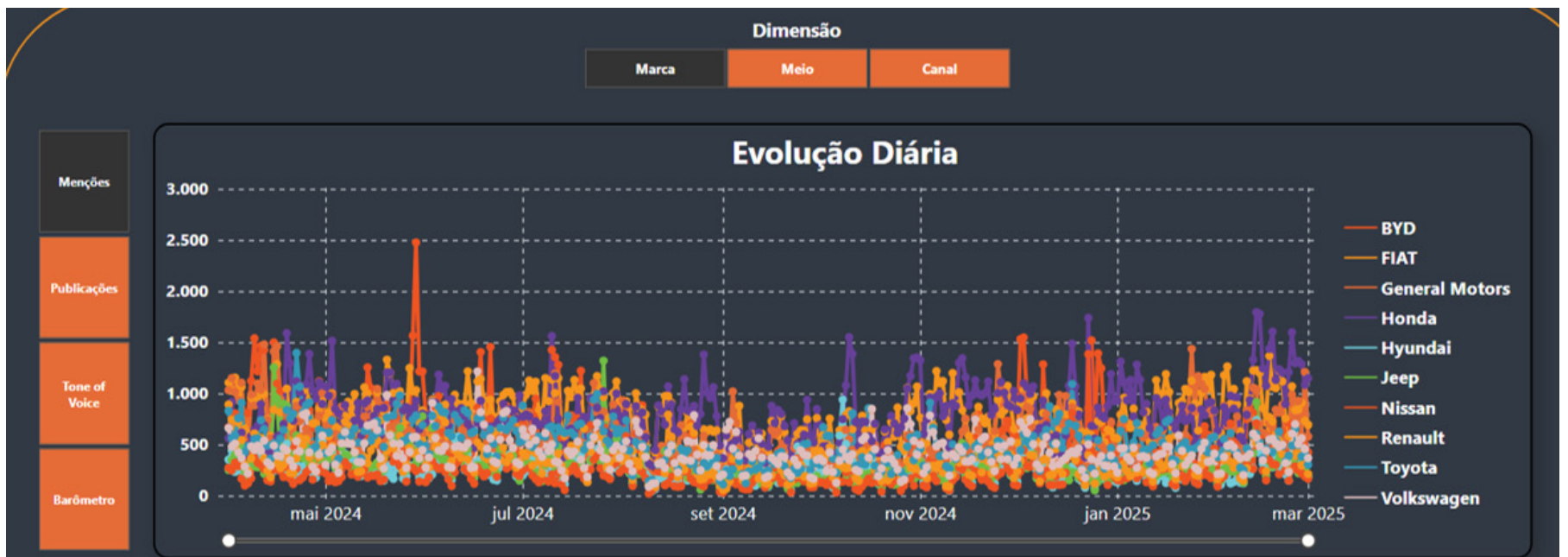
de share na comunicação da chinesa em comparação com a média geral (6,37% contra 2,80%, respectivamente).

A correlação fica mais evidente quando se percebe o pico de menções à empresa ao longo do tempo. Em junho de 2024, a chegada de um navio gigante, com mais de 5 mil carros da marca, foi o gancho para BYD enfatizar soluções de mobilidade verde e tecnologia sustentável no Brasil.

Em dezembro, o tema foi contemplado pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva, quando recebeu CEO da



IC Image Booster – Território Semântico BYD 2024/2025



IC Image Booster – evolução de menções ao longo do tempo

empresa: “É um marco para o Brasil. A BYD traz empregos, tecnologia e sustentabilidade, demonstrando a força da nossa parceria com a China”.

Até mesmo o desempenho da concorrência no **Share of Voice** é, em parte, reação ao avanço progressivo das marcas chinesas no mercado – percebem-se picos de menção às japonesas Honda e Nissan, por exemplo, entre final do ano passado e início deste ano, em função da tentativa frustrada de fusão das duas empresas como estratégia para enfrentar, entre outras questões, o avanço do portfólio elétrico apoiado por Pequim.

A decisão da Stellantis em trazer para o Brasil a Leapmotor, marca chinesa de veículos elétricos sobre a

qual mantém participação acionária, também reforça a tese desses movimentos de mercado que, pelo vai e vem, lembram mais os passos de uma valsa ainda a ser ensaiada.

Até aqui BYD dita o ritmo, mas há vários capítulos à frente. Um deles diz respeito à implantação, na prática, do programa Mover, acordo entre o governo brasileiro e as montadoras que prevê estimular investimentos das diferentes marcas em pesquisa e desenvolvimento, eficiência energética e limites mínimos de reciclagem na fabricação de veículos, em troca de créditos oficiais para compensar os fabricantes.

Outra variável diz respeito à posição da Associação Nacional dos Fabricantes de

Veículos Automotores (Anfavea) que sobe o tom junto ao governo federal para obter uma antecipação do aumento da tarifa para importação de carros elétricos no Brasil, hoje em 18%. Pela regra atual, essa tarifa deve subir para 35% em julho de 2026, mas a Anfavea se mostra preocupada com o grande volume de estoques de modelos chineses chegando ao Brasil, ao mesmo tempo em que acusa as marcas do país asiático da prática de dumping, gerando assim uma concorrência supostamente desleal no mercado nacional.

E são justamente os modelos elétricos que proporcionam o atual protagonismo da BYD. O segmento avançou 89% em vendas em 2024 em comparação com o ano

anterior, saindo das 94 mil unidades para as 177 mil unidades.

No primeiro trimestre de 2025 a tendência se mantém e a evolução é de 10% em relação a igual período do ano passado. Ao se incluir os híbridos na conta, o crescimento alcança 40%.

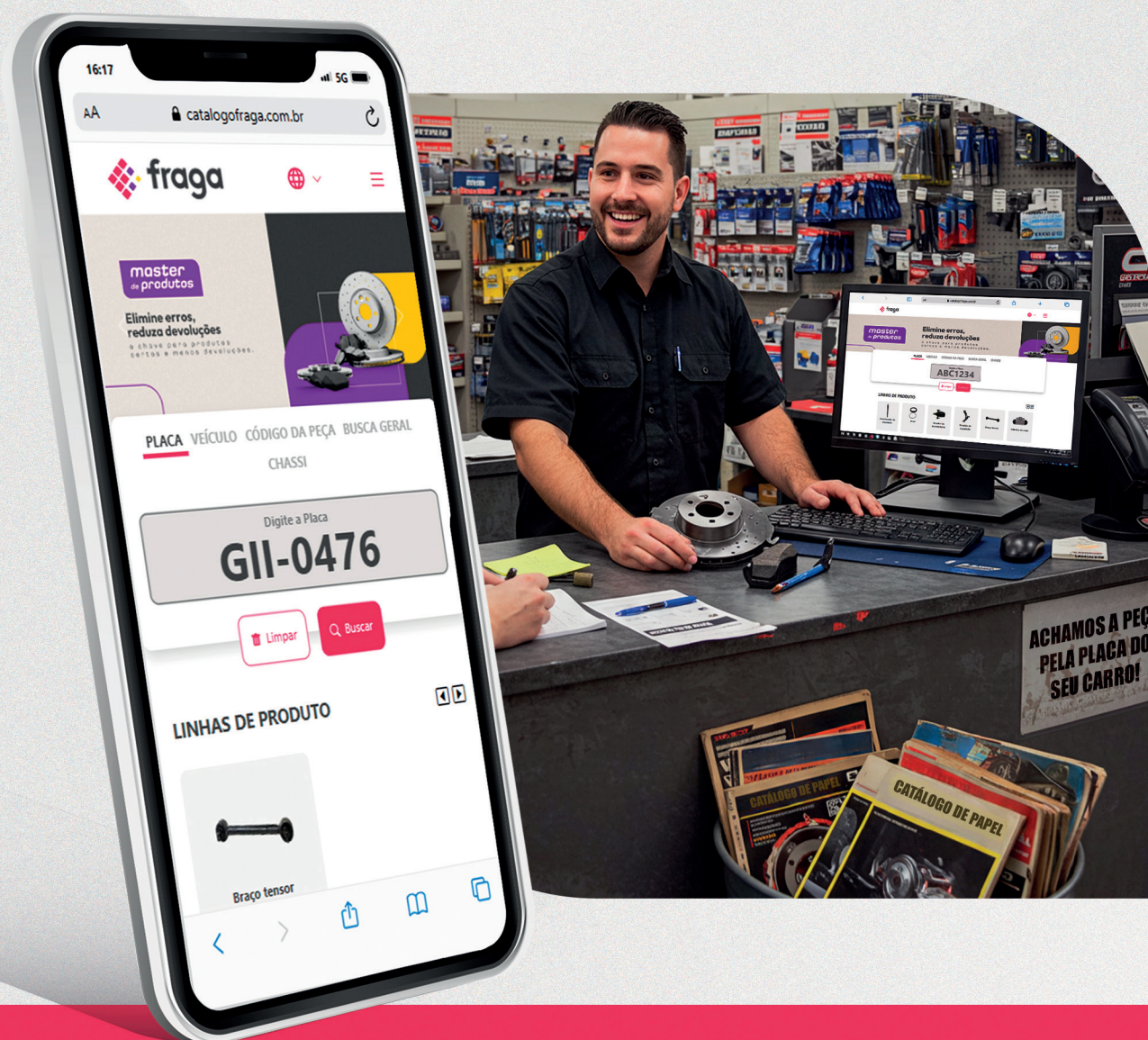
Dos 10 modelos mais vendidos no segmento em 2024, cinco são da chinesa BYD, inclusive os dois líderes do ranking – Dolphin Mini e Dolphin – que, somados, superam em aproximadamente seis vezes o terceiro colocado, Ora 03 da GWM. Entre os híbridos, o início deste ano traz a ascensão de modelos da FIAT, como Pulse e Fastback, que impulsionam o desempenho da marca italiana na categoria de veículos eletrificados.

PEÇA PELA PLACA!

Encontre a peça certa
pela placa do veículo.

A tecnologia da Fraga conecta você ao futuro do aftermarket com confiança, agilidade, precisão e segurança.

Somos líderes porque transformamos dados em soluções que movem o setor.



Escaneie o QR code
ao lado e saiba mais

Fraga.com.br
(19) 97118-1895

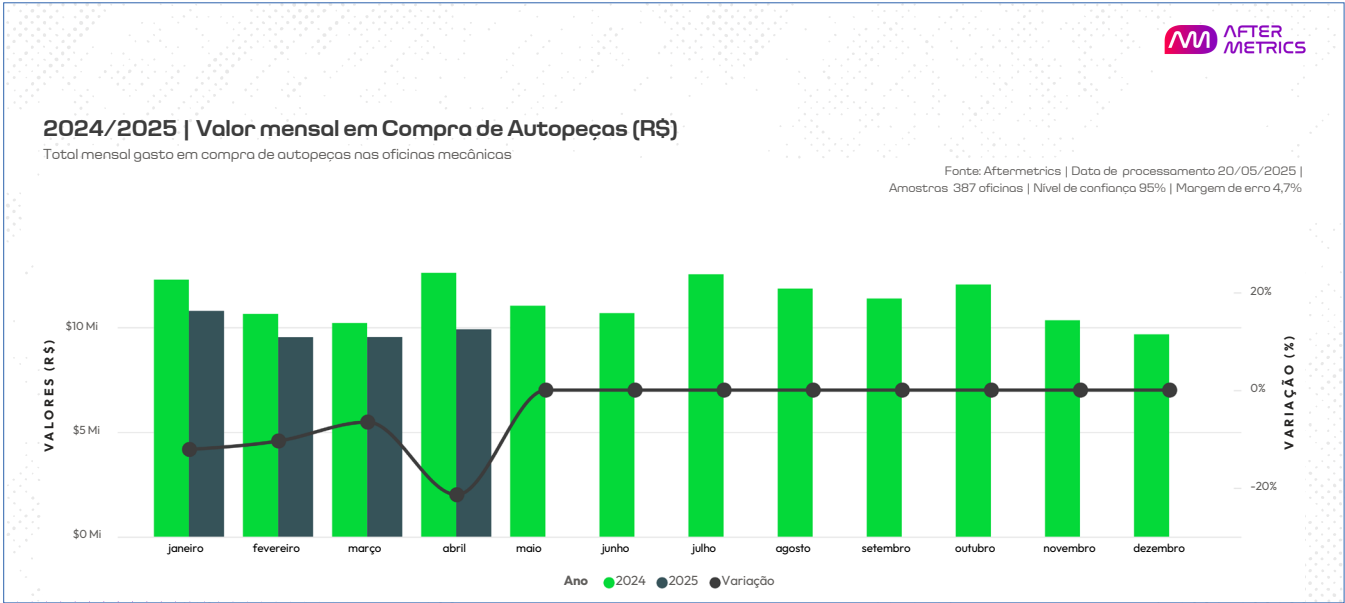
Conheça nossas redes sociais:



fraga

Desafios e Perspectivas para o Mercado de Reposição de Autopeças em 2025

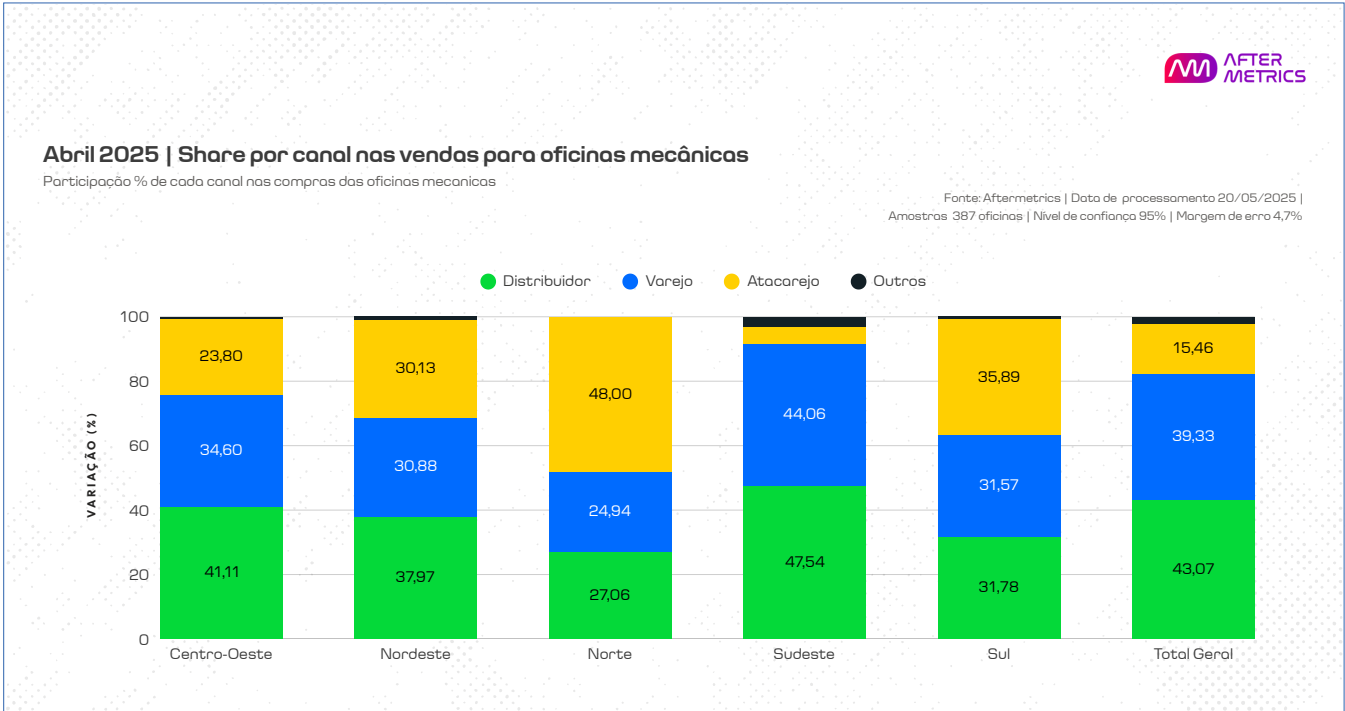
O ano de 2025 tem se mostrado desafiador para os profissionais do mercado de reposição independente de autopeças. Após um 2024 encerrado com crescimento positivo médio de 8,34% no geral e 7,68% na linha leve, a expectativa dos tomadores de decisão era de mais um ciclo de forte expansão. No entanto, os primeiros quatro meses do ano revelaram um cenário menos otimista. Os resultados iniciais têm levado muitos agentes comerciais a revisarem suas metas e, consequentemente, reduzirem o entusiasmo em relação ao desempenho esperado até dezembro. Segundo relatório da AfterMetrics — empresa de estatísticas vinculada ao grupo Fraga Inteligência Automotiva — o mercado de reposição apresentou retração de 6,84% em valores correntes no primeiro trimestre de 2025, quando comparado ao último trimestre de 2024. Sob a ótica do volume de peças, a queda foi menos acentuada: 2,31% em relação ao trimestre anterior e 3,27% na comparação com o mesmo período de 2024. A diferença entre o desempenho em valores e em volume

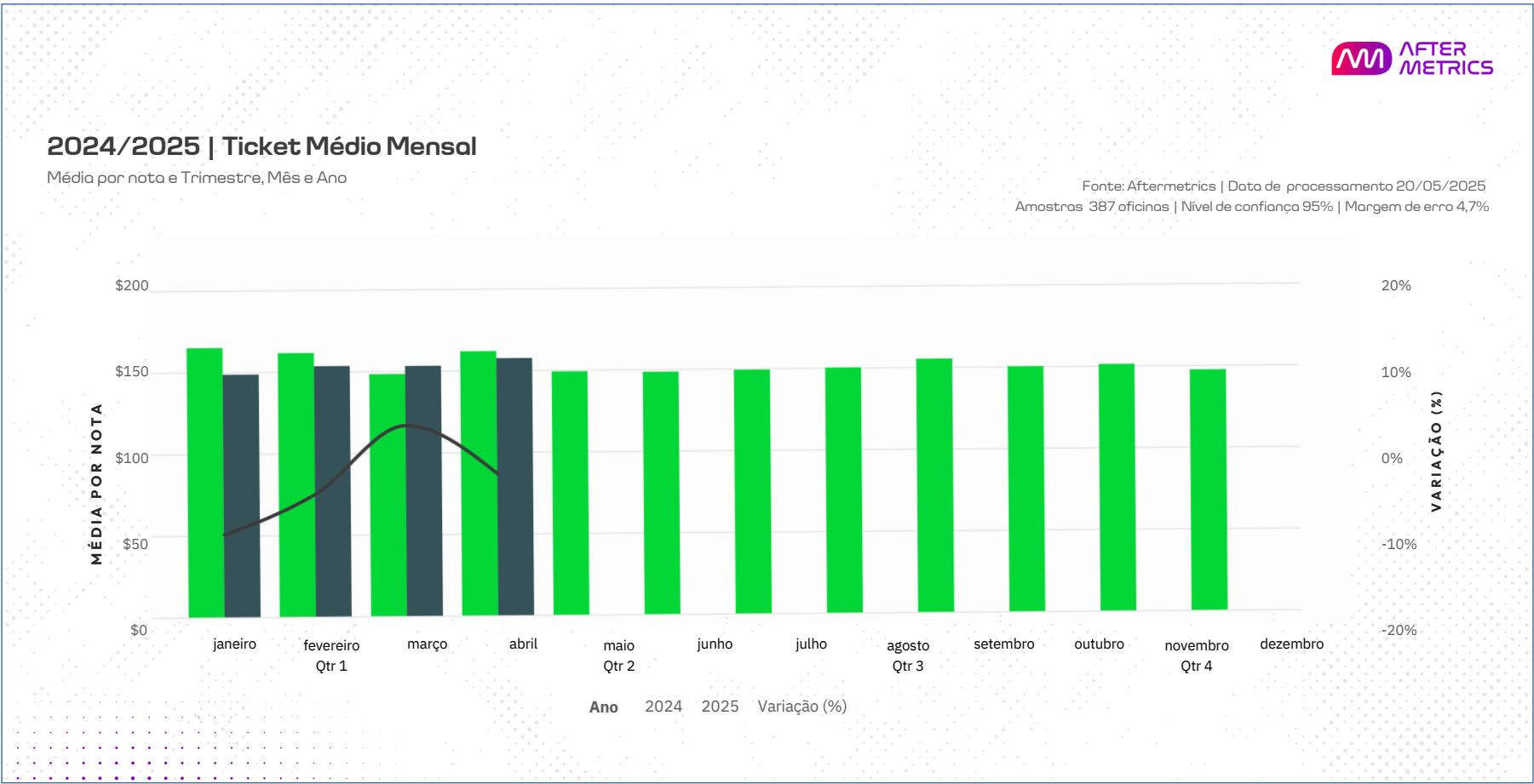


indica que, diante das condições econômicas atuais, o consumidor está postergando manutenções e optando por soluções mais econômicas. Isso se reflete tanto na

escolha de canais de abastecimento — intensificando o chamado "conflito de canais" — quanto na preferência por marcas de menor custo, o que naturalmente eleva a competição baseada em preço.

Esse movimento é especialmente visível em contextos de maior pressão econômica, nos quais tanto reparadores quanto consumidores tendem a priorizar o custo, mesmo que isso implique



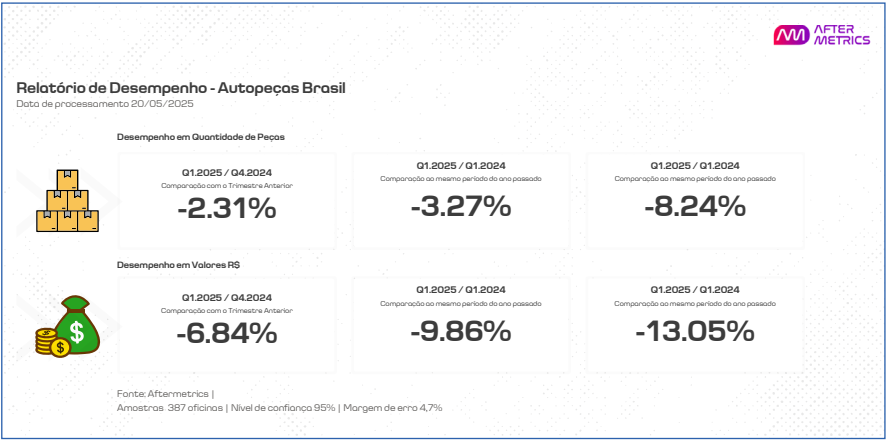


abrir mão de conveniência ou qualidade no atendimento. Ainda de acordo com a pesquisa da AfterMetrics, em abril o canal de Distribuição respondeu por 43,07% das vendas em reais para oficinas e centros automotivos da amostragem. O varejo tradicional participou com 39,33% e o canal de “ataca-rejo” representou 15,46%. O cenário atual, ao menos por ora, não aponta para uma recuperação nos próximos meses. O mesmo relatório revela que, entre janeiro e abril de 2025, apenas o mês de março apresentou um ticket médio superior ao registrado em 2024 para as

manutenções realizadas. Vários fatores ajudam a explicar esse desempenho: o baixo dinamismo da atividade econômica, o aumento nas vendas de veículos novos (que reduz a demanda por manutenção), o alto custo dos combustíveis e a consequente redução no uso dos automóveis estão entre os principais entraves ao crescimento do setor. Mais do que nunca, este é um momento que exige resiliência, criatividade e capacidade de adaptação por parte de todos os agentes do mercado de reposição. Embora os indicadores atuais apontem

para um cenário de cautela, é justamente em tempos desafiadores que surgem oportunidades de diferenciação e fortalecimento. Investir em eficiência operacional, estreitar o relacionamento com clientes e parceiros, além de compreender com profundidade as

novas dinâmicas de consumo, pode ser decisivo para transformar obstáculos em caminhos sustentáveis de crescimento ao longo do ano. Quer acessar o relatório da íntegra? entre em contato com a aftermetrics através do e-mail: social@aftermetrics.com.br



Solução para crise no transporte rodoviário de carga passa por mais fiscalização

Estudo da CNI mostra que falta de fiscalização gera excesso de oferta e ociosidade na frota de caminhões. Empresas de frete e motoristas autônomos respondem hoje por 2,3 milhões de veículos no Brasil

O transporte rodoviário de carga vive uma crise sem precedentes no Brasil. O aumento na quantidade de transportadores, tanto de autônomos quanto de empresas, levou ao acirramento da concorrência que, em um contexto de queda da demanda e falta de fiscalização, resulta em uma grande ociosidade na frota de caminhões. A situação do setor se agravou com a recessão na economia e chegou a um nível tão crítico de desequilíbrio entre oferta e demanda que há casos de valores de frete praticados abaixo do custo operacional dos transportadores.

Na avaliação da Confederação Nacional da Indústria (CNI), a solução para o problema passa pela remoção das distorções existentes no mercado, por meio de maior rigor na aplicação das leis e normas que regulam essa atividade.

A CNI defende que o poder público exerça com eficiência a fiscalização sobre a atividade de transporte, a fim de eliminar fatores

que afetam negativamente o funcionamento do mercado e que permitem transportadoras menos eficientes a permanecerem em operação, embora de forma precária. Para a CNI, é preciso que as autoridades públicas intensifiquem a verificação do peso dos caminhões, combatam a sonegação de impostos e implantem a inspeção técnica de veículos, como previsto no Código de Trânsito Brasileiro (CTB), de 1997.

Não se trata de determinar a inspeção anual de toda a frota de veículos comerciais, o que inviabilizaria o procedimento ou o tornaria mera formalidade, mas sim estabelecer periodicidades diferenciadas, com intervalos decrescentes de acordo com a idade do veículo”, destaca o estudo inédito da CNI Transporte Rodoviário de Carga (TRC): características estruturais e a crise atual.

De acordo com o estudo, as distorções do setor ficam acentuadas nos mercados mais competitivos, em razão da existência de

transportadores atuantes no mercado dispostos a aceitar fretes significativamente mais baixos do que os praticados no mercado. O trabalho revela que o impacto da crise sobre

o setor é ampliado pelos encargos assumidos pelos caminhoneiros em função de dívidas contraídas para a compra de veículos, bem como pela elevação de custos resultante das



*Dados da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT)

alterações na regulamentação da profissão de motorista, que reduziu o tempo máximo de direção e alterou as condições de trabalho. A expansão da oferta nos últimos anos, induzida pelos incentivos governamentais concedidos à venda de veículos comerciais, em conjunto com a forte contração da demanda decorrente da queda na atividade econômica, resultaram em um significativo desequilíbrio entre oferta e demanda nos mercados de transporte rodoviário de carga”, afirma o gerente-executivo de Infraestrutura da CNI, Wagner Cardoso.

Barreiras

O estudo aponta que a inexistência de barreiras à entrada no mercado – que não requer escalas e investimentos elevados – e a ampla possibilidade de recuperação dos investimentos realizados limitam a margem de lucros das empresas e dificultam a eliminação de operadores ineficientes. Apesar de não caber intervenção do poder público para regular a concorrência desse mercado, deve-se aumentar a fiscalização quanto à qualidade do serviço com o enfoque da defesa do consumidor. “É

exatamente a ineficácia dos mecanismos de mercado que impede que os transportadores menos eficientes e que não obedecem a legislação sejam eliminados”, diz o trabalho da CNI. A possibilidade levantada de se criar uma tabela para fixar valores de frete não é apoiada pela CNI, entre outras razões pelo fato de que, na avaliação da confederação, não resultará em efetividade para o setor. “A proposta de tabelamento do frete, além de infringir preceito constitucional, por se contrapor ao princípio da livre-iniciativa, é ineficaz, na medida em que não corrige o problema de excesso de oferta de caminhões no mercado causado pela falta de fiscalização”, alerta o estudo.

Números

De acordo com os dados mais recentes sobre o setor de transporte de carga, 582 mil caminhões têm idade superior a 20 anos. A frota das empresas transportadoras de carga (ETCs) tem em média 10,3 anos, enquanto a dos transportadores autônomos de cargas (TACs) possui média de 18 anos. Segundo números da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT), mais de 1 milhão de transportadores são registrados no país, sendo 919 mil autônomos e 188 de empresas. No entanto, a frota total de veículos dedicados ao transporte rodoviário de cargas é estimada em 2,3 milhões de caminhões (veja os detalhes no quadro da página 15 do estudo).

Pesquisa da NTC&Logística mostra que, em 2015, houve redução média de 9,5% no volume de carga transportada pelas empresas. O levantamento aponta que 11,3% dos veículos estão parados. Em relação aos preços praticados, 36% das empresas aumentaram o valor do frete, 28% não reajustaram e outras 36% concederam algum desconto. Os números revelam que 35% dos autônomos têm veículos próprios ainda não quitados e, como consequência, apresentam um nível de custo que os coloca em condições competitivas desfavoráveis. Os dados também destacam que 65% dos TACs não cumprem o tempo de descanso previsto na legislação. O percentual, no caso dos empregados de ETCs, é de 35%.

Propostas da CNI

- Maior fiscalização relativa ao cumprimento da Lei nº 13.103/2015, assegurando-se que seja observada não apenas pelas empresas transportadoras, mas também pelos autônomos;
- Intensificação da fiscalização do peso dos veículos de carga que trafegam nas rodovias federais, acelerando a implantação de novos postos de pesagem de veículos;
- Utilização das possibilidades abertas pela exigência de emissão do Conhecimento de

Transporte Eletrônico (CTe) no combate à sonegação de impostos;

- Implementação, em todo o país e para toda a frota comercial, da inspeção técnica de veículos, como determinado pelo CTB de 1997, com periodicidades diferenciadas e intervalos decrescentes de acordo a idade, tendo como consequência o cancelamento da inscrição no Registro Nacional de Transportadores Rodoviários de Cargas (RNTRC) do veículo não aprovado na inspeção e que não tenha se adequadado às normas no prazo que lhe for concedido.

**Produtos 2MC
é na Barros
Autopeças —
distribuição
eficiente e
portfólio de
qualidade
para quem vive
o aftermarket.**

Acesse nosso site ou fale
com a gente:



barros.com.br



**(19) 3805-7200
0800 009 7070**

