



# novovarejo

a mídia do aftermarket **automotivo**

EDIÇÃO 475 ANO 32 15 DE AGOSTO DE 2025 NOVOVAREJOAUTOMOTIVO.COM.BR NVD - NOVO VAREJO DIGITAL



## Marketplace em ação

Com estratégia baseada em ampliação de catálogo, parcerias com marcas automotivas e investimento em soluções logísticas e de integração, plataforma chinesa Shopee se consolida como parceira das indústrias de autopeças e acirra concorrência no Aftermarket Automotivo

# Nhm<sup>®</sup>

NOVO M E I O  
H U B D E M Í D I A



AFTER.LAB





Nº 1 EM ROLAMENTOS

# LOJA ONLINE COBRA

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



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



ESCANEIE  
O QR CODE  
E FAÇA SEU  
AUTOCADASTRO

Faça revisões em seu veículo regularmente.

controil

Controlflex GROUP

CORTECO

DANIDREA  
ESPECIALIDADES EM MOTOCICLETAS

DIA-FRAG  
Uma marca da grupo Motoparts

DRIVEWAY  
COMPONENTES DE  
SUSPENSÃO E DIREÇÃO

Dynaflex

ERBS



Fersa

FRASLE  
MOTOCICLETAS E LUBRIFICANTES

FREMAX

MAHLE

MANN  
FILTER

MAZZICAR  
FREIOS

MERITOR

MONROE  
AMORTECEDORES

MONROE  
AXIOS

MOTUL

NACHI

NAKATA

NGK

NTK

NTN

SPICER

SAL  
SISTEMA DE FREIOS

Tecfil

TIMKEN

TRW

URBA

Valeo

VARGA

VEDAMOTORS  
MOTOCICLETAS E LUBRIFICANTES

viemar

Vini  
OEM Parts

VIPAL





## O futuro já começou. A festa é sua?

Um dos compromissos inegociáveis do jornalismo da Nhm - Novomeio Hub de Mídia, que publica há 31 anos este Novo Varejo, é antecipar tendências e fatos, garantindo que nossos leitores possam se preparar para as transformações que a cada dia acontecem com maior velocidade no Aftermarket Automotivo. Se o mercado passou por uma revolução a partir do advento da injeção eletrônica, na década final do século passado, o que assistimos hoje é quase um 'big bang' que desafia e convida empresários, gestores e profissionais a um processo diário de adequação.

De fato, pouco da publicação que você começa a ler agora poderia ter sido escrito em meados da década de 1990. Vivemos uma era de inovações disruptivas, marcada por evolução tecnológica que ultrapassa a imaginação dos autores de ficção científica.

E são esses movimentos que temos nos dedicado a acompanhar muito de perto para que você não seja surpreendido na condução dos negócios de sua empresa. Felizmente, em geral temos atingido nossos objetivos. Veja que interessante: no espaço dedicado ao resumo do que publicamos há 100 edições, que você encontra virando esta página, vemos duas reportagens que foram destaques em outubro de 2022. Nelas, tratamos do avanço da concorrência dos marketplaces e das montadoras no mercado de reposição. Agora, quase três anos depois, revisitamos exatamente os mesmos temas – não por coincidência, mas porque eles estão na ordem do dia.

E como foi a jornada de outubro de 2022 a agosto de 2025? No quesito marketplaces, o Mercado Livre só cresceu na venda de peças e acessórios, contando não mais

apenas com anunciantes independentes – pessoas físicas e jurídicas –, mas também com o prestígio de lojas próprias dos fabricantes de autopeças e montadoras. Mas o iceberg vai muito mais fundo: após abrir sua plataforma para vendedores brasileiros em 2020, a chinesa Shopee não parou mais de crescer, tornando-se uma concorrente de peso para o ML nos produtos automotivos. Agora, vem consolidando também lojas oficiais dos principais players do setor, como relata nossa reportagem de capa.

Já no quesito montadoras, e focando na Stellantis, vimos no final de 2023 a notícia – dada por nós com exclusividade, aliás – da aquisição de 70% do tradicionalíssimo Grupo DPaschoal pela fabricante multimarcas. Um passo importantíssimo para a conquista de espaço no mercado, que agora é acompanhado pela inauguração do primeiro centro de desmontagem de veículos de uma montadora na América do Sul. Com capacidade para reciclar 8 mil carros por ano, a operação ainda é bastante modesta considerando o tamanho do parque circulante brasileiro. Mas isso não diminui sua relevância. Com ela, a Stellantis abraça uma nova frente no mercado de reposição, adquirindo know how para atuar em diferentes segmentos. Pois é, aquilo que um dia foi o futuro hoje faz parte dos desafios que só crescem para o Aftermarket Automotivo. Conforme mostra o relatório da frota também publicado nesta edição, trata-se de um mercado que continuará gigante e atraente. Mas, só serão convidados para esta festa aqueles que entenderem a configuração de um novo trade que se constrói hoje, agora, bem diante dos nossos olhos. Você vai?

### **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](http://www.novovarejo.com.br)

### **Publicidade**

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

### **Marketing**

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

### **Recursos Humanos**

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

Ano 32 - #475 15 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/](http://www.novovarejoautomotivo.com.br/)  
[www.facebook.com/novovarejoautomotivo](https://www.facebook.com/novovarejoautomotivo)  
[www.instagram.com/novovarejoautomotivo](https://www.instagram.com/novovarejoautomotivo)  
[www.linkedin.com/company/novovarejoautomotivo/](https://www.linkedin.com/company/novovarejoautomotivo/)  
[www.youtube.com/@ATVmidia](https://www.youtube.com/@ATVmidia)

### **Direção**

Ricardo Carvalho Cruz

### **Jornalismo**

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

### **Publicidade**

(comercial@novomeio.com.br)  
Fone: 11 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](http://www.novomeio.com.br)



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](http://am.boschaftermarket.com/br/pt)

[autopecasbosch](#)





Foto: Divulgação



## 08 Entrevista

Expansão do portfólio na indústria, previsão de demanda e programa de lançamentos na conversa com o Engenheiro Diego Barco.

## 12 Capa

Cresce a adesão das indústrias de autopeças à Shopee, plataforma de marketplace que soma-se ao Mercado Livre no e-commerce do setor.

## 24 Balconistas

Na segunda matéria da série especial Balconistas do Brasil perguntamos aos profissionais do varejo de autopeças como eles se aprimoram.

## 36 Sindipeças

Novo relatório da frota circulante no Brasil confirma que processo de envelhecimento continua em curso favorecendo o mercado de reposição.

## 50 Montadora

Stellantis inaugura centro de desmontagem e reciclagem de veículos de olho num segmento que pode movimentar até R\$ 2 bilhões por ano.



Foto: Shutterstock

HÁ 100 EDIÇÕES

# Menos gargalos no marketplace e mais um passo da montadora na reposição

Lançamento das peças remanufaturadas da Stellantis e controle de qualidade dos anúncios no Mercado Livre foram destaques da edição 375 do Novo Varejo

Se olharmos pelo retrovisor até outubro de 2022 vamos encontrar, na edição 375 do Novo Varejo, uma reportagem de capa sobre a expansão de um marketplace no segmento de autopeças e um novo passo da Stellantis para ampliar seus negócios no mercado de reposição. Avançando agora até esta edição 475 que você começa a ler agora, o que encontramos? Exatamente os mesmos assuntos. Sim, foi mera coincidência. Mas, ao mesmo tempo, consolida as duas tendências como

realidade irreversível no Aftermarket Automotivo brasileiro. Há 100 edições mostrávamos a nossos leitores que, naquele momento, o Mercado Livre respondia por 80% do market-share do e-commerce de peças automotivas, participação que rendia em 2022 um faturamento anual de aproximadamente R\$ 1 bilhão. O gigantismo da plataforma trazia, também, muitos desafios de gestão. Um deles era buscar formas de reduzir os gargalos ainda existentes na

comercialização dos produtos. Nossa reportagem contava como o ML havia endereçado uma das principais queixas dos consumidores de autopeças online: as dificuldades de fazer a distância o *match* ideal entre a peça e o automóvel. Batizada de "ferramenta de compatibilidade", a solução encoraja os varejistas a preencherem, em campos específicos, as informações-chave como o modelo, o ano e a versão do automóvel para o qual a autopeça se destina. Outro assunto de destaque há

100 edições era o lançamento da primeira linha de peças de reposição remanufaturadas da Stellantis no Brasil, sob o mote 'Circular Economy'. A iniciativa representava, então, a primeira vez que um fabricante de veículos entrava neste segmento com marca própria. Os componentes usados passariam a ser recolhidos nas concessionárias e enviados a sete fornecedores que a Stellantis contratou e homologou no Brasil e na Argentina para realizar o processo de reindustrialização dos produtos.



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

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

Conte com  
nossa gente.



Linha Leve



Agilidade na Entrega



Portfólio



Compre Online



Linha Pesada



Maquininha  
Pronto!



Motopeças



Acessórios

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



Escaneie  
o QR code  
e acesse o  
compreonline.

**Pellegrino**  
Conte com nossa gente.

- @pellegrinoautopecas
- Pellegrino Autopeças
- Pellegrino Distribuidora de Autopeças
- 0800 020 0700





# Assim nasce um portfólio no Aftermarket Automotivo

*Engenheiro Diego Barco explica como a orientação por dados determina lançamentos e exclusões na oferta de uma indústria de autopeças no mercado de reposição*

Os fatores que levam uma indústria do Aftermarket Automotivo a decidir lançar uma nova peça no seu portfólio estão cada vez mais complexos. Afinal, os altos custos envolvidos no desenvolvimento dos produtos exigem das empresas uma assertividade quase-científica, a fim de garantir que os recursos empregados retornem tanto na forma de vendas quanto de relacionamento com o mercado. A previsão de demanda é um desafio crescente neste elo da cadeia que forma o trade do setor.

Na Mobensani, boa parte desse processo decisório passa pelo engenheiro de vendas Diego Barco. É ele, por exemplo, quem atua na gestão que envolve os dados de frota, as demandas da rede, a engenharia de produto e o time comercial, buscando por meio da interlocução entre estas etapas traduzir evidências técnicas e mercadológicas em decisões de portfólio.

Em entrevista exclusiva ao Novo Varejo Automotivo, Barco conta que mesmo as sugestões enviadas diretamente por clientes e distribuidores passam por uma triagem robusta, baseada em indicadores reais e em critérios objetivos de potencial comercial. “Hoje, utilizamos ferramentas de

tratamento de dados fornecidos por órgãos governamentais a respeito da frota circulante de veículos no Brasil, juntamente com a experiência e dados obtidos ao longo dos anos sobre a frequência de manutenção de diferentes grupos de produtos em um veículo”, destaca o engenheiro.

Vale pontuar que essa abordagem data-driven não vale apenas para o lançamento de novas peças. Ela também é determinante na hora de decretar a retirada de itens do portfólio – seja por obsolescência da frota ou queda contínua nas vendas.

“Se as vendas e a frota apresentarem declínio simultaneamente, já temos a resposta de que o item está próximo do final do seu ciclo de vida. Temos um processo robusto para a descontinuação de produtos, que muitas vezes pode levar anos até ser concluído”, pontuou Barco.

Para entender os detalhes desta ‘ciência do portfólio’, bem como saber quais são os caminhos para sugerir algum lançamento, confira a seguir a íntegra da entrevista.

**Novo Varejo - O que vocês levam em conta ao incluir uma nova peça no portfólio da empresa?**

**Diego Barco** - Levamos diversos fatores em conta no desenvolvimento de um novo produto: frota, demanda, complexidade no desenvolvimento, custo do projeto, preço médio de venda e rede de distribuidores são os principais.

**Novo Varejo - Qual base de dados vocês utilizam para aferir com precisão a demanda do mercado em relação a determinada peça?**

**Diego Barco** - É sempre um grande desafio determinar a demanda de um produto com precisão. Hoje, utilizamos ferramentas de tratamento de dados fornecidos por órgãos governamentais a respeito da frota circulante de veículos no Brasil, juntamente com a experiência e dados obtidos ao longo dos anos sobre a frequência de manutenção de diferentes grupos de produtos em um veículo. Também recebemos demandas por meio dos canais de acesso direto com nossos clientes, mas mesmo estas, passam pelos mesmos critérios de análise dos dados obtidos nas ferramentas mencionadas anteriormente.

**Novo Varejo - Você comentou recentemente que há casos em que clientes sugerem**

**determinado lançamento. Como isso acontece? No caso de alguém que esteja nos lendo quer fazer essa sugestão, qual é o caminho?**

**Diego Barco** - A Mobensani tem um canal direto muito forte com os distribuidores, autopeças e com aplicadores do nosso produto, seja por canais digitais ou pelas visitas e treinamentos realizados pela nossa equipe técnica. Sempre que nossos parceiros identificam uma alta demanda ou dificuldade de encontrar determinado produto com confiança e qualidade, eles nos procuram para solicitar o desenvolvimento. Caso você, leitor, tenha encontrado essa dificuldade com alguma peça de metal-borracha, ou até alguma dúvida de aplicação de algum de nossos produtos ativos, convindo a acessar nosso site [www.mobensani.com.br](http://www.mobensani.com.br), onde encontrará todas as nossas redes sociais, bem como o contato direto com nossa equipe interna de relacionamento com o cliente. Será um prazer atendê-los.

**Novo Varejo - Em geral, quanto tempo leva da consideração de incluir uma nova peça no portfólio até ‘bater o martelo’ na decisão?**





# Em 28 de agosto você vai conhecer os destaques da distribuição de autopeças em cada uma das 5 regiões do país

A homenagem aos vencedores da 4ª edição do MMR será transmitida pela A.TV

**28.08.2025 às 19h30**

## Finalistas

NORTE	NORDESTE	CENTRO-OESTE	SUDESTE	SUL
CONAPE	AUTO NORTE	CASTRILLON	BARROS	AUTO PATRENSE
MELO	AUTOFORT	COMANDO	COMDIP	DPS
MILLANO	BEZERRA OLIVEIRA	JAVALI	COMPEL	ROLEMAR
PEMAZA	LIGPEÇA	KAIZEN	G&B	SCHERER
PMZ	PADRE CÍCERO	PECISTA	JAHU	TOLI
RONDOBRAS	-	POLIFEÇAS	-	VESPOR

## PATROCÍNIO



**Clique aqui, se inscreva no canal e ative a notificação**

REALIZAÇÃO



DIVULGAÇÃO





**Diego Barco** - Esse tempo pode variar de acordo com a disponibilidade da amostra do produto original na concessionária, mas, desde a solicitação, avaliação da complexidade dos ferramentais, custos e aprovação interna, é de em torno de 30 dias.

**Novo Varejo** - E depois de decidido, quanto tempo leva até que a peça seja disponibilizada ao mercado? Conte-nos alguns detalhes das etapas necessárias até o início da produção.

**Diego Barco** - Com as amostras em mãos, iniciamos o processo que chamamos de Engenharia Reversa. Avaliamos os detalhes geométricos e propriedades de todos os componentes do produto final. Inclusive, nesta etapa é feito um teste dinâmico seguindo as normas ISO, SAE e ASTM, em um equipamento com tecnologia de ponta, para que possamos observar como a peça realmente se comporta em funcionamento no veículo, até a sua falha. Cada uma das peças, seja um alumínio, borracha, nylon ou aço é escaneada por um equipamento com precisão centesimal, para então desenvolvermos uma ferramenta de fabricação para cada uma delas. Após todas essas etapas concluídas e com o produto em mãos, nossa equipe de engenharia repete o teste dinâmico, desta vez no produto Mobensani, para certificar-se de que o produto que desenvolvemos tenha a

mesma performance do produto original. O resultado sendo aprovado, já partimos para a produção do lote piloto e posterior divulgação do lançamento para o mercado.

**Novo Varejo** - Qual tem sido o papel da tecnologia para acelerar essas etapas? Aliás, de algum modo, a tecnologia também consegue baratear o processo de lançamento?

**Diego Barco** - A tecnologia é fundamental tanto para acelerar quanto para garantir a qualidade dos novos produtos. A exemplo do nosso scanner 3D, que não só reduziu o tempo alocado no desenvolvimento do ferramental em quase 80%, como nos auxiliou a ter um produto de alta performance. E, como sabemos, a redução de tempo na execução do projeto não só é traduzida na redução de custo, mas também nos coloca um passo à frente na velocidade em disponibilizar novos produtos no mercado.

**Novo Varejo** - Vocês comentaram que os dados de análise de demanda também influenciam o processo de 'matar' a produção de determinada peça e retirá-las do portfólio. Quais são os critérios determinantes e por quanto tempo uma queda de demanda deve se manter até que essa decisão seja tomada?

**Diego Barco** - Quando identificamos um produto entrando no

processo de "giro lento", utilizamos desses dados para entendermos se o problema pode estar relacionado à queda de frota do veículo ou a outros fatores de mercado que podem estar influenciando no desempenho das vendas desses produtos. Se o veículo é antigo e já está fora de linha, a tendência é que a frota anualmente reduza, e consequentemente, a demanda. Se as vendas e a frota apresentarem declínio simultaneamente, já temos a resposta de que o item está próximo do final do seu ciclo de vida. Temos um processo robusto para a descontinuação de produtos, que muitas vezes pode levar anos até ser concluído.

**Novo Varejo** - Quais vantagens competitivas a gestão de portfólio baseada em dados dá a uma empresa em relação

àquelas que ainda não ancora esse processo em um modelo data-driven?

**Diego Barco** - A principal vantagem é na assertividade das tomadas de decisão, seja de desenvolvimento, reposicionamento ou descontinuação de produtos. Um exemplo da transformação das análises em modelo data-driven na nossa gestão de portfólio é que, nos últimos 3 anos, saímos de 3% de representatividade de lançamentos nas vendas mensais para números próximos de 9% nos últimos meses. Em um país com uma frota que já ultrapassa 48 milhões de veículos, e uma variedade cada vez maior de marcas e modelos, é impossível ser assertivo sem ter um modelo de gestão baseado em dados reais e evidências concretas.



Foto: Divulgação

Diego Barco revela as fontes utilizadas para buscar demandas concretas do aftermarket



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](http://authomix.com.br)



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

**AUTHOMIX**  
Qualidade Original







## Lojas oficiais das indústrias na Shopee confirmam relevância dos marketplaces no Aftermarket Automotivo

*Estudos mostram que movimento, embora acelerado, ainda não representa risco real de quebra de cadeia no mercado de reposição*

Até meados de 2024, o Mercado Livre lojas oficiais no marketplace.

reinava absoluto como a principal plataforma de marketplace no Aftermarket Automotivo brasileiro – bem como espelhava como nenhuma outra a crescente importância deste canal de vendas para o setor. De lá para cá, no entanto, uma ofensiva estruturada da Shopee colocou a empresa de origem chinesa em destaque no jogo e deu ao mercado de autopeças uma nova configuração competitiva.

Com uma estratégia baseada em ampliação de catálogo, parcerias com marcas automotivas e investimento em soluções logísticas e de integração, a plataforma não só conseguiu um salto de 80% em suas vendas na categoria Auto & Moto no comparativo entre 2023 e 2024, como também atraiu uma série de players centrais do mercado automotivo nacional. Ao todo, já são mais de 40 marcas do setor com

“Muitas marcas têm nos procurado, reconhecendo o potencial da Shopee como um canal de vendas estratégico, acessado mensalmente por um terço da população brasileira”, afirma Felipe Lima, Head de Desenvolvimento de Negócios da plataforma. “Ao mesmo tempo, buscamos ativamente parceiros que compartilhem do nosso compromisso com a qualidade, a inovação e a experiência do consumidor”.

Segundo o executivo, a chegada da loja oficial da Chevrolet é um exemplo dessa sinergia entre indústria e canal digital. O movimento veio acompanhado de uma parceria com a Alephee, especialista em integração de marketplaces, que permite à indústria alinhar a gestão de produtos, anúncios e vendas na Shopee, o que tem facilitado a digitalização de todo o ecossistema, das montadoras às oficinas independentes.

A representatividade do segmento dentro da plataforma cresceu tanto que levou ao lançamento, em 2024, de um espaço exclusivo dentro do aplicativo dedicado à categoria Auto & Moto. A área concentra a busca por peças, acessórios, pneus, lubrificantes e outros produtos automotivos, com filtros e funcionalidades voltadas à navegação técnica dos consumidores, um diferencial relevante em um setor onde o erro na especificação pode gerar devoluções ou retrabalhos.

“Reconhecemos a crescente relevância do segmento de autopeças e acessórios no comércio eletrônico”, afirma Felipe. “Nossos planos incluem continuar investindo em recursos e ferramentas que facilitem a busca, compra e entrega de produtos, além de ampliar parcerias para oferecer a maior variedade e os melhores preços aos nossos usuários”.





**Sama**  
Autopeças

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

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



@autopecassama

@sama.autopecas



0800 020 0900

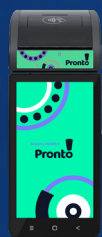




COMPRE ONLINE, DE ONDE  
E QUANDO QUISER



VARIEDADE E CONFIANÇA EM  
UM PORTFÓLIO COMPLETO  
DE AUTOPEÇAS



PRONTO! A MAQUININHA  
ESPECIALISTA NO  
MERCADO AUTOMOTIVO.



#POR  
**TODO**  
BRASIL



[compreonline.samaautopecas.com.br](http://compreonline.samaautopecas.com.br)

**Sama**  
Autopeças

## Busca por autopeças cresceu três vezes na plataforma

Duas das mais recentes marcas que aderiram ao modelo de loja oficial na Shopee foram Marelli Cofap e Takao, que ingressaram respectivamente nos meses de julho e agosto.

“De acordo com o Relatório de Transformação Digital da América Latina, o Brasil registrou o maior crescimento mundial em comércio eletrônico em 2024, com um aumento de 16% nas vendas online. A entrada da loja oficial da Marelli Cofap Aftermarket reforça ainda mais a importância da Shopee para o mercado de autopeças. Em 2024, o marketplace registrou aumento de três vezes nas buscas por autopeças e um crescimento de mais de 80% nas vendas em comparação com 2023. Com isso, a Marelli Cofap Aftermarket segue acompanhando a expansão do comércio eletrônico no setor automotivo e facilitando o acesso a autopeças, ao mesmo tempo em que dá continuidade ao seu modelo de negócios baseado em parcerias comerciais sólidas com os maiores distribuidores e revendedores de autopeças do mercado de reposição brasileiro”, destacou a empresa em comunicado à imprensa.

No caso da Takao, a entrada na plataforma faz parte de uma estratégia de aproximação com o público digital, aproveitando o crescimento do canal e a possibilidade de ampliar a visibilidade da marca junto a públicos B2C e B2B. “As plataformas de comércio eletrônico vêm ganhando cada vez mais popularidade entre os reparadores, devido à praticidade oferecida na aquisição de componentes para reposição. Por isso, é fundamental contar com uma estrutura online robusta, que ofereça a garantia de uma compra rápida, fácil e segura”, diz a Diretora de Marketing,

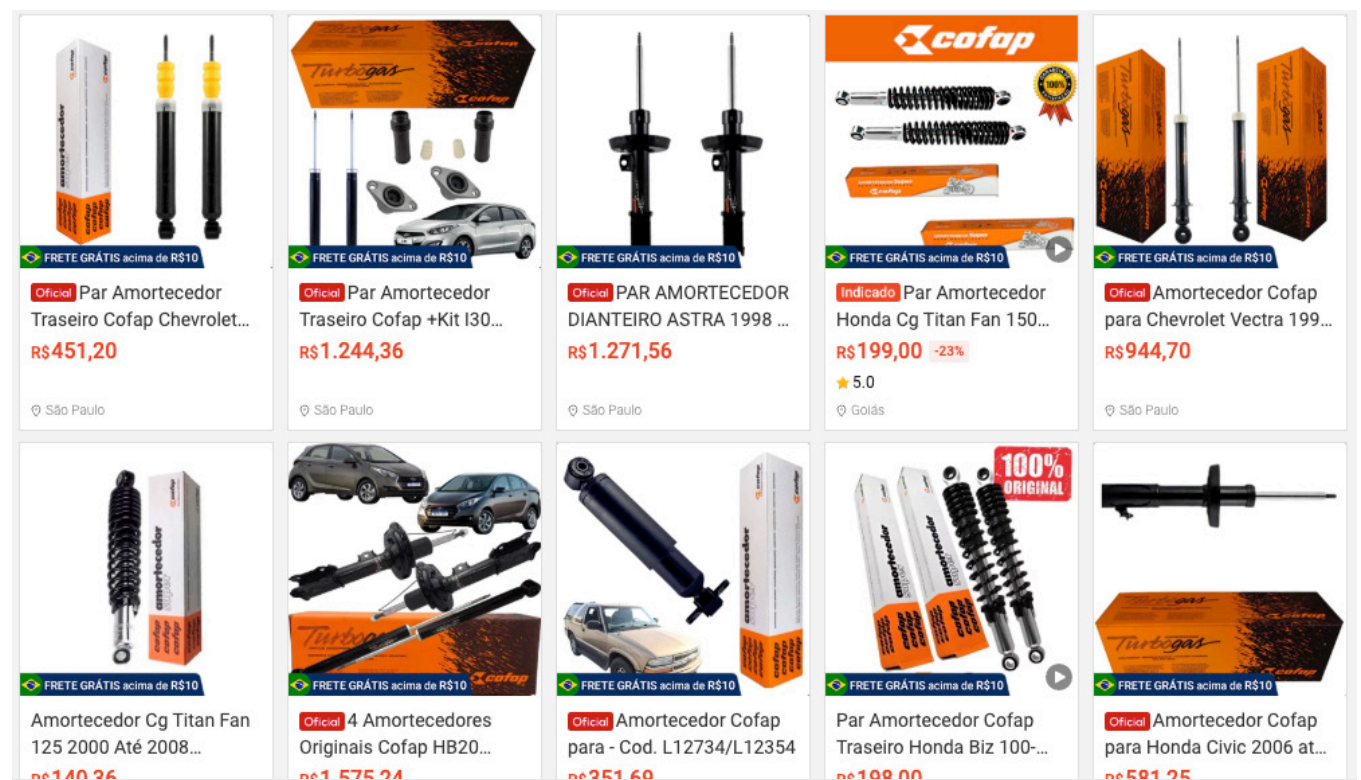
Clarissa Pinelli”.

Acessada mensalmente por um terço da população brasileira, a Shopee é também, segundo o Sensor Tower, o aplicativo de compras com o maior tempo médio de navegação por usuário. “Esses dados comprovam a importância do canal para o segmento. Entendemos que ter uma loja oficial na plataforma é essencial para nossos objetivos de negócio, especialmente diante da relevância crescente do canal junto aos consumidores”, comenta a executiva da Takao.

Vale pontuar que, em ambos os casos, as lojas oficiais

atuam como um espaço de aglutinação credenciada de vendedores autorizados, sejam distribuidores, redes de varejo ou centros automotivos. A lógica por trás do modelo é simples – preservar os elos da cadeia tradicional ao mesmo tempo em que se aproveita a capilaridade e o tráfego das plataformas digitais.

Esse, aliás, é o caso das demais indústrias presentes na Shopee, o que indica que, ao menos por enquanto, o avanço dos marketplaces tem procurado preservar a venda de ‘última milha’ nas mãos dos parceiros tradicionais na cadeia.



Com as lojas oficiais, fabricantes seguem tendência de expansão do e-commerce



# 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

## Atuação D2C ainda é exceção no Brasil e no mundo

Embora uma possível quebra na cadeia siga gerando temor toda vez que fabricantes se engajam em iniciativas que os colocam em contato mais próximo do consumidor final, o cenário prático e estudos conduzidos por organizações respeitadas mostram que essa ruptura ainda está distante.

Um survey realizado pela KPMG que ouviu 100 executivos de grandes empresas de diversos setores, incluindo dois do mercado automotivo, mostrou que, apesar do interesse crescente das marcas em explorar canais diretos ao consumidor (D2C), há uma série de barreiras estruturais que tornam o movimento desafiador, especialmente em setores com operações complexas e cadeias tradicionais consolidadas.

De acordo com os respondentes, os principais entraves incluem o alto custo

de marketing necessário para atrair tráfego qualificado, a dificuldade em montar operações robustas de atendimento ao consumidor e os desafios logísticos relacionados à 'última milha', devoluções e trocas. Em outras palavras: vender direto é mais do que abrir um site, exige estrutura, investimento e competências que muitas indústrias ainda estão longe de dominar.

Essa visão é corroborada por análises do Boston Consulting Group (BCG), que vêm apontando há anos que, no Aftermarket Automotivo, a venda direta pura esbarra em questões técnicas, operacionais e estratégicas. A consultoria destaca, por exemplo, que marcas que buscam o modelo D2C enfrentam não só o risco de canibalizar seus canais de distribuição parceiros, como também

precisam desenvolver capacidades digitais profundas, como CRM, campanhas personalizadas, SAC 24/7 e estratégias de retenção, geralmente inexistentes em indústrias focadas tradicionalmente em B2B.

**Vendas D2C respondem por apenas 5% do total comercializado pelo Brasil. Nos Estados Unidos, este número chega a 15%**

Além disso, o BCG argumenta que o consumidor médio de peças automotivas ainda vê no varejista ou no mecânico um ator de confiança e consultoria técnica, o que

limita a efetividade de abordagens diretas sem intermediação. O resultado é que muitas empresas, ainda que desejem aumentar sua proximidade com o consumidor final, optam por modelos híbridos, como as lojas oficiais em marketplaces operadas por parceiros certificados. Esse arranjo oferece a vantagem de estar presente em canais digitais com alto tráfego, como a Shopee ou o Mercado Livre, sem arcar com os custos e riscos de um D2C 100% proprietário.

Os números confirmam esse cenário. Segundo dados da eMarketer, apenas 5% das vendas online no Brasil acontecem via canais diretos da indústria. Nos Estados Unidos, onde o ecossistema logístico e digital é mais amadurecido, esse percentual chega a 15%, ainda assim longe de representar uma disrupção da cadeia tradicional.

**ANUNCIE**

na mídia do **Aftermarket Automotivo**

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



## 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](http://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](http://www.orbid.com.br)

Orbid Autopeças



# Vendas digitais são realidade, mas articulação junto aos reparadores ainda é barreira

A ênfase dada pela Shopee ao mercado de autopeças está longe de ser um movimento isolado. A consolidação do ambiente digital como canal estratégico para o aftermarket é um processo em curso, e os números ajudam a dimensionar a força dessa tendência.

De acordo com o Mercado Livre, por exemplo, as autopeças representam 13% do total de seu faturamento no Brasil, sendo este um dos segmentos mais estratégicos para a companhia em toda a América Latina. Para Fernanda Giacon, Gerente Sênior de Comunicação, Excelência Comercial, Clientes e Estratégia da ZF América do Sul, o avanço do conceito de marketplace é consistente e deve se intensificar. “Quando a gente olha o nosso mercado e compara com os outros que estão um pouquinho à frente do Brasil na digitalização, eu acho que todo mundo tem certeza que vai crescer. Não tem nenhuma perspectiva de que esse modelo de negócio não seja o que os consumidores estão buscando hoje”.

Ainda assim, o caminho até uma digitalização ainda mais significativa da venda de autopeças de reposição passa por um

gargalo importante: o relacionamento com os reparadores. Isso porque, os marketplaces ainda enfrentam dificuldades para atender plenamente o canal B2B.

A Shopee, por exemplo, realiza vendas apenas para CPFs, o que limita sua penetração direta junto às oficinas. Já o Mercado Livre, embora atue com CNPJs, reconhece que ainda há espaço para crescer junto a esse público.

“A verdade é que eles seguem sendo minoria, já que representam apenas 2,7% do total de compradores da categoria. Ainda assim, o fato do ticket médio deste público ser mais alto faz com que a parcela de compras realizadas pelos reparadores seja algo relevante – correspondendo por 27% do faturamento total do segmento de autopeças”, afirmou o responsável pelo Aftermarket Automotivo do Mercado Livre na Argentina – antes de complementar: “Queremos avançar ainda mais, por isso estamos investindo na nossa unidade de mercado chamada ‘Venda B2B’, na qual estamos analisando o que temos de melhorar internamente para tornar ainda mais atrativa a experiência de

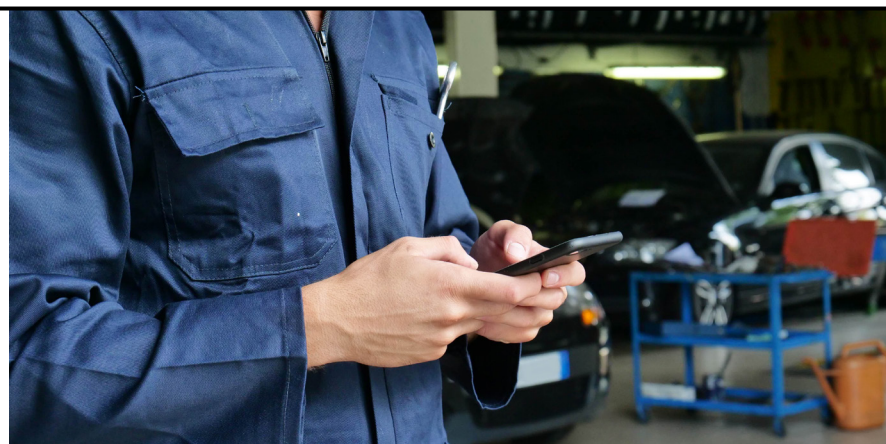


Foto: Shutterstock

Reparadores ainda fazem cotações por WhatsApp e processo de compra carece de mais eficiência

consumo dessas pessoas que compram por volume”.

Segundo Fernanda Giacon, essa dificuldade de modificar os hábitos de compra dos reparadores pode estar com os dias contados. Ela destaca que, com o aumento da complexidade dos sistemas veiculares, os próprios profissionais da reparação têm buscado mais agilidade, confiabilidade e eficiência nas compras de peças. Nesse contexto, os marketplaces tendem a ganhar espaço. O desafio, no entanto, é adaptar a experiência de compra às particularidades do setor.

A executiva lembra que a maior parte dos reparadores ainda recorre a práticas manuais,

como o envio de mensagens por WhatsApp para diferentes varejistas com quem já têm relação, um modelo que, para ela, está em claro processo de obsolescência. “Ele vai recebendo essas cotações ali ao longo de algumas horas. Quando consegue toda a disponibilidade das peças que precisa e os preços, ele decide se vai comprar tudo num lugar só ou se vai pedir em mais de um lugar. Então é bem ineficiente ainda a forma como as oficinas fazem a compra das peças. A popularização e o aprimoramento dos marketplaces ajudam a dar mais eficiência para essas compras”, decreta Fernanda Giacon.

## Entender o perfil do consumidor, incluindo dados do Mercado Livre mostram que reparador segue sendo o principal comprador de autopeças

- o volume de itens pedidos nas vendas B2B é, em média, 4 vezes maior.
- o ticket médio das vendas B2B é cerca de 33% maior em relação às negociações B2C.





## Artigo

Por Luiz Marins

### Como estar preparado para o inesperado?

Um dos mais recorrentes temas de antropologia filosófica é como estar preparado para os imprevistos, para o imprevisível. Filósofos pré-socráticos e contemporâneos discutem o tema levando em conta que a vida humana é um conjunto de incertezas e imprevistos, mas, todas as vezes que o inesperado ocorre o ser humano parece nunca estar preparado.

Daí o valor das religiões que oferecem um caminho de enfrentar essas situações

com menos sofrimento. Relatos médicos afirmam que pessoas de fé enfrentam com mais força interior as situações imprevisíveis, inclusive a morte. A verdade é que o ser humano acredita sempre que as tragédias que vê acontecer na vida de outras pessoas jamais lhe acontecerão. Embora acreditar que coisas ruins só acontecerão para as outras pessoas seja uma atitude irracional é aqui que encontramos a semente da esperança. E a vida sem esperança não vale a pena ser vivida.

E quando falo do inesperado, não quero me limitar a problemas de saúde ou perda de entes queridos. Veja quantos inesperados acontecem na empresa. A pessoa de maior confiança foi descoberta cometendo desvios financeiros há meses. O comprador em quem confiávamos cegamente fazia compras de materiais inferiores pedindo propinas aos fornecedores. O responsável pelo desenvolvimento de novos produtos vendia nossos segredos aos nosso



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

Foto: Divulgação

maior concorrente. Você mesmo pode preencher esta lista com sua própria experiência pessoal e profissional. Como estar preparado? Pense nisso. Sucesso!

## LANÇAMENTO

# MORCEGUINHO & BANDEJAS AUTOMOTIVAS



**Qualidade**  
**+ Desempenho**  
**+ Durabilidade**



[igpbr.com](http://igpbr.com)  
[igp.oficial](https://www.instagram.com/igp.oficial)  
11 4070-8000

# 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**

# Saiba como os Balconistas do Brasil estão se capacitando

*Profissionais ouvidos pelo NV contam suas experiências e hábitos na busca por aprimoramento profissional*

O mercado de autopeças exige uma preparação especial dos balconistas. Afinal, suas funções vão muito além do atendimento e do fechamento das vendas. Entre outras atribuições, esses profissionais têm de saber operar catálogos complexos com uma quantidade de códigos de peças cada vez maior e em constante atualização.

É neste contexto que a capacitação ganha importância especial. Não por acaso, o Instituto da Qualidade Automotiva (IQA) criou, em 2023, uma certificação especial para todos os profissionais envolvidos com vendas, a fim de verificar seus níveis de preparação em quesitos diversos que vão das técnicas de comercialização à capacidade de



Foto: Shutterstock

Complexidade crescente do mercado exige profissionais cada vez mais preparados

atuar como um legítimo consultor automotivo.

Mas será que os profissionais do setor estão engajados em treinamentos que os possibilitem ter uma trajetória de melhoria contínua? E mais, será que seus

empregadores atuam como incentivadores deste processo?

São essas perguntas que a 2ª edição da série Balconistas do Brasil buscou responder ao ouvir vendedores de autopeças de diferentes regiões do país.

## André Fernandes Santana

**Referência Autopeças - Bezerros (PE)**

“Desde que entrei no setor de autopeças, participo em média de 3 a 4 capacitações por ano, entre cursos técnicos, treinamentos de vendas e eventos do setor. Acredito que a atualização constante é essencial, tanto para oferecer um atendimento de qualidade quanto para acompanhar a evolução dos produtos e tecnologias automotivas. Uma das capacitações mais marcantes foi um treinamento técnico sobre suspensão automotiva, promovido por um fabricante parceiro. Foi ali que aprofundi meu conhecimento sobre novas tecnologias de amortecedores e os demais componentes que fazem parte do sistema. Isso me ajudou a orientar melhor os clientes na escolha de peças e também a ganhar autoridade no balcão. Outro curso que me impactou foi um workshop de marketing digital voltado para autopeças, que me mostrou o poder das redes sociais para atrair e fidelizar clientes. Foi o pontapé para começarmos a divulgar nossos diferenciais no Instagram e montar campanhas mais estratégicas. Quem mais me incentivou a buscar essas capacitações foi o próprio mercado, que sempre cobra conhecimento técnico e postura comercial, obrigando você a sair da zona de conforto e estudar mais, para não ficar para trás”.



Foto: Divulgação

## Ryquelme Gama de Souza (à direita)

**Lemarauto Auto Peças - São João de Meriti (RJ)**

“Desde que entrei no setor, participo em média de 3 a 5 capacitações por ano. Essas formações envolvem treinamentos técnicos, atendimento ao cliente, além de atualizações sobre produtos e sistemas da empresa. Sempre busco aproveitar ao máximo essas oportunidades, pois acredito que estar atualizado é essencial para prestar um bom atendimento e acompanhar as mudanças do mercado. Muitas vezes, também compartilho o que aprendo com os colegas, criando um ambiente de troca de conhecimento. Essas capacitações têm sido fundamentais para meu crescimento profissional. Elas não apenas ampliam meus conhecimentos, mas também me ajudam a lidar melhor com os desafios do dia a dia no setor”.

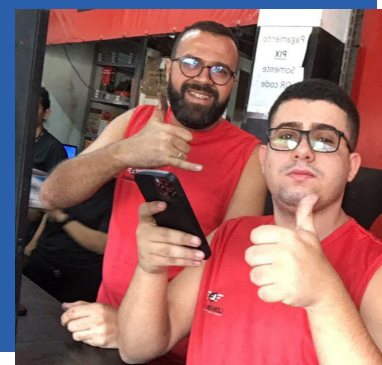


Foto: Divulgação





# 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

Escaneie o  
QR Code  
e acesse  
nosso site:







### Caio Duarte Cavalcante

#### Auto Peças Guaxinim - Mombaça (CE)

“Participei de alguns cursos pagos – uns foram muito bons, outros nem tanto –, mas acredito que a maior capacitação mesmo vem do dia a dia no balcão. Desde a pré-adolescência, tive a oportunidade de trabalhar ao lado de grandes profissionais. Aprendi muitos ‘macetes’ com eles, e esses aprendizados foram fundamentais quando, ainda na adolescência, precisei assumir o balcão por conta da saída dos vendedores mais experientes, que foram transferidos para outras filiais da loja. Quem mais me incentivou nesse processo fui eu mesmo. Sempre fui muito curioso e tinha essa vontade de me aprofundar. Quando não conseguia resolver algo com o cliente, esperava ele sair e ia estudar sobre aquilo até entender completamente. Isso me ajudou demais. Também levei muitos catálogos de peças para casa e passava horas lendo, analisando imagens, descrições e aplicações. Aquilo virou uma das minhas principais fontes de aprendizado e consulta, me ajudando a entender não só as peças, mas também sua compatibilidade com diferentes veículos. No começo da minha carreira, organizei meus estudos por setores: comecei com a linha leve, estudando bastante freio e suspensão. Quando já estava mais seguro, me apaixonei por motor. E, por fim, descobri o que virou minha maior paixão: a linha pesada”.



Foto: Divulgação

### Nathan Gustavo Zagui

#### Auto Peças Zagui -

#### Campo Limpo Paulista (SP)

Cheguei no balcão, pois sempre gostei muito de entender sobre carros. Além disso, meu pai já tinha uma pequena autopeças, o que me incentivou a entrar para o ramo e a querer escalar o negócio. No início da minha trajetória, eu fazia em média 5 por ano — fiz em torno de 15 nos meus 3 primeiros anos. Fiz cursos dos próprios fabricantes e também sobre administração. O que mais me ajudou foi sobre os processos gerenciais da loja, já que, no balcão, confesso que não achei um curso convincente.

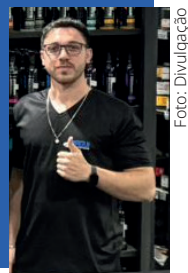


Foto: Divulgação

## NÚCLEO DE INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIOS DO AFTERMARKET AUTOMOTIVO

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

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

### VAMOS FAZER NEGÓCIOS INTELIGENTES JUNTOS?



**MAPA ONDA VIES META LUPA iaa**

Índice de Ações Automotivas

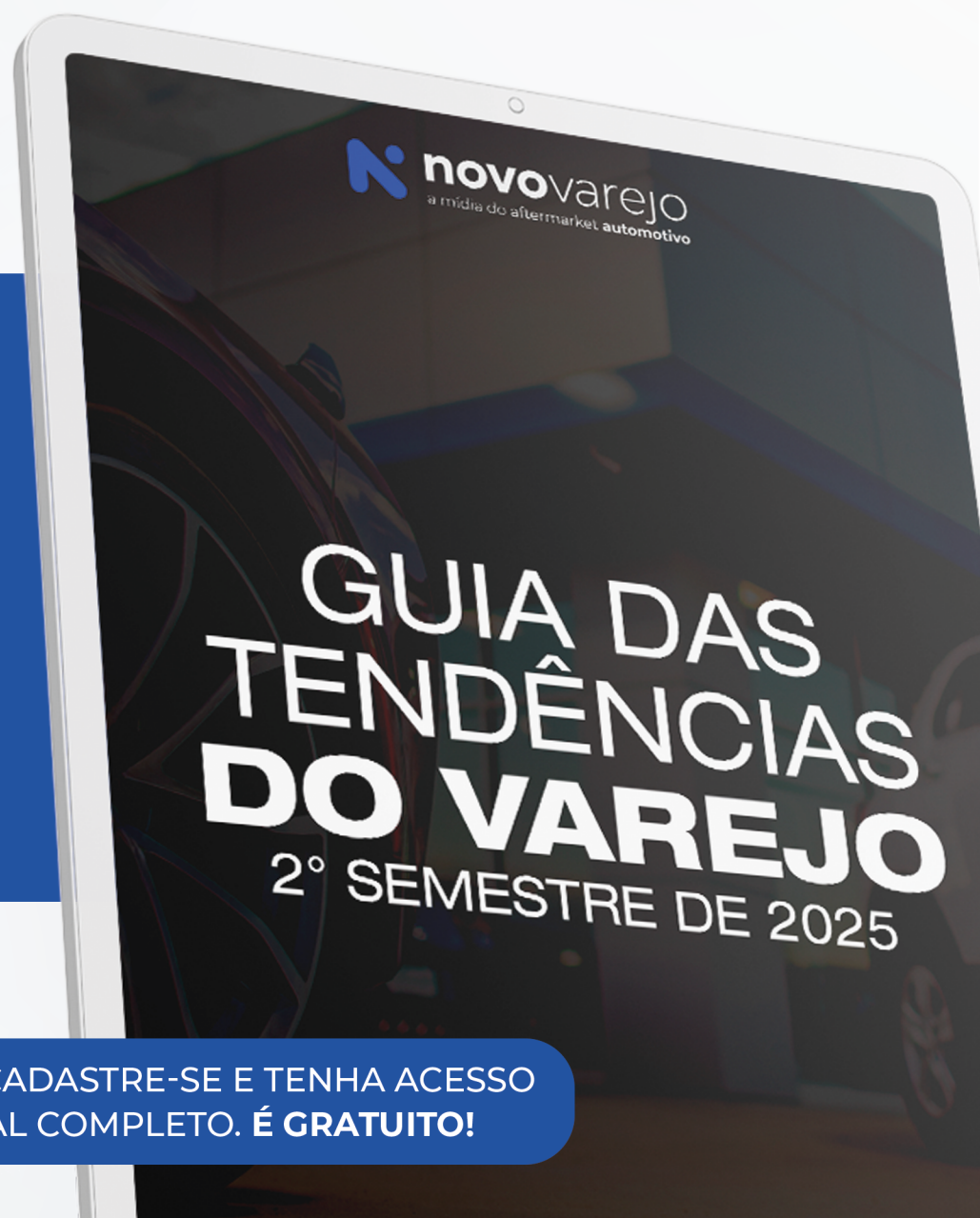


# GUIA DAS TENDÊNCIAS DO VAREJO 2º SEMESTRE DE 2025

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!**

## Tunísia intensifica ações para fortalecer setor de autopeças

A ministra da Indústria, Mineração e Energia da Tunísia, Fatma Thabet Chiboub, defendeu a intensificação da coordenação entre os diversos agentes envolvidos na implementação do projeto "Cidade Automotiva Inteligente". A iniciativa visa impulsionar o setor de autopeças no país, segundo informou a Tunis Afrique Presse, parceira da TV BRICS.

De acordo com a ministra, o projeto, que vem atraindo crescente interesse de investidores, está em sintonia com a Estratégia Nacional de Indústria e Inovação e com o Pacto

de Competitividade da Indústria Automotiva, com vigência até 2027.

Ela ressaltou que a iniciativa contribuirá para consolidar a Tunísia como um polo regional de produção de componentes automotivos, além de aumentar o valor das exportações nacionais. Atualmente, o setor reúne cerca de 300 empresas, responsáveis por mais de 120 mil empregos. O volume de produção chega a 8 bilhões de dinares tunisianos (aproximadamente R\$ 13 bilhões), enquanto as exportações ultrapassam 7,5 bilhões de dinares (cerca de R\$ 12 bilhões).



Foto: Shutterstock

País vem se consolidando como polo regional de produção de autopeças

## Setor automotivo argentino analisa nova normativa sobre componentes de segurança

Foi realizada uma reunião informativa com o Eng. Javier Ignacio Cardini, Subsecretário de Gestão Produtiva da Nação, e o Dr. Fernando Blanco Muiño, Subsecretário de Defesa do Consumidor e Lealdade Comercial, com o objetivo de analisar a nova normativa sobre autopeças de segurança no que diz respeito à obrigatoriedade de contar com as certificações pertinentes, rede de laboratórios e eventuais descumprimentos da Lei

de Lealdade Comercial e de Defesa do Consumidor. O encontro contou com a participação de cerca de 50 empresas associadas.

A AFAC (Associação de Fábricas Argentinas de Componentes) será um ator relevante tanto para esclarecer dúvidas normativas e operacionais que surjam durante a transição, como também para receber e encaminhar possíveis denúncias de irregularidades e descumprimentos.

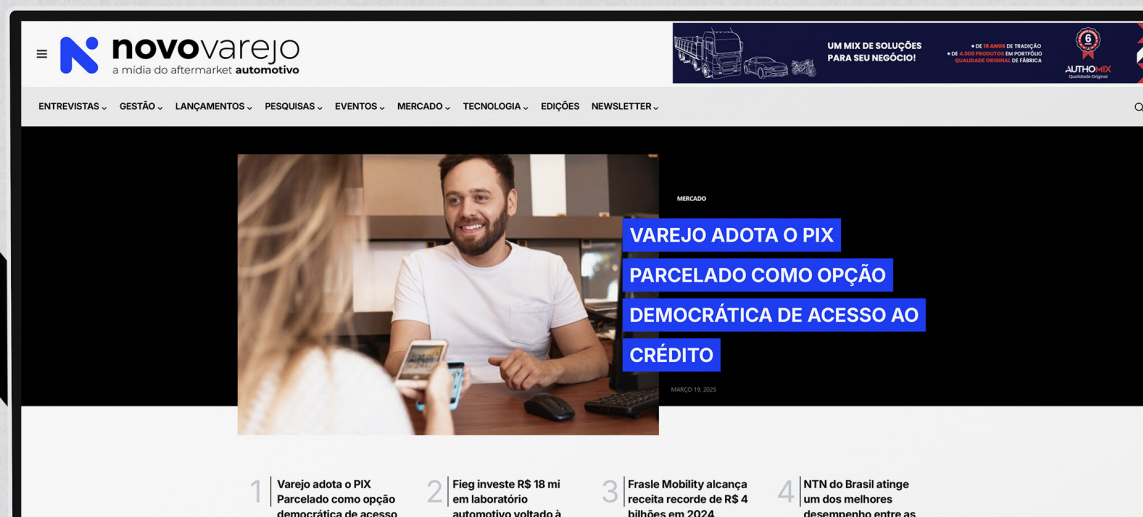


Foto: Shutterstock

Mercado argentino avança nas exigências de qualidade



# 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

## Sindirepa SP e Sebrae promovem evento sobre ESG para oficinas

Pauta comum em cursos e estratégias de gestão, o termo ESG (sigla para Ambiental, Social e Governança, em português) é popular entre empresários e consumidores que estão cada vez mais alinhados a empresas que adotam práticas ambiental e socialmente comprometidas com o bem-estar e qualidade da comunidade. A fim de divulgar essas ideias e auxiliar empresários que atuam na reparação automotiva a implementar práticas sustentáveis, o Sindirepa-SP em parceria com o Sebrae promoveu a capacitação gratuita “Jornada Acelere

para Crescer: Lidere com práticas ESG e potencialize seus resultados”.

Os participantes assistiram à palestra da assessora ambiental do Sindirepa-SP, Judi Cantarin, que mostrou que adotar práticas ESG vai além da responsabilidade socioambiental, pois aprimora a eficiência operacional, previne multas e acidentes, elimina passivos trabalhistas, promove saúde e segurança, transforma descartes em receita, atrai talentos, clientes e parceiros estratégicos. A palestrante reforçou que implementar práticas ESG abre novas oportunidades de negócios

para as oficinas mecânicas, já que os consumidores preferem empresas comprometidas com questões ambientais, além do aumento de normas ambientais regulatórias no setor automotivo. Ela também explicou como organizar um fluxo eficiente de resíduos e quais são os riscos do descarte inadequado. “O recomendado é a parceria com empresas especializadas em coleta, transporte e destinação de resíduos”. A implantação de tecnologias para a redução de emissões, como equipamentos modernos menos poluentes, a redução do consumo de energia e

o uso responsável de recursos naturais também devem estar na agenda ESG das oficinas.

Para finalizar, Cantarin explicou que toda a equipe precisa ser treinada e engajada na gestão sustentável da oficina, além de defender a importância estratégica das práticas ESG. “O setor automotivo brasileiro está vivenciando uma importante transformação em direção à sustentabilidade, com empresas especializadas em transformar negócios através de estratégias ambientais, sociais e econômicas. A gestão eficiente de resíduos emerge como protagonista nessa mudança”.

## Frasle Mobility apresenta inovação sustentável com discos de freio nanoestruturados

A Frasle Mobility participou do 18º Simpósio de Novos Materiais e Aplicações na Mobilidade, promovido pela Sociedade de Engenheiros da Mobilidade (SAE Brasil), nos dias 19 e 20 de agosto, e apresenta uma solução conceitual para discos de freio Fremax, desenvolvida a partir de uma inovadora liga metálica nanoestruturada. A tecnologia aplicada permite uma significativa redução no desgaste do disco de freio, aprimoramento de suas propriedades mecânicas e

redução de emissões.

A proposta traz ganhos significativos em propriedades mecânicas, o que possibilita a redução de massa, do desgaste dos componentes e da emissão de partículas. Este último ponto é especialmente relevante por conta do crescente interesse em soluções que reduzam a emissão de particulados do sistema de freio, uma vez que serão limitadas pela norma Euro 7, que entrará em vigor a partir de 2026 na Europa.

“Esta solução é muito diferente

de outras alternativas para redução de emissão de particulados que envolvem uma complexa deposição de camadas endurecidas na superfície do disco de freio. A nossa é menos complexa e, assim, mais competitiva por envolver diretamente a modificação da liga de ferro fundido cinzento. A proposta da Frasle Mobility é mais sustentável, com menor consumo energético, menor custo de produção e possibilidade de reciclagem completa dos discos ao fim de sua vida útil. Além disso, a

tecnologia tem potencial para atender os rigorosos limites estabelecidos pela norma Euro 7”, explica o diretor de Engenharia e Vendas OEM da Frasle Mobility, Luciano Matozo.



Tecnologia possibilita a redução de massa, do desgaste dos componentes e da emissão de partículas

Foto: Divulgação



# MDIC emite nota sobre a Ordem Executiva dos EUA direcionada às exportações brasileiras

O Ministério do Desenvolvimento da Indústria, Comércio e Serviços informou em nota que aproximadamente 44,6% das exportações brasileiras para os EUA estão fora da tarifa adicional de 50% aplicada unilateralmente pelo governo norte-americano a partir de 30 de julho. A ordem executiva assinada pela Casa Branca traz uma lista com cerca de 700 produtos que ficaram de fora da medida, entre eles aviões, celulose, suco de laranja, petróleo e minério de ferro. Segundo levantamento preliminar da Secretaria de Comércio Exterior do Ministério (Secex/MDIC), a tarifa adicional de 50% incidirá sobre 35,9% das exportações brasileiras para os Estados Unidos, o que

correspondeu a US\$ 14,5 bilhões em 2024. Estão expressamente excluídas da cobertura da ordem executiva assinada, 44,6% das vendas brasileiras para o mercado americano (US\$ 18 bilhões em 2024). Além disso, 19,5% das exportações brasileiras para os EUA estão sujeitas a tarifas específicas, aplicadas a todos os países, correspondendo em 2024 a US\$ 7,9 bilhões. Essas tarifas foram

adotadas com base em segurança nacional (Seção 232) e, sobre esses produtos, não se aplica a medida anunciada ontem. No caso de autopeças, por exemplo, a alíquota é de 25%, aplicável a todas as origens. Em linhas gerais, a maior parte das exportações brasileiras (64,1%) segue concorrendo com produtos de outras origens no mercado americano em condições semelhantes.

## Exportação brasileira aos EUA em 2024

Categoria	Valor (US\$ bilhões)	Participação (%)
Total	40,4	100%
Produtos sujeitos à ordem executiva de 30/07 (tarifa adicional de 10% + 40%)	14,5	35,9%
Produtos excluídos expressamente da ordem executiva de 30/07 (tarifa adicional de até 10%)	18,0	44,6%
Produtos sujeitos a tarifas específicas, aplicadas a todos os países (Seção 232) <i>Aplicam-se as tarifas de 25% para autopeças, automóveis; 50% para aço, alumínio e cobre</i>	7,9	19,5%

## Exportação brasileira aos EUA em 2024

US\$ milhões

Cap	Descrição	Excluídos da ordem executiva (A)	Sujeitos à ordem executiva (B)
	Total	17.985,5	14.504,2
87	Veículos automóveis, tratores, ciclos e outros veículos terrestres, suas partes e acessórios	-	313,1

# IQA abre inscrições para o 11º Fórum da Qualidade Automotiva

O IQA – Instituto da Qualidade Automotiva abriu oficialmente as inscrições para o 11º Fórum IQA da Qualidade Automotiva, que acontecerá no dia 9 de outubro de 2025, em São Paulo (SP). Com o tema “Coexistência Tecnológica e o Impacto dos Fatores Globais na Qualidade

Automotiva: Navegando em Tempos de Mudança”, o evento reunirá representantes de toda a cadeia automotiva para debater tendências, desafios e soluções que moldam o futuro da indústria. Garanta sua vaga em [www.forumiqa.com.br](http://www.forumiqa.com.br). A programação contará com

painéis, palestras e debates sobre inovação, sustentabilidade, transformação digital, cadeias de suprimentos e os impactos das mudanças globais na qualidade automotiva. O objetivo é promover a troca de experiências e estimular reflexões sobre a qualidade como diferencial

competitivo em um cenário cada vez mais dinâmico. "O Fórum IQA da Qualidade Automotiva chega à sua 11ª edição como um espaço essencial de diálogo sobre os caminhos da indústria diante de um cenário global de transformações. Queremos reunir especialistas



e lideranças para discutir como a coexistência tecnológica, a inovação e os novos modelos de negócio impactam a qualidade, a segurança e a competitividade do setor. Este é um momento de troca e construção coletiva, em que a qualidade continua sendo o grande diferencial para o futuro da mobilidade", afirma Claudio Moyses, diretor-presidente do IQA.

O evento, que conta com patrocínio bronze da Bosch, já tem diversos palestrantes confirmados, entre eles: Claudio Moyses (IQA), Claudio Sahad (Abipeças-Sindipeças), Fernando Petrolino (ElringKlinger), Joel dos Anjos (AGCO), Maiara Castro (Stellantis), Gabor Deak (Abipeças-Sindipeças), Ricardo Roa (KPMG), Ricardo Martins (Hyundai), Jose Lewton Monteiro Junior

(Fenabreve), Alcides Acerbi Neto (Sicap), Antonio Fiola (Sindirepa), Heber Carlos de

Carvalho (Sincopeças), Rodrigo Carneiro (Andap) e José Arnaldo Laguna (Conarem).



Foto: Divulgação

## Bright Consulting lança primeiro relatório mensal de veículos Premium

A Bright Consulting passa a acompanhar mensalmente o desempenho do mercado automotivo Premium, trazendo análises detalhadas de marcas, segmentos e tendências. O primeiro relatório complementa as análises do mercado como um todo. O mercado automotivo Premium fechou julho de 2025 com 4.525 unidades emplacadas, um crescimento de 2,9% em relação a junho (4.396), embora 7,9% abaixo de julho de 2024 (4.915).

No acumulado do ano, são 29.798 unidades, uma leve alta de 1,4% frente ao mesmo período de 2024 (29.389). A participação da venda direta recuou para 24,6%, abaixo dos 25,5% de junho e dos 26,4% de julho de 2024, enquanto o showroom cresceu, fechando com 4.525 unidades (+38,1% frente a junho).

Entre as montadoras, os destaques positivos foram: BMW: (29,6% → 34,6%); Land Rover: (6,2% → 6,7%); Lexus: (2,2% → 2,7%). Já as

maiores quedas: Mercedes-Benz: (19,3% → 16,4%); Volvo: (18,1% → 16,2%); Zeekr: (0,8% → 0,6%). Com isso, o ranking das montadoras Premium no comparativo entre julho e junho de 2025 ficou assim: 1. BMW: 34,6% (vs. 30,9%); 2. Mercedes-Benz: 16,4% (vs. 16,7%); 3. Volvo: 16,2% (vs. 17,5%); 4. Porsche: 10,2% (vs. 11,0%); 5. Audi: 7,4% (vs. 9,2%). São Paulo segue como principal mercado Premium, com 40,3% das vendas (1.822 unidades), seguido por Santa Catarina (10,0%), Minas Gerais (7,1%) e Paraná (7,0%), confirmando a força da região Sul no segmento de luxo. Os SUVs representaram 55,9% das vendas Premium em julho, seguidos por Sedãs (18,2%) e Crossovers (16,8%), evidenciando a preferência do consumidor por veículos de

maior porte e versatilidade. Os veículos eletrificados totalizaram 2.305 unidades, praticamente estáveis frente a junho (2.372) e levemente abaixo de julho de 2024 (2.627), acumulando 15.398 unidades no ano. Eles representaram 50,9% do mix Premium em julho, de forma diferente do mercado total, onde os eletrificados têm aproximadamente 10% das vendas. A distribuição foi: PHEV (37,6%), BEV (25,3%), MHEV (32,5%) e HEV (4,6%). O Volvo EX30 se destacou entre os BEVs (203 unidades), o XC60 manteve a liderança nos PHEVs (318), o BMW X1 foi destaque entre os veículos a combustão (542), o Mercedes-Benz Classe GLB liderou entre os MHEVs (157) e o Lexus NX350h brilhou entre os HEVs (49).



Foto: Divulgação

BMW continua mandando na elite dos automóveis vendidos no Brasil



## Após queda em junho, custo do frete volta a subir

De acordo com dados da última análise do Índice de Frete Rodoviário da Edenred (IFR), com base em dados exclusivos da plataforma Repom, o preço médio do frete por quilômetro rodado no País voltou a registrar alta em julho. O valor médio nacional passou de R\$ 7,35 em junho para R\$ 7,40 em julho, registrando, assim, aumento de 0,68%. A alta pode ser explicada, principalmente, por um fator: o agronegócio. A segunda quinzena do mês foi marcada pelo início do escoamento da segunda safra de milho. A retomada desse fluxo aumentou a demanda por transporte e pressionou,

ainda que de forma discreta, os preços médios do frete. Do lado dos combustíveis, o cenário não apresentou grandes oscilações. Segundo o Índice de Preços Edenred Ticket Log (IPTL), o diesel comum teve uma variação positiva de 0,16% em julho, alcançando o valor médio de R\$ 6,15 nos postos. Já o diesel S-10 seguiu em queda, com recuo de 0,16%, sendo comercializado, em média, a R\$ 6,17. Essa estabilidade nos preços ajuda a entender por que a variação no valor do frete não foi mais significativa. “O aumento observado em julho reflete, sobretudo, o impacto da movimentação

agrícola, que ganhou força nos últimos dias do mês. A segunda safra de milho, começou a ser escoada, gerou maior demanda por transporte, pressionando os preços, mesmo com o combustível ainda em patamares estáveis”, analisa Vinícios Fernandes, Diretor da Edenred Frete.

Para agosto, o cenário segue indefinido. “As movimentações no campo devem continuar influenciando a demanda, mas seguimos atentos a possíveis variações no câmbio, no preço do diesel e nas decisões econômicas que vêm do cenário internacional. São variáveis que

podem alterar a trajetória do frete nas próximas semanas”, conclui Vinícios.

O IFR é um índice do preço médio do frete e sua composição é levantada com base nos dados exclusivos das 8 milhões de transações anuais de frete e vale-pedágio administradas pela Edenred Repom.



Foto: Shutterstock

Agronegócio contribuiu para aumento de 0,68% em relação ao mês anterior

## Programa Carro Sustentável faz vendas de modelos 1.0 saltarem 13%

O programa Carro Sustentável, lançado recentemente pelo governo federal, fez as vendas de modelos 1.0 no Brasil crescerem 13% em julho, em relação a junho, e 11,35% quando na comparação a julho de 2024. Os dados foram apresentados pelo presidente da Fenabrave (Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores), Arcélio Alceu dos Santos Junior, ao vice-presidente e

ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), Geraldo Alckmin, durante visita dos dois a concessionárias de Brasília no início de agosto.

O programa do governo reduz as alíquotas de IPI dos carros mais leves e econômicos, movidos a energia limpa e que atendam a requisitos de reciclabilidade e segurança veicular. Para veículos compactos com alta eficiência energética

e fabricados no Brasil, o IPI foi zerado. Com a medida, a redução dos preços dos chamados carros de entrada chegou, em alguns casos, a R\$ 13 mil.

Uma concessionária da Fiat visitada por Alckmin informou ao vice-presidente que os negócios em julho praticamente dobraram em relação a junho. A venda do modelo Argo, por exemplo, saltou de 40 para 76 unidades, e a do Mobi, 25 para 40.



Foto: Divulgação

Dados foram apresentados pela Fenabrave ao vice-presidente Geraldo Alckmin durante visita a concessionárias

## Fernanda Giacon assume nova posição na ZF em Barcelona

A executiva Fernanda Giacon, nome de destaque no setor automotivo e de reposição no Brasil, assume um novo e estratégico desafio global: estruturar, do zero, o novo escritório da ZF em Barcelona, na Espanha, voltado ao desenvolvimento do marketplace B2B da empresa na Europa. A movimentação reforça a estratégia de digitalização da ZF e o posicionamento da executiva como uma das principais lideranças femininas no setor.

Com autonomia total, Fernanda será responsável por montar a operação, estabelecer metas e liderar a estruturação de equipes e processos. A missão tem como base o sucesso do projeto brasileiro, que foi pioneiro no grupo e hoje é considerado “best practice” global. O marketplace da ZF no Brasil — voltado exclusivamente às oficinas mecânicas — é hoje referência no setor e servirá como modelo para expansão internacional. Vale destacar que o escopo da função está voltado ao desenvolvimento do negócio digital, e não inclui ações de marketing.

Mesmo com o novo desafio internacional, Fernanda continuará contribuindo com suas atividades no Brasil, sem substituição direta

neste momento. Com sólida experiência no desenvolvimento de soluções digitais para o Aftermarket Automotivo, a executiva esteve à frente da criação do ZF [pro]Parts e da consolidação do ecossistema digital da marca.

Antes da mudança, Fernanda Giacon conversou com as mídias do mercado para dar mais detalhes sobre a novidade.

### **Como foi a jornada que resultou neste novo desafio?**

A gente começou com o programa de treinamento, depois o suporte para os donos das oficinas, a plataforma de agendamento, relacionamento com clientes e, agora, por último, o marketplace para conectar os distribuidores e varejos às oficinas mecânicas. É um projeto que vem crescendo e dando muito certo no Brasil. Desde que começamos já tínhamos o propósito de expandir para as outras regiões do mundo. O programa de treinamento já está em outros países; a plataforma de agendamento foi lançada é na Automechanika, já estão trabalhando com ela em países como Alemanha, França e Portugal. O [pro]Tech, nosso

programa para oficinas, já é global. E o marketplace é um piloto que começou aqui no Brasil e que agora a gente vai levar para outras regiões. E é exatamente essa a minha função nova, que eu vou assumir a partir de primeiro de setembro em Barcelona. Levar essa conexão entre distribuidores e varejistas com as oficinas e frotas para outros países também.

### **Quais são as principais diferenças que você identifica entre o aftermarket brasileiro e os mercados europeus?**

Esse é o grande desafio. Porque cada país tem um cenário diferente. A Europa, em geral, é uma região mais madura do que aqui. Eu vejo um avanço maior na cultura deles, mesmo de comprar peças online e, principalmente, de preparação dos distribuidores e dos varejos para poder atuar dessa forma. Acho que é a maior diferença. Quando a gente olha para os nossos distribuidores e varejistas, ainda demanda um ajuste na operação deles. Sobre como receber os pedidos online, integração de sistemas com plataformas digitais e a própria preparação da logística, porque o consumidor,

que nesse caso é uma oficina, quando compra online, ele tem uma expectativa diferente do que quando liga ou vai lá fazer a compra. Ele quer ter a mesma experiência que tem hoje, por exemplo, com o Mercado Livre, com a Amazon, ele quer receber a peça rápido. Então eu vejo em mercados mais maduros, como a Europa e a Ásia, uma facilidade maior nessas conexões com distribuidores e varejos, que vão estar mais preparados para se plugar a um programa desse. Porém, um desafio de já ter um mercado mais desenvolvido é que vai ter muito mais concorrentes nessa parte digital do que o que a gente tem em mercados menos maduros, como o Brasil, a Índia e o México.

**Temos visto uma adesão cada vez maior das indústrias a plataformas como Shopee e Mercado Livre – este, por exemplo, já criou uma estrutura própria de logística para a entrega dos produtos, um papel que no nosso mercado pertence ao distribuidor. Como você enxerga a perspectiva de ampliação do papel dos marketplaces na reposição de autopeças?**



Nessa parte de digitalização, eu acho que todo mundo tem certeza que vai crescer. Não tem nenhuma perspectiva de que esse modelo de negócio não seja o que os consumidores estão buscando hoje. E eu vejo dois caminhos: o principal é que, quando a gente fala de Mercado Livre e Shopee, estamos falando mais do consumidor final. Tem, lógico, mecânicos comprando, mas quando a gente conversa com as oficinas sempre há receio sobre quem está vendendo e quanto se pode confiar naquela peça que está sendo

comprada. Diferente, por exemplo, dos Estados Unidos, nosso mercado é majoritariamente formado por pessoas que levam os veículos às oficinas. E não vejo tendência disso mudar para o futuro. E aí eu entendo que o modelo B2B tem um potencial maior para o futuro porque as oficinas, com a complexidade da manutenção crescendo, vão querer ter cada vez mais fontes confiáveis para comprar as peças. Então é uma tendência que essa forma de organização das compras, seja do consumidor final ou das oficinas, cresça.



Foto: Divulgação

Executiva trabalhará na expansão internacional do marketplace da empresa

## 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



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

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

**Hengst**<sup>®</sup>  
FILTER



Imagens Ilustrativas



# Frota brasileira segue envelhecendo

*Relatório anual divulgado pelo Sindipeças aponta crescimento de 2,8% no total de veículos em circulação, que chega a 62,1 milhões de unidades*

O Sindipeças acaba de divulgar a edição 2025 do Relatório da Frota Circulante, levantamento que é uma das mais importantes referências no país para quem busca informações sobre o potencial de consumo no Aftermarket Automotivo. Segundo o estudo, a frota de autoveículos e motocicletas em circulação no Brasil alcançou 62,1 milhões de unidades em 2024, representando crescimento de 2,8% em relação ao ano anterior (60,4 milhões). Após período de crescimento moderado (média de 0,8% entre 2016 e 2023), a frota circulante retomou um patamar de expansão superior a 2%. A última vez em que isso havia acontecido foi em 2015, quando o impulso gerado foi de 2,4%.

Considerando apenas os autoveículos, a frota circulante somou 48,1 milhões em 2024, com variação de 2,0% em relação ao ano anterior (47,1 milhões). No caso de motocicletas, com 14,0 milhões de unidades em circulação, observou-se aumento de 5,7% na mesma comparação (13,3 milhões). Do ponto de vista

econômico, são variados os fatores que explicam o crescimento mais forte da frota brasileira no último ano. A expansão da atividade econômica — crescimento de 3,4% do PIB —, com indicadores de emprego e renda evidenciando mercado de trabalho aquecido, além de maior oferta de crédito, sobretudo após aprovação do Marco de Garantias (Lei n.º 14.711/2023), estimulou a criação de ambiente favorável à aquisição de veículos novos. Isso ocorreu apesar da elevação dos juros e da maior volatilidade cambial no segundo semestre de 2024. Destaca-se, ainda, que a economia brasileira tem superado as projeções de mercado desde 2022.

Ainda segundo Relatório, em termos setoriais houve o anúncio de um novo ciclo de investimentos pelas montadoras (R\$ 180,0 bilhões) e autopeças (R\$ 50,0 bilhões) até 2030, assim como a aprovação do Programa Mover. Embora esses fatores não afetem diretamente as decisões de consumo, refletem o momento positivo que o setor automotivo atravessa e devem assegurar modernização e



Foto: Shutterstock

São 48,1 milhões de carros nas ruas e estradas brasileiras

atualização tecnológica dos veículos. Indiretamente, estimulam os consumidores a adquirir versões mais modernas. Não por acaso, a análise dos dados da frota de autoveículos entre 2016 e 2023 revela que 2019 registrou o crescimento mais expressivo (2,5%), impulsionado por condições econômicas favoráveis e pela entrada em vigor do Programa Rota 2030, antecessor do Mover. É necessário considerar, ainda, o expressivo aumento das importações de automóveis nos últimos dois anos. Em busca por novas tecnologias (elétricos e híbridos), as vendas cresceram em 2023 e 2024, respectivamente, 28,7% e 32,5%. Com isso, a participação dos autoveículos importados no licenciamento total passou de 15,5%, em 2023, para 17,7% em 2024 (Anfavea). Quanto à composição da frota, automóveis e motocicletas são substancialmente maiores em comparação às demais categorias. Juntos, representaram 85,4% em 2024. Com 39,0 milhões de unidades,

os automóveis asseguraram participação de 62,8% na frota total, enquanto as motos atingiram 22,6%.

## IDADE

A frota brasileira segue envelhecendo, com destaque para os segmentos de automóveis e caminhões. Praticamente estável em 2024, a idade média dos autoveículos alcançou 10 anos e 11 meses, o que representa um mês a mais, comparativamente ao ano anterior. Em direção contrária, houve rejuvenescimento do acervo de motocicletas, cuja idade média atingiu 8 anos em 2024, exprimindo redução de 4 meses em comparação ao que fora apurado em 2023. Considerando-se a faixa de autoveículos de 0 a 5 anos, é notório o recuo dessa parcela na frota circulante, com a participação encolhendo de 38,5% para 22,3% entre 2015 e 2024. Em termos absolutos, a quantidade de veículos passou de 16,5 milhões em 2015 para 10,7 milhões em 2024



— redução de aproximadamente 35,2%. A queda reflete a desaceleração da produção e vendas de veículos 0Km até 2023, causada pelas incertezas econômicas, menor confiança do consumidor, aumento dos preços e mudanças nas preferências de mobilidade. A redução da faixa de veículos entre 6 e 10 anos — a participação regrediu de 28,7% para 22,6% nos últimos 10 anos — reforça a hipótese de envelhecimento da frota, constatando-se, adicionalmente, que houve avanço da faixa seguinte (11 a 15 anos). Esse grupo observou maior variação relativa (131,0%), com os volumes passando de 6,5 milhões, em 2015, para 15,0 milhões em 2024. A representatividade foi de 15,2% para 31,3% na última década, reafirmando a ideia de que os veículos estão sendo mantidos em circulação por mais tempo. O envelhecimento está estampado também nas faixas acima de 16 anos de uso. Houve incremento de aproximadamente 4,0 milhões de unidades no estoque de veículos nessas condições. Em conjunto, a representatividade dessas faixas avançou de 17,6% em 2015 para 23,8% em 2024. O aumento das faixas que representam veículos com mais tempo de uso e, portanto, renovação mais lenta, confirmam que o caminho para a descarbonização é complexo. A menor adesão aos veículos elétricos e a persistência de uma frota circulante antiga, em que pesem os estímulos gerados pelo Programa Mover, tendem a impactar a eficiência energética e as emissões de poluentes. Como segmento mais representativo da frota, os automóveis refletem simbioticamente o panorama geral de autoveículos. No caso dos veículos mais novos (0 a 5 anos), registrou-se queda de 13,4 milhões em 2015 para 8,0 milhões em 2024, representando redução de aproximadamente 40%. A faixa de 6 a 10 anos cresceu de 10,2 milhões em 2015 para o pico de 13,1 milhões em 2019. A partir daí sofreu retração contínua atingindo 8,9 milhões em 2024. Essa redução encontrou movimento distinto para a faixa de 11 a 15 anos, que trouxe maior variação no período, com incremento de mais de 120%. Para as faixas de 16 a 20 anos, o crescimento nos últimos 10 anos foi de aproximadamente 59% e, para mais de 20 anos, avanço de 30%. A última sugere limite natural para a vida útil dos automóveis. Conclui-se que a frota circulante de automóveis exibiu crescimento moderado, porém, com envelhecimento perceptível ao longo da década. O número de autoveículos em circulação cresceu aproximadamente 12% durante a última década. O aumento brando nesse período (1,2% em média por ano) representou cerca de 700 mil unidades por ano. No mesmo período, o crescimento populacional atingiu cerca de 4,0% entre 2015 e 2024 e implicou aumento da população economicamente ativa em ritmo mais intenso que alcançou 8,9% conforme a métrica de comparação utilizada. A relação habitante por veículo no Brasil apresentou decréscimo contínuo nos últimos dez anos. O indicador saiu de 4,8 habitantes por veículo em circulação, em 2015, para 4,4 em 2024.

Tabela 1. Frota Circulante (em unidades) <sup>1</sup>												
SEGMENTOS	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	VARIÇÃO ANUAL (%)	
											23/22	24/23
Automóveis	35.621.014	35.996.611	36.430.823	37.098.282	37.970.401	38.149.197	38.235.585	38.338.829	38.401.527	39.006.708	0,2%	1,6%
Comerciais Leves	4.996.122	5.072.404	5.173.023	5.333.843	5.523.823	5.649.895	5.849.943	5.995.263	6.147.727	6.433.915	2,5%	4,7%
Caminhões	1.965.220	1.962.036	1.961.068	1.983.149	2.028.633	2.052.000	2.110.811	2.162.724	2.183.463	2.245.170	1,0%	2,8%
Ônibus	391.867	389.331	386.231	386.417	390.968	388.946	385.573	387.096	388.885	395.084	0,5%	1,6%
Total Autoveículos	42.974.223	43.420.382	43.951.145	44.801.691	45.913.825	46.240.038	46.581.912	46.883.912	47.121.602	48.080.877	0,5%	2,0%
Motocicletas	13.593.202	13.529.204	13.286.420	13.121.015	13.099.707	12.877.610	12.870.983	13.035.988	13.261.784	14.014.294	1,7%	5,7%
Autoveículos + Motos	56.567.425	56.949.586	57.237.565	57.922.706	59.013.532	59.117.648	59.452.895	59.919.900	60.383.386	62.095.171	0,8%	2,8%
Nota 1. As informações foram obtidas a partir dos dados de emplacamento provenientes da Senatran e consolidadas pelo Sindipecas.												

Fonte: Abipeças e Sindipecas | Relatório da Frota Circulante – edição de 2025 (elaborada em abril de 2025)

Tabela 3. Distribuição da frota nos Estados					
ESTADOS	PART.(%)		PART.(%)	ESTADOS	PART.(%)
São Paulo	28,39%	Pernambuco	2,85%	Rio Grande do Norte	1,04%
Minas Gerais	14,83%	Ceará	2,23%	Alagoas	0,85%
Paraná	7,40%	Espírito Santo	1,99%	Piauí	0,84%
Rio de Janeiro	6,65%	Mato Grosso	1,85%	Rondônia	0,76%
Rio Grande do Sul	6,21%	Pará	1,65%	Sergipe	0,69%
Santa Catarina	5,42%	Mato Grosso do Sul	1,39%	Tocantins	0,55%
Bahia	3,88%	Maranhão	1,25%	Amapá	0,25%
Goiás	3,41%	Paraíba	1,13%	Acre	0,23%
Distrito Federal	2,97%	Amazonas	1,10%	Roraima	0,20%
Total geral					100,00%

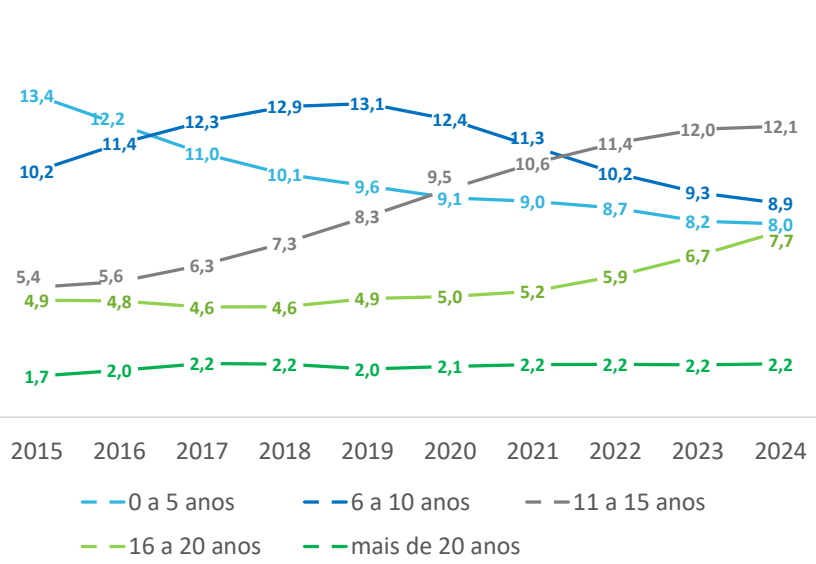
Fonte: Abipeças e Sindipecas | Relatório da Frota Circulante – edição de 2025 (elaborada em abril de 2025)

Tabela 6. Idade média da frota de veículos e motocicletas (em anos).										
SEGMENTOS	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Automóveis	8 anos e 10 meses	9 anos e 2 meses	9 anos e 5 meses	9 anos e 7 meses	9 anos e 9 meses	10 anos e 1 mês	10 anos e 5 meses	10 anos e 9 meses	11 anos e 1 mês	11 anos e 2 meses
Comerciais Leves	7 anos e 2 meses	7 anos e 6 meses	7 anos e 9 meses	7 anos e 11 meses	8 anos e 1 mês	8 anos e 4 meses	8 anos e 6 meses	8 anos e 9 meses	8 anos e 11 meses	8 anos e 11 meses
Caminhões	10 anos	10 anos e 6 meses	11 anos	11 anos e 4 meses	11 anos e 6 meses	11 anos e 9 meses	11 anos e 10 meses	11 anos e 11 meses	12 anos e 1 mês	12 anos e 2 meses
Ônibus	9 anos e 3 meses	9 anos e 8 meses	10 anos e 1 mês	10 anos e 4 meses	10 anos e 5 meses	10 anos e 9 meses	11 anos	11 anos e 2 meses	11 anos e 4 meses	11 anos e 4 meses
Média	8 anos e 10 meses	9 anos e 2 meses	9 anos e 7 meses	9 anos e 10 meses	10 anos	10 anos e 3 meses	10 anos e 5 meses	10 anos e 8 meses	10 anos e 10 meses	10 anos e 11 meses
Motocicletas	6 anos e 5 meses	6 anos e 10 meses	7 anos e 4 meses	7 anos e 8 meses	8 anos	8 anos e 3 meses	8 anos e 5 meses	8 anos e 5 meses	8 anos e 4 meses	8 anos

Fonte: Abipeças e Sindipecas | Relatório da Frota Circulante – edição de 2025 (elaborada em abril de 2025)

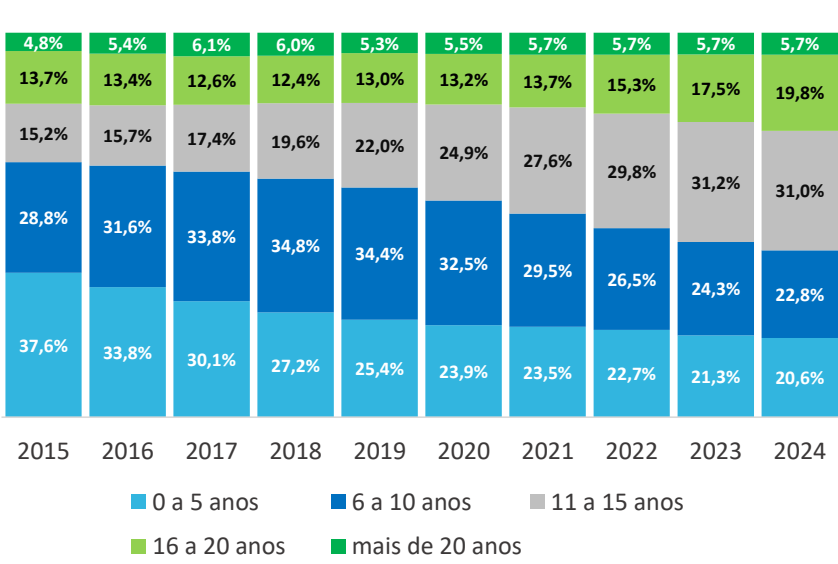


Gráfico 8. Volume (em milhões) por idade da frota, considerando intervalos quinquenais. (Automóveis)



Fonte: Abipeças e Sindipeças | Relatório da Frota Circulante – edição de 2025 (elaborada em abril de 2025)

Gráfico 9. Representatividade da idade da frota considerando intervalos quinquenais. (Automóveis)



Destaques da frota circulante em 2024

- A frota de autoveículos e motocicletas no Brasil cresceu 2,8% frente a 2023, após anos de expansão contida. O desempenho positivo pode ser explicado pela dinâmica favorável da atividade econômica vista ao longo do ano. Automóveis e motocicletas predominam na frota, representando 85,4% do total. • Cerca de 82% dos veículos no Brasil estavam concentrados em dez Estados, com destaque para São Paulo e Minas Gerais, que juntos representavam 43,2% da frota.
- Os veículos importados representaram 14,7% do total em circulação (maior percentual desde 2018), com o crescimento nas vendas impulsionado pelo aumento das importações e pelo interesse crescente por tecnologias modernas, como veículos elétricos e híbridos.
- Embora os veículos flex ainda sejam predominantes (77,1% da frota total), os veículos elétricos e híbridos vêm apresentando crescimento notável, com aumento de 119,2%, em unidades, na comparação com 2023.
- Em síntese, a frota brasileira continua seu processo de envelhecimento, com a idade média dos autoveículos chegando a 10 anos e 11 meses, refletindo a dificuldade de renovação e os desafios para a descarbonização. Em direção contrária, as motocicletas apresentaram suave rejuvenescimento, com idade média de 8 anos.

ANUNCIE

na mídia do **Aftermarket**  
**Automotivo**

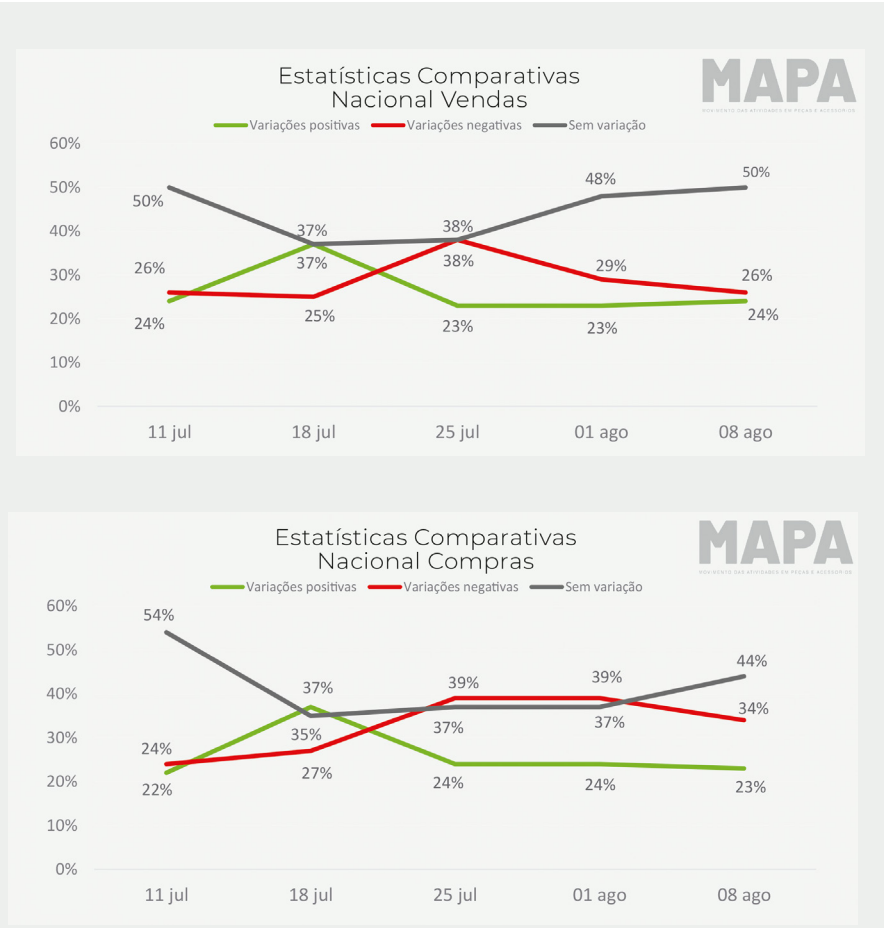
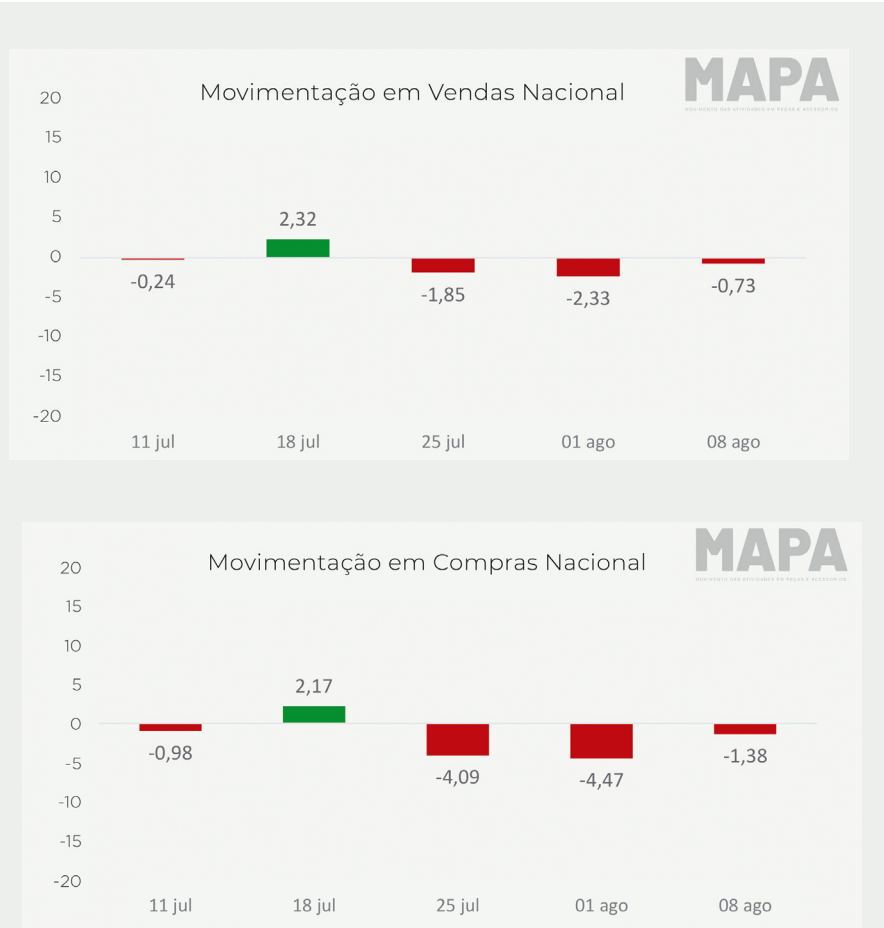
comercial@novomeio.com.br

# MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios

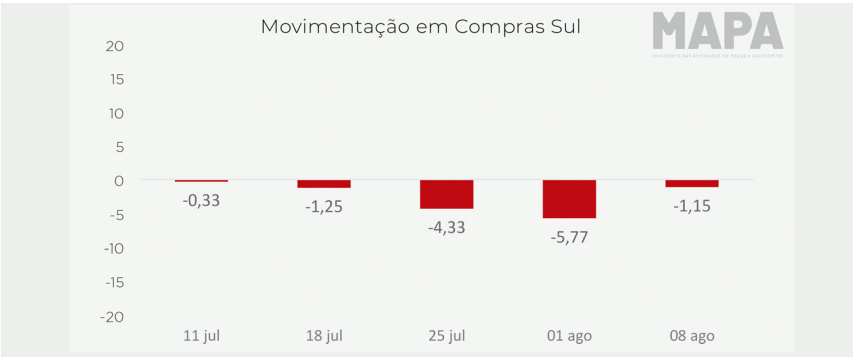
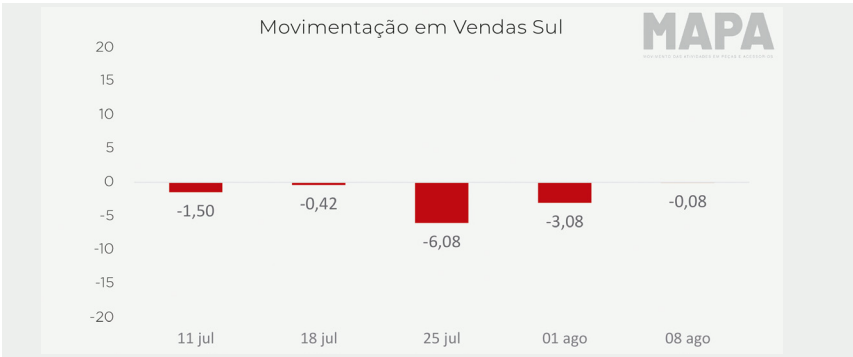
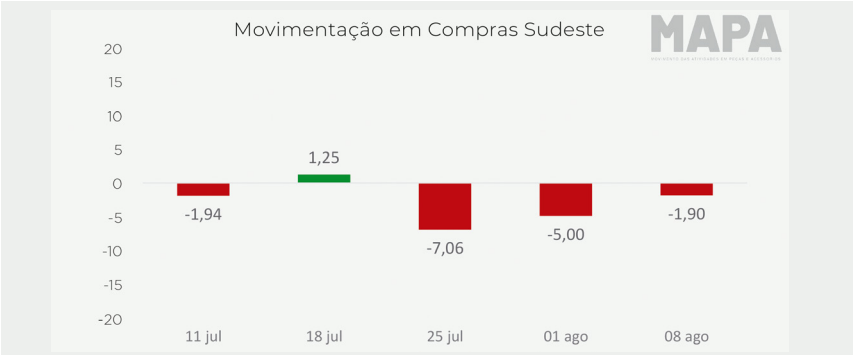
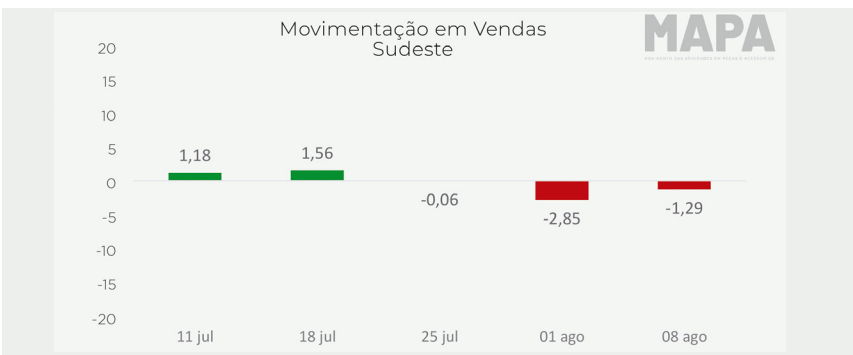
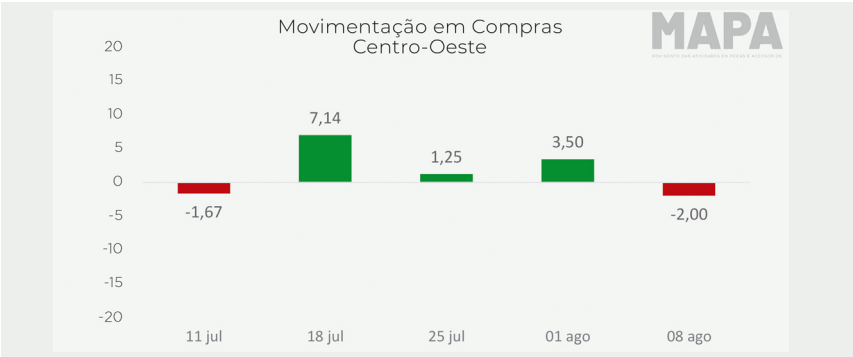
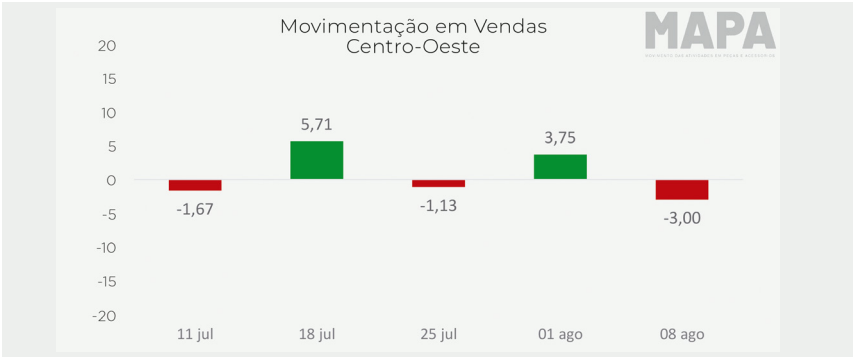
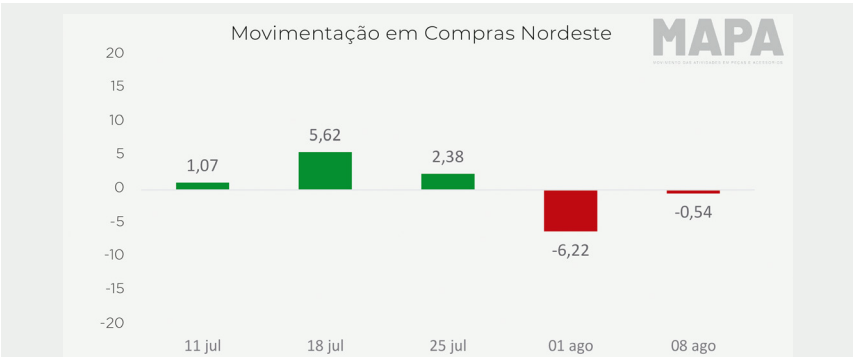
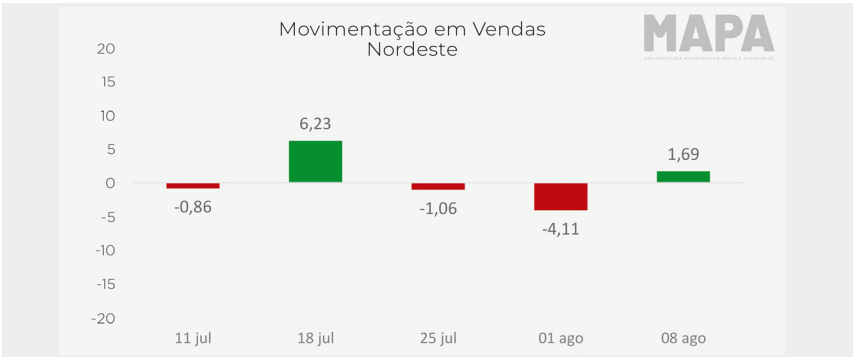
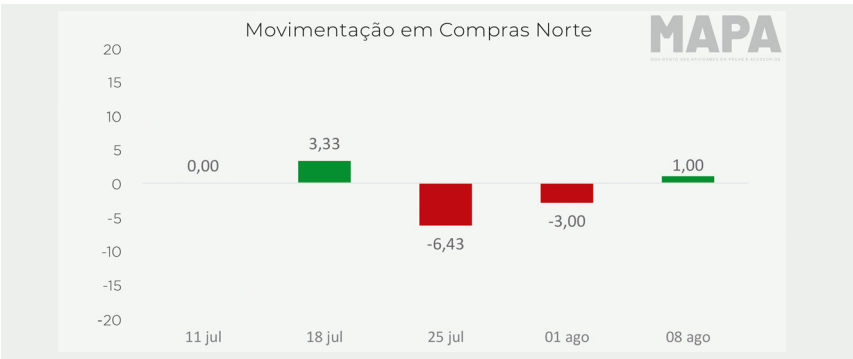
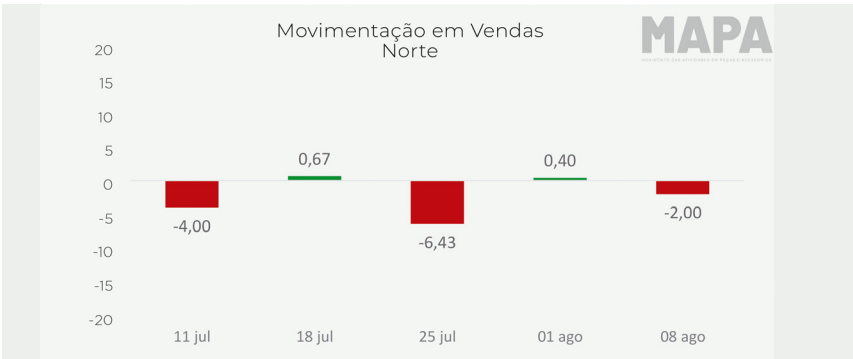
## Semana de 04 a 08 de agosto

Realizada pelo After.Lab, a pesquisa MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios apura semanalmente o desempenho de vendas e compras do varejo de autopeças em todo o Brasil. O segmento continua enfrentando um período de quedas em sequência: as vendas voltaram a cair, com média nacional de -0,73%. Nas cinco regiões do país, o desempenho de vendas foi o seguinte: -2% no Norte; 1,69% no Nordeste; -3% no Centro-Oeste; -1,29% no Sudeste; e -0,08% no Sul. As vendas mantiveram-se estáveis para 50% dos entrevistados, com variação positiva para 24% e negativa para 26%. O comportamento das compras

por parte do varejo para repor estoques vem acompanhando as curvas de vendas, em geral com variação um pouco maior. Na semana em análise, o índice médio foi de -1,38%. Os índices regionais de compras apurados pelo After.Lab apontaram 1% no Norte; -0,54% no Nordeste; -2% no Centro-Oeste; -1,9% no Sudeste; e -1,15% no Sul. Para 44% dos entrevistados não houve variação no volume de compras realizadas na semana, enquanto 23% compraram mais e 34% reduziram a reposição dos estoques. Acompanhe os resultados semanais atualizados da pesquisa MAPA no site [novovarejoautomotivo.com.br](http://novovarejoautomotivo.com.br)







# ONDA - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços

## Semana de 04 a 08 de agosto

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.

Na semana em análise, a média nacional de abastecimento manteve-se em baixa, fechando com índice de -4,49%.

Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco

regiões do país mostram: -3,4% no Norte; -1% no Nordeste; -3,3% no Centro-Oeste; -6,33% no Sudeste; e -3,85% no Sul.

Componentes para suspensão foram os itens mais faltantes para 12,5% dos entrevistados, seguidos por componentes para freios e correias, com 8,3% das citações.

A variação dos preços para o varejo teve alta de 1,91% na

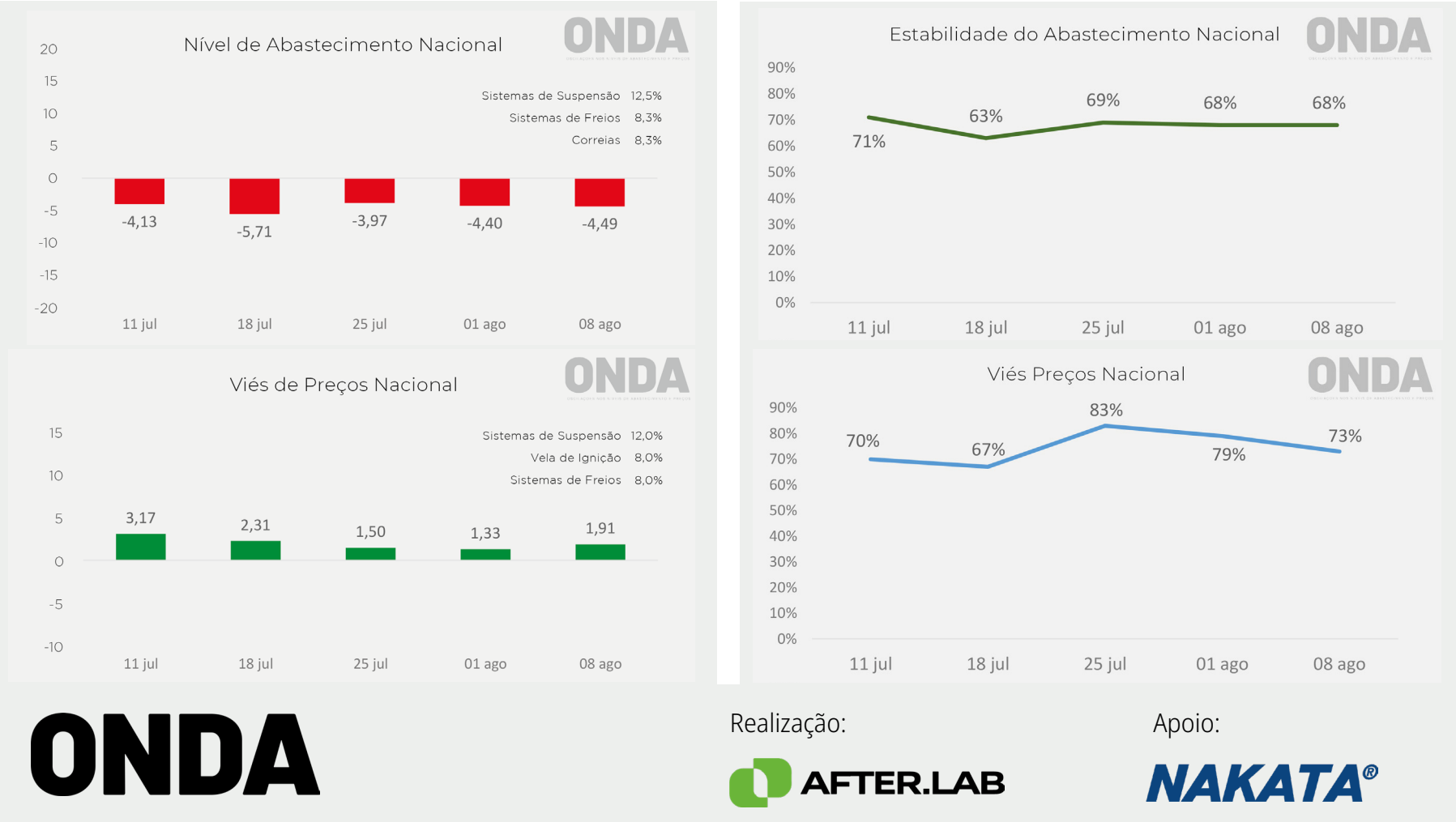
média nacional – ressaltando sempre que o índice é mero indicador de tendência, já que a metodologia não prevê a medição científica da inflação no segmento.

A percepção regional da variação nos preços foi a seguinte: 1% no Norte; 1,69% no Nordeste; 3,5% no Centro-Oeste; 2% no Sudeste; e 1,38% no Sul.

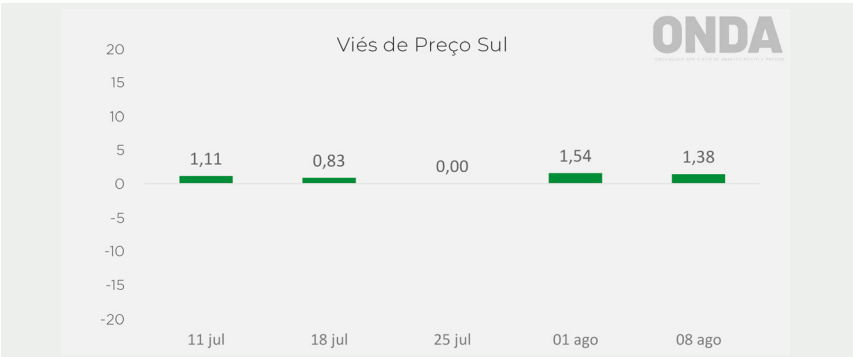
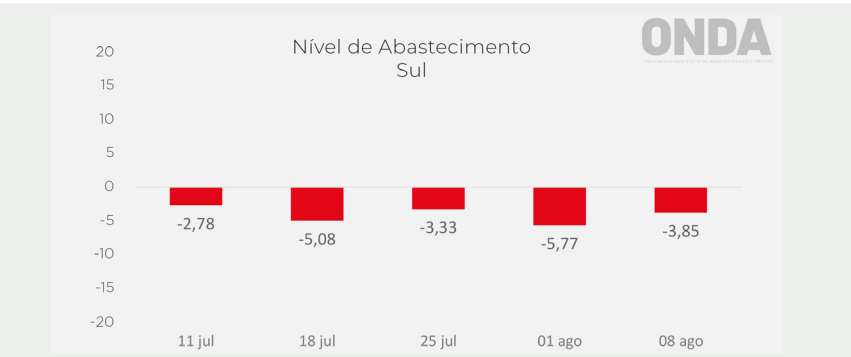
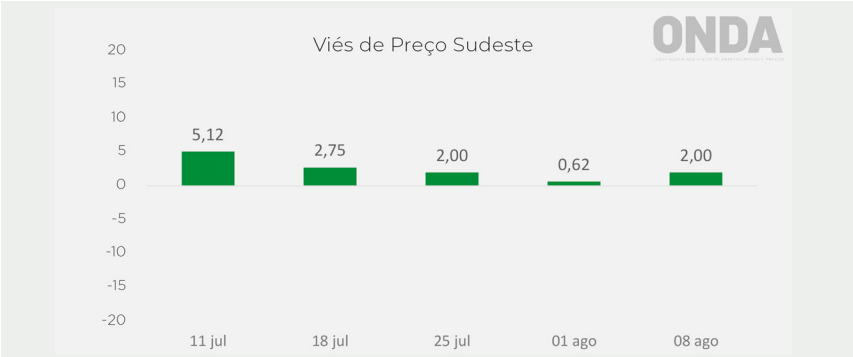
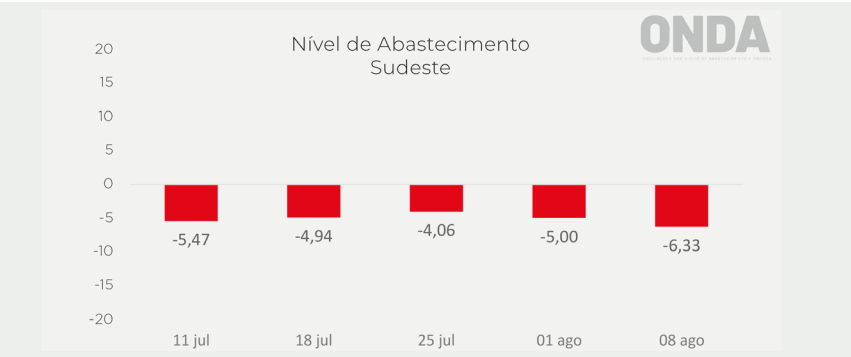
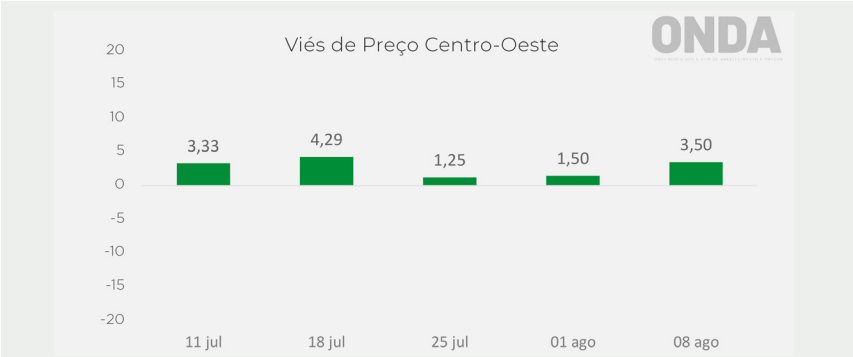
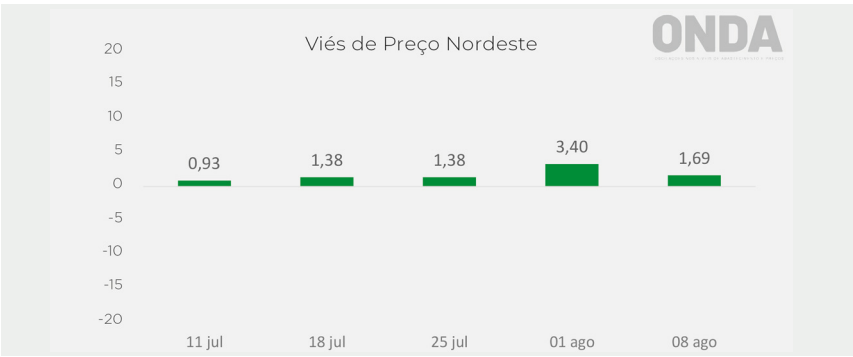
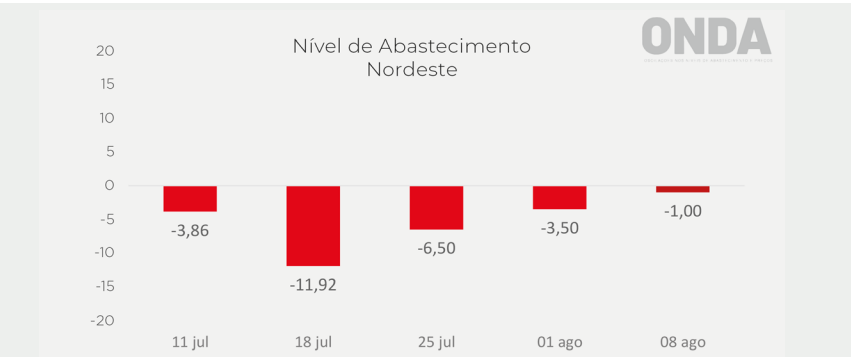
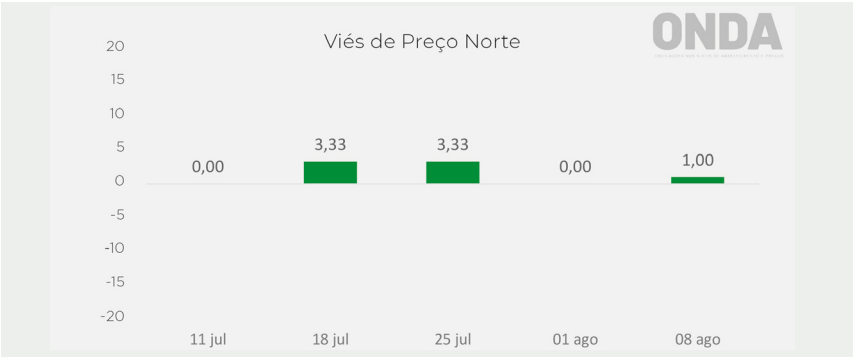
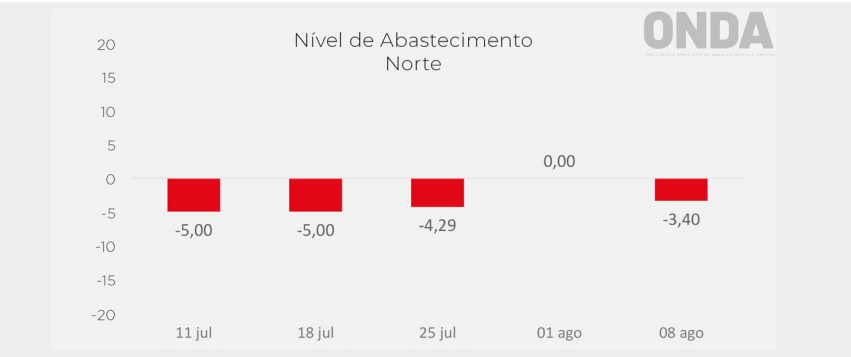
Componentes para suspensão

foram itens citados por 12% dos entrevistados como os campeões de reajustes de preços na semana, seguidos por velas de ignição e componentes para o sistema de freios, com 8%.

A estabilidade no abastecimento manteve-se estacionada para 68% dos entrevistados. Em relação aos preços, a curva desceu de 79% para 73% dos varejos entrevistados.







# VIES - Variações no Índices e Estatísticas

## Julho de 2021 a 2025

A pesquisa VIES compara o desempenho mensal das variáveis de abastecimento, preço, venda e compra no varejo de autopeças, tomando como referência o mesmo mês em anos anteriores. Esta edição consolida os dados do período de julho de 2021 a julho de 2025

### BRASIL

A percepção dos varejistas aponta para a melhora gradual no abastecimento, embora o saldo permaneça negativo em todos os anos. As quedas mais acentuadas ocorreram em 2021 (-14,59%) e 2022 (-11,59%), com redução das perdas a partir de 2023, chegando a -4,71% em 2025. Os preços apresentaram aumento em todo o período, com desaceleração do ritmo de

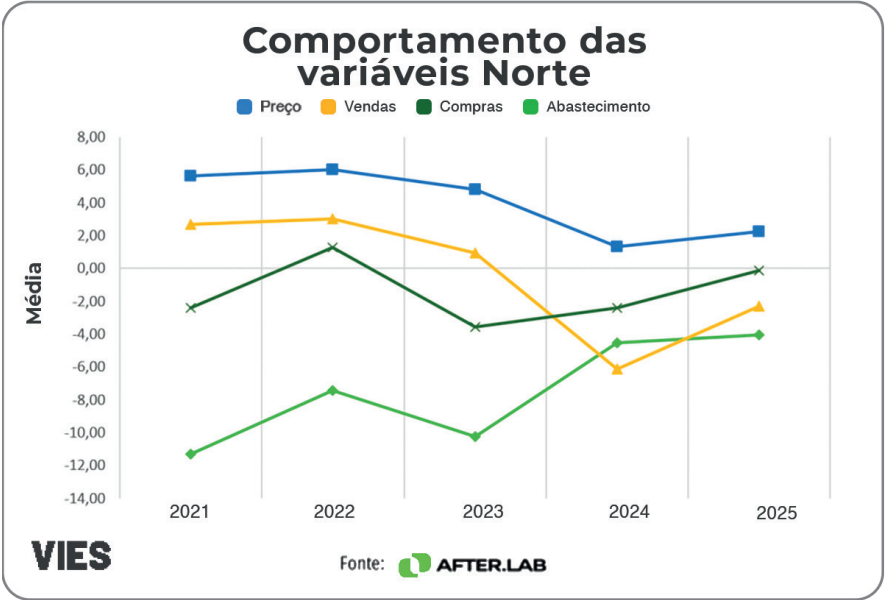
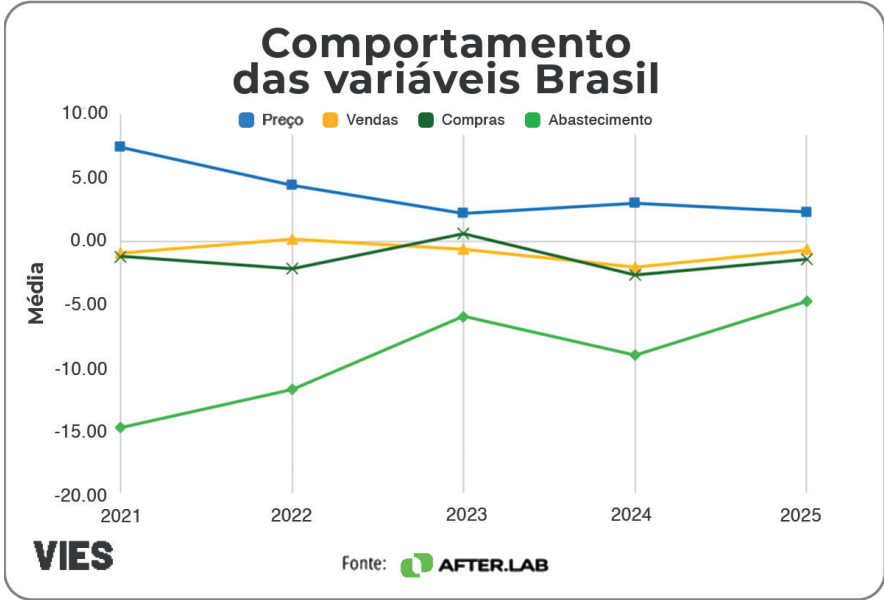
crescimento: de 7,38% em 2021 para 2,29% em 2025, sugerindo menor percepção de pressão inflacionária no setor. Nas vendas, predominou o cenário negativo, com pequenas variações positivas apenas em 2022 (0,14%). As maiores retrações ocorreram em 2024 (-2,02%) e 2021 (-0,93%). As compras seguiram padrão semelhante, alternando quedas e altas pontuais, com destaque

para a melhora de 0,59% em 2023, antes de voltar ao negativo nos dois anos seguintes. Quanto à análise ANOVA, as variáveis abastecimento e preço foram significativas a pelo menos 5% de significância ( $p\text{-valor} < 0,05$ ), o que significa que apesar de as outras variáveis terem apresentado diferenças nas médias entre os anos, estas não foram consideradas significativas e pode-se dizer

que o mês de julho, para esses anos, foi estável.

### NORTE

Apresentou quedas recorrentes no abastecimento, com maior intensidade em 2023 (-10,24%) e redução a partir de 2024, encerrando 2025 com -4,06%. Os preços mantiveram alta em todo o período, com tendência de desaceleração: de 5,65% em 2021 e 6,03% em 2022 para



### Análise de variância Brasil

Variáveis	GL	Z	p-valor
Abastecimento	4,17	21.345	0.000
Preço	4,17	18.999	0.000
Vendas	4,17	0.408	0.800
Compras	4,17	0.760	0.565

### Análise de variância Norte

Variáveis	GL	Z	p-valor
Abastecimento	4,17	3.265	0.037
Preço	4,17	1.377	0.284
Vendas	4,17	2.256	0.106
Compras	4,17	0.695	0.605

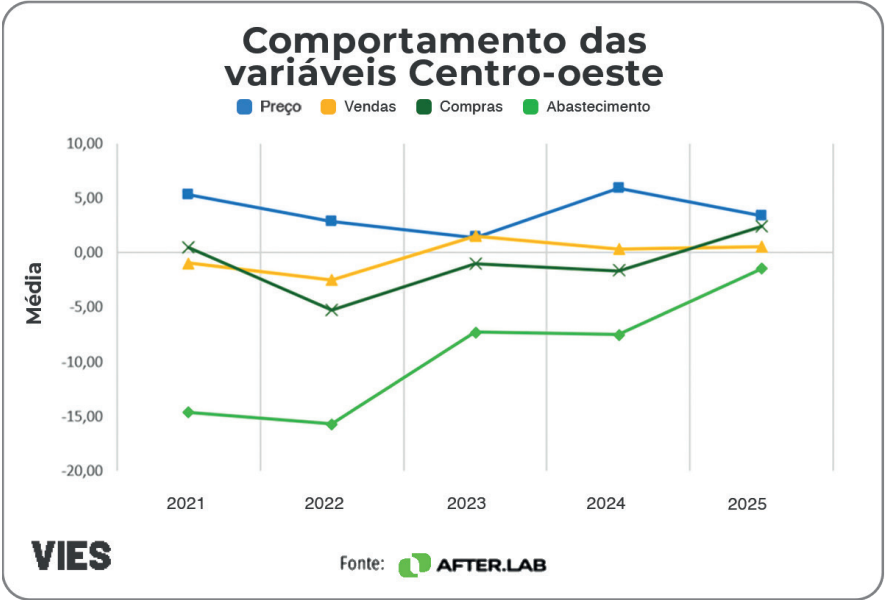
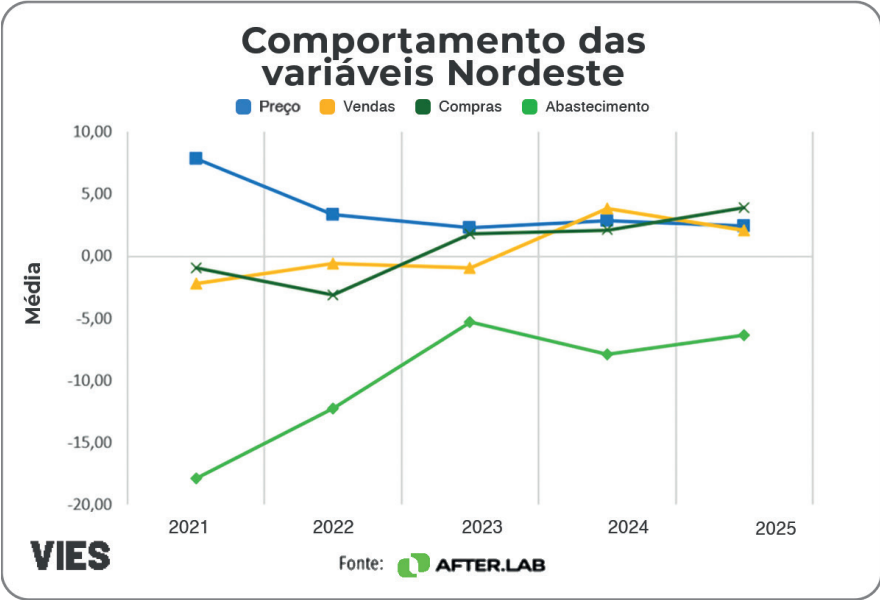


2,27% em 2025. Vendas com desempenho positivo nos três primeiros anos, com destaque para 2022 (3,00%), mas com forte queda em 2024 (-6,13%), seguindo negativas em 2025 (-2,32%). As compras oscilaram, com quedas relevantes em 2021 (-2,42%), 2023 (-3,54%) e 2024 (-2,42%), mas com momentos de recuperação, como em 2022 (1,30%), encerrando 2025 próximas da estabilidade (-0,15%). Na ANOVA, a variável abastecimento foi significativa a pelo menos 5% de significância (p-valor < 0,05). Para as demais variáveis, há indícios que apesar de todas essas variações ao

longo dos anos, o desempenho geral se manteve estável. **NORDESTE** Melhora progressiva no abastecimento, com saldo negativo em todos os anos. Maiores quedas em 2021 (-17,83%) e 2022 (-12,26%), com redução nos anos seguintes, chegando a -6,36% em 2025. Preços subiram de forma contínua, com crescimento moderado, passando de 7,86% em 2021 para 2,44% em 2025. Desempenho das vendas mais positivo a partir de 2024, após três anos de resultados negativos, com alta de 3,85% naquele ano e 2,06% em 2025. As

compras seguiram essa trajetória, registrando quedas até 2022 e recuperação a partir de 2023, encerrando o período com crescimento expressivo de 3,93%. Na análise ANOVA, o indicador de preço foi significativo a pelo menos 5% de significância (p-valor < 0,05). **CENTRO-OESTE** Registrou quedas significativas no abastecimento, com destaque para 2021 (-14,65%) e 2022 (-15,70%). Melhor gradual a partir de 2023, encerrando o período com redução mais branda em 2025 (-1,43%). Os preços subiram em todos os anos, com variações

irregulares: após desacelerar de 5,33% em 2021 para 1,40% em 2023, voltaram a subir com mais intensidade em 2024 (5,94%), antes de recuar para 3,40% em 2025. Vendas oscilaram no período, com quedas em 2021 e 2022, recuperação em 2023 (1,50%) e resultados modestamente positivos nos dois anos seguintes. As compras tiveram forte queda em 2022 (-5,25%), alternando entre resultados negativos e positivos até atingir 2,40% em 2025. Na análise ANOVA, somente o indicador de abastecimento foi significativo a pelo menos 5% de significância (p-valor < 0,05).



**Análise de variância Nordeste**

Variáveis	GL	Z	p-valor
Abastecimento	4,17	2.841	0.057
Preço	4,17	3.691	0.024
Vendas	4,17	0.979	0.445
Compras	4,17	1.087	0.394

**Análise de variância Centro-oeste**

Variáveis	GL	Z	p-valor
Abastecimento	4,17	14.018	0.000
Preço	4,17	1.406	0.274
Vendas	4,17	0.220	0.924
Compras	4,17	0.567	0.690

SUDESTE

Resultados negativos no abastecimento no período, com quedas acentuadas em 2021 (-13,67%) e 2024 (-10,12%). Apesar disso, houve melhora em relação aos piores anos, encerrando 2025 com retração de -5,13%. Os preços permaneceram em alta, com crescimento moderado, passando de 7,43% em 2021 para 2,66% em 2025, o que indica desaceleração inflacionária. As vendas oscilaram bastante, com crescimento apenas em 2022 (1,38%) e quedas relevantes em 2024 (-4,13%). As compras seguiram desempenho semelhante, com apenas

uma alta pontual em 2023 (0,55%), mas encerrando o período com queda de -3,52%. Na análise de variância, as variáveis abastecimento e preço apresentaram variação significativa, com um nível de significância de pelo menos 5% (p-valor < 0,05).

SUL

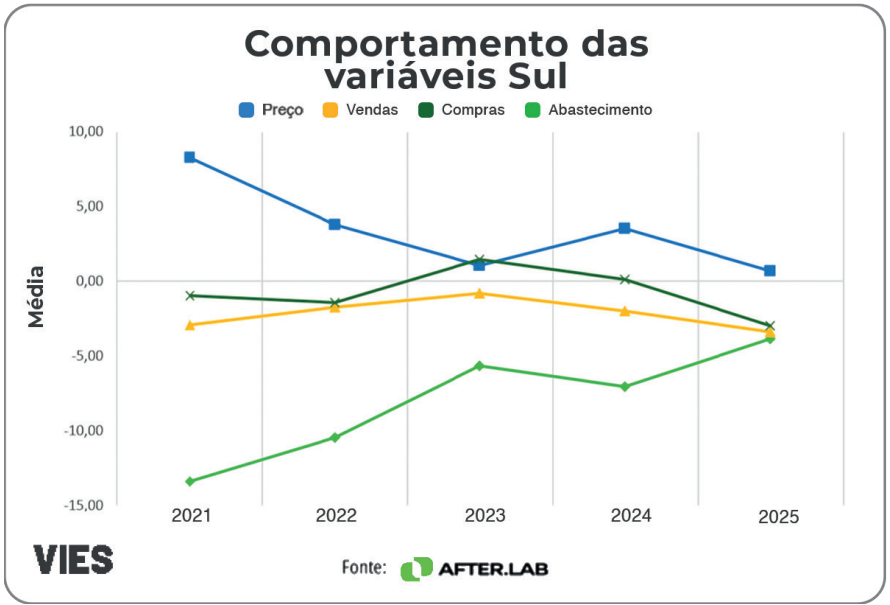
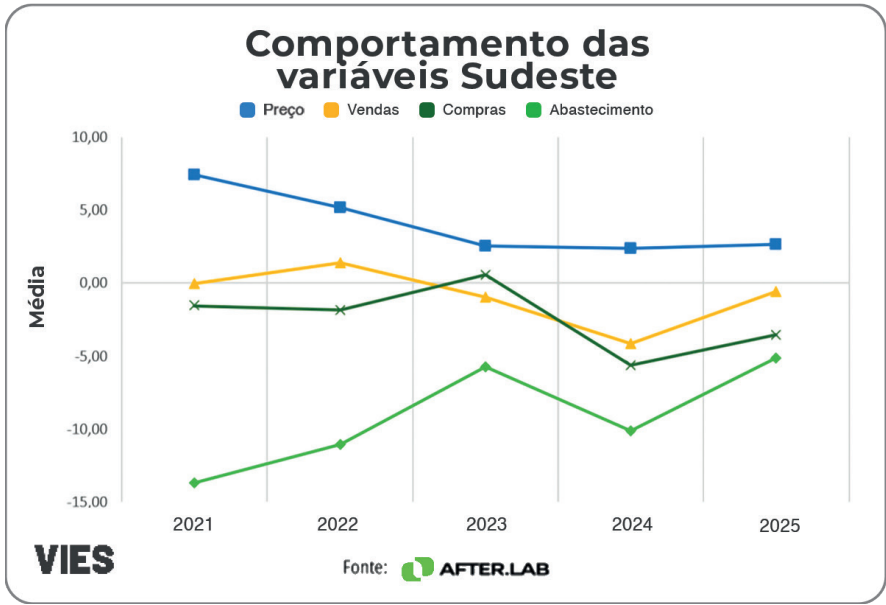
Apresentou melhora gradual no abastecimento, embora os resultados tenham permanecido negativos em todo o período. Quedas mais acentuadas em 2021 (-13,38%) e 2022 (-10,44%), reduzindo-se para -3,85% em 2025. Os preços subiram em todos os anos,

mas com forte desaceleração: de 8,29% em 2021 para apenas 0,71% em 2025. As vendas mantiveram desempenho negativo em todo o período, com piora em 2025 (-3,38%). As compras oscilaram entre altas e quedas, com

crescimento em 2023 (1,48%) e estabilidade em 2024 (0,13%), mas encerraram 2025 com recuo expressivo (-2,98%). Na análise ANOVA, os indicadores de abastecimento e preço foram significativos a pelo menos 5% de significância (p-valor < 0,05).

Destaques de abastecimento e preços – julho/2025

Em julho de 2025, segundo a percepção dos varejistas, os componentes que mais apresentaram falta de abastecimento foram correias e sistemas de suspensão, ambos com participação de 8,43%, seguidos de velas de ignição, com 7,23%. Já em relação à variação de preços, os destaques foram embreagem, com 6,35%, velas de ignição (4,76%) e sistemas de suspensão (3,17%). Esses resultados indicam que, no período, houve coincidência de itens que enfrentaram tanto dificuldades de reposição quanto aumento de preços, como é o caso das velas de ignição e dos sistemas de suspensão.



**Análise de variância Sudeste**

Variáveis	GL	Z	p-valor
Abastecimento	4,17	10.991	0.000
Preço	4,17	5.627	0.005
Vendas	4,17	1.725	0.191
Compras	4,17	2.122	0.122

**Análise de variância Sul**

Variáveis	GL	Z	p-valor
Abastecimento	4,17	10.784	0.000
Preço	4,17	12.380	0.000
Vendas	4,17	0.246	0.908
Compras	4,17	0.662	0.627



**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.

**Esteja entre os  
Maiores e Melhores**

REALIZAÇÃO

Nhmi

 **AFTER.LAB**

DIVULGAÇÃO







# 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.**





# Stellantis inaugura primeiro centro de desmontagem veicular de uma montadora na América do Sul

*Operação localizada em Osasco (SP) é mais uma iniciativa da empresa no aftermarket e vai reciclar até 8 mil automóveis de todas as marcas por ano*

Entre todas as montadoras que atuam no Brasil, a Stellantis é a que tem apresentado as ações mais efetivas para expandir participação no Aftermarket Automotivo. Em fevereiro de 2024, um passo importante foi dado com o anúncio oficial da aquisição de 70% do Grupo DPaschoal que, além da rede de centros automotivos com forte presença em São Paulo, também detém a DPK, distribuidora de autopeças com atuação nacional. Na oportunidade, Paulo Solti, vice-presidente de Peças e Serviços da Stellantis América do Sul, foi direto ao explicar que a empresa não poderia ficar de fora do mercado de autopeças na reposição em razão das cifras bilionárias que o setor movimenta. “Agora será possível atender aos clientes de todas as marcas de veículos em suas necessidades de mobilidade segura, acessível e sustentável”, disse.

Agora, neste mês de agosto, a indústria que reúne as marcas Fiat, RAM, Peugeot, Jeep, Abarth e Citroën deu mais um passo em busca de ampliar sua fatia no mercado de reposição ao inaugurar a primeira operação de desmontagem e reciclagem de veículos de uma montadora na América do Sul. Localizado

em Osasco, município da grande São Paulo, o Centro de Desmontagem Veicular Circular AutoPeças permitirá à Stellantis estender seus tentáculos ao mercado de peças de reuso que, segundo dados apresentados pela montadora, tem potencial para movimentar R\$ 2 bilhões por ano no Brasil.

No total, a empresa investiu R\$ 13 milhões na construção do centro, que tem capacidade para desmontar até 8 mil veículos anualmente e deverá criar cerca de 150 postos de trabalho quando atingir seu pico de operação. Ao estender a vida útil dos componentes e reduzir significativamente o impacto ambiental, a nova unidade poderá evitar a emissão de cerca de 30 mil toneladas de CO<sub>2</sub> anualmente.

## VEÍCULOS

A matéria-prima para o centro de desmontagem são veículos sinistrados, classificados como perda total, ou automóveis que chegaram ao fim de sua vida útil. A Stellantis prevê gerar uma receita de R\$ 3 mil por cada carro desmontado. Esses veículos são adquiridos por meio de leilões e passam

por um processo estruturado e regulamentado de desmonte, que garante a destinação ambientalmente correta de peças e materiais. Também são desmontados na estrutura carros que integram a frota de testes da Stellantis e que não podem ser comercializados – antes estes automóveis eram destruídos na fábrica, agora ganham nova destinação. No evento de inauguração, alguns destes automóveis em estado impecável estavam aguardando na fila da reciclagem.

Ao chegar à unidade, o veículo passa por uma área de descontaminação, em que são retirados todos os fluídos, como óleos e combustíveis. Em seguida, segue para a linha de desmontagem, onde técnicos avaliam a condição geral do veículo e de seus componentes por meio de testes e inspeções detalhadas. As peças aptas ao reaproveitamento são separadas para reuso ou remanufatura. As que serão reutilizadas passam por um processo de limpeza com produtos biodegradáveis e recebem uma identificação individual com classificação, preço de venda e etiqueta de rastreamento emitida pelo Detran.

Cada veículo é vinculado a uma

“carteira de desmonte”, emitida por fornecedor homologado, que contempla até 49 grupos de peças com rastreabilidade total, incluindo informações sobre o veículo de origem, quem realizou o desmonte e a procedência da peça. Além das exigências dos órgãos reguladores, a Stellantis utiliza um sistema próprio para codificação e controle de qualidade, assegurando a padronização de todo o processo.

“Hoje, temos uma destinação correta para 100% dos materiais dos veículos desmontados. Desde os fluídos, como óleos e combustíveis, até matérias-primas como aço, ferro, alumínio, cobre e outros metais nobres, tudo é reaproveitado. Os materiais são separados por tipo e encaminhados para os diversos fornecedores parceiros da Stellantis, garantindo a reutilização e contribuindo para a redução dos impactos ambientais”, conta Paulo Solti.

A Stellantis trabalha com a estimativa de cerca de 48 milhões de veículos em circulação no Brasil. A cada ano, aproximadamente 2 milhões deles chegam ao fim de sua vida útil, porém apenas 1,5% recebem um destino ambientalmente correto.





# AUTONOR

FEIRA DE TECNOLOGIA AUTOMOTIVA DO NORDESTE

## 2025

PARTICIPE **DA MAIOR**  
FEIRA DE TECNOLOGIA  
**AUTOMOTIVA DO**  
**NORDESTE**

CREDENCIAMENTO GRATUITO PELO SITE  
**[autonor.com.br](http://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**



INFORMAÇÕES:



**81 98260-1156**

REALIZAÇÃO E PROMOÇÃO:

**AutoNor**  
EMPREENDIMENTOS

APOIO:



**FIEPE**

**IEL**

**SENAI**

**SESI**

**Sindirepa**

**PE Sindirepa**



**AssopercasPE**

**SICAP 25 ANOS**

**ANDAP**





## Canais físicos, digitais e DPK

As peças usadas em perfeitas condições, recuperadas dos veículos desmontados, serão comercializadas para consumidores finais em canais físicos e digitais sob a marca Circular Autopeças, que conta hoje com 200 produtos diferentes – número que subirá para 400 até o final do ano.

Um dos atrativos será, naturalmente, o preço competitivo. Na inauguração do centro de desmontagem, os executivos da Stellantis deixaram claro que não existe uma métrica padrão para o valor atribuído, mas alguns exemplos apresentados mostram que itens nota 9 – os mais perfeitos à venda – poderão custar até 50% do que é pedido pelo mesmo produto novo no mercado. Serão comercializados apenas componentes genuínos. Peças de segurança – que por lei não podem ser reutilizadas – ou sem condições de reaproveitamento serão sucateadas.

Em Osasco (SP), o atendimento será realizado na loja física do Centro de Desmontagem, instalada em um contêiner de

vendas. A Stellantis solicita aos consumidores interessados que, antes de irem até a loja, entrem em contato com o CD para que o item desejado seja separado no estoque e enviado à unidade de varejo.

No ambiente online, os componentes estarão disponíveis na loja oficial da Circular AutoPeças no Mercado Livre e, em breve, também em um e-commerce próprio.

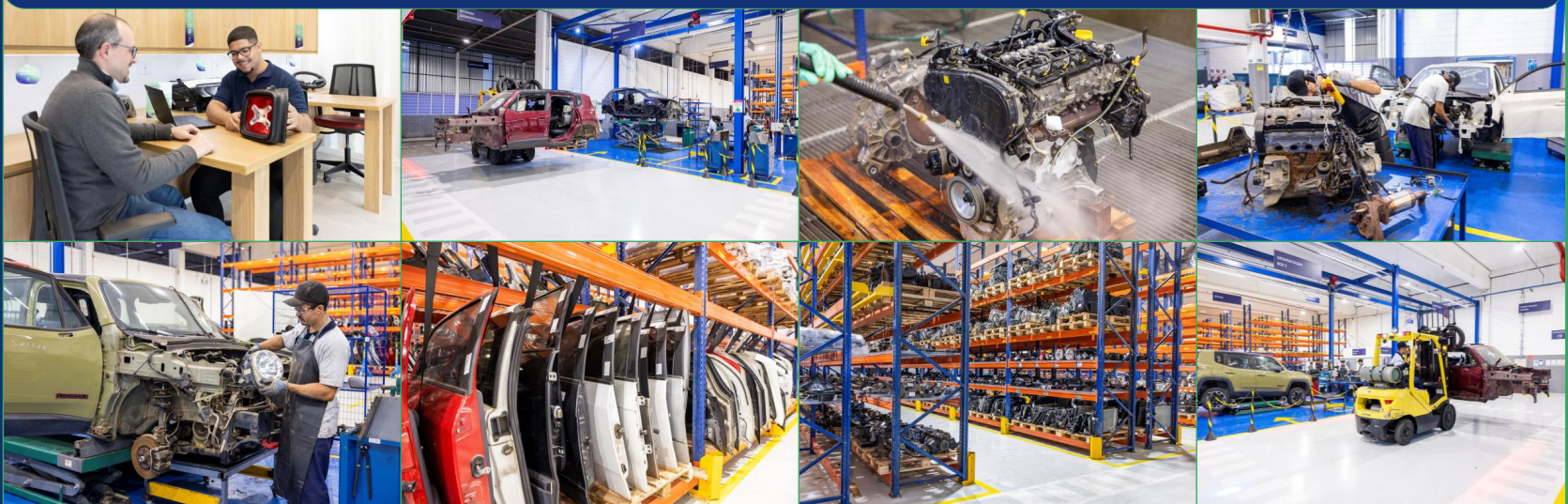
Além desses canais, os produtos também serão distribuídos pela DPK. “A DPK já é distribuidora dos produtos Circular Autopeças. Quanto mais crescer o portfólio, maior será a oferta, sem problema nenhum”, pontua Paulo Solti.

Todas as vendas seguem os critérios de rastreabilidade e segurança do Detran, garantindo conformidade com a legislação e peças em perfeitas condições de uso, com qualidade e procedência certificadas.

## NOVA FRENTE DE DESCARBONIZAÇÃO

STELLANTIS

- COMPROMISSO DA STELLANTIS COM A SUSTENTABILIDADE
- UMA OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO EM SINERGIA COM O PÓS-VENDAS
- O MERCADO DE ECONOMIA CIRCULAR BRASILEIRO É ESTIMADO ATUALMENTE EM R\$ 2 BILHÕES
- MOVIMENTO CONSISTENTE E ANTECIPADO AO QUADRO REGULATÓRIO E AOS ANSEIOS DA SOCIEDADE





## POR QUE ECONOMIA CIRCULAR

STELLANTIS



- ATÉ **80%** DE ECONOMIA EM MATÉRIA-PRIMA EM COMPARAÇÃO COM PEÇAS NOVAS EQUIVALENTES
- ATÉ **50%** DE REDUÇÃO NAS EMISSÕES DE CO2 EM COMPARAÇÃO COM PEÇAS NOVAS EQUIVALENTES



**400 PEÇAS**  
(Caixa de direção, alternador, motor de partida, etc)



**DESTINAÇÃO CORRETA DE MATERIAIS**  
(lubrificantes, aços, catalisadores, etc)

**CENTRO DE DESMONTAGEM VEICULAR CIRCULAR AUTOPEÇAS (Osasco)**

**CENTRO DE RECONDICIONAMENTO DE VEÍCULOS (Betim)**

## CONTEXTO BRASIL

STELLANTIS



A FROTA BRASILEIRA POSSUI CERCA DE **48 MILHÕES** DE VEÍCULOS

**CERCA DE 2 MILHÕES** DE CARROS CHEGAM AO FIM DO CICLO ANULAMENTE

**SOMENTE 1,5%** DO TOTAL DA FROTA RECEBE DESTINAÇÃO ADEQUADA

O MERCADO BRASILEIRO DE RECICLAGEM DE CARROS TEM POTENCIAL DE **R\$ 2 BILHÕES POR ANO**

## PRIMEIRO CENTRO DE DESMONTAGEM DE UMA MONTADORA DA AMÉRICA DO SUL

STELLANTIS



**R\$ 13 MILHÕES**  
INVESTIDOS



**DESMONTAGEM DE VEÍCULOS**  
DE TODAS AS MARCAS



**150 PESSOAS**  
CONTRATADAS ATÉ  
**2027**



**8 MIL VEÍCULOS**  
DESMONTADOS ANUALMENTE



**CANAIS DE VENDA**  
FÍSICO E DIGITAIS



**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 Automotivo 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**





*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:







## Mercado se despede de uma das maiores personalidades da história do Aftermarket Automotivo

Faleceu em 15 de agosto um dos pioneiros do Aftermarket Automotivo brasileiro. Mario Penhaveres Baptista construiu sua vitoriosa trajetória no Grupo Comolatti, mas deu os primeiros passos num distribuidor de peças e motores diesel Alfa Romeo. Estes motores, os mesmos dos caminhões FNM, também eram usados como geradores. "Faltava energia em São Paulo na década de 50. Todas as grandes indústrias da época compravam geradores da gente", recordou ele em entrevista ao Novo Varejo em

2002. Nesse emprego, Mario conheceu o empresário Evaristo Comolatti. "Foi em 1955. Ele era nosso cliente, possuía uma frota de caminhões FNM. Em 1957, tivemos a ideia de montar uma empresa especializada em FNM. Naquela época, as empresas do mercado eram importadoras de peças, todos os carros eram importados. Com o advento da indústria automobilística, surgiu o primeiro caminhão FNM. Sugeri ao senhor Evaristo que trabalhássemos somente com FNM".

Ao longo das décadas, o Grupo Comolatti cresceu junto com a indústria automotiva do Brasil, sempre contando com a valiosa contribuição de Mario

Penhaveres Baptista, um profissional cuja história pessoal se mistura com a própria história da empresa que ajudou a transformar num gigante.



Foto: Arquivo Novomeio

Guido Luporini, Eduardo Cury, Luciano Figliolia, José Carlos Rizzo, Evaristo Comolatti, Gustavo Borghoff e Mário Penhaveres Baptista estavam entre os pioneiros que fundaram a ANCAP, depois ANDAP

**O MAIOR ACERVO DE INFORMAÇÃO**  
DO SEGMENTO EMPRESARIAL DA REPARAÇÃO

**MAIS**  
AUTOMOTIVE

WWW.MAISAUTOMOTIVE.COM.BR



CONFIRA AS NOSSAS REDES SOCIAIS



# Receita Estadual oportuniza programa de autorregularização relacionado à venda de autopeças

Um novo programa de autorregularização está disponível no Rio Grande do Sul, com foco em valores relativos a vendas de autopeças desenquadradas da sistemática da substituição tributária, sem o pagamento de ICMS. A iniciativa da Receita Estadual, subsecretaria vinculada à Secretaria da Fazenda (Sefaz), abrange cerca de 800 estabelecimentos e um indício total de R\$ 10,5 milhões não recolhidos aos cofres públicos. Os trabalhos do fisco gaúcho identificaram divergências no período compreendido entre 1º de novembro de 2024 e 31 de março de 2025. O programa para que os contribuintes regularizem suas pendências está estruturado em duas etapas: a primeira, entre 1º de julho de 2025 a 29 de agosto de 2025; a segunda, entre 1º de agosto de 2025 e 30 de setembro de 2025.

Persistindo as irregularidades deflagradas, as empresas ficam sujeitas a abertura de procedimento de ação fiscal, com imposição da multa correspondente. A saída do setor de autopeças da substituição tributária, vigente desde 1º novembro de 2024 após demanda de entidades do setor, implica que a responsabilidade pelo recolhimento do ICMS dos itens desenquadrados deixa de estar concentrada nos fabricantes ou nos importadores. Dessa forma, os estabelecimentos devem efetuar o cálculo do ICMS nas saídas das mercadorias, com o devido destaque do imposto nas notas fiscais. Na prática, o ICMS passa a ser recolhido em cada etapa da cadeia de comercialização. Os contribuintes abrangidos pelo programa foram comunicados em suas caixas postais

eletrônicas. Na área restrita do Portal e-CAC da Receita Estadual, na aba “autorregularização”, estão disponíveis orientações e arquivos com informações detalhadas das Notas Fiscais Eletrônicas (NF-e), bem como o cálculo da divergência apontada. A iniciativa é conduzida pela Central de Serviços Compartilhados de Autorregularização (CSC ATR) com base em malha fiscal elaborada pelo Grupo Especializado Setorial de Veículos (GES Veículos). A equipe é a responsável pelo atendimento, disponibilizado também na aba “autorregularização” do Portal e-CAC. A CSC Autorregularização atua de forma especializada na análise massiva de dados, gestão operacional e atendimento dos programas. Trabalhando em sinergia com os grupos especializados setoriais, ela

visa detectar inconsistências fiscais de forma eficiente, estimular o cumprimento voluntário das obrigações tributárias e promover a justiça fiscal, com menor onerosidade aos contribuintes em comparação aos procedimentos repressivos. O programa integra as ações de regularização da Receita e está alinhado aos objetivos estratégicos do Receita 2030+, que busca, entre outros aspectos, aperfeiçoar o relacionamento com os setores econômicos e com a sociedade. A autorregularização é uma importante ferramenta nesse processo, promovendo a orientação para o cumprimento das obrigações tributárias e atuando como vetor para a construção de um ambiente de conformidade sustentável, que favoreça o desenvolvimento do Estado.

**ANUNCIE**

na mídia do **Aftermarket**  
**Automotivo**

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





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