



novovarejo

a mídia do aftermarket **automotivo**

EDIÇÃO 473 ANO 32 01 DE AGOSTO DE 2025 NOVOVAREJOAUTOMOTIVO.COM.BR NVD - NOVO VAREJO DIGITAL

Mercado desacelera

Pesquisa MAPA apura sequência consistente de quedas no desempenho de vendas e compras do varejo de autopeças em todo o Brasil. Nossa reportagem investiga o conjunto de fatores que vêm impactando o Aftermarket Automotivo como um todo

Nhm[®]

N O V O 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 MOTOCICLISTAS

DIA-FRAG
UMA MARCA DA FRODO

DRIVEWAY
COMPONENTES DE
SUSPENSÃO E DIREÇÃO

Dynaflex

ERBS

FALCON

Fersa

FRASLE
MOTOCICLISTAS 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



Batendo cabeça num mundo em ebulição

A tarifa de 50% imposta por Donald Trump aos produtos importados do Brasil pelos Estados Unidos acabou atingindo algo entre 35% e 40% do total de nossas exportações ao país. Pode até haver gatilhos políticos para justificar esta medida absurda; mas ela é, na verdade, uma sanção com motivação mais ampla. Estamos sendo castigados pelo avanço dos BRICS e a imprudência de nosso Presidente ao verbalizar a defesa da adoção de uma moeda única pelo bloco. Como nossa balança comercial é extremamente favorável aos 'brothers', não existem razões técnicas para termos sido contemplados com a maior alíquota entre todas as cometidas mundo afora pelo histriônico mandatário.

Somos hoje testemunhas oculares da história. A ebulição global a que assistimos é transformadora, disruptiva – o xadrez político e econômico dos nossos dias só ganha complexidade. A participação do Brasil em um bloco liderado por duas potências do leste – antagonistas dos norte-americanos, totalitárias e avessas à democracia – representa uma ameaça direta aos interesses dos Estados Unidos, que sempre enxergaram a América Latina como seu próprio quintal.

O tarifaço de Trump pode estreitar as relações comerciais entre Brasil e China. O que, por sua vez, tende a gerar fricção com os empresários brasileiros. Acabamos de testemunhar um forte embate: atendendo a um pedido da BYD, o governo zerou por seis meses o imposto de importação de veículos desmontados e semidesmontados.

Em carta a Lula, Claudio Sahad, presidente do Sindipeças e da Abipeças, manifestou contrariedade

à medida. "A questão, neste caso, é o favorecimento de competidores externos, em franca e injustificável desvantagem à produção local".

As montadoras Toyota, VW, GM e Stellatins encaminham a mesma queixa ao Presidente da República e a BYD não demorou a responder: "A carta tem o tom dramático de quem acaba de ver um meteoro no céu. O problema não é o meteoro, é que ele está sendo bem recebido pelos consumidores — aqueles mesmos que, por décadas, foram obrigados a pagar caro por tecnologia velha e design preguiçoso. Agora, chega uma empresa chinesa que acelera fábrica, baixa preço e coloca carro elétrico na garagem da classe média, e os dinossauros surtam".

O embate nada mais é do que o recorte de um movimento muito maior. Um mundo que precisa aprender a lidar com o avanço sem volta dos carros elétricos chineses – eles já representam mais da metade das vendas globais no segmento. O desafio será construir relações comerciais justas para ambas as partes.

O Brasil precisa, sim, equilibrar tarifas de importação de carros prontos, desmontados ou autopeças a fim de não prejudicar quem gera empregos no país. A desindustrialização nos tem custado muito caro. Mas, claro, não podemos retroceder ao tempo das 'carroças' resultantes de um mercado fechado. Protecionismo gratuito não, justiça tarifária sim.

O eterno país do futuro declarou independência em 1822. Mas, infelizmente, jamais deixou de ser colônia. A reengenharia global bem que poderia nos dar a chance de sermos o quintal de nós mesmos.

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 - #473 01 Agosto 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

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

tá na
mão
tá na
pellegrino

Conte com
nossa gente.



Linha Leve



Agilidade na Entrega



Linha Pesada



Motopeças



Portfólio



Compre Online



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



Foto: Divulgação



08 Entrevista

Carla Norcia fala sobre os objetivos da Associação Brasileira das Mulheres do Mercado Automotivo e conta as novidades da iniciativa.

12 Capa

Pesquisa Mapa, do After.Lab, vem apurando consistente sequência de quedas nas vendas e compras do varejo de autopeças. Por quê?

20 Tendências

A expansão do mercado dos carros por assinatura é um dos temas mais importantes para o futuro do Aftermarket Automotivo.

26 Artigo

A venda de produtos no ambiente digital está ganhando um novo protagonista: o TikTok – quem acha que é um site de dancinha vai dançar.

44 Internacional

A repercussão do acordo tarifário entre União Europeia e os Estados Unidos e o avanço dos carros elétricos chineses em destaque.



Foto: Shutterstock

HÁ 100 EDIÇÕES

O mercado é 'figital'. E agora?

As fronteiras entre os varejos físico e o digital não existem mais. Quem não estiver inserido nos dois ambientes pode ficar pelo caminho, conforme dito em nossa edição 373

A humanidade sempre foi curiosa e criativa. E por isso nunca parou de evoluir. Sem a invenção da roda ou a descoberta do fogo certamente não teríamos o mundo em que vivemos tal como é hoje. O cientista, professor e empreendedor Silvio Meira não precisou voltar tanto no tempo para falar sobre inovação, um dos maiores desafios enfrentados hoje por empresários e gestores. Na edição 373 do Novo Varejo, o especialista destacou a onda de inovações

levou a uma aceleração digital que ocorreu em todos os setores – todos nós somos testemunhas desse fenômeno. “Isso criou uma tendência irreversível: sociedade, economia, mercados, empresas, startups, pessoas estradas, governos... todos numa transição que não é do físico para o digital, mas do físico para o próprio físico – só que um novo físico, habilitado, aumentado, estendido pelo digital. E os dois ambientes orquestrados no espaço social – o espaço das

interações entre as pessoas e as organizações –, no tempo quase real de interação entre as pessoas, aquele menos de um minuto que se leva em média pra responder uma mensagem”. Na visão do especialista, isso resulta num espaço competitivo com três dimensões. “A física, que já estava aí há muito tempo; a digital, que passou a ser a porta de entrada mais comum para diversas ações realizadas no espaço ‘figital’; e a social, das interações entre as

pessoas. O problema passou a ser sair de uma performance que era majoritariamente física para uma performance que tem de incluir as dimensões social e digital, além de articular o físico-digital-social no mesmo conjunto de experiências para o usuário final”. Para Meira, este é um dos grandes desafios da década. Mesmo as empresas que têm forte presença nos ambientes digital e social terão de adentrar aos negócios no ambiente físico.

Tecnologia para a vida



Soluções para qualquer que seja a situação.



Imagens meramente ilustrativas.

A maior fabricante de autopeças do mundo

am.boschaftermarket.com/br/pt

[autopecasbosch](#)



Inclusão é ferramenta para fortalecer o setor automotivo

Lançada na Automec 2025 reunindo as mulheres do mercado, AMMA já se articula com entidades como a Aliança Aftermarket

O setor automotivo ainda está longe de poder ser considerado um ambiente de igualdade de gênero. Exemplo disso é o fato de as mulheres representarem apenas 6% da força de trabalho do setor.

Apesar desse espaço limitado, fruto de uma herança histórica excludente, quem atua no ramo já pode sentir os ventos da mudança. Da indústria à reparação, há cada vez mais exemplos de mulheres que não apenas cumprem seus papéis com excelência, como também se engajam em discussões para abrir caminho para que outras possam ocupar esses mesmos espaços no futuro.

Um dos frutos mais recentes deste movimento é a AMMA (Associação Brasileira das Mulheres do Mercado Automotivo), iniciativa que, lançada na Automec 2025, nasceu para somar forças, inspirar trajetórias e transformar o setor a partir de uma perspectiva mais inclusiva, colaborativa e plural.

“O setor começou a fazer perguntas. Começou a escutar. E nós já tínhamos as respostas e os projetos. A AMMA é a convergência de trajetórias maduras e de um contexto que, agora, está mais preparado para reconhecer

que a presença feminina não é exceção”, afirma Carla Norcia, comunicadora e uma das idealizadoras da iniciativa.

Carla conta que, para atingir seus objetivos de, ao mesmo tempo, promover a inclusão e fortalecer ainda mais o setor, a organização aposta numa atuação descentralizada, com articulação com os mais diversos elos da cadeia, bem como no diálogo constante com outras entidades representativas – tal como a Aliança Aftermarket Automotivo. “Enxergamos várias frentes possíveis de colaboração como capacitações conjuntas, eventos com recorte de diversidade, campanhas de comunicação com impacto social. Somos vozes interdependentes e complementares, e quando falamos juntas, vamos mais longe”, destacou.

Para saber detalhes sobre os ideais, os planos e as ações concretas da AMMA, confira a seguir a íntegra da entrevista.

Novo Varejo - Qual é o principal objetivo da criação da AMMA (Associação Brasileira das Mulheres do Mercado Automotivo)?

Carla Norcia - A AMMA nasceu para somar forças e oferecer

visibilidade a uma presença que já é real no setor automotivo: a das mulheres que atuam com competência em todas as pontas da cadeia. Nosso propósito é ampliar essa representatividade de forma construtiva, criando pontes entre talentos, experiências e oportunidades — da operação à liderança, da oficina à indústria, da comunicação à gestão. Mais do que promover inclusão, queremos colaborar com o fortalecimento do setor como um todo, contribuindo para um ambiente mais inovador. Sabemos que muitos avanços só foram possíveis graças ao diálogo aberto e ao apoio dos que também acreditam na força da diversidade.

A AMMA chega com respeito, atenção e compromisso, para valorizar quem já está, preparar quem está chegando e caminhar junto com todos os profissionais e empresas que querem construir um mercado automotivo cada vez mais forte, representativo e sustentável.

Novo Varejo - O que deu a vocês a ideia de que este era o momento certo para reafirmar oficialmente a presença das mulheres no setor?

Carla Norcia - Essa resposta

nasce de muitos encontros e muitas escutas. Sempre estivemos inseridas em ambientes majoritariamente masculinos e sempre entregamos com excelência, mas com pouca visibilidade coletiva. O que mudou? O setor começou a fazer perguntas. Começou a escutar. E nós já tínhamos as respostas e os projetos. A AMMA é a convergência de trajetórias maduras e de um contexto que, agora, está mais preparado para reconhecer que a presença feminina não é exceção. O momento certo é agora porque não estamos mais pedindo espaço: estamos construindo espaços juntos.

Novo Varejo - Você sente que o mercado amadureceu nos últimos anos no âmbito da igualdade de gênero?

Carla Norcia - Sim. O amadurecimento se revela no discurso, na presença crescente de mulheres em cargos técnicos e estratégicos, e na abertura para o diálogo. Mas ainda enfrentamos desafios culturais, barreiras invisíveis e desigualdade de remuneração e de oportunidades. A boa notícia é que hoje temos mais dados e mais vontade coletiva de mudar. O

amadurecimento está em curso — e a AMMA existe para acelerar esse processo.

Novo Varejo - Quais devem ser as ações do calendário da AMMA neste segundo semestre de 2025?

Carla Norcia - Vamos expandir. Já fizemos o lançamento oficial do modelo de associativismo, com benefícios concretos para as associadas, os mesmos crescem a cada mês. Temos edições do AMMAcast, nosso podcast, já planejadas, o AMMATalks, que são aulas híbridas, já lançamos 4 e-books, o Clube do Livro, estamos com 9 grupos dentro da Comunidade AMMA, além disso assinamos artigos, palestras e eventos. Cada ação está desenhada para gerar rede, pertencimento e resultado.

Novo Varejo - Quais elos do mercado devem concentrar a maior parte das ações da AMMA? Há algum em que a igualdade de gênero já se destaca?

Carla Norcia - Na verdade, todos. De fato, não há um elo da cadeia que precise de mais atenção que o outro, todos têm demandas. E, toda mulher do mercado automotivo, independentemente de sua atuação, será impactada pela AMMA em algum momento, afinal em todos os cantos há barreiras, muitas vezes nem percebidas e, portanto, oportunidades de harmonizar.

Novo Varejo - Como a AMMA pretende se articular com outros grupos de representatividade, como a Aliança do Aftermarket?

Carla Norcia - A Aliança é um movimento de alta relevância, importância e de articulação institucional, as pautas da Aliança serão pautas da AMMA. A AMMA está contida no mercado, a Aliança idem, os objetivos precisam ser convergentes, viemos somar. Além disso, já temos diálogo aberto com lideranças da Aliança, e enxergamos várias frentes possíveis de colaboração como capacitações conjuntas, eventos com recorte de diversidade, campanhas de comunicação com impacto social. Somos vozes interdependentes e complementares, e quando falamos juntas, vamos mais longe.

Novo Varejo - Quais fatores influenciaram na sua decisão de se colocar como uma liderança do setor, além da comunicação?

Carla Norcia - A AMMA não nasceu agora, ela já tem 25 anos, era projeto antigo dos meus tempos de corporação, não me sentia representada e fiquei praticamente sozinha no mercado por muito tempo. Mas, na época a empresa onde eu estava me promoveu, recebi um enorme desafio e na mesma época engravidei, para completar fiquei dois meses em

uma experiência internacional, não dava para tocar mais um projeto. Com isso, a AMMA foi pra gaveta. Hoje, com o tempo passado, as vivências e aprendizados, a escuta aperfeiçoada, a interpretação idem, saber que o momento tinha chegado foi um processo muito natural. Ficar contando histórias parou de bastar, decidi passar da narração para a transformação. Compartilhei a ideia com a Talita Peres e foi "match" instantâneo. A Talita trouxe a Simone de Azevedo Franzo, e juntas

estamos trazendo as mulheres do mercado automotivo. Entendemos que não precisamos estar nos bastidores e que podemos contribuir com a trajetória de outras profissionais. Não foi uma decisão de ego, foi uma decisão de compromisso e propósito. Estamos fazendo para aquelas que compreendemos perfeitamente bem, por similaridade. E, se queremos um setor mais plural, colaborativo e positivo, é preciso assumir. Nós apenas começamos e já não estamos mais sozinhas.



Foto: Divulgação

"Quando falamos juntas, vamos mais longe", diz Carla Norcia.



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



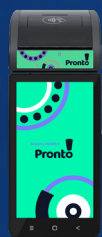
0800 020 0900



COMPRA 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

Varejo de autopeças vive momento de desaceleração

Pesquisa do After.Lab registrou 8 semanas seguidas de queda na movimentação de compra e venda de produtos nas lojas de todo o Brasil

Mercado parado. Foi o que nossa reportagem ouviu de profissionais do After-market Automotivo nos últimos dias. O varejo de autopeças vive um período de desaceleração. E não se trata apenas da percepção de algumas pessoas. É exatamente isso o que vem flagrando semanalmente a principal pesquisa do mercado de reposição sobre a movimentação de venda e compra de autopeças nas lojas de componentes automotivos em todo o país. Dados apurados sempre em tempo real pela pesquisa MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios entre os meses de maio e julho registraram nada menos que 8 semanas de quedas consecutivas na média nacional nas duas frentes – baixas essas que foram ainda mais constantes e acentuadas nas regiões Sudeste e Sul, ambas responsáveis pela maior concentração da frota nacional. É bem verdade que as quedas constantes registradas entre os dias 23 de maio e 11 de julho até foram interrompidas na semana encerrada dia 18 do mês passado. Tal respiro, porém, foi logo interrompido por um novo recuo ainda mais drástico, como mostram os gráficos.

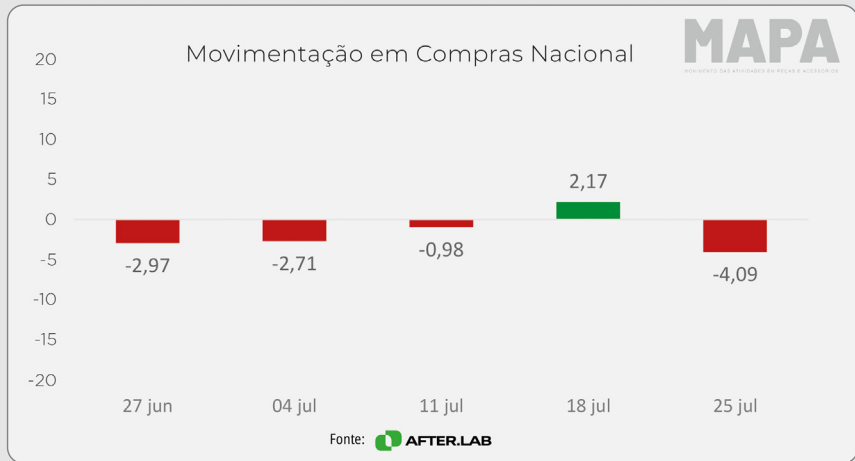
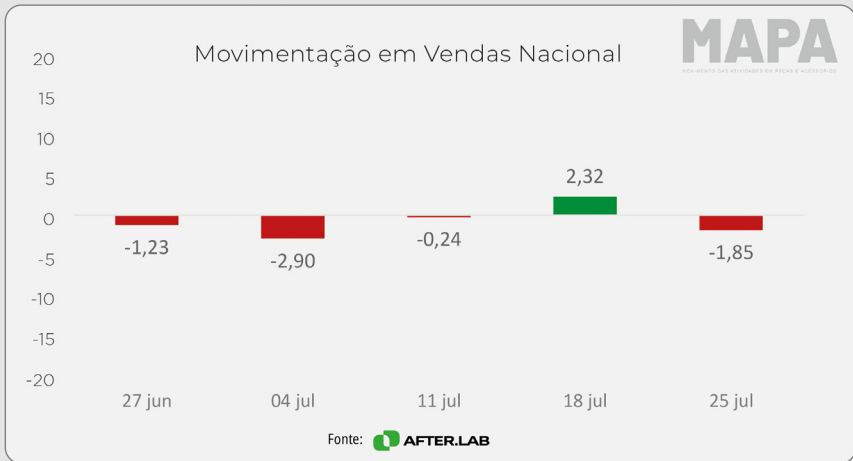






Foto: Shutterstock

Crédito difícil e caro adia manutenção e impacta a cadeia como um todo

Consumidor vem adiando visita às oficinas

Para além do cenário estatístico coletado pelo After.Lab – núcleo de inteligência de negócios do Grupo Nhм - Novomeio Hub de Mídia –, que se apoia na percepção dos varejistas que atuam no dia a dia nas cinco regiões do Brasil, a desaceleração do mercado também chama a atenção de líderes e formadores de opinião de todo o trade do setor.

Presidente do Sincopeças-RS, Marco Antônio Vieira Machado destaca que o cenário é uma realidade no Rio Grande do Sul e reflete, acima de tudo, um momento crítico da saúde financeira da população, que se vê obrigada a adiar os planos e as necessidades no âmbito da manutenção automotiva. “Apesar de muito necessária, a manutenção automotiva também depende da saúde

financeira da população. Se o consumidor final não tem condição favorável, segurar a mão na hora de levá-la à carteira e, consequentemente, a loja venderá menos – tanto em volume de peças quanto em faturamento –, culminando em menor compra nos fabricantes, provocando um efeito cascata sucessivo em toda a cadeia automotiva”, refletiu o dirigente. Segundo Machado, o que se observa no varejo de autopeças, contudo, está longe de ser um fenômeno isolado. Ele chama a atenção para o peso de fatores macroeconômicos que extrapolam o setor e pressionam o consumo em todo o país, como a alta dos alimentos, combustíveis, energia, aluguéis e, sobretudo, o nível de endividamento das famílias.

Nesse ponto, os dados da

Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) ajudam a ilustrar o tamanho do problema. Em junho de 2025, o volume de consultas por crédito – um dos principais termômetros da propensão ao consumo – caiu 14,11% em relação a maio. Na comparação com junho de 2024, o recuo foi de 10,55%, consolidando um cenário que a própria entidade classificou como de “compasso de espera” tanto por parte dos consumidores quanto pelas instituições financeiras.

Na avaliação de José César da Costa, presidente da CNDL, essa retração tem relação direta com a cautela do mercado frente a um ambiente de crédito mais caro e menos acessível. “Com um ambiente de juros ainda elevados e o peso do passivo de inadimplência, tanto

consumidores quanto instituições financeiras adotam uma postura mais conservadora”, afirma o dirigente. Segundo ele, a elevação do IOF e o custo total das operações dificultam o acesso ao financiamento, limitando a capacidade de compra da população.

Outro dado que reforça o argumento de Machado está no número de consumidores com restrições no CPF no momento



Foto: Divulgação

Marco Antonio aponta influência de fatores macroeconômicos que afetam desempenho do varejo de autopeças

LANÇA MENTO

Cabo de comando



**Feito para durar.
Projetado para facilitar**

- Alta resistência à tração;
- Encaixe perfeito e fácil instalação;
- Durabilidade superior mesmo em condições severas;
- Menor desgaste com o uso prolongado;
- Menor esforço e mais precisão nos movimentos;
- Estrutura robusta para mais vida útil.

**Entre em contato conosco
e garanta essa novidade
para os seus clientes!**

mide PARTS

DISTRIBUIDORES EXCLUSIVOS:



»Disape

**ESCANEE O
QR CODE
E CONHEÇA A
MIDE PARTS:**



MIDEPARTS

MIDEPARTS.COM.BR



da consulta por crédito, que chegou a 35,44% em junho — aumento em relação aos 34,53% de maio. O presidente do SPC Brasil, Roque Pellizaro Júnior, também destaca a influência da política monetária nessa conjuntura: “A manutenção da taxa Selic em patamar elevado tende a prolongar o atual cenário. O crédito continua caro, os bancos permanecem conservadores e os níveis de endividamento e inadimplência seguem pressionados”.

CONSISTÊNCIA

Outro líder do Aftermarket Automotivo, o presidente do

Sincopeças-SP, Heber Carvalho, chamou a atenção para outra camada que compõe o cenário de desaceleração do varejo de autopeças nacional. “Além da conjuntura econômica como um todo, um dos fatores que afeta os negócios decorre da venda de veículos novos. Quando ela está em alta, como agora, sentimos alguma queda no nosso mercado” afirmou.

O alerta do presidente do Sincopeças paulista encontra confluência nos números. De acordo com os dados mais recentes da Fenabreve, o primeiro semestre de 2025 registrou a venda de

1.198.805 veículos novos no Brasil, entre automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus, volume 4,82% superior ao mesmo período do ano passado. É um crescimento modesto, mas consistente, que ganha ainda mais força quando comparado ao primeiro semestre de 2023, quando foram vendidas pouco menos de 1 milhão de unidades. Em dois anos, a alta acumulada é de mais de 20%.

Quando restringimos o recorte para o segmento dos veículos leves, também encontramos alta: foram 878.604 emplacamentos de automóveis entre janeiro e junho de

2025, o que representa um avanço de 3,52% em relação ao mesmo período de 2024. Como destacou Carvalho, esse movimento, embora positivo para montadoras e concessionárias, ajuda a explicar em algum grau a retração sentida no varejo de autopeças. Isso porque o aumento do número de veículos novos em circulação, ainda cobertos por garantias e com menor necessidade de manutenção ou troca de componentes, tende a postergar o contato dos proprietários com oficinas e lojas especializadas — especialmente em itens de desgaste ou peças de reposição.

O MAIOR ACERVO DE INFORMAÇÃO
DO SEGMENTO EMPRESARIAL DA REPARAÇÃO

 **MAIS**
AUTOMOTIVE

WWW.MAISAUTOMOTIVE.COM.BR



CONFIRA AS NOSSAS REDES SOCIAIS



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:



Confluência entre queda de vendas e compras mostra que varejo está se modernizando

Ao recomendar boas práticas diante do cenário desafiador, o líder do Sincopeças-SP, Heber Carvalho, chamou atenção para a importância cada vez maior de manter estoques precisos e dotados de controles ainda mais rigorosos. Neste sentido, ele destacou que o fato do mercado oferecer sistemas de gestão mais modernos facilita a atualização dos dados em tempo real – de modo que é imprescindível que as empresas invistam nessas ferramentas.

Apesar do alerta ser fundamental, é importante dizer que os números da MAPA indicam que o setor se encontra em um excelente grau de preparação para alinhar seus estoques ao volume de demanda. Basta ver que o volume de compras não apenas tem acompanhado a movimentação das vendas durante as oito semanas consecutivas, como também, reagiu elevando seu patamar no pequeno hiato de alta na semana do dia 18 de julho, voltando a diminuí-lo na semana subsequente, quando a demanda do consumidor retornou ao viés de queda.

Essa correlação direta entre os movimentos de venda e de compra indica não apenas atenção do varejo, mas também a crescente sofisticação das ferramentas utilizadas para a tomada de decisão. O uso de sistemas integrados de gestão de estoques, conectados com dados de vendas em tempo real, tem permitido que lojistas ajustem rapidamente seus pedidos junto aos fornecedores — reduzindo o risco de excessos, perdas por obsolescência ou rupturas em períodos de maior giro.

Não à toa, a digitalização da cadeia de suprimentos tem sido apontada como uma das principais armas do varejo moderno. Segundo levantamento da McKinsey, empresas que adotam soluções tecnológicas capazes de oferecer visibilidade de ponta a ponta em sua operação conseguem ganhos expressivos de eficiência e competitividade. Entre os principais ganhos obtidos estão:

- redução de 20% a 30% nos custos operacionais;
- melhoria de 10% a 20% no atendimento ao cliente;
- diminuição de 50% no tempo de ciclo do supply chain



Novas ferramentas de gestão de estoque permitem ao varejo responder com eficiência às oscilações de vendas

Mesmo com os benefícios comprovados e a disponibilidade cada vez maior de ferramentas, o mesmo estudo alerta que apenas 13% das companhias brasileiras de fato extraem o valor total dessas ferramentas — o que indica um campo fértil para evolução mesmo entre os negócios mais estruturados. No caso do varejo de autopeças, que opera com uma gama ampla de SKUs, margens pressionadas e um consumidor cada vez mais criterioso, esse tipo de agilidade e inteligência na reposição pode fazer toda a diferença. Especialmente em um contexto de desaceleração como o atual, em que decisões erradas no abastecimento podem representar prejuízo dobrado: capital imobilizado e baixa conversão.

Por isso, ao mesmo tempo em que reconhece o bom desempenho recente de adequação do setor, a recomendação dos especialistas segue válida: investir em tecnologia, aprimorar os processos de controle e capacitar as equipes para interpretar os dados disponíveis é o caminho mais seguro para atravessar um cenário instável com o menor impacto possível e sair dele ainda mais preparado para crescer.



Heber Carvalho destaca importância dos controles precisos de estoque

5 dicas para a gestão de estoque

- **1. Conheça bem o seu cliente**

Entender o perfil do consumidor, incluindo renda, localização e hábitos, permite abastecer a loja com mais precisão, reduzindo sobras e maximizando vendas. Cada região pode demandar produtos distintos, e o estoque precisa refletir essas particularidades.

- **2. Analise o desempenho dos produtos diariamente**

No varejo, tudo muda rápido. Um item campeão de vendas hoje pode encalhar amanhã. Monitorar o giro e a cobertura dos produtos diariamente permite reposições ágeis e remarcações

preventivas, evitando prejuízos e otimizando o serviço ao cliente.

- **3. Não se apegue emocionalmente ao estoque**

Estoque parado é capital imobilizado. Mesmo que seja doloroso, é melhor vender com margem reduzida do que acumular produtos antigos e perder espaço para novidades. Oxigenar a loja com frequência é vital para manter o giro e a atratividade.

- **4. O que se compra deve ser exposto**

Comprar mais do que cabe na loja é um erro comum. Um mix bem

planejado, baseado em dados e capacidade de exposição, evita acúmulo no depósito e excesso nas prateleiras, que confunde o consumidor e prejudica a experiência de compra.

- **5. Tenha fornecedores parceiros, não só baratos**

Preço não é tudo. Entrega no prazo, qualidade e comprometimento com o negócio também importam. Avalie fornecedores com critério e valorize os que agregam valor real à operação, indo além de meros descontos pontuais.

LANÇAMENTO

MORCEGUINHO & BANDEJAS AUTOMOTIVAS



Qualidade
+ Desempenho
+ Durabilidade



igpbr.com
igp.oficial
11 4070-8000





Frota de carros por assinatura cresce no Brasil e na Europa

Serviço com impacto significativo futuro no Aftermarket Independente aumenta participação a cada ano e pode ter atingido 12% do total do parque circulante de automóveis no Brasil

A posse do automóvel já foi sinônimo de necessidade, investimento, status, comodidade e tantos outros atributos conforme diferentes conjunturas ao longo do tempo. Mas o mundo mudou – e muito. Não se trata de clichê. Com os movimentos disruptivos em curso no setor automotivo, cada vez mais o carro se consolida como sinônimo de mobilidade. Embora não seja, por enquanto, o único ou mesmo principal atributo associado ao automóvel, ao que tudo indica é o que mais ganha força. Pesquisas mostram que, em média, 45% dos Millennials acreditam que não é necessário possuir um carro, mas ter à disposição um meio de transporte; entre os mais jovens, a chamada Geração Z, o índice sobe para 55% – fazendo uma projeção de médio prazo, já estamos falando de um pensamento que envolve mais da metade da população, o que seguramente trará implicações em diferentes setores da economia, inclusive no Aftermarket Automotivo.

Esta nova equação fez surgir um serviço que só cresce em grande parte dos mercados globais: o carro por assinatura, hoje tido como a forma mais

flexível de posse de veículos. E que ninguém confunda com a conhecida locação. A assinatura — ao contrário da locação diária ou por semana — é um contrato recorrente com prazo definido, que inclui uma série de serviços com mensalidade fixa. Ou seja, ideal para quem busca praticidade, previsibilidade de custos e um carro sempre novo, sem surpresas. As perspectivas de expansão deste serviço impressionam. “De acordo com projeções da Roland Berger, o mercado de propriedade flexível – assinatura e leasing – deve crescer cerca de 8% ao ano até 2030 nos seis principais mercados europeus: França, Alemanha,

Itália, Espanha, Países Baixos e Reino Unido. Dentro desse panorama, o leasing deverá evoluir em média a 7% ao ano, enquanto os serviços de assinatura crescerão impressionantes 25% ao ano. Com isso, o mercado total deverá atingir o valor de aproximadamente 94 bilhões de euros até o final da década”, diz o novo estudo *Carro como Serviço – A ascensão da posse flexível de veículos*, realizado pela Roland Berger. A consultoria não se debruçou sobre o mercado brasileiro, mas os números aqui também são impactantes. De segmento marginal em 2016, ano em que a modalidade ganhou efetivamente oferta e divulgação no

país, os carros por assinatura respondem hoje por algo entre 10% e 12% da frota nacional – para mero efeito curioso de comparação, os eletrificados participam com 8% do total de veículos na frota circulante. O avanço é significativo, considerando tratar-se de um modelo de negócios que ainda dá os primeiros passos no país.

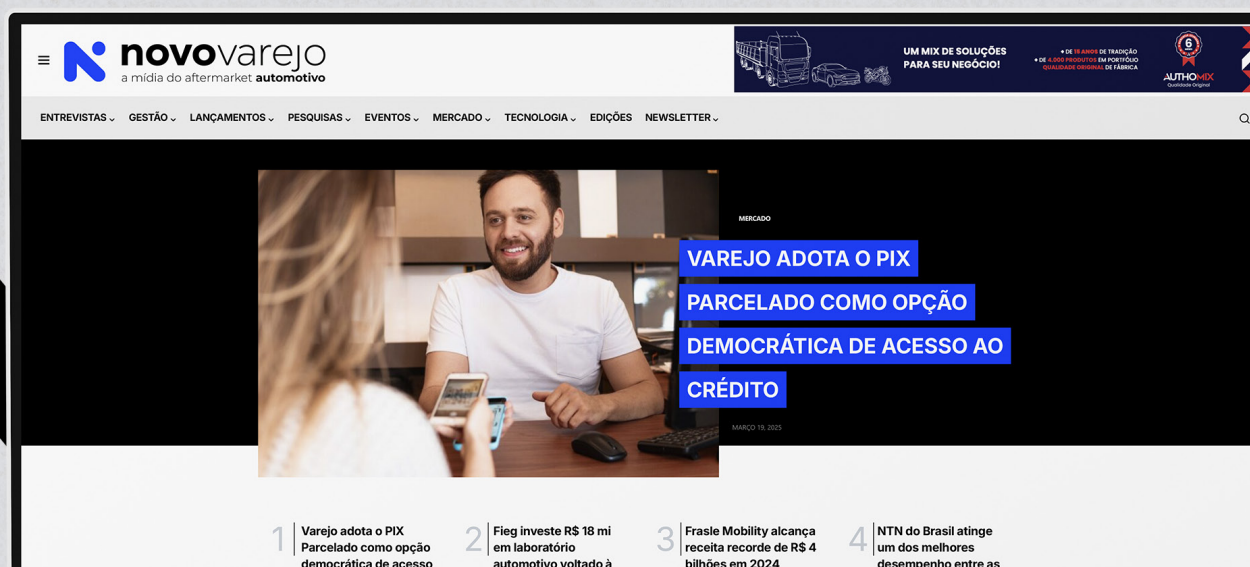
Dados da Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis (Abla) indicam que a frota de veículos por assinatura saltou de cerca de 80 mil unidades em 2020 para mais de 300 mil em 2025. Em 2023, o setor cresceu 31,2 %, enquanto a locação tradicional avançou apenas 3,8 %.



Foto: Shutterstock

Cada vez mais consumidores enxergam vantagens nos planos de carros por assinatura

Traga sua marca para nossos ambientes digitais



189 mil interações no site

**68 mil impressões em
nossas redes sociais**

**+2M de disparos de email
feitos para mais de
30 mil contatos qualificados**

*Dados do primeiro semestre de 2025

Transformação cultural deu impulso à modalidade

Estes índices só se tornaram possíveis em razão de uma mudança cultural em curso entre os consumidores: a posse do veículo vem perdendo espaço para o uso. E aí voltamos ao conceito da mobilidade. Cada vez mais, o que importa é chegar do ponto A ao B da melhor maneira possível, e isso não exige necessariamente um carro próprio. Muito pelo contrário, a modernização das cidades, especialmente das metrópoles, deve contemplar a integração entre diferentes modais de transporte.

Ao fazer as contas, muitos consumidores já enxergam uma vantagem nos planos de assinatura em relação à posse do veículo. Manutenção, seguro, licenciamento, impostos e assistência 24 horas são despesas já embutidas em uma única prestação mensal. Uma questão nem sempre citada, mas que também pesa, é a drástica redução da fidelidade do consumidor às marcas de veículos, consequência da imensa variedade de modelos oferecidos. Além disso, o assinante se livra da depreciação do capital investido na compra do carro próprio, que varia muito conforme o modelo – a Receita Federal considera uma taxa de depreciação de 20% ao ano. E a matemática das finanças pessoais não para por aí. Se a compra do carro

for feita a vista, a desvalorização do bem soma-se à perda da rentabilidade do capital alocado para a compra. Se a transação se der por meio de financiamento, a taxa de juros aplicada na maioria das vezes supera o rendimento das aplicações. Como bem sabemos, o crédito no Brasil está cada vez mais difícil e caro.

E para fechar o contrato com chave de ouro, o assinante tem à sua disposição um carro 0km em média a cada dois anos, dependendo do plano escolhido. Ou seja, está sempre de carro novo e equipado com o que há de mais moderno em tecnologia. Para executivos, por exemplo, a assinatura proporciona conforto e imagem corporativa, inclusive com opções

premium e blindadas. Enfim, uma proposta que a cada dia seduz mais consumidores.

Como resultado, assistimos também ao crescimento da oferta e, em consequência, à redução de valores das mensalidades, que hoje podem começar em R\$ 1.700 para os modelos de entrada. Das quase 22 mil locadoras que atuam no Brasil, cerca de 30% já oferecem serviço de assinatura. E, atentas à migração da posse do carro para o serviço de mobilidade, as montadoras não vão deixar este mercado promissor nas mãos das empresas de locação. Marcas como Stellantis, GM, Renault, Volkswagen, Mercedes-Benz, Mitsubishi, GWM e BYD também estão na briga.

No Brasil, em média as famílias

têm optado por planos que variam entre 12 e 36 meses e a maioria dos assinantes está na faixa de 30 a 40 anos de idade, compartilhando características de estilo de vida urbano, alta familiaridade com serviços digitais e fluidez entre mobilidade e comodidade, reunindo profissionais autônomos, motoristas de aplicativos e executivos, conforme relata pesquisa da Infocar. Conforme avança a transformação cultural e o setor ganha escala, as perspectivas se ampliam. Segundo projeções da ABLA, o total de contratos vigentes no ano passado pode ter chegado a mais de 200 mil, com evolução para 300 mil em 2025, e a frota por assinatura subido para 12 % do estoque total das locadoras.

Mercado brasileiro de veículos por assinatura

Empresas	Atuam tanto com pessoas físicas quanto com jurídicas, oferecendo planos de 1 a 4 anos.
Serviços inclusos	Seguro, manutenção, IPVA, licenciamento, documentação e assistência são padrão.
Carros 0 km	Veículos novos preferencialmente, com reposição e upgrades ao fim do contrato.
Frota	De 80 mil unidades em 2020 para 300 mil em 2025
Digitalização	Contratação, gestão e suporte feitos via app ou plataformas digitais.
Segmentação	Alguns focam no público B2B (Unidas Livre Empresas), outros são mais B2C.
Assinante	Adulto jovem (30 - 40 anos), preza por flexibilidade, digitalização e experiência
Perfil	Visionário financeiro e pragmático: deseja economia, liberdade e ausência de surpresas
Motivação	O usuário frequente busca comodidade e mobilidade profissional
Flexibilidade	Abertura à troca de modelos e mobilidade premium
Contratação	Inclinado a optar por contrato flexível em função do custo-benefício e estilo de vida
Profissionais urbanos	Querem praticidade, manutenção simplificada e ausência de surpresas contratuais
Público premium	Quer modelos de alta gama sem vínculo longo com o veículo

Posse flexível dos veículos passa por transformação na Europa

A assinatura de veículos é um serviço em expansão global, os números comprovam e disso poucos duvidam. Porém, segundo as conclusões do estudo *Carro como Serviço – A ascensão da posse flexível de veículos*, da Roland Berger, trata-se de “um mercado ainda fragmentado e opaco, com desafios significativos para todos os tipos de players — desde bancos das montadoras até empresas de financiamento independentes. Os valores residuais em queda, especialmente no caso de veículos elétricos (BEVs), estão pressionando o setor. Atualmente, observamos uma variedade de modelos de negócios, sem uma solução ‘tamanho único’. Cada player precisa de uma abordagem personalizada, tanto na sua oferta quanto na estratégia de crescimento, considerando seu modelo de negócio original, proposta de valor central e ativos existentes”.

O trabalho realizado pela consultoria apurou que “a posse flexível de veículos está passando por uma mudança notável na Europa — especialmente nos padrões de consumo privado. Três anos atrás, na pesquisa do Automotive Disruption Radar 12 da Roland Berger, 57% dos consumidores já indicavam interesse em modelos de posse flexível no

futuro. Essa tendência só cresceu, impulsionada por diversos fatores:

1. Pressão econômica

Com a situação econômica da Europa apresentando tendências recessivas, os consumidores estão sob crescente pressão financeira. Por isso, pagar uma mensalidade fixa é uma alternativa mais atrativa do que realizar uma compra de alto valor, que implica riscos financeiros e de depreciação.

2. Expectativas das novas gerações

Modelos de assinatura como Netflix e Spotify já fazem parte da vida cotidiana dos jovens. Essa geração espera a mesma flexibilidade de outros serviços — incluindo mobilidade e posse de veículos. A ideia de se comprometer por 5 anos com um carro parece antiquada para muitos.

3. Digitalização e canais online

Cada vez mais, os consumidores preferem comprar veículos pela internet. Em média, 18% dos consumidores nos 6 mercados analisados já demonstram essa preferência — chegando a 25% na Alemanha.

Além disso, a afinidade com marcas diminuiu; os consumidores estão mais abertos a comprar de plataformas de terceiros que oferecem múltiplas marcas e modelos; e os canais online se tornaram o

principal canal de aquisição para empresas de assinatura”. A Roland Berger também considera o crescimento da participação em vendas dos carros elétricos um fator importante de estímulo aos planos de assinatura. “Isso porque eles permitem ao consumidor testar o carro elétrico por um tempo maior, sem os riscos associados à queda no valor residual, evolução tecnológica rápida e fim de subsídios públicos”.

Hoje, na União Europeia, as taxas de utilização de leasing e assinatura são mais elevadas na França, Alemanha e Países Baixos, indicando que esses mercados estão mais maduros para modelos de posse flexível. Já Espanha, Itália e Reino Unido ainda estão em estágios mais iniciais de adoção. As expectativas são de que o mercado continue crescendo, com taxa média de 4% ao ano nos próximos anos, sendo com predominância ainda do leasing, que apresentará crescimento estável, e os carros por assinatura em trajetória de rápida ascensão, puxada pela digitalização e mudanças no comportamento do consumidor. “A força dos players no mercado de propriedade flexível está relacionada à sua estrutura de origem — enquanto montadoras e concessionárias se beneficiam da reputação da marca

e da rede de vendas, players independentes destacam-se por sua atuação em nichos e processos digitais inteligentes”, diz no relatório do estudo Jan-Philipp Hasenberg, Sócio Sênior, Roland Berger.

A consultoria revela que o mercado de assinatura está em processo de consolidação e a maioria dos provedores ainda não opera com lucro, sendo necessário continuar investindo pesadamente em aquisição de clientes. Locadoras tradicionais estão entrando no mercado de assinatura com base em suas operações já estabelecidas. Operadoras puras de assinatura estão migrando para contratos mais longos (12 meses) e explorando novos segmentos adjacentes, a fim de escalar e alcançar rentabilidade. “No futuro, espera-se que as fronteiras entre leasing, aluguel e assinatura se tornem cada vez mais tênues”, prevê o texto.



Cultura de assinar serviços como Spotify e Netflix está consolidada entre as novas gerações e influencia também no uso dos veículos

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



Artigo

Por Felipe Macedo

Modismo ou verdade? O TikTok Shop e o novo capítulo do e-commerce brasileiro

O TikTok já vinha movimentando o consumo de conteúdo e a forma como marcas se relacionam com o público. Agora, com a chegada oficial do TikTok Shop ao Brasil, a plataforma promete ir além: transformar entretenimento em faturamento. Mas diante da novidade surge a dúvida inevitável: trata-se de modismo passageiro ou estamos diante de uma tendência global que veio para ficar?

A proposta do TikTok Shop é simples na teoria e ambiciosa na prática. Pretende integrar toda a jornada de compra dentro do próprio aplicativo. O usuário descobre um produto num vídeo, se interessa, vê avaliações, interage com criadores e finaliza a compra em poucos cliques, sem sair da tela inicial. Tudo isso, com o apelo do conteúdo leve, criativo e envolvente que tornou a rede um fenômeno global.

Segundo dados da própria

plataforma, 90% dos usuários que compraram pelo TikTok Shop ficaram satisfeitos com a experiência. No Brasil, um em cada três usuários já comprou algo que viu por lá. A movimentação é clara: os hábitos de consumo estão mudando e as marcas precisam acompanhar. É verdade que redes sociais lançam moda o tempo todo. Mas o TikTok Shop já ultrapassou essa fase. O modelo de compras imersivas e em tempo real, que mistura lives com vitrines digitais e conteúdo orgânico, já é realidade consolidada na China e em países do sudeste asiático. E o comportamento observado por lá começa a se repetir por aqui. No Japão, onde o TikTok Shop acaba de estrear, a expectativa é de impacto direto no comércio eletrônico local. No Brasil, o potencial é ainda maior. Estamos falando de uma plataforma que já alcança milhões de

usuários ativos, com altíssimo nível de engajamento e uma base extremamente receptiva a novos formatos de consumo. O TikTok Shop exige mais do que simplesmente colocar produtos à venda. É preciso entender a lógica da plataforma, produzir conteúdo nativo, identificar influenciadores com sinergia real e ter agilidade diante das tendências. Quem trata a ferramenta como um canal tradicional, copiando estratégias de marketplaces ou redes sociais antigas, dificilmente terá resultados expressivos. A boa notícia é que já existem soluções completas para marcas que querem entrar nesse jogo de forma estruturada.

Se é verdade que o consumidor está cada vez mais conectado e exigente, também é verdade que ele busca experiências de compra mais rápidas, autênticas e integradas. O TikTok Shop



Felipe Macedo, co-CEO e Fundador da Corebiz

Foto: Divulgação

atende exatamente tal demanda. Não se trata de um modismo passageiro, mas da adaptação ao comportamento de uma geração que compra da mesma forma como consome entretenimento: no fluxo, no toque, no agora. Ainda há um caminho a ser percorrido, claro. Infraestrutura, logística e amadurecimento de estratégia são pontos de atenção. Mas o cenário é promissor. E mais do que acompanhar a mudança, é preciso compreendê-la e agir. No fim das contas, o TikTok Shop não está só mudando a vitrine. Está mudando a lógica do consumo.

ANUNCIE

na mídia do **Aftermarket**
Automotivo

✉ comercial@novomeio.com.br



Artigo

Por Luiz Marins

Um dia a conta chega

Muitas vezes acreditamos que, apesar da gravidade do que fizemos ou falamos, as consequências não virão ou se vierem serão mínimas e facilmente contornáveis. Mas a História está repleta de pessoas poderosas que perderem tudo ou quase tudo e que acreditavam que seu poder ou riqueza seriam intocáveis para sempre.

É preciso acreditar que um dia a conta sempre chegará. É preciso entender que

as coisas que fazemos sempre terão consequências e, muitas vezes, terão duras consequências que jamais esperávamos. A História também mostra que os fatores que trouxeram essas duras consequência foram quase sempre imprevisíveis, impossíveis de prever.

Esses fatores podem incluir mudanças de comportamento inesperadas das pessoas; novas tecnologias disruptivas; eventos ou catástrofes naturais

ou sociais; novas lideranças que surgem sem nenhuma previsão e muitos outros fatores, todos, como já dissemos, quase sempre impossíveis de serem previstos.

Temos que sempre nos lembrar da virtude da humildade, que tem sua origem em húmus, terra, e assim nunca tirarmos os pés da nossa realidade concreta, de nosso chão, das virtudes da honestidade, da lealdade, do respeito, da solidariedade,



Luiz Marins é antropólogo, escritor, palestrante (www.marins.com.br)

Foto: Divulgação

e do total respeito a todas as pessoas, independentemente de suas preferências e opiniões, mesmo que com elas não concordemos.

A Excelência em filtros da Hengst agora também em Óleo de transmissão!

A mesma qualidade alemã que já é referência mundial em sistemas de filtragem agora está presente também na linha fluidos de transmissão.

**VOCÊ ENCONTRA NA
MOTORS IMPORTS!**



Exclusivo na
Motors Imports

Imagens Ilustrativas



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

Hengst
FILTER



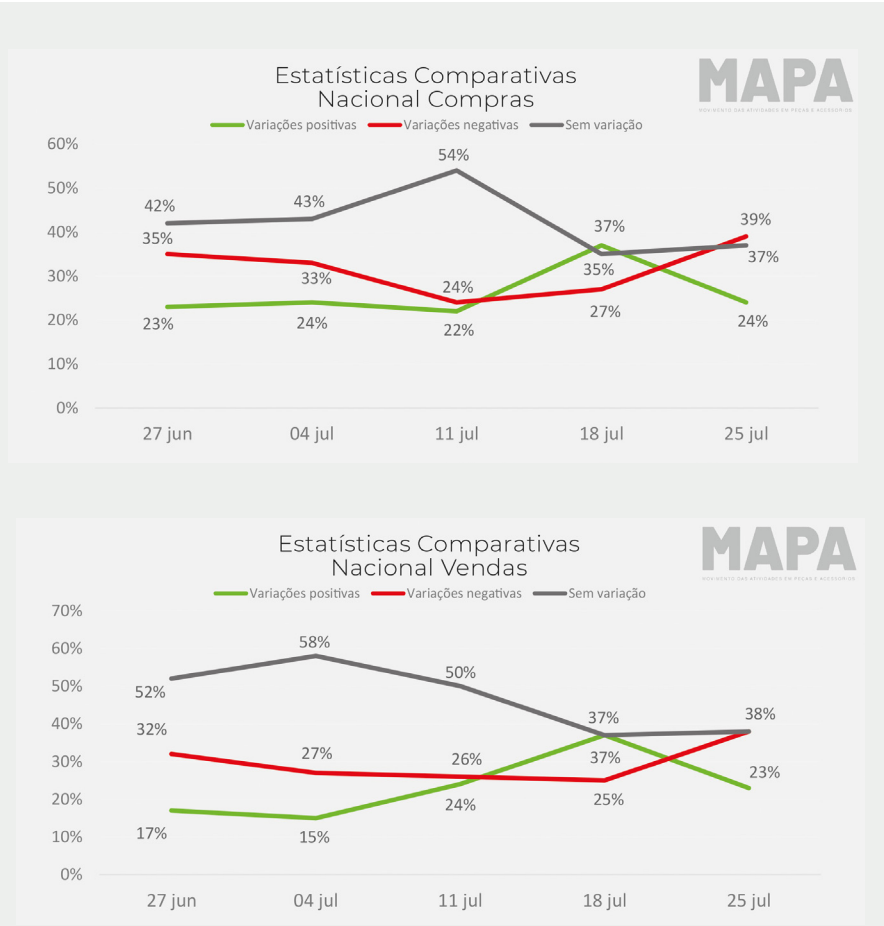
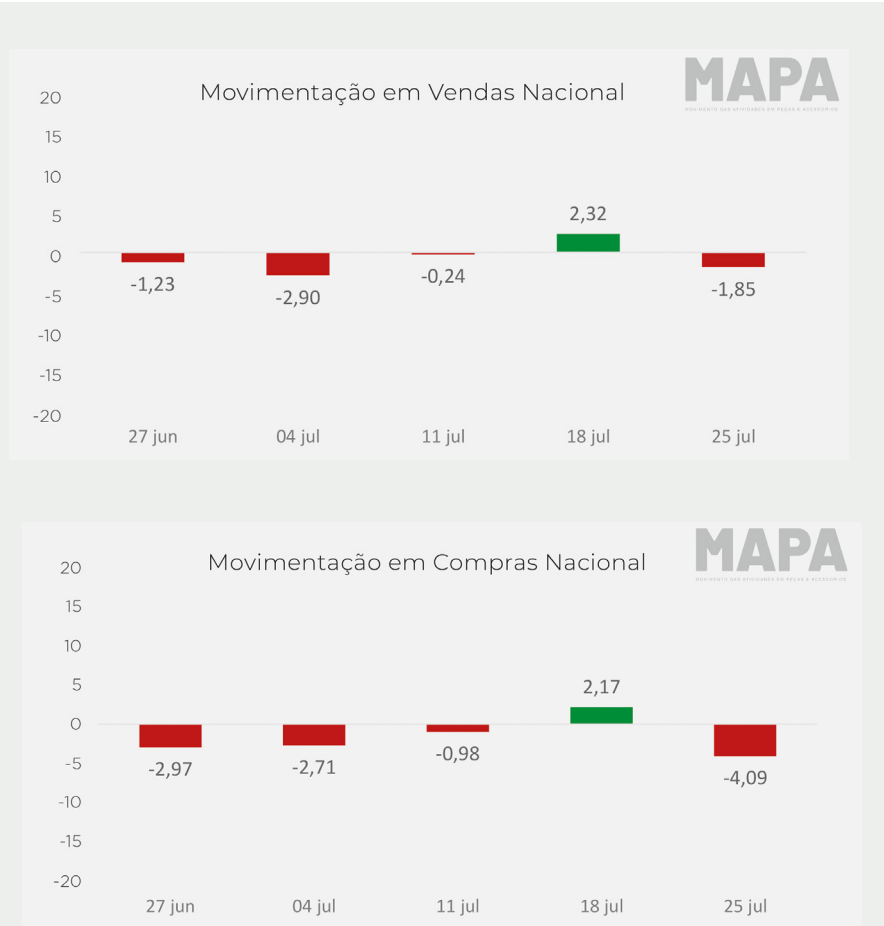
www.motorsimports.com.br

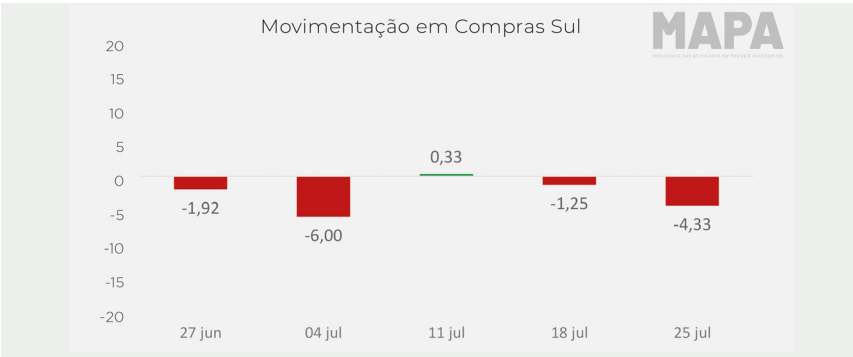
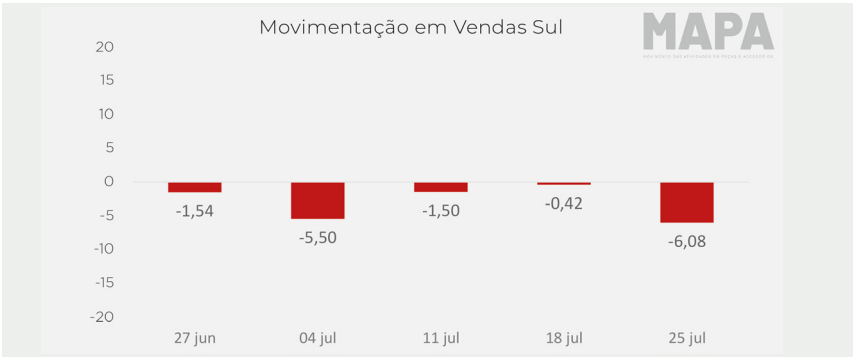
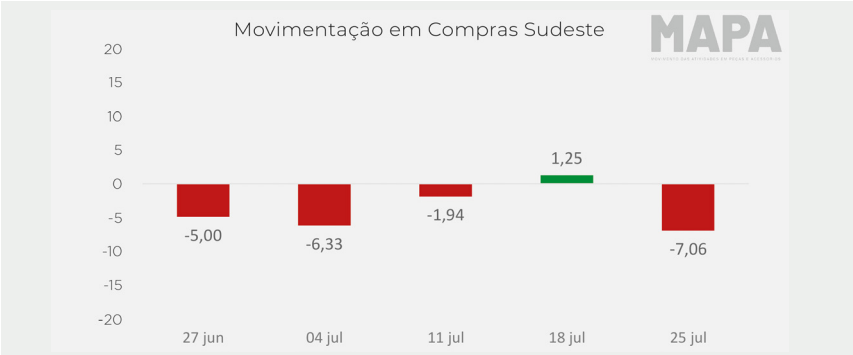
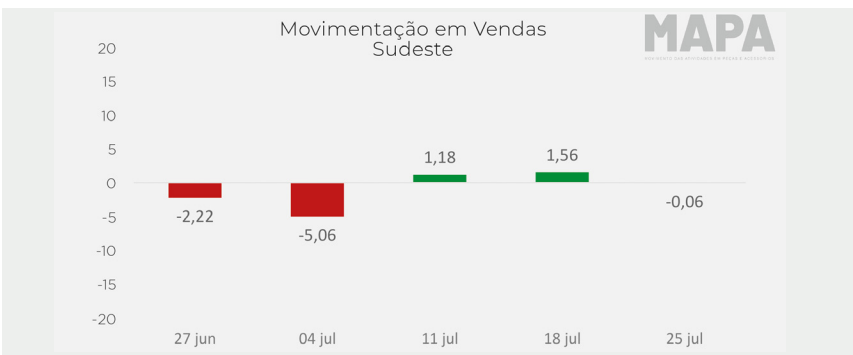
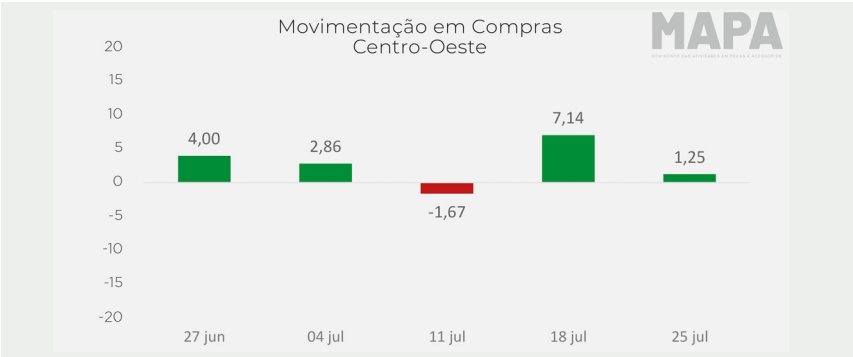
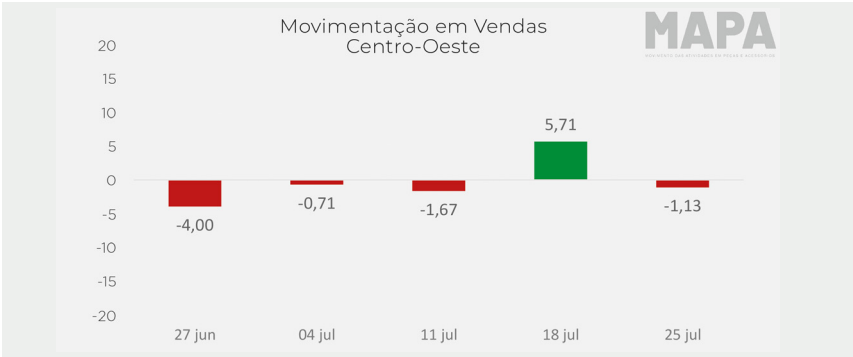
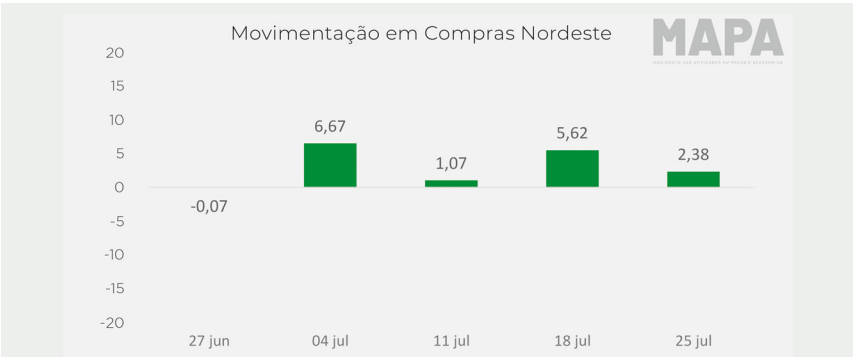
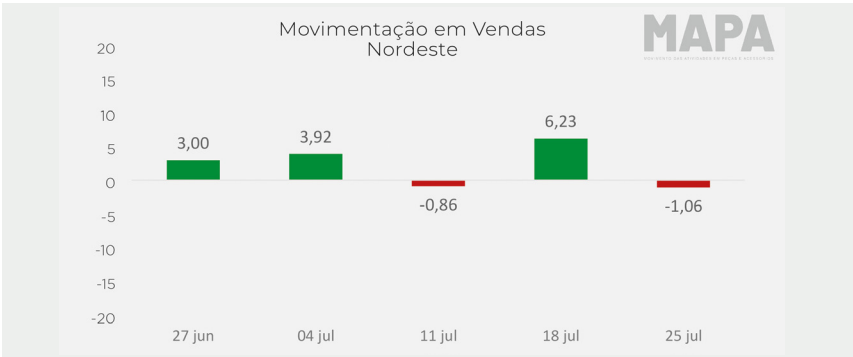
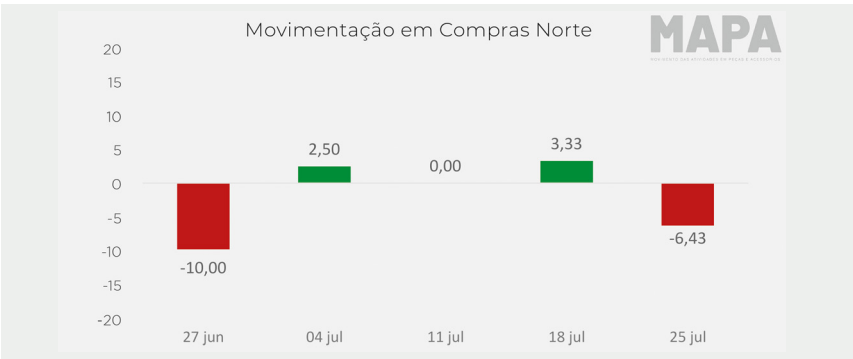
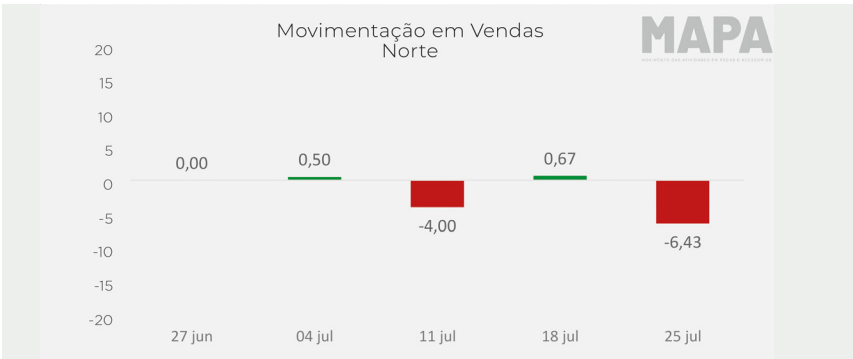
MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios

Semana de 21 a 25 de julho

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. Após uma semana de recuperação, as vendas voltaram a cair, com média nacional de -1,85%. Nas cinco regiões do país, o desempenho de vendas foi o seguinte: -6,43% no Norte; -1,06% no Nordeste; -1,13% no Centro-Oeste; -0,06% no Sudeste; e -6,08% no Sul. As vendas mantiveram-se estáveis para 23% dos entrevistados, com variação positiva e negativa idêntica nas lojas entrevistadas pelo After. Lab: 38%. O comportamento das compras

por parte do varejo para repor estoques vem acompanhando as curvas de vendas, mas com variação maior na semana de 21 a 25 de julho, quando o índice médio foi de -4,09%. Os índices regionais de compras apurados pelo After. Lab apontaram -6,43% no Norte; 2,38% no Nordeste; 1,25% no Centro-Oeste; -7,06% no Sudeste; e -4,33% no Sul. Para 37% dos entrevistados não houve variação no volume de compras realizadas na semana, enquanto 24% compraram mais e 39% reduziram a reposição dos estoques. Acompanhe os resultados semanais atualizados da pesquisa MAPA no site novovarejoautomotivo.com.br





ONDA - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços

Semana de 21 a 25 de julho

A pesquisa ONDA traz semanalmente as Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços no varejo de autopeças em todo o Brasil, estudo do After.Lab, núcleo de inteligência de negócios do After-market Automotivo.

Na semana em análise, a média nacional de abastecimento manteve-se em baixa, fechando com índice de -3,97%.

Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do país mostraram: -4,29% no Norte; -6,5% no Nordeste; variação zero no Centro-Oeste; -4,06% no Sudeste; e -3,33% no Sul.

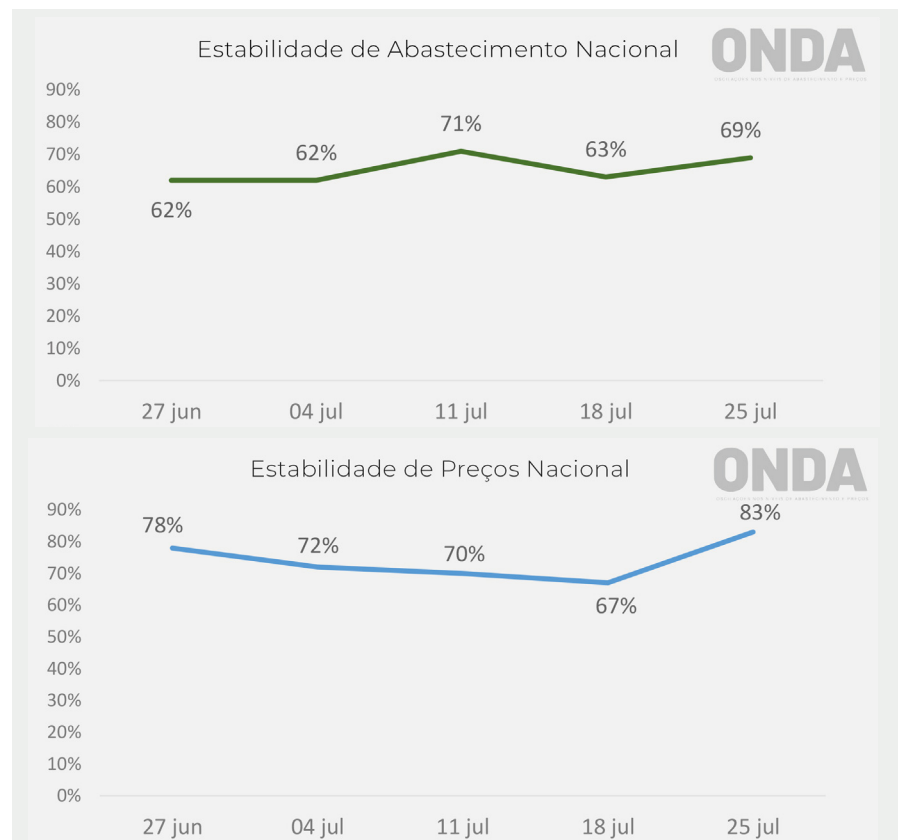
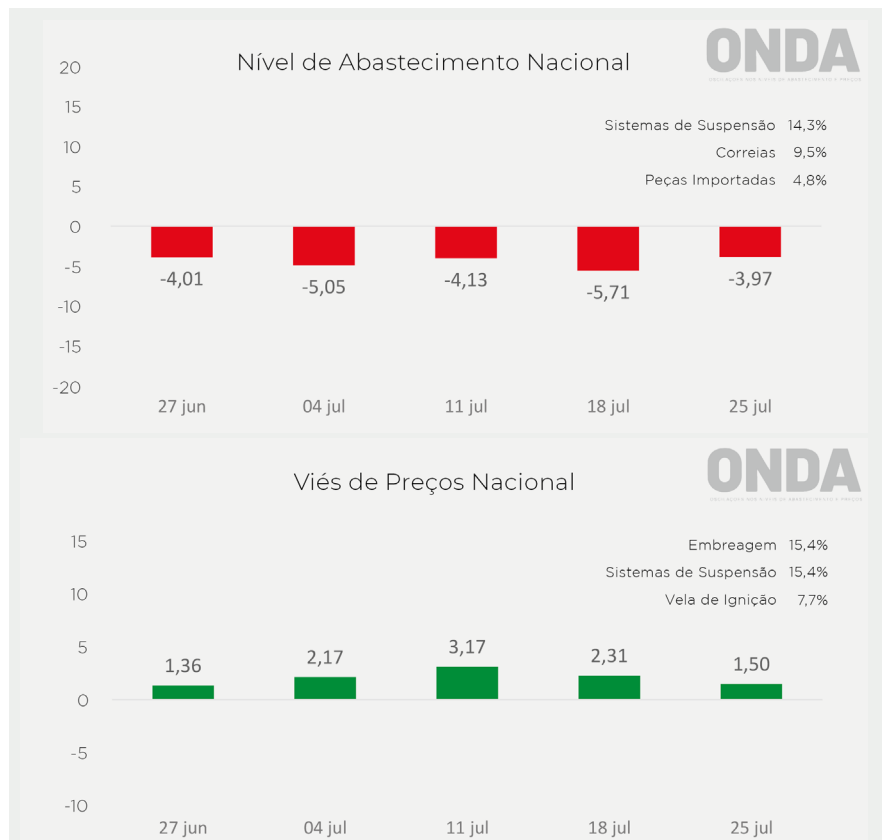
Componentes para suspensão foram os itens mais faltantes para 14,3% dos entrevistados, seguidos por correias, com 9,5%, e peças importadas, com 4,8% das citações.

A variação dos preços para o varejo teve alta de 1,5% na média nacional. O índice é mero indicador de tendência, já que a metodologia não prevê a medição científica da inflação no segmento.

A percepção regional da variação nos preços foi a seguinte: 3,33% no Norte; 1,38% no Nordeste; 1,25% no Centro-Oeste; 2% no Sudeste; e variação zero no Sul.

Embreagens e componentes para suspensão foram itens citados por 15,4% dos entrevistados como os campeões de reajustes de preços na semana, seguidos por velas de ignição, com 7,7%.

A estabilidade no abastecimento subiu de 63% para 69% dos entrevistados. Em relação aos preços, a curva subiu de 67% para 83% dos varejos entrevistados.



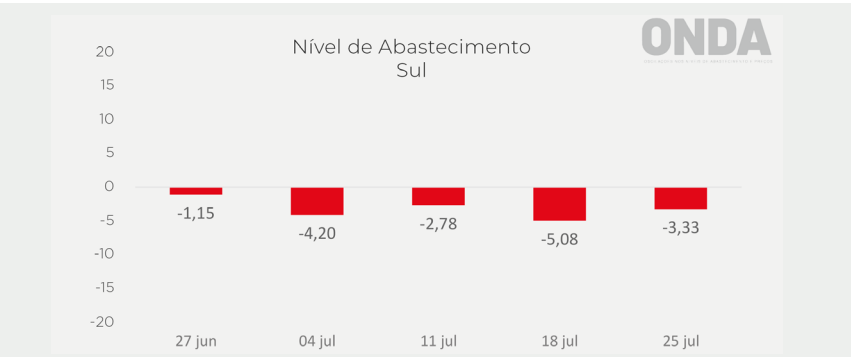
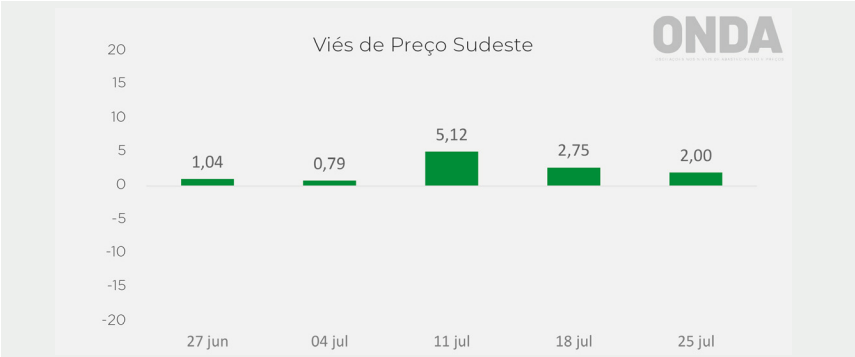
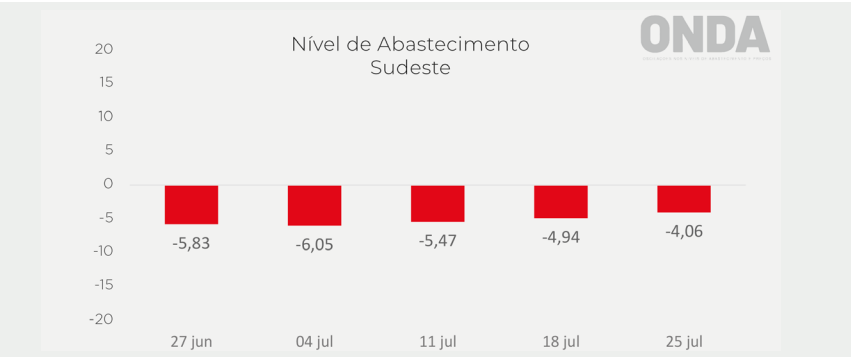
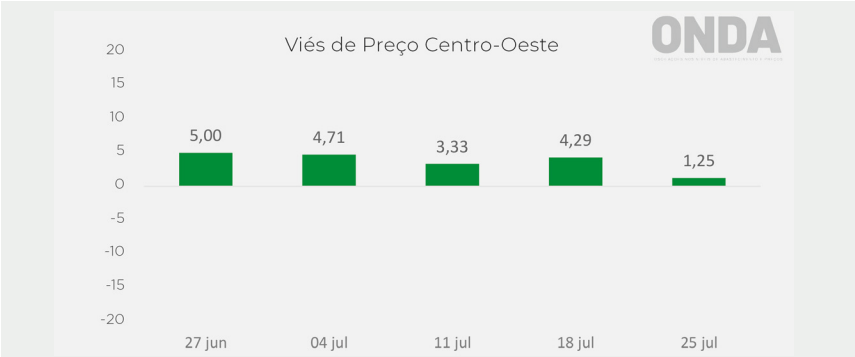
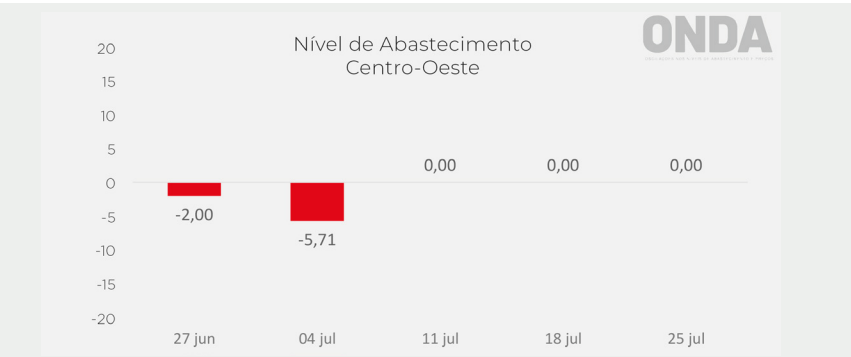
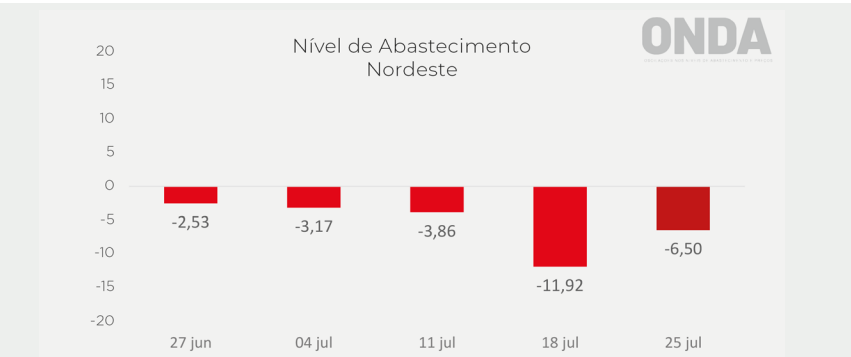
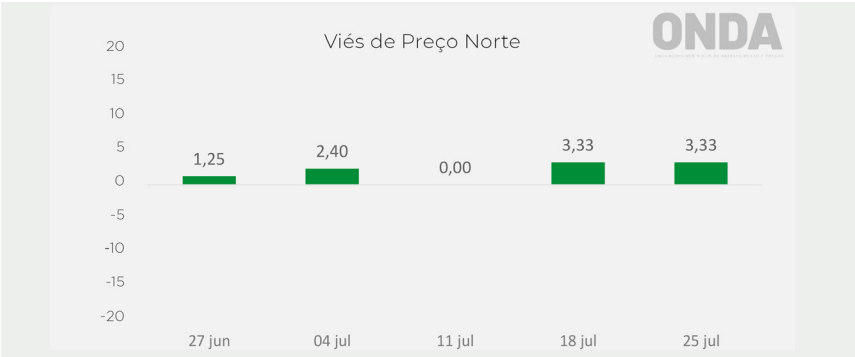
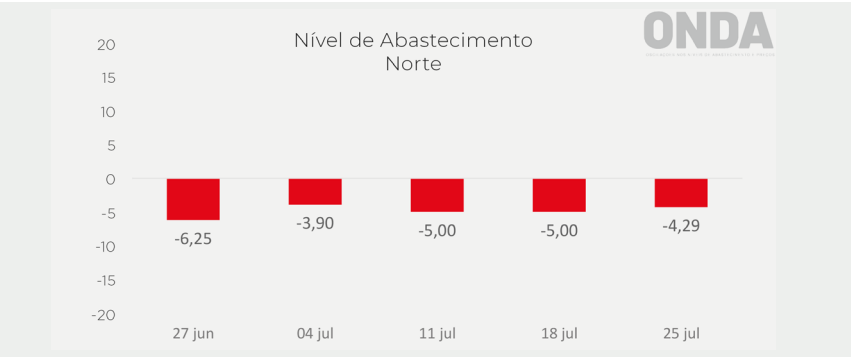
ONDA

Realização:



Apoio:





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.**





Nota da Abipeças e do Sindipeças sobre pleito de redução de imposto de importação de veículos CKD e SKD

A Abipeças e o Sindipeças, associações que representam a indústria de autopeças em todo o País, enviaram mensagem ao Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, reiterando grande preocupação com os pleitos – já atendidos em parte – de redução do imposto de importação para veículos desmontados e semidesmontados (CKD e SKD), feitos por montadoras chinesas, cujos veículos, produzidos em plantas estrangeiras, já estão

maciçamente presentes no Brasil. Em ofício enviado em 28 de julho – antes da decisão do Governo Federal –, Cláudio Sahad, presidente das entidades, afirmou que, soma-se a isso, o iminente aumento das alíquotas de importação por parte dos Estados Unidos. “A combinação nefasta desses fatores irá, inquestionavelmente, provocar queda de produção e perda de empregos, além da inevitável revisão dos investimentos anunciados por

montadoras e pelo setor de autopeças”, afirmou a carta. O comércio entre nações é imprescindível para o desenvolvimento dos setores e dos países e sempre foi defendido pela Abipeças e pelo Sindipeças, porém, com equilíbrio e previsibilidade. “Somos tradicionalmente exportadores e também importadores”, disse Sahad. “A questão, neste caso, é o favorecimento de competidores externos, em franca e injustificável desvantagem à produção local.” Atender ao

pedido de redução de imposto de importação de veículos, neste momento, é seguir na contramão do desenvolvimento da indústria local, finalizaram as entidades.



Foto: Shutterstock

Menos imposto para carros chineses importados e montados aqui é iniciativa que preocupa indústrias brasileiras

E-commerce ganha espaço na composição do faturamento do varejo

O e-commerce brasileiro segue crescendo e ganhando espaço na composição total do varejo. Levantamento da Cielo mostra que, embora o varejo total tenha crescido 5,2% em relação ao mesmo período do ano anterior, até abril de 2025, o e-commerce cresceu 4,3%. Nos dois anos anteriores, o digital já havia superado o varejo total em desempenho, indicando uma tendência clara de protagonismo do canal. “O e-commerce deixou de ser um canal alternativo e passou a contribuir de forma significativa para o crescimento do varejo. O comportamento do consumidor e a distribuição do faturamento

mostram que as empresas que mais crescem estão preparadas para oferecer uma jornada digital integrada e eficiente”, afirma Carlos Alves, Vice-presidente de Tecnologia e Negócios da Cielo. A análise foi conduzida pela área de Business Analytics da Cielo, com base em 7,7 bilhões de transações anuais, cobrindo 714 mil pontos de venda ativos e 190 milhões de consumidores mensais — o que representa cerca de 7% do PIB brasileiro. Em 2024, 48% dos clientes que não haviam registrado compras no e-commerce no ano anterior realizaram duas ou mais compras online. Esse

comportamento sugere não apenas uma experimentação pontual, mas uma adoção recorrente e potencialmente fidelizada do canal digital. Esse público está mais concentrado em clientes de altíssima renda, com destaque para homens (55%) e preferência por produtos de crédito parcelado, que representam 52% do faturamento do e-commerce. Modalidades como crédito à vista somam 45%, enquanto Débito e Pix representam 3%. A Black Friday continua sendo o pico absoluto de vendas no comércio digital. Em 2024, o faturamento na semana da

Black Friday foi 62% maior que o da semana do Natal no e-commerce. Esse resultado é impulsionado também pelo ticket médio superior: R\$ 209 na Black Friday, contra R\$ 137 no Natal.

A análise por personas revela um dado relevante: o público classificado como “conectado” — formado por consumidores ativos em canais digitais e mobilidade — concentra uma parte significativa do faturamento. Em 2024, 33% das vendas dessa persona se concentraram em Turismo, Transporte, Livrarias e Papelarias, setores com forte presença online.

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

ZM reforça compromisso com educação para o trânsito com doações ao projeto Transitolândia

A ZM realizou em julho doações ao projeto "Transitolândia", iniciativa que visa educar crianças sobre segurança e cidadania no trânsito reafirmando seu compromisso com o desenvolvimento social e a segurança. Foram dois novos carrinhos doados ao 18º Batalhão de Polícia Militar de Brusque, fortalecendo o programa que promove a conscientização no trânsito desde a infância.

E, também, 14 carrinhos à Polícia Militar de Santa Catarina, destinados à cidade de Florianópolis. Esses equipamentos serão utilizados nas atividades práticas da Transitolândia, beneficiando ainda mais crianças.

Também foram entregues recentemente novas unidades para a cidade de Florianópolis, também em Santa Catarina, onde podemos destacar a entrega do 100º

carrinho do projeto, uma iniciativa que combina teoria e prática para ensinar crianças sobre comportamentos seguros no trânsito. Na primeira etapa, os alunos assistem a palestras em que aprendem sobre respeito aos pedestres, uso do cinto de segurança e regras para uma travessia segura. Já na etapa prática, as crianças vivenciam as lições na Pista de Trânsito,



um espaço que simula ruas de uma cidade real, com sinalização completa, ciclofaixas e travessias elevadas. Nesta atividade, parte da turma conduz carrinhos a pedal, que imitam automóveis, enquanto o restante age como pedestres.

FGV oferece cursos gratuitos sobre tecnologia, dados e inteligência artificial

A Fundação Getúlio Vargas disponibiliza gratuitamente cursos online voltados às áreas de tecnologia, dados e inteligência artificial. Os conteúdos abrangem desde fundamentos de SQL e ciência de dados até aplicações práticas de IA no ambiente de trabalho e na pesquisa acadêmica.

Entre os destaques estão os cursos "IA Generativa e o ChatGPT" e "TI como Elemento Estratégico nas Organizações". As capacitações são oferecidas na modalidade online e têm curta duração, sendo ideais para profissionais de diversas áreas que buscam se atualizar.

Os cursos abordam temas como:

- **TI como elemento estratégico nas organizações** - explora como a tecnologia da informação pode ser utilizada como vantagem competitiva, apoiando a inovação, a gestão e a tomada de decisões nas empresas.
- **Introdução à Ciência de Dados** - apresenta os principais conceitos e aplicações da ciência de dados, com foco na análise de grandes volumes de informação para gerar insights e apoiar dec
- **SQL - Structured Query Language** - ensina os fundamentos da linguagem SQL,

usada para criar, consultar e gerenciar bancos de dados relacionais, ferramenta essencial para profissionais da área de dados.

- **Introdução à Inteligência Artificial: Conceitos Básicos** - aborda os fundamentos da IA, incluindo história, aplicações e principais técnicas utilizadas no desenvolvimento de sistemas inteligentes.
- **IA Generativa e o ChatGPT: Potencializando o Trabalho e Ganhando Eficiência** - mostra como ferramentas de IA generativa, como o ChatGPT, podem ser aplicadas para otimizar tarefas, automatizar

processos e melhorar a produtividade profissional.

- **Aspectos introdutórios de Business Intelligence** - oferece uma introdução aos conceitos de BI, com foco em coleta, organização e análise de dados para geração de relatórios e suporte à tomada de decisão empresarial.

Com linguagem acessível e estrutura modular, os cursos são autoinstrucionais, permitem flexibilidade de horário e não exigem conhecimentos prévios. Todos oferecem declaração de conclusão e são realizados em parceria com OEG - Open Education Global.

Tradição em atender bem você

Nossa equipe de **vendedores técnicos especializados** está presente em 9 filiais para **atender com a qualidade, a agilidade e a confiança** que você precisa.



 **CONTATE SUA FILIAL OU ACESSE:** compreonline.orbid.com.br

Cascavel – PR (45) 3096-1700

Florianópolis – SC (48) 3198-8200

Pelotas – RS (53) 2123-5100

Chapecó – SC (49) 3361-6400


Joinville – SC (47) 3489-9700


Porto Alegre – RS (51) 2131-5100

Curitiba – PR (41) 3301-3301

Passo Fundo – RS (54) 3210-4100

Santa Maria – RS (55) 3301-3400

 @orbid.autopecas

 Orbid Autopeças

 www.orbid.com.br


 Orbid Autopeças





Foto: Shutterstock

Percepção sobre presente e futuro segue instável no Brasil e no cenário internacional

Confiança do consumidor cai em meio à incerteza econômica

Com recuo de 0,9 ponto em relação ao mês anterior, o índice de julho encerra o período com 51,1 pontos. Ainda que o indicador se mantenha acima da linha de neutralidade, o resultado interrompe o movimento positivo observado em junho e sinaliza que o otimismo do consumidor segue contido. A retração reflete principalmente uma piora nas percepções sobre o presente e as expectativas para o futuro: tanto o índice atual quanto o de expectativas recuaram, sendo o segundo uma queda

de 0,7 ponto no mês, indicando que parte da população enxerga com mais cautela o cenário econômico.

Entre os quatro subíndices, o destaque positivo continua sendo o mercado de trabalho. Com 53,3 pontos, o índice de empregos permanece como o segundo mais elevado entre os componentes do ICC, sustentando uma percepção relativamente estável de segurança no emprego e resiliência do mercado. Já o índice de investimentos, que mede a disposição para grandes

compras e movimentações financeiras, se mantém abaixo da linha de confiança, com 47,6 pontos, sugerindo que o consumidor brasileiro segue prudente diante de incertezas econômicas e fiscais.

No cenário global, o ICC manteve-se praticamente estável em julho, com 48,1 pontos — uma variação negativa de apenas 0,1 ponto. Com 51,1 pontos, o Brasil é o 11º país a superar a marca dos 50, superado por mercados como México, EUA e Reino Unido, segue sinalizando uma

confiança moderada, mas ainda frágil.

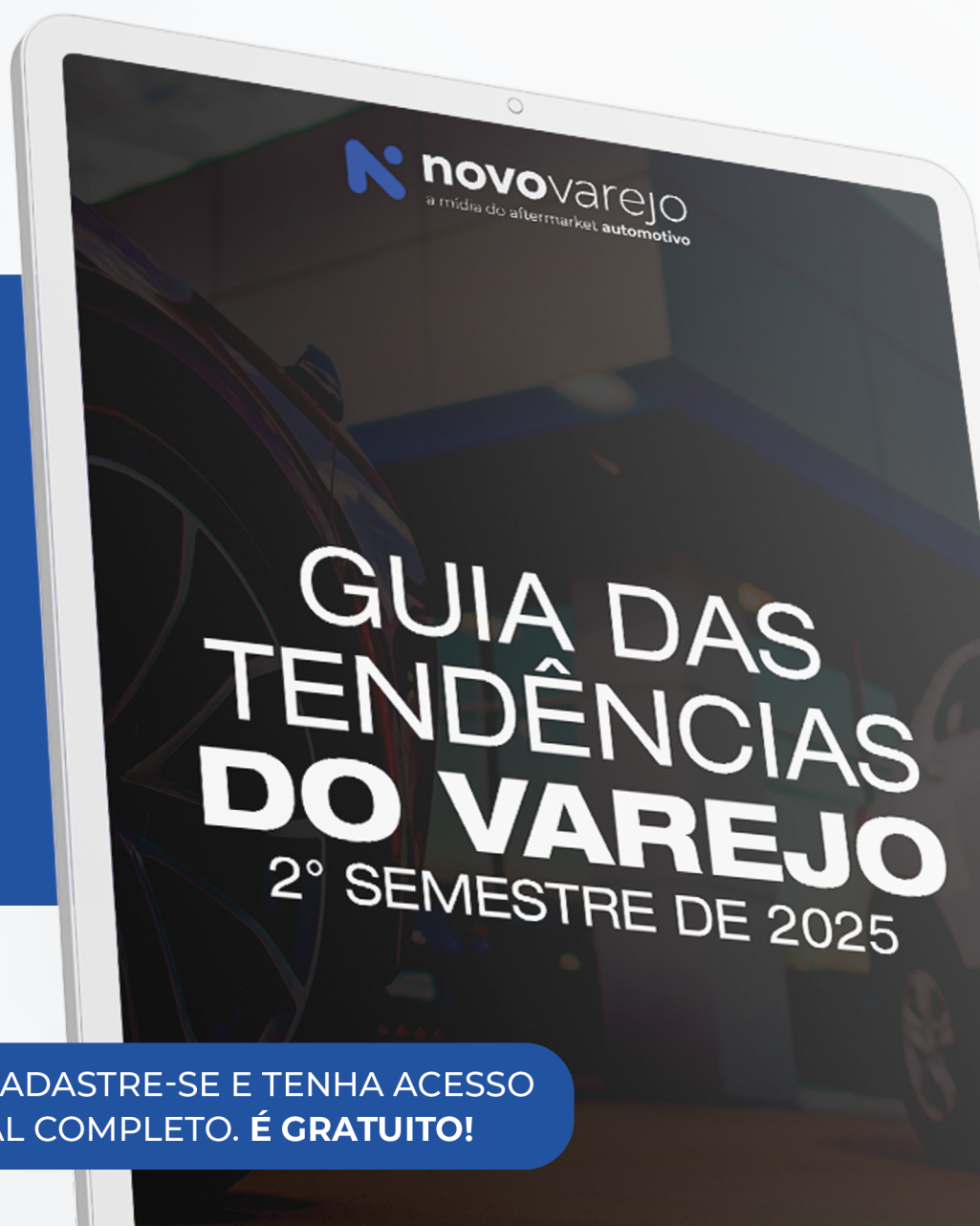
Os dados de julho revelam uma confiança em compasso de espera. Ainda que indicadores de emprego sustentem certo otimismo, a percepção sobre o presente e o futuro segue instável, tanto no Brasil quanto no cenário internacional. A consolidação de uma tendência mais positiva dependerá da capacidade de resposta das economias a desafios como inflação persistente, juros elevados e desaceleração global.

GUIA DAS TENDÊNCIAS DO VAREJO 2º SEMESTRE DE 2025

Prepare seu negócio para os desafios e oportunidades!

EM NOSSO EBOOK VOCÊ VERÁ:

- TENDÊNCIAS EMERGENTES NO VAREJO AUTOMOTIVO;
- AÇÕES PRÁTICAS PARA SE DESTACAR DA CONCORRÊNCIA;
- INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL - COMO USAR A TECNOLOGIA A SEU FAVOR;
- USO DE DADOS PARA PERSONALIZAR VENDAS E FIDELIZAR CLIENTES.



**CLIQUE AQUI, CADASTRE-SE E TENHA ACESSO
AO MATERIAL COMPLETO. É GRATUITO!**



Foto: Divulgação

Encontro reuniu as mídias do setor para apresentação da empresa

Mobensani aposta em dados, tecnologia e gestão familiar profissionalizada para sustentar 15 anos consecutivos de crescimento

Especializada em borrachas automotivas, empresa acumula crescimento de 944% na última década

Na quarta-feira 23 de junho, o Novo Varejo se juntou a outros veículos de comunicação especializados na cobertura do Aftermarket Automotivo para uma visita à fábrica da Mobensani, em Guarulhos (SP). Na ocasião, fomos acompanhados pelos seus principais líderes, Amir C. de Azevedo (Presidente), Simone de Azevedo Franzo (CEO de Estratégias) e Suzane de Azevedo (CEO de Operações), para conhecer os processos de produção e os pilares estratégicos que têm sustentado um crescimento anual de dois dígitos mantido ao longo dos últimos 15 anos.

Com 60 anos de atuação no mercado de borrachas automotivas voltadas à reposição, a Mobensani tem hoje um portfólio de cerca de 2.500 itens, distribuídos para todas as regiões do país. A empresa projeta crescimento de 22% em 2025, após ter fechado 2024 com alta de 25% – índices que se juntam ao impressionante avanço de 944% no acumulado da última década. Durante a visita, foi possível observar como a estrutura industrial e os processos internos ajudam a explicar os números apresentados. Em uma era em que as empresas

apostam cada vez mais na importação, a Mobensani possui uma operação genuinamente nacional, utilizando processos fabris internacionais para produzir seus componentes do tratamento da matéria prima ao acabamento. A gestão da empresa se apoia em dados de mercado e estudos técnicos para tomar decisões tanto sobre lançamentos, que ultrapassam 150 novos itens ao ano, quanto a respeito de descontinuações estratégicas. O alinhamento da empresa com as melhores práticas da indústria em termos tecnológicos não para por aí. Se estende

à utilização de equipamentos de alta tecnologia, incluindo um scanner presente atualmente em apenas outras quatro empresas no país, aparato que permite unir maior precisão nos processos a um ganho de agilidade substancial que faz com que análises que antes duravam 15 dias passem a ser realizadas em menos de 5. Para chegar a esse nível de excelência, a Mobensani tem feito investimentos robustos. Exemplo disso é o plano de investimentos de R\$ 25 milhões em 2025 a ser aplicado em novos lançamentos e ainda mais automação.

Empresa é referência em igualdade de gênero no setor

Além dos dados operacionais, a visita também reforçou o protagonismo da Mobensani em um tema ainda sensível na cadeia automotiva: a igualdade de gênero.

Não podia ser diferente. Afinal, a CEO de Estratégias da companhia, Simone de Azevedo Franzo, é uma das fundadoras da AMMA (Associação Brasileira das Mulheres do Mercado Automotivo) e uma das vozes mais respeitadas no setor quando o assunto é a promoção de lideranças femininas.

Em entrevista exclusiva ao Novo Varejo, Simone destacou que o objetivo da associação é ser uma ponte de inspiração, empoderamento e capacitação para que outras mulheres possam conquistar posições de destaque no setor. Segundo ela, a transformação é possível, mas exige intencionalidade. “A presença feminina não deve ser pontual, e sim estrutural. O avanço vem com visibilidade, preparo e oportunidades reais”, afirmou.

Mais que discurso, o engajamento de Simone no avanço das mulheres no setor está alinhado com a prática da Mobensani. Atualmente, 27% da força de trabalho da Mobensani é composta por mulheres, número significativamente acima da média nacional do setor, estimada em cerca de 6%. Mais do que isso, boa parte das colaboradoras atua diretamente na operação — e não apenas em funções administrativas, como ainda é comum nas empresas do segmento.

Questionada sobre evoluções que podem expandir este movimento vivenciado pela Mobensani para todo o mercado, Simone destacou que elas estão cada vez mais latentes – sobretudo por conta da escassez de mão de obra qualificada que afeta todos os elos da cadeia da reposição.

“As empresas estão percebendo que vale mais ter uma mulher qualificada, competente e comprometida que eventualmente precise se ausentar por uma licença maternidade do que abrir mão de um talento destes por alguém menos qualificado”, concluiu.



Foto: Divulgação

Empresa se destaca pela participação feminina em diferentes processos



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



Cofap amplia catálogo de amortecedores para veículos híbridos e elétricos



Foto: Divulgação

Cofap foi a primeira marca a oferecer amortecedores para carros 100% elétricos no mercado de reposição

A Marelli Cofap Aftermarket anuncia a ampliação da linha de amortecedores Cofap para veículos híbridos e elétricos. Atualmente o portfólio da empresa atende 20 modelos das marcas BYD, Caoa Chery, Chevrolet, Fiat, Jac, Kia, Nissan, Renault, Toyota e Volkswagen. A expansão da linha reflete o crescimento constante da frota de veículos híbridos e elétricos no Brasil. Os amortecedores da marca desenvolvidos para os veículos híbridos e elétricos reproduzem as características de funcionamento, montagem, durabilidade, conforto, segurança e confiabilidade dos componentes genuínos. Os amortecedores Cofap são projetados para atender as características peculiares desses tipos de veículos, como centro de gravidade mais baixo em comparação aos veículos de propulsão convencional devido ao peso das baterias. Além dos amortecedores de suspensão, a Cofap também disponibiliza molas a gás para esses modelos. Trata-se de um dispositivo monotubular pressurizado composto por um tubo e uma haste, entre outros componentes internos, utilizados para sustentar o peso das tampas dos porta-malas, auxiliando no processo de abertura das mesmas e mantendo-as abertas. A Cofap também ampliou em julho o catálogo de bandejas de suspensão, com o lançamento de 16 códigos para o mercado de reposição. As peças são destinadas a modelos das marcas Audi, Chery, Fiat, Ford, Honda e Hyundai. Disponíveis com ou sem pivô, as bandejas podem ser fundidas, forjadas ou em alumínio, de acordo com os padrões do equipamento original de cada veículo e contam com a certificação Inmetro.

Dana expande portfólio Spicer de juntas homocinéticas para leves e comerciais

A Dana amplia seu catálogo de reposição com mais 27 novas aplicações da linha Spicer de juntas homocinéticas e tripeças, destinadas a veículos leves e utilitários comerciais. Ao todo estão nessa cobertura 5 modelos da Hyundai, 13 da GM, 1 da Peugeot, 3 da Toyota e 4 da Fiat (confira ao lado). Confira a abrangência dos lançamentos. Com esse lançamento, a Spicer, já presente em 90% dos caminhões leves, pesados e ônibus produzidos no Brasil, consolida sua relevância também no segmento de veículos de passeio e utilitários, reafirmando-se como uma marca confiável para todas as demandas de transmissão. Todos os novos produtos já estão disponíveis na rede de distribuição da Dana, com mais de 100 parceiros entre distribuidores regionais e nacionais. As aplicações podem ser consultadas no catálogo digital oficial, acessível em: www.spicer.com.br/catalogo

Juntas Homocinéticas Fixas 5 códigos	Hyundai	HB20 1.0 12v 2012-2019HB20 S 1.0 12v 2013-2019HB20 1.6 16v 2012-2019HB20 S 1.6 16v 2013-2019HB20 X 1.6 16v 2012-2019
GM	Onix 1.0 8v/1.4 8v 2012-2019Prisma 1.0 8v/1.4 8v 2013-2019Joy 1.0 8v 2019-2021Joy Plus 1.0 8v 2019-2021Onix 1.4 8v 2012-2019Prisma 1.4 8v 2013-2019Cobalt 1.4 8v 2011-2020Onix 1.4 8v 2013-2019Prisma 1.4 8v 2013-2019	
Tripeças 6 códigos	Peugeot	206 1.4 (04-10) – esq / dir
Toyota	Hilux 3.0 4x4 sem abs (01-04) – esq / dirHilux 2.5/3.0 4x4 com abs (05-15)SW4 3.0 4x4 c/ abs	
Fiat	Bravo/Doblo/Idea 1.8 E.Torq MT (10-16)Palio 1.6 E.Torq MT (10-18) esq/dir	
GM	S10 2.8 diesel 4x4 (98-12)Blazer 2.8 diesel 4x4 (98-12) – esq / dirCobalt 1.8 mt (12-18)Spin 1.8 mt (12-18) – esq / dir	

MAIORES & MELHORES
em distribuição de autopeças

033
rooftop

Seguimos no Topo

Maiores e Melhores 2025 em nova edição no mais sofisticado rooftop de São Paulo, o 033 Rooftop JK Iguatemi

01.12.2025 às 19h30

O maior evento do Aftermarket Automotivo vai mais uma vez encerrar o ano do setor com o encontro das principais lideranças e da elite executiva e empresarial do mercado na tradicional solenidade em homenagem aos Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças - veículos leves - Nacional.

São diversas oportunidades de participação e exposição disponíveis para que sua marca tenha destaque e demonstre seu vínculo com as mais renomadas empresas da distribuição de autopeças em âmbito nacional, **um evento único, exclusivo para as principais indústrias do mercado.**

**Esteja entre os
Maiores e Melhores**

Cotas de patrocínio e convites limitados,
consulte opções de ativações:

comercial@novomeio.com.br

REALIZAÇÃO

Nhmi

AFTER.LAB

DIVULGAÇÃO

N

a.tv



Acordo tarifário entre UE-EUA: ACEA apoia a redução de tensões

Em resposta ao anúncio de um acordo comercial entre a União Europeia e os Estados Unidos, que evita uma escalada em tarifas prejudiciais, Sigrid de Vries, Diretora-Geral da Associação Europeia dos Fabricantes de Automóveis (ACEA), declarou: “O acordo representa um passo importante para aliviar a intensa incerteza que tem marcado as relações comerciais transatlânticas nos últimos meses, e a ACEA recebe esse desenvolvimento com bons olhos. No entanto, os Estados Unidos continuarão a aplicar tarifas mais elevadas sobre automóveis e peças automotivas, o que continuará a ter um impacto negativo não apenas para a indústria na UE, mas também nos próprios EUA.” A ACEA avalia que muitos

elementos do acordo ainda precisam ser esclarecidos e entende que a UE e os EUA devem se concentrar na redução dos obstáculos ao comércio automotivo transatlântico, abrindo caminho para laços econômicos mais fortes e prosperidade compartilhada.

Hildegard Müller, presidente da VDA (Associação Alemã da Indústria Automotiva) aprovou o entendimento. “É fundamentalmente positivo que a presidente da Comissão Europeia, Ursula von der Leyen, e o presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, tenham anunciado um acordo-quadro, evitando assim uma nova escalada da disputa comercial. O que será crucial agora é como o acordo será estruturado concretamente

e qual será sua confiabilidade. Mas uma coisa também é clara: a tarifa dos EUA de 15%, inclusive para produtos automotivos, custará bilhões anualmente à indústria automotiva alemã e a sobrecarregará no meio de seu processo de transformação. Diante dos compromissos de grande alcance para investimentos adicionais nos EUA – cujos detalhes ainda são incertos – a UE é agora ainda mais urgentemente chamada a tornar as condições estruturais na Europa competitivas em nível internacional para investidores e empresas, a fim de voltar a ser atrativa e relevante como local de investimento. É de extrema importância que as cadeias de suprimentos automotivas, que foram distorcidas e restringidas

pela disputa tarifária, voltem a funcionar sem obstáculos. Isso torna ainda mais necessário, entre outras coisas, encontrar uma solução para a América do Norte interconectada – EUA, México e Canadá – no âmbito do acordo USMCA. Isso é particularmente importante para a indústria de autopeças”.



Foto: Divulgação

Sigrid de Vries saúda acordo mas lamenta elevação das taxas

Votação no Parlamento Europeu abre caminho para economia automotiva justa e circular

Os comitês conjuntos IMCO e ENVI do Parlamento Europeu aprovaram, em 7 de julho, o relatório sobre os novos requisitos de circularidade e fim de vida útil para veículos (2023/0284 COD). A votação em plenário está prevista para 8 a 11 de setembro. A FIGIEFA (Federação Internacional dos Distribuidores Independentes de Peças Automotivas) acolhe positivamente o relatório,

destacando sua contribuição essencial para um ecossistema automotivo aberto e competitivo, com direitos e responsabilidades claros para montadoras e operadores independentes. A FIGIEFA pede ao Conselho da UE e à Comissão Europeia que apoiem as emendas do Parlamento antes das negociações do “trílogo” interinstitucional. Conhecida como Regulamentação sobre Veículos Fora de

Uso (End-of-Life Vehicles – ELV), a nova legislação visa aprimorar o design, a coleta, o tratamento e a reciclagem de veículos, com o objetivo de reduzir resíduos e impactos ambientais ao longo de todo o ciclo de vida dos automóveis. No entanto, seus objetivos só serão alcançados se regras claras e concorrência justa entre montadoras e operadores independentes

forem garantidas.

O relatório dos comitês conjuntos do Parlamento aprimora substancialmente a proposta original da Comissão Europeia, com melhorias práticas e maior clareza. Destacam-se:

- Definição mais precisa de operadores de reparo e manutenção, alinhada ao Regulamento de Aprovação de Tipo, abrangendo todos os atores da cadeia de valor.

AUTONOR

FEIRA DE TECNOLOGIA AUTOMOTIVA DO NORDESTE
2025

PARTICIPE DA MAIOR
FEIRA DE TECNOLOGIA
AUTOMOTIVA DO
NORDESTE

CREDENCIAMENTO GRATUITO PELO SITE
autonor.com.br



17 a 20 de setembro

Dias 17 a 19 – Horário 15h00 às 21h00
Dia 20 – Horário 14h00 às 20h00



Pernambuco
Centro de Convenções



[feiraautonor](https://www.instagram.com/feiraautonor)



INFORMAÇÕES:



81 98260-1156

REALIZAÇÃO E PROMOÇÃO:

AutoNor
EMPREENDIMENTOS

APOIO:



FIEPE

IEL

SENAI

SESI

Sindirepa

PE
Sindirepa



Sincopercas
Sindicato Empresarial do Sistema Comércio

Fecomércio
Sindicato Empresarial do Sistema Comércio

Senac
Fecomércio
Sindicato Empresarial do Sistema Comércio

AssopecasPE

SICAP 25
ANOS

ANDAP

IQA
Instituto da Qualidade Automotiva



- Definição clara de remanufatura no Artigo 3º, garantindo o papel das peças remanufaturadas na economia circular.
- Reforço nos requisitos de design (Artigo 7º), com foco em reutilização, substituição, remanufatura e recondicionamento de componentes.
- Garantia de acesso à informação técnica para operadores independentes (Artigo 11 e Anexo V).
- Novos critérios no Anexo I para determinar quando um veículo é tecnicamente irrecuperável, evitando que seja descartado prematuramente.

Elétricos a bateria têm 15,6% de participação de mercado na UE e ainda estão longe do esperado

No primeiro semestre de 2025 (1S 2025), os emplacamentos de carros novos na União Europeia caíram 1,9% em comparação ao mesmo período do ano anterior. Em junho, houve uma queda acentuada de 7,3% em relação ao ano anterior, refletindo o ambiente econômico global desafiador para os fabricantes de automóveis. A participação de mercado dos carros elétricos a bateria (BEVs) no 1S 2025 foi de 15,6%, ainda distante do necessário para o avanço da transição energética. Já os modelos híbridos continuam ganhando popularidade, mantendo-se como a principal opção entre os consumidores.

Até junho de 2025, os carros elétricos a bateria representaram 15,6% do mercado da UE, um aumento em relação aos 12,5% registrados no 1S 2024. Os emplacamentos de carros híbridos continuam em alta, alcançando 34,8% de participação e mantendo-se como a escolha preferida

entre os consumidores europeus. Enquanto isso, a participação combinada de carros a gasolina e diesel caiu para 37,8%, frente aos 48,2% no mesmo período de 2024.

No 1S 2025, as vendas de carros elétricos a bateria somaram 869.271 unidades, representando 15,6% do mercado da UE. Três dos quatro maiores mercados — Alemanha (+35,1%), Bélgica (+19,5%) e Países Baixos (+6,1%) — registraram

crescimento. Já a França teve uma queda de 6,4%.

Os emplacamentos de carros híbridos atingiram 1.942.762 unidades no período, com destaque para o crescimento nos principais mercados: França (+34,1%), Espanha (+32,8%), Itália (+10%) e Alemanha (+9,9%). Atualmente, esses modelos respondem por 34,8% da fatia de mercado.

Os híbridos plug-in somaram 469.410 unidades no

1S 2025, impulsionados por fortes crescimentos na Alemanha (+55,1%), Espanha (+82,5%) e Itália (+56,3%). Com isso, representam 8,4% dos emplacamentos totais, ante 6,9% em junho de 2024. A variação anual em junho de 2025 mostrou crescimento de apenas 7,8% nos BEVs e 6,1% nos híbridos, enquanto os híbridos plug-in registraram seu quarto mês consecutivo de forte crescimento, com alta de 41,6%.



Frota eletrificada cresce em ritmo lento na Europa

Foto: Shutterstock



Vem aí a 4º edição do Maiores e Melhores Regional!

Em breve você vai saber quais são os destaques da distribuição de autopeças em cada região do Brasil.

O MMR é realizado pelo After.lab — núcleo de pesquisa e inteligência do Aftermarket Automotivo — e avalia os distribuidores regionais que se destacam em 21 atributos relacionados ao desempenho empresarial além da venda de peças.

Finalistas

NORTE	NORDESTE	CENTRO-OESTE
CONAPE	AUTO NORTE	CASTRILLON
MELO	AUTOFORT	COMANDO
MILLANO	BEZERRA OLIVEIRA	JAVALI
PEMAZA	LIGPEÇA	KAIZEN
PMZ	PADRE CÍCERO	PECISTA
RONDOBRAS	-	POLIPEÇAS

SUDESTE	SUL
BARROS	AUTO PATRENSE
COMDIP	DPS
COMPEL	ROLEMAR
G&B	SCHERER
JAHU	TOLI
-	VESPOR

Garanta a presença da sua marca!
Consulte cotas de patrocínio: comercial@novomeio.com.br

REALIZAÇÃO

Nhm

AFTER.LAB

DIVULGAÇÃO

N

QTV



Chineses avançam na corrida global dos elétricos e líderes mundiais podem ficar para trás

O Conselho Internacional de Transporte Limpo (ICCT) divulgou seu terceiro relatório anual de Avaliação Global das Montadoras, revelando que as fabricantes chinesas estão conquistando liderança significativa no mercado de veículos de emissão zero (ZEV). A China agora representa mais de 11 milhões de veículos elétricos vendidos por ano — mais da metade das vendas globais.

As montadoras chinesas aproveitaram seu vasto mercado interno para ganhar escala e desenvolver tecnologias, e agora estão avançando também em mercados globais. Cinco fabricantes chinesas lideram em cobertura de modelos ZEV, e ocupam cinco das seis primeiras posições em participação de vendas de EVs. Empresas como Geely e SAIC já atingiram 50% de vendas de EVs, antecipando seus objetivos para 2025.

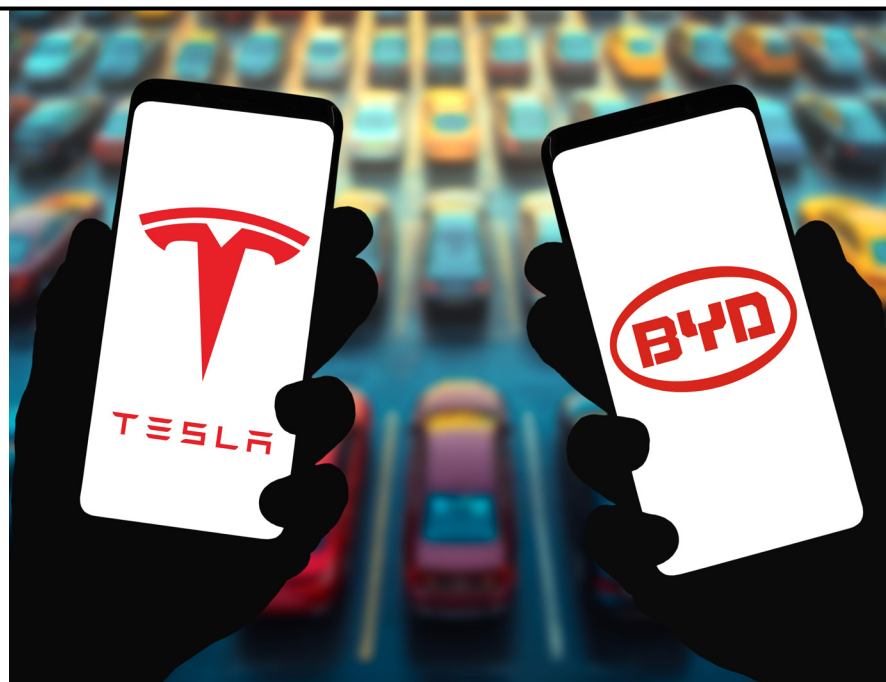
Esse progresso consistente mostra os benefícios de longo prazo de investimentos contínuos em eletrificação. Em contraste, montadoras nos EUA e na UE enfrentam o desafio de alcançar avanços

tecnológicos em meio a ambientes regulatórios cada vez mais incertos.

Entre os destaques, a BYD superou a Tesla em vendas globais de carros elétricos a bateria em 2024, com um aumento de 25% nas vendas de BEVs e 47% na soma de BEVs e híbridos plug-in (PHEVs), comparado a 2023. Ambas continuam na categoria “Líderes” da avaliação.

“Nossa análise mostrou melhora generalizada na performance tecnológica dos BEVs”, afirmou Zifei Yang, líder global de veículos de passageiros do ICCT. “A maioria das montadoras demonstrou avanços em consumo de energia, velocidade de recarga e autonomia.”

Esses avanços foram impulsionados tanto pela introdução de novos modelos de alto desempenho quanto por uma mudança do mercado para veículos mais eficientes e rápidos na recarga. GM e Honda lançaram modelos de alto desempenho em segmentos onde antes tinham pouca presença, enquanto Geely, Chang’an e Chery também evoluíram com novas linhas premium.



BYD ultrapassa Tesla pela primeira vez em vendas globais de BEVs

Foto: Shutterstock

A indiana Tata Motors tornou-se a primeira grande montadora a sair do grupo dos “retrógrados” para o grupo dos “em transição”, com novos modelos elétricos e expansão em reciclagem e reaproveitamento de baterias. Apesar de fabricantes do Japão e Coreia do Sul ainda estarem atrás, Honda e Nissan apresentaram avanços notáveis, com o lançamento do primeiro BEV da Honda nos EUA e a definição de metas claras por parte da Nissan.

O relatório também destacou a crescente relevância das emissões de fabricação na transição para ZEVs. O novo indicador de “aço verde” avalia os esforços das montadoras para reduzir emissões relacionadas ao aço — a maior fonte de emissões na fabricação após as baterias. Marcas como

Mercedes-Benz, BMW e Volkswagen se destacaram nesse quesito pelo uso de energia renovável.

“Investidores já percebem que quem adere à eletrificação não está apenas cumprindo normas, mas posicionando-se para liderar o mercado no longo prazo”, disse Michael Kodransky, diretor de Clima e Energia da Ceres.

“Com as montadoras chinesas expandindo globalmente, os concorrentes mundiais enfrentam pressão urgente para acelerar sua própria transição”, completou Drew Kodjak, presidente e CEO do ICCT.

O relatório do ICCT fornece uma análise baseada em dados sobre o progresso das montadoras rumo à mobilidade de emissão zero. Os resultados completos de todas as 21 montadoras estão disponíveis no site do ICCT.

master

ESTOQUE PADRONIZADO

É MASTER EM VENDAS!

Quem tem informações padronizadas e pesquisa pela placa tem tudo para ser master em vendas: **mais assertividade, menos devoluções.**



Escaneie o QR code ao lado e saiba mais

Fraga.com.br
(19) 97118-1895

Conheça nossas redes sociais:



Exportações de peças para os Estados Unidos caem 4,9% no primeiro semestre

Tarifas de Trump impostas em maio contribuíram para o movimento. No resultado total da balança comercial, o déficit cresceu 20,8% em comparação ao ano passado

Em junho, a balança comercial da indústria de autopeças registrou déficit de US\$ 1,3 bilhão — resultado levemente melhor que o do mês anterior, mas ainda 22,5% superior ao observado no mesmo mês de 2024. No acumulado de janeiro a junho, o déficit aumentou 20,8% em relação ao mesmo período do ano passado. As exportações totalizaram US\$ 690,6 milhões, com expressivo crescimento de 24,5% na comparação interanual e

avanço de 7,5% no acumulado do ano. No entanto, esse desempenho não foi suficiente para compensar o aumento das importações (US\$ 1,97 bilhões), que seguem em ritmo intenso, com alta de 23,2% na comparação mensal e de 15,8% no acumulado do semestre. É esse cenário que vem impulsionando, desde janeiro de 2024, o crescimento sistemático do déficit da balança comercial no acumulado em 12 meses.

Apesar de permanecerem como o segundo principal destino das exportações brasileiras de autopeças, os Estados Unidos vêm perdendo participação relativa no mercado. A imposição da sobretaxa de 25% para autopeças 1 por parte do governo Trump, com vigência desde 3 de maio, contribuiu para essa perda de dinamismo e vem mostrando seus primeiros sinais. Ainda que em maio tenha sido registrado leve crescimento nas exportações

para o mercado norte-americano (+2,0%), esse resultado já representava uma desaceleração frente ao mês anterior (+12,4% em abril). Em junho, o movimento se intensificou, com recuo de 5,7% na comparação com o mês anterior. Como reflexo, no acumulado do primeiro semestre, as exportações para os Estados Unidos registraram queda de 4,9%, contrastando com o desempenho mais favorável observado em outros mercados como a Argentina.

[Tabela 1] Balança comercial de autopeças mensal

Acumulado do ano - em US\$ FOB									
Mês	Exportação		Var. (%) 2025/2024	Importação		Var. (%) 2025/2024	Resultado*		Var. (%) 2025/2024
	2025	2024		2025	2024		2025	2024	
JANEIRO	568.726.624	561.672.657	1,3	2.006.378.715	1.636.302.590	22,6	-1.437.652.091	-1.074.629.933	33,8
FEVEREIRO	610.897.784	611.928.675	-0,2	1.717.757.400	1.351.539.539	27,1	-1.106.859.616	-739.610.864	49,7
MARÇO	792.713.394	650.689.774	21,8	1.899.742.091	1.769.911.158	7,3	-1.107.028.697	-1.119.221.384	-1,1
ABRIL	674.466.560	680.889.900	-0,9	1.916.482.862	1.851.263.956	3,5	-1.242.016.302	-1.170.374.056	6,1
MAIO	682.311.379	677.939.994	0,6	1.965.401.297	1.701.863.407	15,5	-1.283.089.918	-1.023.923.413	25,3
JUNHO	690.584.042	554.490.924	24,5	1.967.745.950	1.596.716.933	23,2	-1.277.161.908	-1.042.226.009	22,5
					</				

Fonte: Secretaria de Comércio Exterior (SECEX)/Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC). Elaboração da Abipeças-Sindipecas.
*(-) indica déficit, (+) indica superávit

[Tabela 2] Balança comercial de autopeças por UF

Em US\$ FOB								
UF	Exportação		Var. (%) 2025/2024	Importação		Var. (%) 2025/2024	Resultado	
	Jan-Jun/25	Jan-Jun/24		Jan-Jun/25	Jan-Jun/24		Jan-Jun/25	Jan-Jun/24
SP	2.069.725.729	1.992.434.762	3,9	5.112.759.471	4.573.218.086	11,8	-3.043.033.742	-2.580.783.324
RS	480.722.522	387.842.662	23,9	477.879.121	361.895.943	32,0	2.843.401	25.946.719
MG	411.427.596	393.276.959	4,6	868.977.068	632.719.055	37,3	-457.549.472	-239.442.096
SC	372.979.617	417.949.598	-10,8	975.942.840	883.009.944	10,5	-602.963.223	-465.060.346
PR	357.330.260	331.957.455	7,6	1.493.625.339	1.280.663.996	16,6	-1.136.295.079	-948.706.541
RJ	245.353.845	160.863.540	52,5	720.478.781	751.093.249	-4,1	-475.124.936	-590.229.709
PE	45.033.284	29.078.145	54,9	620.984.867	478.651.721	29,7	-575.951.583	-449.573.576
AM	12.214.574	10.479.328	16,6	481.760.807	369.176.056	30,5	-469.546.233	-358.696.728
CE	8.203.759	3.704.366	121,5	43.379.544	58.837.476	-26,3	-35.175.785	-55.133.110
ES	4.538.400	1.068.604	324,7	38.696.426	36.185.569	6,9	-34.158.026	-35.116.965
CONSUMO DE BORDO	0	0	0,0	0	0	0,0	0	0
NÃO DECLARADAS	5.159.940	2.568.850	100,9	0	0	0,0	5.159.940	2.568.850
REEXPORTAÇÃO	0	0	0,0	0	42	-100,0	0	-42
10 PRINCIPAIS ESTADOS	4.007.529.586	3.728.655.419	7,5	10.834.484.264	9.425.451.095	14,9	-6.826.954.678	-5.696.795.676
DEMAIS ESTADOS	7.010.257	6.387.655	9,7	639.024.051	482.146.446	32,5	-626.853.854	-473.189.983
CB, RE, ND	5.159.940	2.568.850	100,9	0	42	-	5.159.940	2.568.808
Total	4.019.699.783	3.737.611.924	7,5	11.473.508.315	9.907.597.583	15,8	-7.453.808.532	-6.169.985.659

Fonte: Secretaria de Comércio Exterior (SECEX)/Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC). Elaboração da Abipeças-Sindipecas.

Nota: De acordo com a nova classificação do MDIC, vigente desde janeiro de 2017, foram incluídos consumo de bordo¹ (UF 94) e reexportação² (UF 97) na apresentação dos dados da balança comercial por estados da Federação

[Tabela 3] Exportações acumuladas no ano por país

Em US\$ FOB					
Ordem	País	Jan-Jun/25	Jan-Jun/24	Var.(%) 2025/2024	Part. (%) 2025
1	ARGENTINA	1.564.314.798	1.221.575.954,000	28,1	38,9
2	ESTADOS UNIDOS	632.345.095	665.072.133,000	-4,9	15,7
3	MÉXICO	351.670.442	453.470.029,000	-22,4	8,7
4	ALEMANHA	212.495.084	205.368.223,000	3,5	5,3
5	CHILE	113.441.355	105.923.647,000	7,1	2,8
6	COLÔMBIA	105.000.762	102.200.728,000	2,7	2,6
7	PARAGUAI	74.409.439	82.431.280,000	-9,7	1,9
8	CHINA	70.092.169	44.453.411,000	57,7	1,7
9	PERU	67.041.208	75.980.723,000	-11,8	1,7
10	NORUEGA	65.541.914	63.975.601,000	2,4	1,6
11	ITÁLIA	63.013.324	80.977.069,000	-22,2	1,6
12	UZBEQUISTÃO	54.732.419	37.360.417,000	46,5	1,4
13	URUGUAI	54.379.630	52.234.204,000	4,1	1,4
14	GUIANA	49.010.356	32.270.087,000	51,9	1,2
15	FRANÇA	46.319.052	49.962.832,000	-7,3	1,2
16	SINGAPURA	44.763.575	5.663.435,000	690,4	1,1
17	REINO UNIDO	40.307.301	33.238.597,000	21,3	1,0
18	PAÍSES BAIXOS (HOLANDA)	35.008.408	53.495.307,000	-34,6	0,9
19	ÁFRICA DO SUL	30.894.407	31.179.358,000	-0,9	0,8
20	SUÉCIA	30.495.159	28.697.985,000	6,3	0,8
	20 PRINCIPAIS MERCADOS	3.705.275.897	3.425.531.020	8,2	92,2
	OUTROS 167 MERCADOS	314.423.886	312.080.904	0,8	7,8
	TOTAL DE 187 MERCADOS	4.019.699.783	3.737.611.924	7,5	100

Fonte: Secretaria de Comércio Exterior (SECEX) / Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC).

Elaboração Abipeças-Sindipecas



Aftermarket Automotivo discute parcerias com a GM e inspeção veicular em reunião da CBCPAVE na CNC

Brasília sediou no dia 22 de julho a reunião da Câmara Brasileira do Comércio de Peças e Acessórios para Veículos (CBCPAVE), na sede da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC). O encontro, coordenado por Raniery Palmeira Leitão, contou com a mediação da gerente da Assessoria das Câmaras Brasileiras do Comércio e Serviços da CNC, Andréa Marins, e reuniu representantes de Federações Estaduais do Comércio, lideranças do Sincopes Brasil, especialistas da General Motors (GM), técnicos da CNC e convidados do setor. O coordenador-geral das Câmaras da CNC, Luiz Carlos Bohn, também participou da reunião por videoconferência.

Um dos principais destaques do encontro foi a apresentação de duas frentes de parceria propostas pela General Motors (GM), detalhadas por Marcus Eduardo Fiorella, diretor da montadora. A primeira, intitulada Parceiro Chevrolet, é destinada às empresas associadas

(CNPJ), oferecendo condições comerciais exclusivas para aquisição de veículos Chevrolet zero quilômetro. Essa modalidade é voltada ao público corporativo, com facilidades operacionais e acesso por meio de uma plataforma digital. Já o programa Amigos Chevrolet é voltado aos colaboradores das empresas (CPF), permitindo acesso a condições diferenciadas na compra de veículos da marca. Ambos os programas são atualizados mensalmente, com base em uma tabela que determina os benefícios de acordo com o modelo e a política comercial vigente.

Durante sua apresentação, Marcus Oliveira destacou: “Estamos propondo duas soluções que não geram nenhum custo para os sindicatos ou para as empresas. A adesão é simples, a gestão é totalmente digital, e o objetivo é ampliar o acesso à mobilidade, valorizando as empresas e seus colaboradores.”

Inspeção Técnica Veicular Outro ponto de grande



Foto: Divulgação

Evento reuniu lideranças do aftermarket, sindicais e empresariais em Brasília

relevância da pauta foi o debate sobre a Inspeção Técnica Veicular (ITV). O economista da Gerência Executiva de Análise e Desenvolvimento Econômico e Estatístico da CNC (Geade) Guilherme Cardoso apresentou dados de um artigo publicado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), intitulado “O custo-benefício da implantação de um programa de inspeção técnica veicular para a frota brasileira de veículos”.

Segundo o estudo, falhas mecânicas são responsáveis por cerca de 6% dos acidentes em rodovias federais. Assim, considerando a eficácia da ITV na redução de sinistros, que pode variar entre 5% e 10%, quanto maior a adesão da frota circulante à ITV, menor o número de acidentes.

A adesão da prática de vistoria entre os proprietários de veículos e a eficácia

deste serviço na redução de acidentes são variáveis chave na avaliação do custo-benefício do programa para a sociedade. Vale lembrar que a ITV está prevista no Código de Trânsito desde 1997, mas ainda não foi regulamentada.

“O estudo mostra que a adoção da inspeção técnica pode gerar benefícios superiores aos custos. Uma proposta de integração com um programa de renovação de frota poderia gerar ganhos ainda maiores para a saúde pública e para o meio ambiente. É um tema de extrema relevância”, defendeu Cardoso.

Durante a reunião, o coordenador legislativo da Diretoria de Relações Institucionais da CNC (DRI), Felipe Miranda, falou sobre os principais projetos de lei em tramitação no Congresso Nacional que impactam o setor.

Entre eles, destaca-se o PL

nº 5.301/2016, que trata da regulamentação da ITV, considerado estratégico para a categoria. “Apesar de não ser o texto ideal, é uma oportunidade de iniciar o debate legislativo e sensibilizar parlamentares sobre os impactos sociais e econômicos dessa pauta”, explicou Felipe Miranda.

Também foram mencionados outros projetos com

posição favorável da CNC, como o PL nº 338/2015, que obriga fabricantes e importadores de veículos a manter peças e componentes disponíveis por até 10 anos após o fim da produção; e o PL nº 4.821/2016, que exige o fornecimento digital das especificações de peças dos veículos, fortalecendo a atuação do comércio de autopeças independentes.

Soluções tecnológicas para o setor Danilo Fraga, CEO da Fraga Inteligência Automotiva, apresentou soluções digitais para o fortalecimento da gestão comercial no setor. Segundo ele, com a crescente complexidade da frota circulante e o aumento da variedade de modelos e versões, é essencial investir em plataformas integradas de dados. A empresa

já reúne dados de mais de 2 mil fabricantes e 250 distribuidores, com 18 mil usuários ativos.

Na parte da tarde, a reunião foi dedicada ao planejamento estratégico da CBCPAVE. A proposta é envolver os sindicatos estaduais na identificação de parlamentares aliados às pautas do setor, visando intensificar a atuação política da Câmara.

AutoZone acelera expansão no Brasil com três novas lojas em agosto

A AutoZone, uma das maiores varejistas de autopeças e acessórios automotivos do mundo, dá início ao segundo semestre de 2025 com um importante passo em sua expansão no Brasil: a abertura de três novas unidades já no mês de agosto. As cidades de Curitiba e Rio de Janeiro recebem as novas lojas, fortalecendo ainda mais a presença nacional da marca, bem como a presença regional nestas cidades.

Em Curitiba, a nova unidade está localizada na Avenida Comendador Franco, 6237, no Jardim das Américas. No Rio de Janeiro, serão duas novas operações em solo carioca: em Vila Isabel (Rua Maxwell, 477) e em Cascadura (Av. Dom Hélder Câmara, 9606).

Com essas inaugurações, a AutoZone amplia seu alcance e reforça seu compromisso

com o mercado brasileiro, oferecendo uma experiência de compra pautada na confiança, conveniência, no atendimento próximo especializado e em um portfólio completo para atender desde motoristas do dia a dia até profissionais da mecânica.

“Nosso plano de crescimento no Brasil segue firme, sustentado por uma visão de longo prazo e pela resposta positiva dos nossos clientes em cada nova praça onde chegamos. Essas cinco inaugurações são apenas parte de um movimento contínuo de expansão que reforça nossa confiança no potencial do varejo automotivo brasileiro”, afirma a companhia.

Com as novas operações, a AutoZone Brasil gera oportunidades de emprego nas regiões. A empresa está com vagas abertas para diferentes

cargos e interessados podem se candidatar por meio do site: <https://autozone.panda-pe.infojobs.com.br/>.

Presente no Brasil desde 2012, a AutoZone conta hoje com mais de 140 lojas em território brasileiro e investe constantemente em tecnologia, infraestrutura e

capacitação de equipes, além de valorizar práticas de inclusão e diversidade. A chegada a novas cidades reafirma o propósito da marca: estar cada vez mais próxima dos brasileiros, oferecendo conveniência, qualidade e atendimento diferenciado em todas as regiões onde atua.



Aberturas em Curitiba e Rio de Janeiro marcam o início do segundo semestre com forte investimento no país

Foto: Divulgação



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

S E M P R E 2mc

2mc.com.br