



novovarejo

a mídia do aftermarket **automotivo**

EDIÇÃO 477 ANO 32 SETEMBRO DE 2025 NOVOVAREJOAUTOMOTIVO.COM.BR NVI - NOVO VAREJO IMPRESSO

MAIORES & MELHORES

em distribuição de autopeças

R E G I O N A L

**Pesquisa
Maiores e
Melhores
Regional
confirma
dinamismo
dos mercados
brasileiros**

Quarta edição do estudo realizado pelo After.Lab aponta novas empresas entre as mais bem avaliadas pelos varejistas nas cinco regiões do país



Shopee cresce no aftermarket com adesão das indústrias



Programa Loja do Futuro foca pequenos varejos na segunda fase



Stellantis inaugura centro de desmontagem de automóveis



Leia a terceira reportagem da nova série Balconistas do Brasil

Nhm[®]

N O V O M E I O
H U B D E M Í D I A





Nº 1 EM ROLAMENTOS

LOJA ONLINE COBRA

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



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

☎ 0800 016 3333 @cobrarolamentos



MOVIMENTE SEU NEGÓCIO COM A COBRA



Catálogo digital
com busca por placa



Atendimento
especializado



Retira em até 15 minutos
e garantia expressa

Fale com seu vendedor ou compre online.



Acesse:
loja.cobrarolamentos.com.br



ESCANEIE
O QR CODE
E FAÇA SEU
AUTOCADASTRO

Faça revisões em seu veículo regularmente.

controil

Controlflex GROUP

CORTECO

DANIDREA
ESPECIALIDADES EM MOTOCICLISTAS

DIA-FRAG
UMA MARCA DA FRAK

DRIVEWAY
COMPONENTES DE
SUSPENSÃO E DIREÇÃO

Dynaflex

ERBS



Fersa

FRASLE
MOTOCICLISTAS E LUBRIFICANTES

FREMAX

MAHLE

MANN
FILTER

MAZZICAR
FREIOS

MERITOR

MONROE
AMORTECEDORES

MONROE
AXIOS

MOTUL

NACHI

NAKATA

NGK

NTK

NTN

SPICER

SAL
SISTEMA DE FREIOS

Tecfil

TIMKEN

TRW

URBA

Valeo

VARGA

VEDAMOTORS
O RITMO, A PERFORMANCE

viemar

Vini
OEM Parts

VIPAL



Direito ao reparo e à justiça

Reportagem publicada pelo jornal norte-americano The Washington post no último dia 29 de agosto trouxe mais um argumento ao debate que defende a urgência da regulamentação e da liberação dos dados produzidos pelos automóveis conectados. Se no Aftermarket Automotivo todos estão bem informados sobre a importância do Direito à Reparação para garantir a liberdade de escolha dos consumidores, os desdobramentos de um acidente ocorrido há mais de cinco anos lançam luz sobre a real abrangência do movimento Right to Repair/Right to Connect.

Vamos aos fatos. Em 2019, um executivo do mercado financeiro dos Estados Unidos dirigia na Flórida seu Tesla no modo de assistência à condução Autopilot. No exato momento em que o motorista desviou sua atenção ao volante para pegar o celular que tinha caído, o carro não detectou uma placa de parada num cruzamento, atravessou a interseção e bateu num veículo estacionado. Duas pessoas que estavam próximas a este carro foram atingidas, sendo que uma jovem de 22 anos morreu e seu namorado ficou gravemente ferido.

O caso, naturalmente, foi parar na Justiça e 33% do acidente foram atribuídos à montadora, que foi condenada a pagar uma indenização de nada menos que 243 milhões de dólares. A Tesla recorreu da decisão. O proprietário do veículo fez um acordo à parte com as famílias.

Segundo divulgou o The Washington Post, um dos mais importantes jornais do mundo, os dados do acidente produzidos pelo carro foram obtidos por um hacker independente contratado pelo sobrevivente e a família da vítima fatal. A Tesla – que inicialmente havia informado não ser possível localizar tais dados – negou ter ocultado as informações.

De acordo com o advogado da montadora, a falha na recuperação das informações havia sido resultado de uma “trapalhada” e se constituía numa “tempestade perfeita tamanha a sequência de coincidências”. Assim que ficou sabendo que os autores do processo já possuíam todos os conteúdos gerados pelo carro, inclusive o vídeo que registrou a colisão, a montadora informou que havia conseguido os conteúdos.

A decisão da Justiça Federal dos Estados Unidos sobre o caso é recente e o recurso da Tesla está tramitando. Porém, observando a questão sob um olhar amplo, o veredito final não será tão importante quanto a própria conjuntura desenhada por este caso específico. A tecnologia veicular tem se tornado cada vez mais avançada e abrangente, proporcionando graus de condução autônoma que caminham para os 100%. Tudo isso é muito novo e demanda um arcabouço jurídico extremamente complexo.

Mais do que nunca, é preciso definir responsabilidades com clareza. É preciso garantir que a manutenção desses carros possa ser feita dentro de parâmetros irretocáveis de segurança. E é preciso também determinar de uma vez por todas a quem pertencem e quem pode ter acesso aos dados gerados por todos os sistemas eletrônicos e de conectividade veicular. Até porque os bloqueios criados pelas fábricas estão cada vez mais evoluídos. “Se um acidente como este acontecesse hoje, eu não conseguiria extrair os dados”, disse o hacker ao Post.

O exemplo abordado neste editorial mostra de forma inequívoca que as informações não podem ser exclusividade das montadoras. Não se trata apenas de garantir a liberdade de escolha dos consumidores. É, também, uma questão de justiça.

Publisher

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

Diretor Geral

Claudio Milan
(claudio@novomeio.com.br)

Diretor de Criação

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

Endereço

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

Redação

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

Notícias

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

Publicidade

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

Marketing

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

Recursos Humanos

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

Ano 32 - #477 Setembro de 2025

Triagem desta edição
10 mil exemplares

Distribuição Nacional
via Correios

Novo Varejo Automotivo é uma publicação da Novomeio Hub de Mídia dirigida ao Aftermarket Automotivo.

Tem como objetivo divulgar notícias, opiniões e informações que contribuam para o desenvolvimento do setor.

Acompanhe nossas redes

www.novovarejoautomotivo.com.br/
www.facebook.com/novovarejoautomotivo
www.instagram.com/novovarejoautomotivo
www.linkedin.com/company/novovarejoautomotivo/
www.youtube.com/@ATVmidia

Direção

Ricardo Carvalho Cruz

Jornalismo

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

Publicidade

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

Arte

Lucas Cruz

Marketing

(marketing@novomeio.com.br)

Elisa Juliano

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

Jornalista Responsável:

Claudio Milan (MTb 22.834)

Nhm®

www.novomeio.com.br

O MELHOR CAMINHO É SEMPRE COM **AMORTECEDOR COFAP**

Quer curtir sua viagem
com **conforto e
segurança** sem
abrir mão do
desempenho?

A escolha é fácil:
Amortecedor Cofap!
Garantia de produto
original para que você
aproveite cada
momento do seu trajeto.



SIGA:



mmcofap.com.br

Paz no trânsito começa por você



08 Entrevista

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

14 Capa

Conheça os resultados da quarta pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças edição Regional, mais um estudo do After.Lab.

24 E-commerce

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

30 Varejo

Resultado de parceria entre Sebrae-SP, Sincopeças-SP e FecomercioSP, programa Loja do Futuro inicia segunda fase com foco em pequenos varejos.

44 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

Verdadeira dimensão do aftermarket é desafio para gestores

Expansão da tradicional cadeia de comercialização de autopeças traz complexidade e amplia a importância do uso de dados para a condução adequada dos negócios

O mercado de reposição se tornou extremamente complexo nos últimos anos e hoje está repleto de agentes econômicos muito além daquilo que o pioneiro Gustav Willi Borghoff previu quando propôs a famosa estrutura rígida em quatro steps – indústria, distribuidor, varejo e reparador – que durante décadas foi referência absoluta no trade.

A edição 377 do Novo Varejo mostrava desafios impostos a todo o trade em consequência de uma cadeia de negócios

ampliada e cada vez mais flexível. “A gente trabalha predominantemente com dados secundários, aqueles que não são gerados por nós mesmos. Nunca foi feito um censo nas 5.570 cidades brasileiras para contar quantas lojas de autopeças e oficinas existem. O segundo desafio é a intersecção de atividades. Depois, a discordância dos conceitos. A gente pode falar a mesma coisa com nomes diferentes e, assim, a gente não se entende. E, finalmente, a ‘invisibilidade’ do setor”,

explicava Marcelo Gabriel, então membro da Aliança do Aftermarket.

Quando se fala em dados secundários, no agregado nacional os mais comumente usados são as informações do CAGED - Cadastro Geral de Empregados e Desempregados e da RAIS - Relatório Anual de Informações Sociais, baseado no CNAE - Classificação Nacional de Atividade Econômica. Já no âmbito dos estados, os dados vêm do ICMS - Imposto sobre Operações relativas à Circulação

de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação, além de dados de associações como Anfavea, Fenabrave, Sincopeças, Sindirepa com as informações de cada setor. Uma das características desafiadoras é a intersecção das atividades. E, neste caso, a estrutura em cascata de Borghoff ajuda a entender o congestionamento dos perfis de empresas que hoje existe principalmente nas etapas do varejo e da reparação.

Ampla experiência e tecnologia na fabricação de **mancais** e distribuição de **rolamentos**, **atuadores** e **cilindros** de **embreagens**.



A HCS é uma empresa **100% nacional**, considerada uma das melhores e mais confiáveis fábricas de sistemas de embreagem do Brasil. Com estrutura moderna e equipe altamente qualificada, oferecemos produtos de alta qualidade ao mercado de reposição, montadoras e sistemistas, aplicados em veículos leves, pesados e agrícolas.



O maior fabricante de mancais de embreagem do país



Extenso portfólio de produtos



Certificação ISO 9001, garantindo excelência



Atuação no mercado brasileiro e no exterior



Seja um representante

Entre em contato conosco pelo e-mail: vendas@hcsembreagens.com.br



Acesse nosso site
hcsembreagens.com.br

Siga as redes sociais HCS

@hcsembreagens

hcsembreagem

11 3245-4466 | 11 3245-4467

(11) 97735-0004

HCS
SISTEMAS DE EMBREAGEM



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.

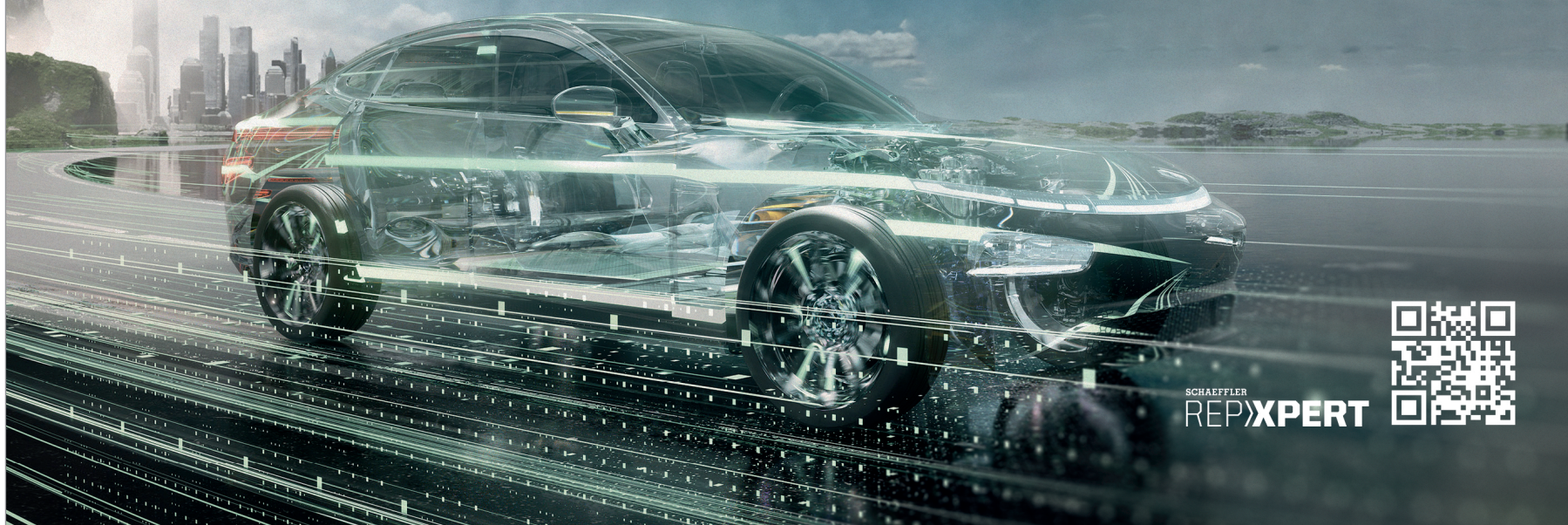
Novo Varejo - Você comentou recentemente que há casos em que clientes sugerem

determinado lançamento. Como isso acontece? No caso de alguém que esteja nos lendo querendo 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, convidamos a acessar nosso site 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?

MOVIMENTO PIONEIRO SUSTENTANDO O FUTURO



Somos Schaeffler

Há mais de 65 anos no Brasil, seja qual for a necessidade do mercado – desde carros de passeio até veículos comerciais leves e pesados, motocicletas ou tratores – a Schaeffler está pronta para atender com inovação sustentável, tecnologia de ponta e soluções sob medida.

0800 011 10 29  15 99798.6385
vehiclelifetimesolutions.schaeffler.com.br



SCHAEFFLER



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-la 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 ancoram 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

Tecfil®

**O FILTRO
ORIGINAL
DO
BRASILEIRO**

**FILTROS
PARA
CÂMBIO
AUTOMÁTICO**



Com cobertura de

+ de 460
aplicações

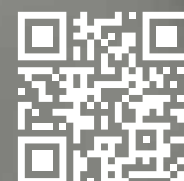


 Filtros Tecfil
 /filtrostecfil

 @tecfil
 tecfil.com.br

 @tecfilfiltros
 /@tecfil.filtros

SAIBA MAIS





Impulsionando a Sustentabilidade: Como a Fersa Está Moldando o Futuro do Transporte Comercial

A indústria de transporte comercial enfrenta um momento decisivo. À medida que as cadeias de suprimentos globais sofrem uma pressão crescente para reduzir seu impacto ambiental, a sustentabilidade tornou-se uma necessidade empresarial — impulsionando a inovação, reduzindo custos e garantindo viabilidade em longo prazo.

O transporte contribui significativamente para as emissões globais de carbono, tornando-se um setor chave para reformas ambientais. Operadores de frotas enfrentam pressões crescentes de reguladores, clientes e partes interessadas para demonstrar progresso mensurável rumo à neutralidade de carbono. O aumento do preço dos combustíveis, o endurecimento das regulamentações de emissões e a crescente demanda por logística ecologicamente consciente estão remodelando o cenário econômico.

PRINCÍPIO

Na Fersa, a sustentabilidade é um princípio orientador. Por meio da iniciativa **Fersa Green**, a sustentabilidade está integrada a cada produto, processo e decisão. O plano diretor da empresa reconhece que o verdadeiro progresso ambiental requer uma mudança sistêmica em toda a cadeia de valor.

Os esforços da Fersa vão além da inovação em produtos, abrangendo estratégias abrangentes de otimização que minimizam o consumo de recursos naturais em todas as fases da produção. O compromisso da empresa com a produção regenerativa representa uma ruptura com os modelos tradicionais, promovendo resultados ambientais positivos por meio do reuso avançado de materiais, sistemas de recuperação de produtos e menor dependência de matérias-primas.

No entanto, a maior contribuição ambiental da Fersa vem da sua inovadora **Unidade de Cubo de Roda com Eficiência de Combustível**. Após mais de um milhão de quilômetros de testes em condições reais, essa tecnologia demonstrou proporcionar economias significativas de combustível e redução de emissões em diversas condições operacionais.

Uma análise independente conduzida pela Maswer e TechnoPark MotorLand confirmou uma melhoria mínima de 3% na eficiência de combustível para caminhões com reboque. O programa de avaliação abrangeu uma ampla variedade de condições e mostrou desempenho consistente em caminhões de longa distância, caminhões rígidos e combinações caminhão-reboque.

O desempenho do cubo é impulsionado por microgeometrias de precisão, materiais avançados e sistemas de lubrificação otimizados. Essa abordagem, que reduz o atrito, pode diminuir a resistência do trem de força em até 50%, melhorando a eficiência de rolamento sem comprometer a durabilidade.

BENEFÍCIOS

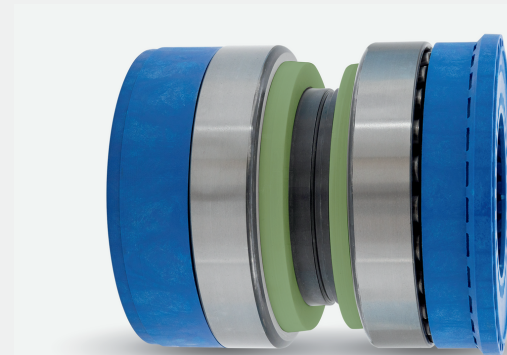
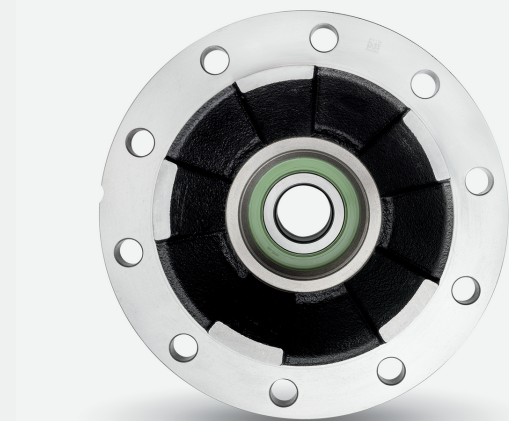
O benefício financeiro é evidente. Um caminhão que percorre 150.000 quilômetros por ano e consome 60.000 litros de diesel economiza 1.800 litros com uma melhoria de 3%, o que equivale a €3.240 de economia anual por veículo. Para frotas com 100 veículos, isso representa uma economia de €324.000 por ano. Cada melhoria de 3% na eficiência de combustível leva diretamente a uma redução proporcional nas emissões de CO₂. Em escala global, isso poderia eliminar milhões de toneladas de CO₂ por ano. Ciclos de vida estendidos dos componentes reduzem

o tempo de inatividade e a necessidade de substituições, proporcionando uma redução do custo total de propriedade superior a 5% ao ano.

A indústria de transporte está se aproximando de um ponto de inflexão decisivo — um momento em que o progresso significativo depende da ação coletiva. A Unidade de Cubo de Roda com Eficiência de Combustível da Fersa demonstra que a sustentabilidade pode impulsionar ganhos ambientais e econômicos. Mas, para alcançar um impacto duradouro, operadores de frotas, fabricantes de equipamentos originais (OEMs), reguladores e parceiros da cadeia de suprimentos devem se alinhar em torno de metas de sustentabilidade compartilhadas.

As ferramentas estão disponíveis. Os benefícios são claros. E a Fersa permanece comprometida em liderar essa transformação por meio da inovação, da colaboração e de uma visão de mobilidade que apoia tanto a prosperidade a longo prazo quanto o planeta.





Rolamentos que impulsionam um futuro mais eficiente

Desenhamos e fabricamos soluções para veículos comerciais e pesados que combinam inovação, alto desempenho e compromisso com a sustentabilidade. Porque movimentar o mundo também é cuidar dele.



brasil.fersa.com



Maiores e Melhores Regional 2025 renova forças regionais na distribuição

Resultados da quarta pesquisa que apura a opinião dos varejistas sobre o desempenho empresarial dos fornecedores com foco em cada uma das cinco regiões do Brasil confirma dinamismo dos mercados locais

A A.TV, canal de conteúdo em vídeo do After-market Automotivo brasileiro, revelou em melhor se classificaram na primeira fase da cerimônia digital transmitida em 28 de agosto edição nacional 2024 da pesquisa Maiores e Melhores.

edição 2025 da pesquisa Maiores e Melhores A classificação em cada um dos 21 quesitos de avaliação obedeceu às notas médias obtidas por cada empresa participante. A média de todas as notas somadas resultou na classificação geral por região.

Hub de Mídia e o Novo Varejo Automotivo. O evento que anunciou os vencedores da MM Regional teve apresentação de Larissa Garcia. O vídeo continua disponível no canal. Basta acessar <https://www.youtube.com/c/ATVmidia>

Nas tabelas a seguir, você conhece os Maiores e Melhores 2025 edição Regional por atributos de desempenho empresarial e classificação geral em cada uma das cinco regiões do Brasil segundo a opinião de quem mais entende do assunto: os varejistas de autopeças.

Para a realização da pesquisa em 2025 foram entrevistados quase 1.200 empresários ou responsáveis por compras nas lojas de componentes automotivos para veículos leves. Participaram do estudo os distribuidores com atuação regional que



MAIORES & MELHORES
em distribuição de autopeças

R E G I O N A L



Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças Regional 2025

CLASSIFICAÇÃO GERAL 2025									
NORTE	NOTA	NORDESTE	NOTA	CENTRO-OESTE	NOTA	SUDESTE	NOTA	SUL	NOTA
Melo	8,65	Autofort	8,57	Javali	8,24	Barros	8,56	Auto Pratense	8,75
Millano	8,25	Padre Cícero	8,51	Comando	8,18	Jahu	8,55	Toli	8,72
Pemaza	8,15	Auto norte	8,48	Kaizen	8,14	Comdip	8,39	Rolemar	8,56

GRUPO PRODUTO									
QUALIDADE DAS MARCAS 2025									
NORTE	NOTA	NORDESTE	NOTA	CENTRO-OESTE	NOTA	SUDESTE	NOTA	SUL	NOTA
Melo	8,96	Autofort	9,18	Polipeças	8,87	Comdip	8,93	Auto Pratense	9,09
Pemaza	8,73	Auto norte	9,07	Comando	8,86	Barros	8,89	Toli	8,84
Millano	8,53	Padre Cícero	8,99	Javali	8,67	Compel	8,75	Vespor	8,75

VARIEDADE DAS MARCAS 2025									
NORTE	NOTA	NORDESTE	NOTA	CENTRO-OESTE	NOTA	SUDESTE	NOTA	SUL	NOTA
Pemaza	8,60	Ligpeça	8,79	Comando	9,03	Jahu	8,47	Auto Pratense	9,05
PMZ	8,30	Padre Cícero	8,76	Javali	8,19	Comdip	8,40	Scherer	8,67
Millano	8,23	Bezerra Oliveira	8,32	Polipeças	7,86	Barros	8,31	Toli	8,62

DISPONIBILIDADE DAS MARCAS 2025									
NORTE	NOTA	NORDESTE	NOTA	CENTRO-OESTE	NOTA	SUDESTE	NOTA	SUL	NOTA
Pemaza	8,52	Ligpeça	8,77	Comando	8,98	Jahu	8,57	Auto Pratense	8,77
PMZ	8,19	Padre Cícero	8,54	Javali	8,17	Comdip	8,21	Toli	8,69
Melo	8,17	Autofort	8,29	Castrillon	7,84	Compel	8,20	Scherer	8,38

GRUPO COMERCIAL									
ATENDIMENTO 2025									
NORTE	NOTA	NORDESTE	NOTA	CENTRO-OESTE	NOTA	SUDESTE	NOTA	SUL	NOTA
Melo	8,88	Autofort	9,07	Javali	8,99	Jahu	9,10	Toli	9,11
Millano	8,50	Auto norte	9,03	Polipeças	8,53	Barros	9,02	Rolemar	9,09
Conape	8,00	Bezerra Oliveira	8,82	Comando	8,42	Compel	9,01	Auto Pratense	8,80

ENTREGA 2025									
NORTE	NOTA	NORDESTE	NOTA	CENTRO-OESTE	NOTA	SUDESTE	NOTA	SUL	NOTA
Melo	8,04	Auto norte	8,31	Pecista	8,62	Jahu	8,94	Toli	8,99
Pemaza	7,47	Autofort	8,25	Kaizen	8,52	Barros	8,89	Auto Pratense	8,93
Millano	7,33	Padre Cícero	8,24	Comando	8,34	Comdip	8,85	Rolemar	8,85

EQUIPE DE VENDAS 2025									
NORTE	NOTA	NORDESTE	NOTA	CENTRO-OESTE	NOTA	SUDESTE	NOTA	SUL	NOTA
Melo	8,80	Autofort	9,02	Javali	8,85	Barros	9,10	Toli	9,03
Millano	8,23	Auto norte	8,93	Comando	8,73	Jahu	9,07	Rolemar	8,97
Rondobras	8,18	Padre Cícero	8,78	Polipeças	8,60	Compel	8,90	Auto Pratense	8,91

PENSA RÁPIDO

Qual a pastilha de freio cerâmica mais silenciosa do mercado?

Com uma formulação cerâmica de alta eficiência, Fras-le Ceramaxx é o máximo conforto e desempenho na hora de frear. Mais silenciosa e com exclusiva tecnologia que não suja as rodas, Fras-le Ceramaxx é a melhor resposta para mecânicos que exigem o melhor para seus clientes. **Pensou na melhor pastilha cerâmica, não tem erro. Fras-le Ceramaxx.**



Desacelere. Seu bem maior é a vida.



Confira todas
as aplicações
e lançamentos



Frasleoficial



Frasleoficial



Frasleoficial



Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças Regional 2025

GRUPO RELACIONAMENTO									
APOIO TÉCNICO 2025									
NORTE	NOTA	NORDESTE	NOTA	CENTRO-OESTE	NOTA	SUDESTE	NOTA	SUL	NOTA
Melo	9,42	Autofort	8,32	Pecista	9,13	Jahu	8,34	Auto Pratense	8,67
Pemaza	7,19	Padre Cícero	8,17	Kaizen	8,31	Barros	8,32	Toli	8,59
PMZ	7,00	Auto norte	8,15	Javali	8,19	Compel	8,04	Rolemar	8,30
GARANTIA 2025									
NORTE	NOTA	NORDESTE	NOTA	CENTRO-OESTE	NOTA	SUDESTE	NOTA	SUL	NOTA
Melo	9,17	Padre Cícero	8,47	Kaizen	8,53	Barros	8,41	Toli	8,88
Millano	8,07	Auto norte	8,37	Pecista	7,87	Jahu	8,39	Auto Pratense	8,67
Conape	8,00	Autofort	7,90	Javali	7,50	Comdip	8,04	DPS	8,44
SUPORTE PROMOCIONAL 2025									
NORTE	NOTA	NORDESTE	NOTA	CENTRO-OESTE	NOTA	SUDESTE	NOTA	SUL	NOTA
Melo	7,95	Autofort	6,04	Kaizen	5,60	Barros	5,63	Rolemar	7,26
Conape	7,00	Bezerra Oliveira	5,68	Javali	5,38	Jahu	4,84	Toli	6,50
Millano	6,78	Padre Cícero	5,67	Pecista	5,18	G&B	4,56	Auto Pratense	6,39
GRUPO IMAGEM									
INOVAÇÃO 2025									
NORTE	NOTA	NORDESTE	NOTA	CENTRO-OESTE	NOTA	SUDESTE	NOTA	SUL	NOTA
Melo	8,35	Ligpeça	8,24	Javali	7,91	Jahu	8,47	Auto Pratense	8,59
Millano	8,24	Padre Cícero	8,09	Comando	7,84	Compel	8,16	Toli	8,42
Conape	8,00	Autofort	7,97	Polipeças	7,65	Barros	8,10	Scherer	8,18
EVOLUÇÃO 2025									
NORTE	NOTA	NORDESTE	NOTA	CENTRO-OESTE	NOTA	SUDESTE	NOTA	SUL	NOTA
Millano	8,19	Autofort	8,61	Comando	7,98	Jahu	8,44	Auto Pratense	8,58
Melo	8,06	Padre Cícero	8,28	Pecista	7,88	Compel	8,15	Toli	8,41
Rondobras	8,04	Ligpeça	8,24	Javali	7,87	Barros	8,13	Rolemar	8,15
ADMIRAÇÃO 2025									
NORTE	NOTA	NORDESTE	NOTA	CENTRO-OESTE	NOTA	SUDESTE	NOTA	SUL	NOTA
Melo	8,36	Auto norte	8,55	Comando	8,30	Barros	8,68	Toli	8,62
Millano	8,19	Padre Cícero	8,49	Pecista	8,23	Jahu	8,63	Auto Pratense	8,53
Pemaza	7,93	Autofort	8,38	Javali	8,15	Compel	8,49	Scherer	8,42

A marca da **confiança** e da **qualidade**,
há 20 anos trazendo um mix de soluções
originais em autopeças e motopeças.

O que é ser original pra você? Para a Authomix, é construir **qualidade** com compromisso e muita parceria. É conquistar a sua **confiança**, acelerando juntos. É completar **2 décadas de estrada**, entregando o melhor mix de soluções para seu negócio continuar evoluindo.








 authomix

AUTHOMIX 20
ANOS

Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças Regional 2025

GRUPO IMPORTÂNCIA									
FREQUÊNCIA DE COMPRA 2025									
NORTE	NOTA	NORDESTE	NOTA	CENTRO-OESTE	NOTA	SUDESTE	NOTA	SUL	NOTA
Pemaza	7,88	Ligpeça	7,99	Comando	7,96	Comdip	7,57	Auto Pratense	7,74
Melo	7,50	Padre Cícero	7,58	Javali	7,19	Jahu	7,38	Rolemar	7,52
Millano	7,09	Bezerra Oliveira	7,57	Kaizen	7,07	Barros	7,23	Vespor	7,48
PARCERIA 2025									
NORTE	NOTA	NORDESTE	NOTA	CENTRO-OESTE	NOTA	SUDESTE	NOTA	SUL	NOTA
Melo	8,75	Auto norte	8,52	Comando	8,10	Barros	8,62	Toli	8,55
Millano	8,68	Autofort	8,46	Kaizen	7,76	Comdip	8,52	DPS	8,47
Conape	8,50	Bezerra Oliveira	8,38	Javali	7,74	Jahu	8,45	Auto Pratense	8,39
CONFIANÇA 2025									
NORTE	NOTA	NORDESTE	NOTA	CENTRO-OESTE	NOTA	SUDESTE	NOTA	SUL	NOTA
Millano	9,21	Autofort	9,25	Javali	8,86	Barros	9,17	Toli	9,20
Pemaza	9,03	Padre Cícero	9,13	Comando	8,85	Jahu	9,13	Auto Pratense	9,09
Melo	9,00	Auto norte	9,00	Castrillon	8,76	Comdip	9,08	DPS	9,05
Conape	9,00								
GRUPO PRESENÇA									
COMPETÊNCIA 2025									
NORTE	NOTA	NORDESTE	NOTA	CENTRO-OESTE	NOTA	SUDESTE	NOTA	SUL	NOTA
Conape	9,33	Autofort	9,54	Pecista	8,95	Jahu	9,08	Auto Pratense	9,17
Millano	8,85	Padre Cícero	9,06	Javali	8,87	Barros	9,04	Toli	9,00
Pemaza	8,70	Auto norte	9,01	Comando	8,78	Comdip	8,99	DPS	8,93
COMUNICAÇÃO 2025									
NORTE	NOTA	NORDESTE	NOTA	CENTRO-OESTE	NOTA	SUDESTE	NOTA	SUL	NOTA
Melo	8,68	Autofort	8,85	Javali	8,40	Barros	8,90	Auto Pratense	9,02
Pemaza	8,17	Auto norte	8,69	Kaizen	8,27	Jahu	8,69	Toli	8,95
Millano	8,00	Bezerra Oliveira	8,60	Polipeças	8,19	Comdip	8,58	Rolemar	8,71
COMPROMISSO 2025									
NORTE	NOTA	NORDESTE	NOTA	CENTRO-OESTE	NOTA	SUDESTE	NOTA	SUL	NOTA
Millano	8,89	Autofort	9,21	Pecista	8,95	Barros	9,14	Toli	9,27
Melo	8,83	Padre Cícero	8,95	Javali	8,88	Jahu	9,12	Auto Pratense	9,21
Pemaza	8,35	Auto Norte	8,94	Kaizen	8,74	Comdip	9,03	Rolemar	8,91

Pode contar

com portfólio
completo
de bons negócios



Peças para carro, moto ou caminhão é Nakata

A Nakata não para de investir para oferecer um portfólio de componentes de suspensão, direção, transmissão, motor e motopeças cada vez melhor para você não perder venda. Com Nakata no estoque, pode contar que é certeza de clientes satisfeitos, sempre.

Desacelere. Seu bem maior é a vida.

APROVEITE E ACESSE OS CONTEÚDOS FEITOS PARA VOCÊ VENDER MAIS E MELHOR.



BLOG
Tudo o que você precisa saber para alavancar seus resultados.



EAD
Cursos online, gratuitos e com certificado.



INSTAGRAM
Imperdível para quem trabalha com vendas de autopeças.



CATÁLOGO ELETRÔNICO
A ferramenta de busca mais completa, moderna e fácil de usar.

NAKATA®
PODE CONTAR

Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças Regional 2025

GRUPO RESPEITO									
LEGALIDADE 2025									
NORTE	NOTA	NORDESTE	NOTA	CENTRO-OESTE	NOTA	SUDESTE	NOTA	SUL	NOTA
Conape	9,67	Autofort	9,73	Kaizen	9,22	Barros	9,50	Auto Pratense	9,55
Millano	9,50	Padre Cícero	9,59	Comando	9,21	Comdip	9,43	Toli	9,50
Rondobras	9,50	Auto norte	9,48	Javali	9,11	Jahu	9,39	DPS	9,43
Melo	9,46								
ÉTICA 2025									
NORTE	NOTA	NORDESTE	NOTA	CENTRO-OESTE	NOTA	SUDESTE	NOTA	SUL	NOTA
Melo	9,22	Autofort	9,59	Castrillon	9,22	Comdip	9,26	Toli	9,32
Pemaza	8,95	Padre Cícero	9,40	Pecista	9,11	Barros	9,25	Rolemar	9,22
Rondobras	8,89	Auto norte	9,33	Comando	9,09	Jahu	9,21	Auto Pratense	9,16
TRANSPARÊNCIA 2025									
NORTE	NOTA	NORDESTE	NOTA	CENTRO-OESTE	NOTA	SUDESTE	NOTA	SUL	NOTA
Melo	9,48	Autofort	9,53	Castrillon	8,98	Barros	9,27	Auto Pratense	9,49
Millano	9,10	Auto norte	9,12	Comando	8,93	Jahu	9,25	Toli	9,34
Rondobras	9,00	Padre Cícero	9,08	Javali	8,92	Comdip	9,23	Rolemar	9,11

Novas empresas entre as três Maiores e Melhores

Por Claudio Milan, Head de Conteúdo da Nhm - Novomeio Hub de Mídia

Encerramos aqui a divulgação dos resultados de mais uma pesquisa realizada pelo After.Lab. Desde 1996, o Aftermarket Automotivo encontra nestes estudos informações exclusivas para o balizamento de suas estratégias em um setor que cada vez mais se depara com evoluções velozes e disruptivas. Um ciclo de transformações e mudanças que cobra dia após dia atitudes de adequação por parte de todos os players desta complexa cadeia de negócios.

E mudança é o que nunca faltou nas quatro pesquisas Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças, edição Regional, realizadas até hoje. Isso apenas confirma o dinamismo dos mercados locais de componentes automotivos e a rápida adequação dos clientes à evolução dos serviços oferecidos pelos seus fornecedores, determinados neste estudo pela avaliação do desempenho empresarial.

Vamos apontar algumas delas, comparando as avaliações que você conheceu nesta reportagem com o que disseram os varejistas entrevistados em 2024. Começando pela região Norte – caracterizada pela concentração de mercado em poucas cidades e onde o desafio de obter as respostas para a pesquisa foi particularmente imenso neste ano –, assistimos à renovação das duas primeiras posições na classificação geral. Os varejistas locais premiaram com notas mais altas a evolução dos serviços oferecidos pelos seus fornecedores. Com isso, a nota do vencedor no ano passado só o classificaria na terceira posição em 2025.

No Nordeste, as empresas que receberam as melhores avaliações na classificação geral em 2024 mantiveram-se no pódio. Houve, no entanto, inversão entre a primeira e a terceira colocadas, confirmando o dinamismo do mercado e a disposição dos clientes para aderir a propostas de negócio que

lhes sejam atraentes em determinado momento. E o crescimento das notas médias mostra evolução dos serviços oferecidos pelas empresa.

A região Centro-Oeste também elegeu novo vencedor na classificação geral, empresa vinculada a um grande grupo investidor que vem dando passos importantes em sua estratégia de negócios no aftermarket. As notas médias igualmente cresceram.

No Sudeste, duas empresas mantiveram presença no pódio entre as três primeiras na comparação com 2024. A grande novidade foi a empresa vencedora na classificação geral, que no estudo anterior ocupava a quarta posição. Mantendo a tendência geral do estudo, as notas médias aqui também evoluíram.

Finalmente, no Sul os varejistas também conduziram ao topo do pódio a empresa que ocupou a quarta posição ano passado. No caso específico desta região, o reconhecimento é mais notável em razão da evolução significativa das notas médias atribuídas pelos entrevistados às empresas avaliadas. Cabe, ainda, destacar pontos fortes e fracos da distribuição de autopeças segundo a opinião de seus clientes. O maior mérito está nos quesitos do grupo respeito: legalidade, ética e transparência, os atributos que receberam em 2025 as maiores notas médias de toda pesquisa, na maioria acima de 9. Isso mostra que as práticas empresariais estão totalmente adequadas às crescentes exigências de compliance.

Por outro lado, a grande carência apontada está no suporte promocional, que recebeu as notas médias mais baixas de todo o estudo. Isso significa que o varejo precisa e quer apoio para vender mais. Significa, também, uma oportunidade para que as empresas evoluam os serviços que oferecem aos clientes e possam se diferenciar da concorrência em 2026.



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 vêm 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



Foto: Divulgação

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

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

**A Excelência em
Autopeças com
Tecnologia e qualidade.**

**VOCÊ ENCONTRA NA
MOTORS IMPORTS!**

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

**SAPATA FREIO
CITROEN C3 1.0 21...**
Cód.: 041911

**BANDEJA GWM
HAVAL H6 22... LD/LE**
Cód.: 041817/041818

**BOMBA D'ÁGUA ELÉTRICA
BMW (G05/F95) X5 19/23 OBS**
Cód.: 041898

**KIT EMBREAGEM HYUNDAI
HB20 1.0 12V 23...**
Cód.: 041737

**RADIADOR ÓLEO AUDI
A1/A3/A4/A5/A6 12...**
Cód.: 041680

**FILTRO AR LAND ROVER
DEFENDER 2.0 19...**
Cód.: 042220

www.motorsimports.com.br

Imagens Ilustrativas



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 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 nascida em Singapura 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

lojas oficiais no marketplace.

“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”.



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,

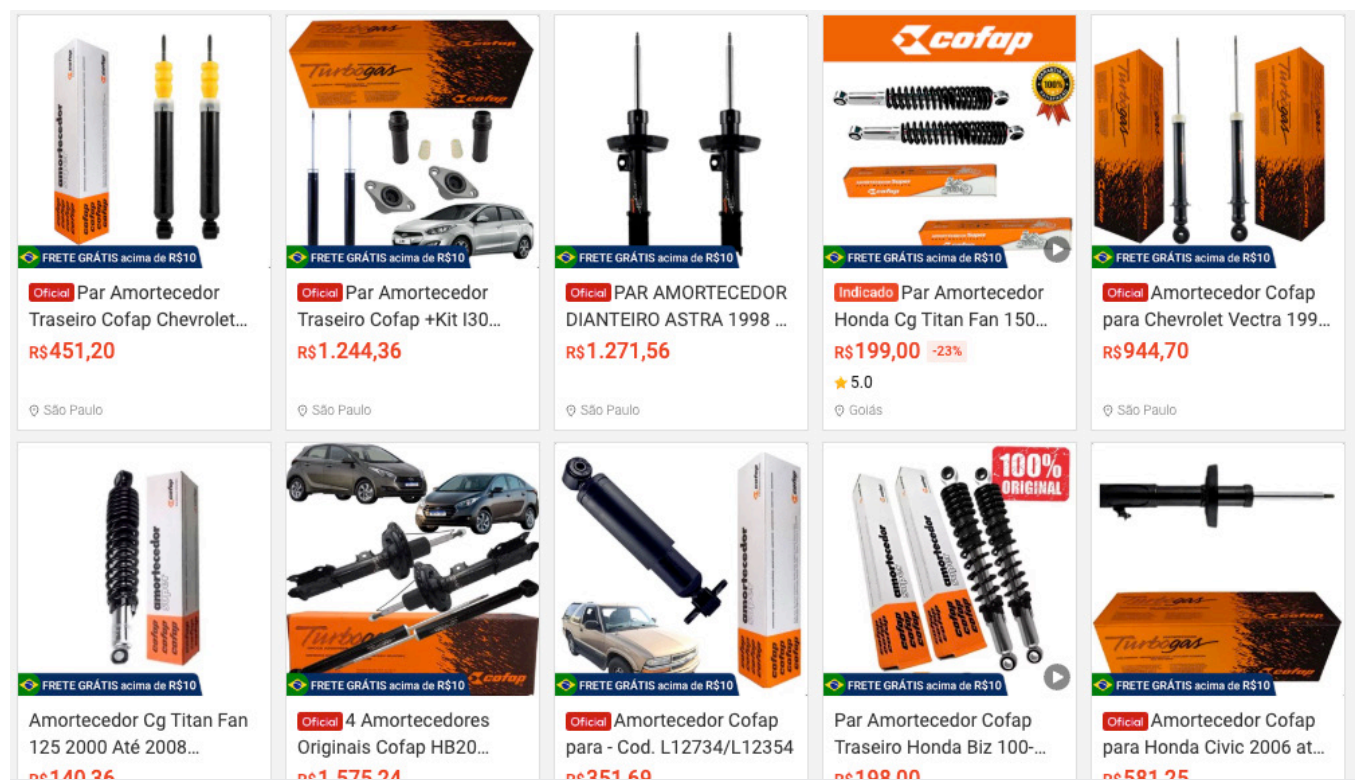
Clarissa Pinelli”.

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

produtos certificados e testados, seguindo os padrões originais.



YIMING PARTS



FEIRA DE TECNOLOGIA AUTOMOTIVA DO NORDESTE

TE ESPERAMOS NO STAND N° 77

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

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

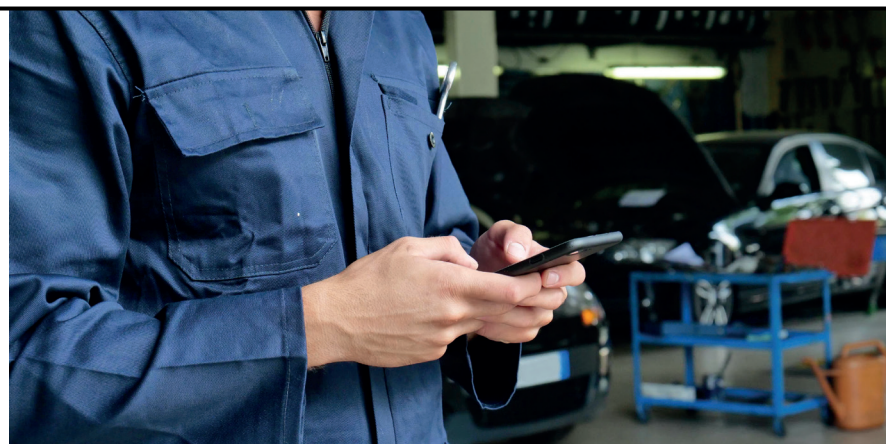


Foto: Shutterstock

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, mostra 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.



Loja do Futuro abre as portas para a 2ª edição

Programa do Sincopeças-SP com Sebrae e FecomercioSP capacita micro e pequenas empresas do varejo de auto e motopeças

No último dia 9 de setembro, a de aproximadamente 30 municípios”, Unidade do Sebrae no Centro de afirmou o consultor de negócios do São Paulo recebeu o lançamen- Sebrae, Reginaldo Oliveira . to da 2ª edição do Programa Loja Na nova fase, a participação será do Futuro. Realizado numa parce- restrita a micro e pequenas empre- ria entre o órgão do Sistema S, a sas, justamente o público-alvo da FecomercioSP e o Sincopeças-SP, o atuação do Sebrae. Segundo Olivei- programa tem como objetivo ofere- ra, na primeira edição também houve cer uma jornada prática de capa- espaço para os microempreende- citação para micro e pequenas dores individuais (MEIs), que corres- empresas do setor de autopeças e ponderam a 30% dos concluintes. motopeças, promovendo o aumen- “Já as médias e grandes empresas to do faturamento e o avanço da não poderão participar, uma vez maturidade digital dos negócios. que o Sebrae atua especificamente Em sua primeira edição, o Loja no atendimento a micro e peque- do Futuro capacitou 74 empre- nos negócios”, explicou. O consultor sas, sendo a grande maioria (68) destacou que a limitação de perfil no Estado de São Paulo. Houve é uma medida de foco, e não de também a participação de empresá- exclusão. Na prática, significa dire- rios de Minas Gerais, Distrito Federal, cionar esforços para o segmento Paraná, Rio de Janeiro e Sergipe. “Ao que mais precisa de apoio diante todo, participaram empresários do dos desafios de transformação do comércio de autopeças e motopeças varejo automotivo.

Programa é estruturado em quatro eixos principais

Na segunda edição, o Loja do Futuro oferecerá uma jornada em três fases integradas, com soluções práticas, acompanhamento especializado e foco na expansão do faturamento e evolução da maturidade digital das empresas, tornando a versão de 2025 ainda mais enriquecida e relevante, conforme explica Reginaldo Oliveira, do Sebrae. A experiência anterior revelou demandas claras por parte dos empresários. Segundo o consultor, a principal dificuldade identificada entre os participantes foi realizar vendas por meio do comércio eletrônico. O aumento do faturamento em marketplaces e lojas virtuais surgiu como a maior necessidade do grupo. “O programa foi estruturado em quatro eixos principais: inovação, digitalização, mercado e gestão. Juntos, eles concentraram as maiores demandas de atendimento, além de outras soluções sugeridas ao longo do processo”, relata Oliveira, complementando que o foco do conteúdo foi a principal razão pela qual o programa passou a se chamar ‘Loja do Futuro’ pouco depois de ter sido inaugurado com o nome de ‘Loja Legal’. “O termo ‘Loja Legal’ poderá ser utilizado em outras ações da parceria

entre Sincopeças e Sebrae, sendo uma marca importante para o comércio de auto e motopeças. Já o Programa Loja do Futuro foi concebido para sinalizar ao comércio varejista a necessidade de olhar para o futuro, com foco em maturidade digital, inovação, mercado e gestão”.

Na primeira edição, os lojistas tiveram acesso a conteúdos que abordaram pilares fundamentais como inovação, digitalização, mercado e gestão. Mas, ao mesmo tempo, cada empresa pôde tratar de suas particularidades. Essa flexibilidade possibilitou a inclusão de temas adicionais como soluções tecnológicas, liderança, vendas e comportamento empreendedor.

“O programa é dinâmico e se adapta à realidade de cada negócio, respeitando suas particularidades”, observa Oliveira. Para ele, essa capacidade de adaptação é o que torna o Loja do Futuro mais robusto em sua segunda edição. O modelo de três fases, que inclui palestras, adesão com encontros temáticos e consultorias estratégicas, foi desenhado para responder diretamente às dores relatadas pelos empresários.

Além do escopo do próprio programa, Reginaldo Oliveira destaca que os empresários

de autopeças e motopeças também podem acessar outras oportunidades oferecidas pelo Sebrae.

Entre elas, estão as Jornadas de Atendimento Estruturado dos Escritórios Regionais em São Paulo, que permitem o contato com soluções tecnológicas em parceria com Senai e Senac, participação no Programa Brasil Mais Produtivo – focado em ganhos de produtividade e faturamento –, ingresso no Seminário Empretec, voltado ao desenvolvimento de competências empreendedoras, além de consultorias específicas em áreas como marketing e finanças.

“Também é possível participar de feiras, rodadas de negócios e demais eventos que ampliam as possibilidades de inserção competitiva dos pequenos negócios”, destacou o consultor.

Outro aspecto destacado foi a diversidade de perfis atendidos na edição anterior. O programa contemplou desde empresas já mais avançadas no processo de digitalização até lojistas que ainda estavam dando os primeiros passos. Essa heterogeneidade, segundo Oliveira, ajudou a construir uma visão mais ampla sobre o setor e a desenhar soluções que conversam com diferentes níveis de maturidade.



Heber Carvalho, presidente do Sincopeças-SP, destacou importância da IA durante a abertura da segunda edição do Loja do Futuro

Foto: Claudio Milan

Conheça o Cronograma da 2ª edição do Loja do Futuro

Fase 1 – Lançamento do Programa em evento presencial (9/09)

No dia do lançamento, o consultor de negócios do Sebrae-SP e especialista em Marketing, Vendas e Gestão de Negócios, Alexandre Giraldi, apresentou a palestra “O Futuro do Varejo: Como a Inteligência Artificial Pode Acelerar as Vendas”. Na mesma ocasião foi apresentada a estrutura do programa e feito o convite aos empresários para a participação na Fase 2, que acontecerá no dia 17/09, à partir das 14h, no Auditório da G&B Distribuidora, em Guarulhos, parceiro estratégico da fase de adesão.

Fase 2 – Adesão ao Programa Loja do Futuro (17/09)

A fase de adesão ao programa será iniciada com um evento híbrido (presencial e on-line) a ser realizado na G&B, que contará com duas palestras:

- **Simplifique: utilize a IA para otimizar seu tempo e melhorar seus resultados.** A apresentação será focada no empresário (a) do segmento de auto e motopeças – com Vera Ruthofer, consultora do Sebrae-SP, especialista em gestão, marketing e inovação.
- **Alta performance em vendas: Estratégias para vender mais no mercado digital.** A apresentação será focada no

empresário (a) do segmento de auto e motopeças – com Luiz Praxedes, especialista em e-commerce e Marketplaces, CEO & Fundador da LHP Company.

Além disso, a programação também terá um Pannel de Encerramento sobre tendência e desafios do aftermarket, networking e sorteios no final do evento.

Fase 3 – Consultorias Estratégicas (20 a 22 de outubro)

Depois de um amplo diagnóstico e atendimentos individuais, o programa passará à fase de consultorias estratégicas, cujo escopo se concentra em dois pilares específicos: desembocaram em dois pilares específicos:

1. Planeje seu Negócio com Foco nos Resultados –

Consultoria voltada para empresas que enfrentam desafios como ausência de planejamento, falta de metas e visão estratégica.

1. Planeje a Gestão de Marketing Voltada para Resultados –

Consultoria com técnicas para ampliar faturamento, expandir canais de venda, acessar novos mercados, aumentar o tíquete médio e fortalecer o relacionamento com o cliente.

LANÇAMENTO

MORCEGUINHO & BANDEJAS AUTOMOTIVAS



Qualidade
+ Desempenho
+ Durabilidade



igpbr.com
igp.official
11 4070-8000





Grupo Comolatti anuncia aquisição da Disauto Distribuidora

O Grupo Comolatti, através da BR AutoParts, acaba de anunciar a aquisição da Disauto Distribuidora de Autopeças Ltda – empresa com atuação no estado de Santa Catarina. A transação foi assinada em 02 de Julho de 2025. Criada em 1988, a Disauto iniciou suas operações com uma pequena loja de autopeças em Lages, SC. Hoje, após 37 anos de evolução, a Disauto conta com 13 unidades em Santa Catarina, ritmo acelerado de expansão e um portfólio de mais de 45 mil itens, consolidando-se como referência no setor automotivo. “A aquisição da Disauto reforça a estratégia da BR AutoParts de expansão

na região Sul do Brasil, considerando sua atuação no mercado, oferecendo serviços de excelência a seus clientes, prestados pelos mais de 500 colaboradores,” destaca o presidente do Grupo Comolatti, Conrado Comolatti Ruivo. Para o presidente da Disauto, Sandro Miranda Gomes, “Este movimento se dá pela evolução e estratégia de longo prazo no segmento, e ser escolhido pelo Grupo Comolatti para essa nova fase evidencia que o trabalho feito até agora foi positivo. Temos o compromisso de dar continuidade à trajetória da marca de forma sustentável, buscando elevar nossos resultados e expandir a atuação para

novos patamares de excelência e inovação,” afirma Sandro. A Disauto continuará a operar de forma independente, sob a direção do Sr. Sandro Gomes, responsável pela operação, valorizando o relacionamento com seus fornecedores, clientes e colaboradores. “Nosso objetivo é somar forças e continuar a investir na diversificação das ferramentas de venda e no contato com o cliente, de forma a atender às crescentes exigências do mercado”, explica Conrado Comolatti Ruivo. Com 68 anos de história no setor automotivo e mais de 5 mil colaboradores e parceiros de Negócios, o Grupo Comolatti está presente

no aftermarket automotivo por meio das marcas Sama, Laguna, Matrix, Pellegrino, Roles, RPR e Orbid, atuando em todo território nacional com mais de 75 mil itens no portfólio. A operação ainda depende da aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade).



Foto: Divulgação

Conrado Comolatti Ruivo diz que aquisição reforça estratégia de expansão no Sul do Brasil

Authomix comemora 20 anos no Aftermarket Automotivo

Em 28 de agosto, a Authomix, marca reconhecida por sua Qualidade Original em peças automotivas e motopeças, comemorou 20 anos de atuação, duas décadas de crescimento, expansão e forte presença junto a mecânicos, lojistas, distribuidores e profissionais do setor, que confiam na marca como referência em reposição automotiva. Para marcar a data, a AuthoMix prepara uma série de ações internas e externas, envolvendo colaboradores, clientes, mecânicos e parceiros de todo Brasil. Com o tema “Seja Original, seja Authomix” e

a participação do piloto da Stock Car Rafael Suzuki como embaixador da marca, estão previstas campanhas com influenciadores e mecânicos parceiros, promoções para clientes com descontos e participação em eventos. Nas redes sociais, o público será convidado a compartilhar sua conexão com a marca. O tema é reforçar a importância de ser autêntico no mercado, evocando o significado de ser original e se destacar. Fundada em 2005, a AuthoMix consolidou-se como marca respeitada no fornecimento de peças para veículos leves, pesados e motocicletas.

Com portfólio completo (mais de 6.000 itens) e em constante expansão, a empresa sempre teve como foco estar ao lado de quem move o mercado: profissionais das oficinas e dos balcões de autopeças. A marca integra o Grupo Comolatti, referência no aftermarket da indústria automotiva brasileira, com mais de 67 anos de atuação. A Qualidade Original dos produtos Authomix sempre foi um diferencial. Da seleção de fornecedores ao processo rigoroso de controle técnico, cada item é pensado para garantir desempenho,

durabilidade e segurança aos veículos. Esta excelência permite à marca manter sua posição de destaque e seguir inovando em soluções para o dia a dia dos parceiros. “Nossos 20 anos representam uma trajetória de entrega, evolução e, principalmente, de parceria com quem vive o setor na prática”, afirma Conrado Ruivo, Presidente do Grupo Comolatti. “Acreditamos que ouvir o mercado, atender com agilidade e oferecer produtos confiáveis são pilares que nos trouxeram até aqui — e continuarão guiando nosso caminho no futuro”, completa.



AUTONOR

FEIRA DE TECNOLOGIA AUTOMOTIVA DO NORDESTE

2025

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

CREDENCIAMENTO GRATUITO PELO SITE
autonor.com.br



17 a 20 de setembro

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



Pernambuco
Centro de Convenções



feiraautonor



INFORMAÇÕES:



81 98260-1156

REALIZAÇÃO E PROMOÇÃO:

AutoNor
EMPREENDIMENTOS

APOIO:



FIEPE

IEL

SENAI

SESI

Sindirepa

PE Sindirepa



AssopercasPE

SICAP 25 ANOS

ANDAP





Balconista de autopeças se torna profissional híbrido

WhatsApp está entre as ferramentas que já fazem parte do dia a dia do balcão e, em alguns casos, concentra 80% das vendas

Há muito tempo o WhatsApp deixou de ser apenas uma ferramenta de conversa entre amigos e familiares. Hoje, ele se consolida como um dos principais canais de vendas do varejo brasileiro. Segundo diferentes levantamentos, 67% das empresas de comércio e serviços já utilizam o aplicativo

como principal canal de vendas – número que chega a 74% entre os varejistas.

Este movimento já chegou ao balcão do Aftermarket Automotivo. Segundo profissionais, existem lojas em que mais de 80% das vendas já acontecem por meio do aplicativo, graças a funcionalidades que permitem

trocar fotos, mandar áudios, fechar orçamentos e agilizar a comunicação com mecânicos e donos de automóveis.

Esses e outros relatos sobre o papel do aplicativo e demais ferramentas digitais na ‘hibridização’ do trabalho do vendedor de autopeças estão na 3ª reportagem da série

Balconistas do Brasil.

Do Paraná ao Tocantins, profissionais ouvidos por nossa reportagem relataram como este novo cenário está impactando suas atuações, bem como opinaram se tais mudanças estão trazendo mais benefícios ou desafios ao seus cotidianos.

Thiago Secchi

Secchi autopeças - Chopinzinho (PR)

Atualmente, nossa relação com as ferramentas digitais, usando como exemplo o WhatsApp, é fundamental. Afinal, os clientes utilizam muito o envio de fotos, placas dos veículos, fotos das peças e áudios que permitem ao mecânico pedir a peça com assertividade enquanto está trabalhando na oficina. Nós mesmos que trabalhamos com autopeças, sabemos o quão difícil é vender certo uma peça, dado que temos muitas marcas, modelos de carro e modelos de produtos para o mesmo carro. Então, com isso, o WhatsApp, com suas funcionalidades, veio suprir uma necessidade que o nosso setor enfrenta e diminui bastante alguns transtornos que tínhamos anteriormente.



Foto: Divulgação

Lucas Vinicius Melo

Santo Antônio Autopeças - Gurupi (TO)

A nossa relação com as ferramentas digitais é bem constante, principalmente com WhatsApp e Instagram. E, sim, o trabalho de um balconista hoje é híbrido. Afinal, realizamos o atendimento ao cliente de forma integrada, tanto no balcão quanto nos canais digitais.



Foto: Divulgação

Jessifran Ferreira Sales

Truckão - Fortaleza (CE)

Minha relação com ferramentas como o WhatsApp é ótima. Uso para falar com clientes, mandar orçamentos, fotos de peças e até fechar vendas rápido. Atendo no balcão presencial e cuido de pedidos online ao mesmo tempo. Facilita muito a vida!



Foto: Divulgação

Graziela Abreu

Disape - Aparecida de Goiânia (GO)

O WhatsApp vem para agregar na venda, auxiliando como uma ferramenta fundamental nesse processo. Com ele, o atendimento pode ser mais rápido, com mais precisão, mas não substitui o vínculo que você cria com o cliente. É fundamental que o vendedor crie laços com seus clientes, fazendo uma visita para conhecer de perto o potencial de compra de cada um. Com essas visitas, podemos oferecer um portfólio maior e mais assertivo.

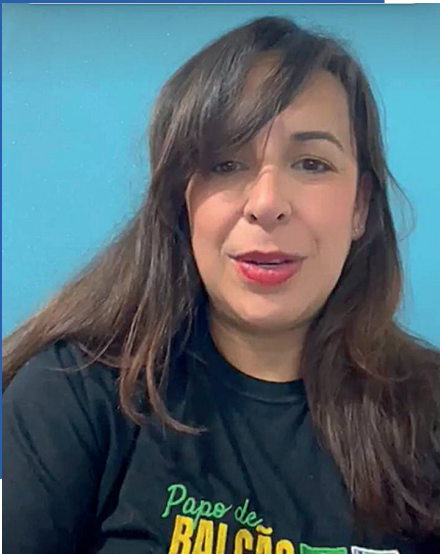


Foto: Divulgação

Brayan Santos Gomes

Piraúba Autopeças - Piraúba (MG)

O WhatsApp nos facilitou muito, tanto que 80 a 85% de nossas vendas acontecem através dele pela facilidade e acessibilidade. O fato dele nos permitir trocar imagens também ajuda bastante e nos dá mais assertividade na hora de vender.

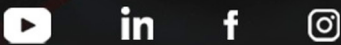


Foto: Divulgação

O MAIOR ACERVO DE INFORMAÇÃO
DO SEGMENTO EMPRESARIAL DA REPARAÇÃO



WWW.MAISAUTOMOTIVE.COM.BR



CONFIRA AS NOSSAS REDES SOCIAIS



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 automóveis 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

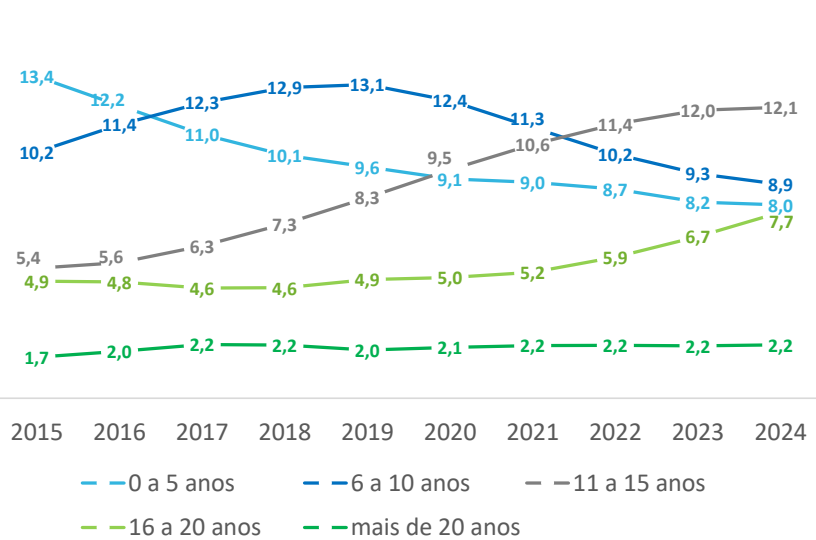
— redução de aproximadamente 35,2%. A queda reflete a desaceleração da produção e vendas de veículos 0Km até 2023, causada pelas incertezas econômicas, menor confiança do consumidor, aumento dos preços e mudanças nas preferências de mobilidade. A redução da faixa de veículos entre 6 e 10 anos — a participação 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) ¹												
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)

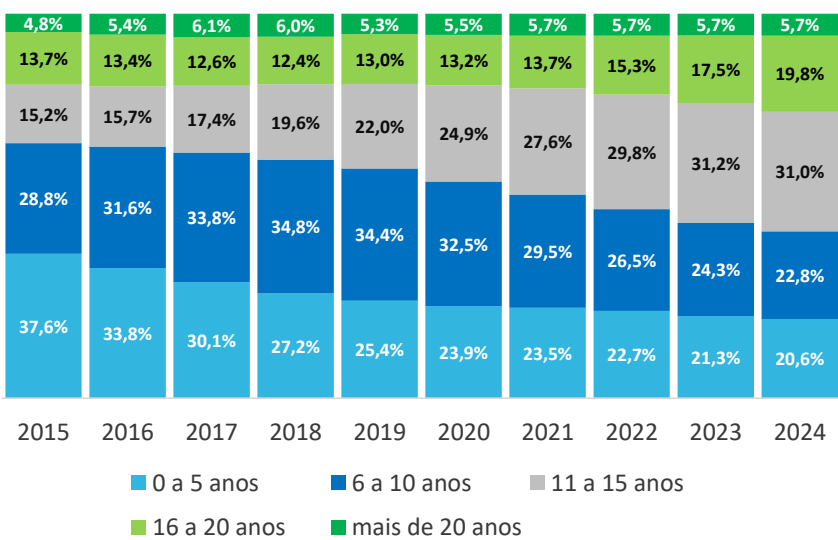


Gráfico 8. Volume (em milhões) por idade da frota, considerando intervalos quinquenais. (Automóveis)



Fonte: Abipeças e Sindipecas | 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

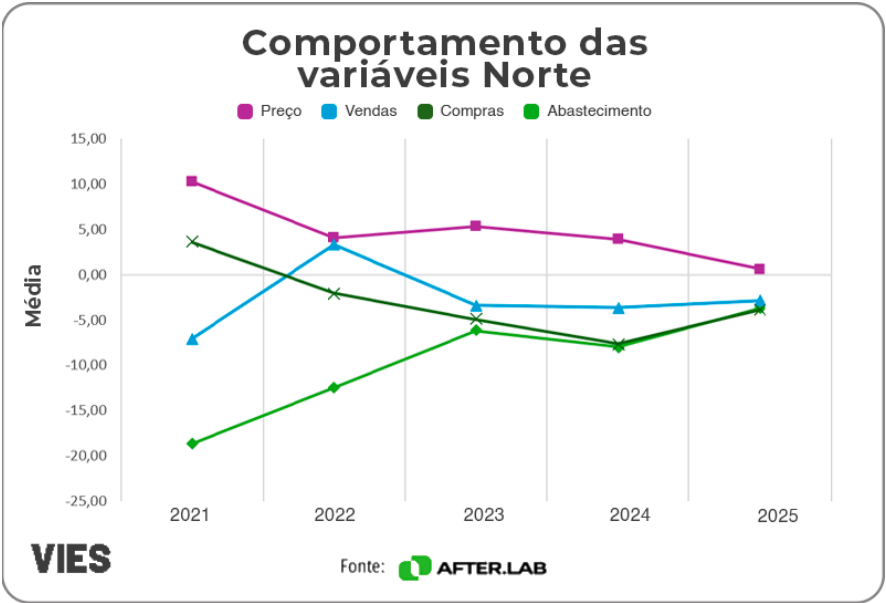
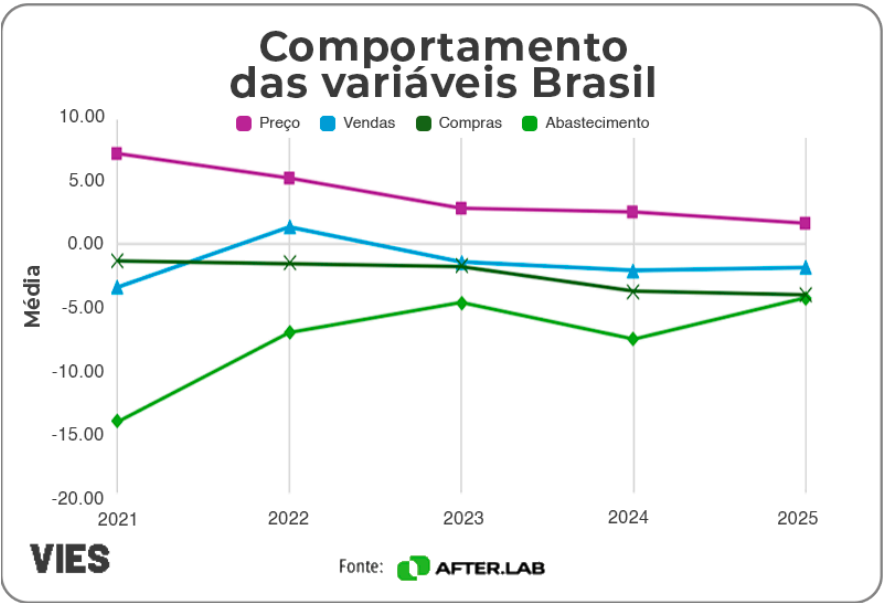
VIES - Variações no Índices e Estatísticas

Agosto 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 agosto de 2021 a julho de 2025

BRASIL
O abastecimento de autopeças apresentou quedas expressivas em todos os anos analisados, embora com redução gradual da intensidade a partir de 2021 (-14,32%) até 2025 (-4,33%), sinalizando melhora relativa nas condições de oferta, ainda que em terreno negativo. Em paralelo, os preços vêm desacelerando de forma consistente, saindo de um crescimento de 7,27% em 2021 para apenas 1,65% em 2025. As vendas oscilaram com resultados variados: queda em 2021 (-3,50%), recuperação em 2022 (1,36%), seguida de novas retrações nos anos seguintes, mas em menor intensidade, fechando com -1,88% em 2025. Já as compras mantiveram trajetória negativa em todo o período, principalmente entre 2023 e 2025, quando passaram de -1,82% para -4,07%. Quanto a análise ANOVA,

somente a variável compras não foi significativa, menos 5% de significância (p-valor < 0,05).
NORTE
O abastecimento apresentou quedas intensas, especialmente em 2021 (-18,67%) e 2022 (-12,50%), com desaceleração gradual da retração até 2025 (-3,72%). Essa limitação da oferta foi acompanhada por fortes pressões de preços no início do período, com alta de 10,22% em 2021, que depois se reduziu de forma consistente até chegar a apenas 0,63% em 2025. Já as vendas oscilaram, passando de forte queda em 2021 (-7,10%) para crescimento em 2022 (3,33%), mas voltaram a cair nos anos seguintes, encerrando 2025 em terreno negativo (-2,88%). As compras, por sua vez, iniciaram com resultado positivo em 2021 (3,54%), mas seguiram em trajetória descendente, chegando a -7,67% em



Análise de variância Brasil

Variáveis	GL	Z	p-valor
Abastecimento	4,18	37,310	0.000
Preço	4,18	11,077	0.000
Vendas	4,18	4,888	0.008
Compras	4,18	2,107	0.122

Análise de variância Norte

Variáveis	GL	Z	p-valor
Abastecimento	4,18	3,461	0,029
Preço	4,18	6,719	0,002
Vendas	4,18	1,832	0,167
Compras	4,18	1,052	0,408

Fonte: After.Lab

2024 antes de uma leve recuperação em 2025 (-3,84%). Na ANOVA, as variáveis abastecimento e preço foram significativas 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

O abastecimento mostrou retração em todos os anos analisados, com maior intensidade em 2021 (-15,79%), com quedas mais moderadas nos anos seguintes, chegando a -3,40% em 2025. Os preços tiveram

comportamento distinto, com forte alta em 2022 (10,89%), após já registrarem aumento de 7,43% em 2021, e depois desaceleraram para níveis menores a partir de 2023, estabilizando-se em torno de 2% até 2025. As vendas permaneceram quase estáveis entre 2021 e 2022, mas sofreram quedas significativas em 2023 (-3,27%) e 2024 (-1,93%), recuperando-se levemente em 2025 (0,69%). Já as compras oscilaram em trajetória predominantemente negativa, com destaque para 2022 (-4,31%) e 2025 (-3,30%). Na análise ANOVA, os indicadores de abastecimento e preço foram significativos a

pelo menos 5% de significância (p-valor < 0,05).

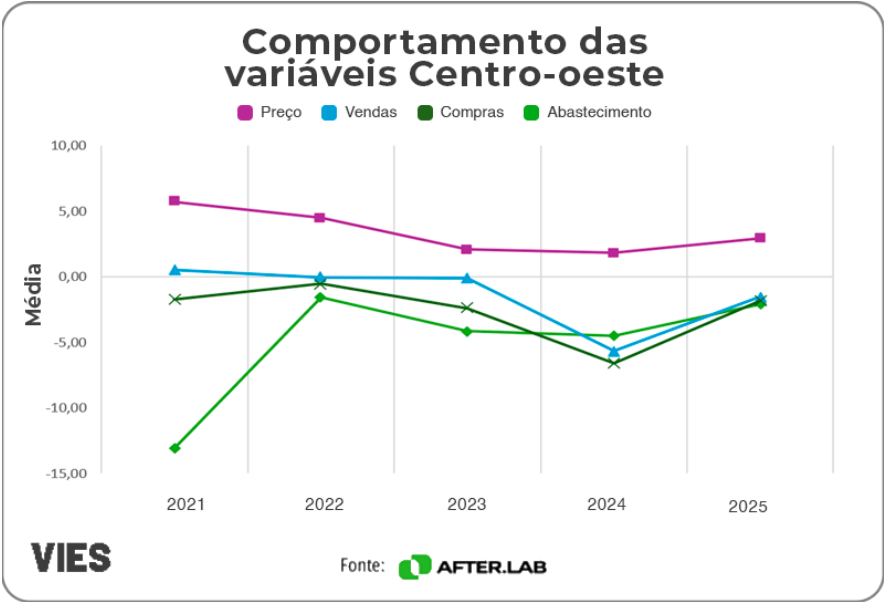
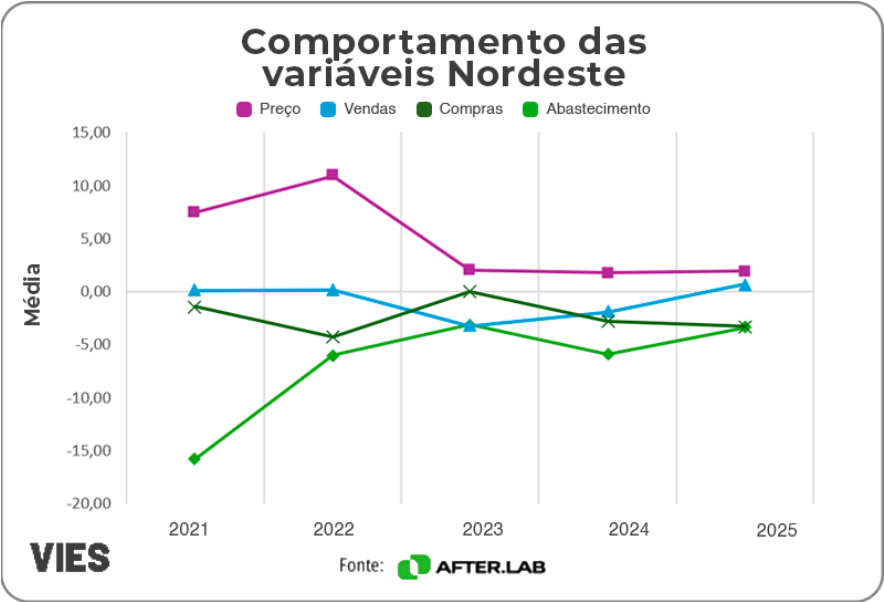
CENTRO-OESTE

O abastecimento também apresentou resultados negativos em todos os anos, mas com intensidade variada. A queda mais acentuada ocorreu em 2021 (-13,11%), seguida por forte melhora em 2022 (-1,58%), embora tenha voltado a recuar em 2023 e 2024, antes de registrar retração mais moderada em 2025 (-2,11%). Já os preços mantiveram a desaceleração até 2024, partindo de 5,71% em 2021 para 1,82% em 2024, mas voltaram a subir em 2025 (2,91%), sugerindo recuperação

do custo das peças na região. As vendas se mantiveram estáveis até 2023, mas sofreram forte retração em 2024 (-5,65%), acompanhada por leve melhora em 2025 (-1,52%). As compras seguiram em queda durante todo o período, com destaque para 2024, quando registraram o pior desempenho (-6,58%). Quanto a análise ANOVA, somente o indicador de abastecimento foi significativo a pelo menos 5% de significância (p-valor < 0,05).

SUDESTE

Quedas contínuas no abastecimento ao longo do período, iniciando com -13,06% em



Análise de variância Nordeste

Variáveis	GL	Z	p-valor
Abastecimento	4,18	4,862	0,008
Preço	4,18	4,652	0,009
Vendas	4,18	1,085	0,393
Compras	4,18	0,866	0,503

Análise de variância Centro-oeste

Variáveis	GL	Z	p-valor
Abastecimento	4,18	10,897	0,000
Preço	4,18	2,422	0,086
Vendas	4,18	1,053	0,408
Compras	4,18	0,280	0,887

2021 e chegando a -5,69% em 2025 – apesar de oscilações, como a intensificação da queda em 2024 (-8,88%). Os preços em trajetória de desaceleração, passando de 7,49% em 2021 para apenas 1,61% em 2025.

Vendas negativas na maior parte do período, com exceção de 2022 (1,90%), voltando a cair de forma consistente, alcançando -3,38% em 2025. As compras seguiram trajetória semelhante, começando em queda em 2021 (-2,96%) e se aprofundando até o final do período, com destaque para 2025 (-5,78%), o pior resultado da série.

Na análise de variância, todas as variáveis apresentaram variação significativa, com um nível de significância de pelo menos 5% ($p\text{-valor} < 0,05$).

SUL

O abastecimento apresentou quedas sucessivas em todo o período, com destaque para 2021 (-14,61%) e uma redução gradual até 2025 (-3,00%). Os preços oscilaram, partindo da alta de 6,25% em 2021, desacelerando em 2022 (2,68%), voltando a subir em 2023 (4,64%) e retomando a trajetória de queda até atingir 1,19% em 2025.

As vendas mostraram recuperação pontual em 2022 (1,21%)

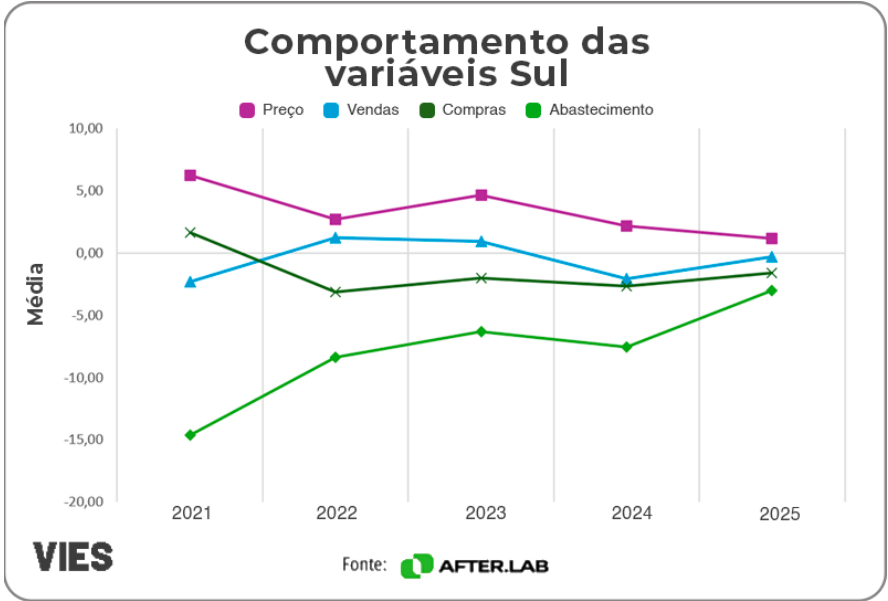
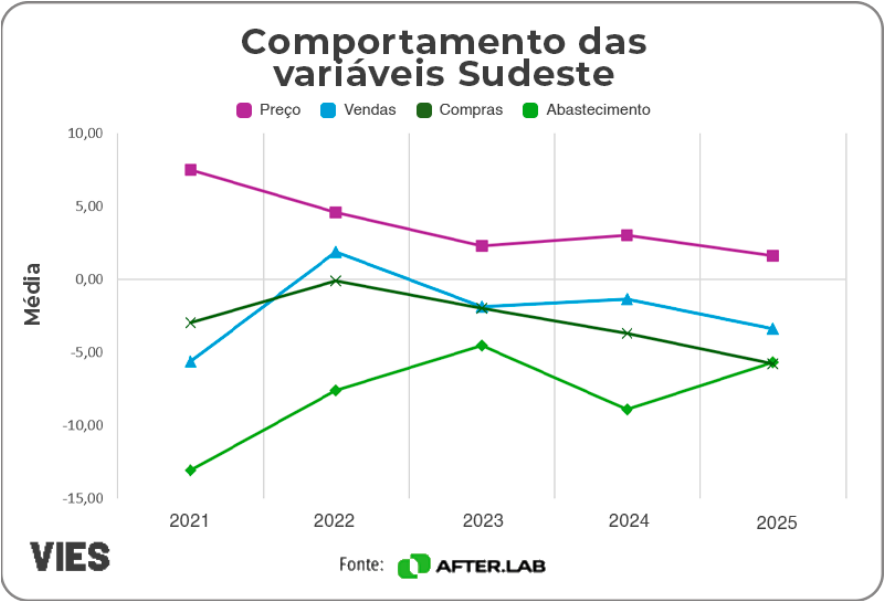
e 2023 (0,91%), mas voltaram a cair em 2024 (-2,06%) e ficaram praticamente estáveis em 2025 (-0,32%). Já as compras iniciaram em terreno positivo em 2021 (1,63%), mas entraram em trajetória

negativa desde 2022, com quedas entre -3,14% e -1,63% até 2025.

Na análise ANOVA, o indicador de abastecimento foi significativo a pelo menos 5% de significância ($p\text{-valor} < 0,05$).

Destaques de abastecimento e preços – agosto/2025

Em agosto de 2025, os varejistas apontaram que o maior desabastecimento ocorreu em três linha: correias, componentes do sistema de freios e velas de ignição, cada um representando 4,96% das ocorrências apontadas. Por outro lado, o comportamento dos preços destacou diferentes itens, com o sistema de suspensão registrando o maior avanço (10,34%), seguido pelos componentes do sistema de freios (8,05%) e pelas velas de ignição (3,45%). Destacase, ainda, que os componentes para o sistema de freio e as velas de ignição aparecem em ambas as listas, o que reflete simultâneas restrições de oferta e elevação de preços.



Análise de variância Sudeste

Variáveis	GL	Z	p-valor
Abastecimento	4,18	15,031	0.000
Preço	4,18	12,926	0.000
Vendas	4,18	6,016	0.003
Compras	4,18	2,993	0.047

Análise de variância Sul

Variáveis	GL	Z	p-valor
Abastecimento	4,18	8,303	0,001
Preço	4,18	2,508	0,078
Vendas	4,18	1,446	0,260
Compras	4,18	0,793	0,545

Fonte: After.Lab



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 CO₂ 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.



2mc

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

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

Agora todos já sabem,

TROCOU PASTILHA, **TROCOU REPARO**

E reparo de freios tem que ser 2MC

SEMPRE 2mc

2mc.com.br



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**

Pode contar

com alta performance nas vendas



Amortecedor é HG Nakata

Quer seguir com tranquilidade na hora de oferecer o melhor negócio aos seus clientes? Então pode contar com a performance do HG Nakata. O primeiro amortecedor pressurizado do Brasil e o único que vem com a confiança da marca líder em suspensão.

Desacelere. Seu bem maior é a vida.

APROVEITE E ACESSE OS CONTEÚDOS FEITOS PARA VOCÊ VENDER MAIS E MELHOR.



BLOG
Tudo o que você precisa saber para alavancar seus resultados.



EAD
Cursos online, gratuitos e com certificado.



INSTAGRAM
Imperdível para quem trabalha com vendas de autopeças.



CATÁLOGO ELETRÔNICO
A ferramenta de busca mais completa, moderna e fácil de usar.

NAKATA®
PODE CONTAR