

novovarejo

a mídia do aftermarket **automotivo**

EDIÇÃO 476 ANO 32 01 DE SETEMBRO DE 2025 NOVOVAREJOAUTOMOTIVO.COM.BR NVD - NOVO VAREJO DIGITAL

Loja do futuro

Programa desenvolvido pelo Sincopéças de São Paulo em parceria com o Sebrae e a FecomercioSP entra na segunda edição com foco nos pequenos varejos e estruturado em inovação, digitalização, mercado e gestão

Nhm®

N O V O M E I O

H U B D E M Í D I A

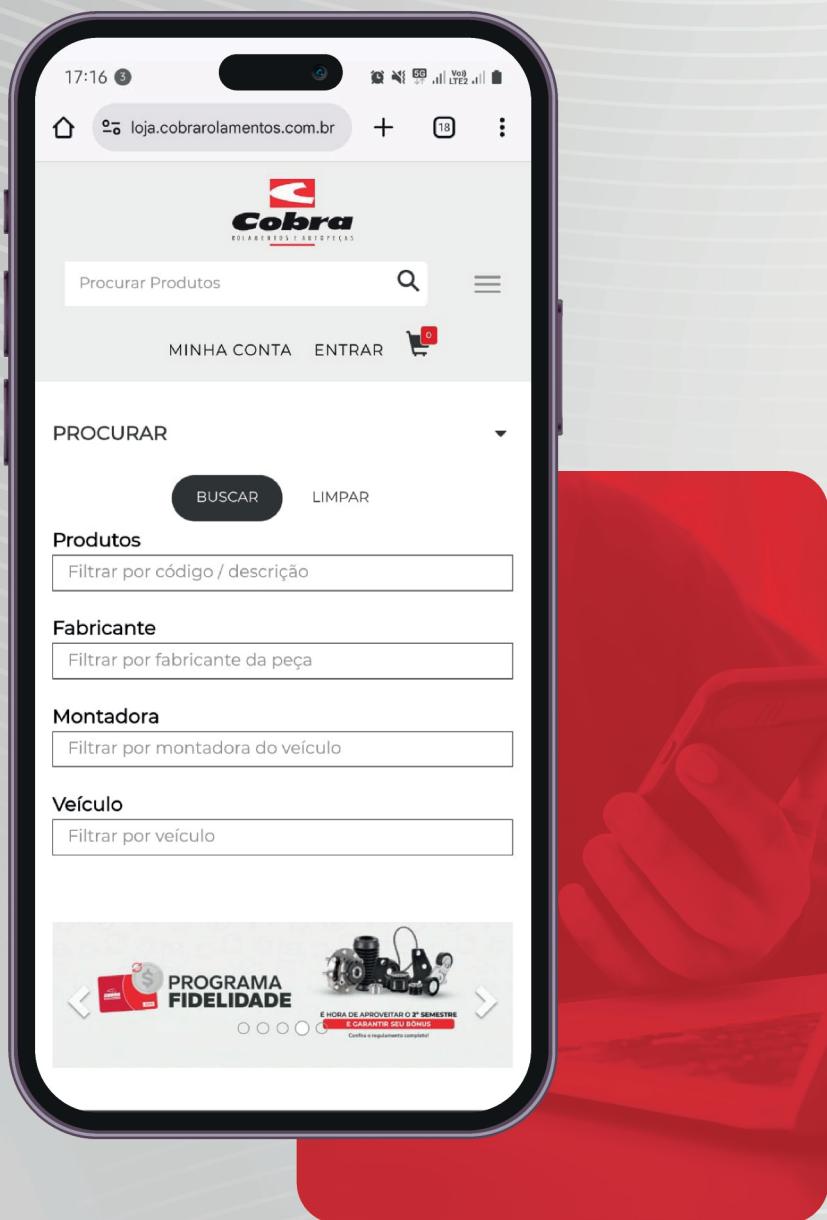


AFTER.LAB



LOJA ONLINE COBRA

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

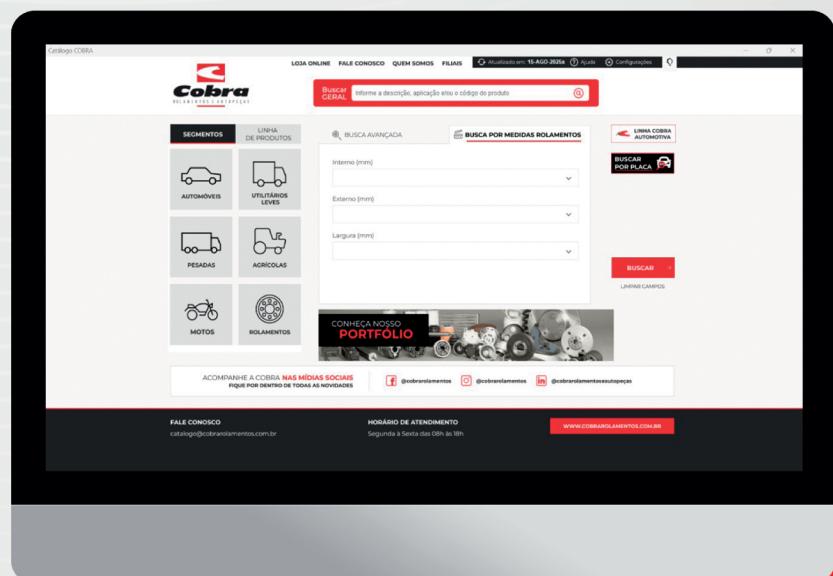


ACESSE:
loja.cobrarolamentos.com.br



FAÇA SEU
CADASTRO





CATÁLOGO COBRA

MAIS PRECISÃO
E AGILIDADE
NA SUA BUSCA!



Localize rapidamente
o rolamento a partir
das dimensões.

CONFIRA TAMBÉM:



Busca por placa
catalogo.cobrarolamentos.com.br



FAÇA O
DOWNLOAD
DO NOSSO
CATÁLOGO

🌐 www.cobrarolamentos.com.br 📱 [@cobrarolamentos](https://www.instagram.com/cobrarolamentos)
✉ sac@cobrarolamentos.com.br

Faça revisões em seu veículo regularmente.





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 intersecção 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. 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 - #476 01 Setembro de 2025

Distribuição para mailing eletrônico 35.000

Audiência estimada em views no site 45.000

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

Acompanhe nossas redes

www.novovarejoautomotivo.com.br
www.facebook.com/novovarejoautomotivo
www.instagram.com/novovarejo_automotivo
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:



 **cofap**

www.cofap.com.br

Paz no trânsito começa por você



08 Entrevista

Em setembro a edição 2025 da Autonor vai trazer as novidades do Aftermarket Automotivo com foco no mercado das regiões Nordeste e Norte.

28 After.Lab

Pesquisa Mapa continua flagrando movimento de queda nas vendas do varejo de autopeças em todo o país. Confira as pesquisas do After.Lab.

40 Artigo

Autoatendimento representa o ponto de encontro entre eficiência operacional, engajamento digital e expectativas do consumidor.

12 Capa

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

24 Internacional

Novos números de emplacamentos na União Europeia confirmam sucesso da estratégia de crescimento global da BYD, que já supera a Tesla.



Foto: Shutterstock

HÁ 100 EDIÇÕES

Conceito de 'varejo humanológico' sintetiza momento do setor

Edição 376 do Novo Varejo traduzia a questão na prática e mostrava como a ideia era aplicada no dia a dia das empresas

Há 100 edições o Brasil vivia dias de retorno à normalidade após o longo período da pandemia de covid-19. Era outubro de 2022 quando o Novo Varejo impresso 376 chegava às mão dos leitores. Naquele contexto de readequação da sociedade, nossa reportagem buscava retratar com precisão a conjuntura empresarial e apresentar novos conceitos que vinham guiando as estratégias de gestão dos negócios do setor em todo o mundo.

Entre as diversas novidades apresentadas em nossas páginas durante o período, o

conceito de 'varejo humanológico' chamou a atenção por representar uma espécie de síntese daquilo que o varejo se tornou após as transformações promovidas pela crise sanitária global. Diretor de Desenvolvimento de Negócios na Friedman, Luiz Guilherme Baldacci desenvolvia o tema desde o ano de 2020 e era, então, um grande expoente no assunto, o que nos motivou a procura-lo. Segundo o especialista de uma das principais consultorias de treinamento do país, o conceito surgido na NRF - National Retail Federation de

2020, em Nova York, ganhava ainda mais robustez diante da mistura composta pelo aumento da relevância das relações humanas e do acelerado avanço tecnológico observado durante a pandemia.

"Chegamos à conclusão de que o setor de consumo tem, sim, de ser 'humanológico'. Pois não dá mais para você só ter a tecnologia, já que o consumidor exige o contato emocional. Ao mesmo tempo, também não dá para abrir mão da contribuição da tecnologia no campo da eficiência, da informação e do conhecimento

necessário para a tomada de decisão", analisou Baldacci. Em entrevista exclusiva ao Novo Varejo, o executivo expandiu suas reflexões e apontou alguns dos principais impactos da era 'humanológica' nas empresas dos diferentes portes, e mais diversos segmentos, do varejo nacional. "No varejo físico, onde temos a vantagem do contato humano, existe uma grande lacuna na captação de dados sobre o consumidor que está no ponto de vendas visando relacionamentos futuros", disse o especialista.

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

tá na
mão
pellegrino tá na

flag.



Linha Leve



Agilidade na Entrega



Linha Pesada



Portfólio



Compre Online



*Maquininha
Pronto!*



Motopeças



Acessórios

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



*Escaneie
o QR code
e acesse o
compreonline.*

Pellegrino
Conte com nossa gente.

@pellegrinoautopeças

Pellegrino Autopeças

Pellegrino Distribuidora de Autopeças

0800 020 0700



Mercado esquenta os motores para a Autonor 2025

Evento priorizará soluções e discussões voltadas às regiões Norte e Nordeste do Brasil

Entre os dias 17 e 20 de setembro, o Centro de Convenções de Pernambuco, em Recife, receberá a edição 2025 da Autonor, evento que se consolida como o principal ponto de encontro do Aftermarket Automotivo nas regiões Norte e Nordeste do país.

Com foco nas particularidades e demandas desses dois importantes mercados regionais, a feira deve proporcionar às marcas nacionais e locais a oportunidade de apresentarem novos enquadramentos de seus portfólios, além de estratégias personalizadas para conexão com distribuidores, lojistas e reparadores. Tal característica deve, aliás, marcar o principal diferencial da Autonor em relação à Automec, realizada em São Paulo no primeiro semestre, cujo posicionamento é mais generalista e nacional.

Segundo a diretora da Autonor Empreendimentos, Bruna Miranda, esse olhar regionalizado faz parte de um momento em que as marcas têm cada vez mais destacado o Norte e Nordeste como estratégicos para crescimento no aftermarket brasileiro, sinalizando o protagonismo crescente dessas regiões no cenário nacional.

A declaração, concedida com exclusividade à nossa reportagem, faz parte de uma entrevista de profundidade na qual a

executiva detalha as expectativas para a edição 2025, os diferenciais do evento e os desafios que o setor de reposição enfrenta no atual momento do mercado. Confira a seguir e saiba o que esperar da Autonor 2025!

Novo Varejo - Quantos visitantes vocês esperam para a edição de 2025? Teremos um crescimento no comparativo com a última edição? Em termos de perfil dos visitantes, quais eles da cadeia e níveis hierárquicos de profissionais vocês esperam que tenham maior representatividade na edição de 2025?

Bruna Miranda - Na última edição, a Autonor teve mais de 55 mil visitantes e gerou cerca de R\$ 80 milhões em negócios. Para 2025, a Autonor vem com força: grandes marcas confirmaram presença e a expectativa é de que o volume de negócios e número de visitantes cresçam em relação a última edição.

O perfil dos visitantes, em 2023, teve a maioria composta por:

- 55% profissionais de oficinas e reparação automotiva;
- 20% eram do varejo (casas de peças);
- 12% distribuidores;
- 13% outros públicos (consumidores finais e geral)

Novo Varejo - Na sua visão, quais devem ser as principais semelhanças e diferenças da Autonor em relação à Automec realizada no último mês de abril?

Bruna Miranda - No campo das semelhanças, destacaria que ambas são feiras do segmento automotivo com foco em tecnologia, produtos e negócios. Além disso, a Autonor também promove cursos, networking e capacitação, assim como a Automec geralmente faz. Já quando falamos das diferenças, elas começam pelo fato da Autonor ter forte regionalização, com foco em Internacionalização no Norte e Nordeste. Isso faz com que a nossa feira privilegie os profissionais de oficinas, distribuidores e varejistas locais, com forte presença de caravanas, bem como exiba um portfólio que muitas vezes destaca soluções adaptadas ao mercado local, como demonstrado pela participação da Eaton, que trará produtos e programas específicos para o Norte e Nordeste.

Novo Varejo - Falando agora de atrações, o que os visitantes podem esperar da Autonor 2025?

Bruna Miranda - Teremos a presença de grandes marcas

com lançamentos de componentes técnicos e soluções automotivas, como a NTN (rolamentos, sensores, kits técnicos). Outro ponto importante é que a Eaton apresentará novidades para veículos comerciais, como embreagens específicas, atuadores, válvulas solenoides e produto remanufaturados ECOBox®, além de oferecer capacitação via "Jornada Eaton". Também poderia chamar a atenção para inovações tecnológicas como veículos elétricos, sistemas de segurança, conectividade avançada, inteligência artificial e realidade aumentada, que estão entre os principais destaques prometidos.

Novo Varejo - Quantos expositores vocês esperam nesta edição?

Bruna Miranda - Na última edição, a Autonor já contava com mais de 750 marcas expositoras. Para 2025, com essa confirmação antecipada de grandes marcas, a expectativa é de um número igual ou maior de expositores, mantendo uma mistura de empresas regionais e nacionais, com forte presença local e nacional.

Novo Varejo - Como você tem visto o Aftermarket Automotivo nas regiões Norte e Nordeste? São regiões que

têm aumentado seu protagonismo no cenário nacional nos últimos anos?

Bruna Miranda - Várias marcas destacam o Norte e Nordeste como estratégicos para crescimento no aftermarket brasileiro, o que sinaliza protagonismo crescente dessas regiões no cenário nacional. Em paralelo, os relatos de caravanas expressivas vindas de vários estados e o foco contínuo da feira nessas regiões refletem um aftermarket ativo e em expansão.

Novo Varejo - Volume de negócios na última edição e expectativa para 2025.

Bruna Miranda - Na última edição, foram gerados aproxi-

madamente R\$ 80 milhões em negócios. Nossa expectativa para 2025 é que esse volume aumente, impulsionado pela presença de grandes expositores, inovações tecnológicas e renovado interesse do mercado.

Novo Varejo - Há outras novidades que você gostaria de compartilhar com nossos leitores?

Bruna Miranda - A Autonor 2025 promete reforçar ainda mais o papel do evento como plataforma regional de negócios, tecnologia e capacitação, evidenciada desde o lançamento oficial até os resultados esperados na feira em si. Estamos entusiasmados em anunciar que, neste ano,

teremos um evento especial de boas-vindas para aproximadamente 150 convidados. Graças ao apoio de quatro patrocinadores, organizaremos um coquetel exclusivo no Catamarã, proporcionando uma noite inesquecível de networking e confraternização. Os participantes desfrutaram de um passeio de catamarã pelas águas da região, criando o ambiente perfeito para conexões significativas e celebrações. Além disso, no dia 17, teremos a honra de realizar a cerimônia de abertura com uma palestra inspiradora de Yago Leite, com o tema: "O amanhã chegou! Como sobreviver ao novo do segmento automotivo!". Yago, além de influenciador, é proprietário da

Peca.com, desde 2013 engajado no setor de autopeças e serviços, visando sempre aprimorar a experiência dos clientes nesta área.



Foto: Divulgação

Bruna Miranda é Diretora da Autonor Empreendimentos

LANÇAMENTO MORCEGUINHO & BANDEJAS AUTOMOTIVAS



**Qualidade
+ Desempenho
+ Durabilidade**



igpbr.com
igp.oficial
11 4070-8000

Sama

Autopeças

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

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



@autopecassama

@sama.autopecas



0800 020 0900



compreonline.samaautopecas.com.br

Sama
Autopeças

Loja do Futuro abre as portas para a 2ª edição

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

No próximo dia 9 de setembro, a de aproximadamente 30 municípios", Unidade do Sebrae no Centro de afirmou o consultor de negócios do São Paulo irá receber 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 Sincopéças-SP, o atuação do Sebrae. Segundo Oliveira- 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 31,08% 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 pequeno 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.



Consultor Reginaldo Oliveira volta a conversar com os varejistas de autopeças



Precisou de peças com URGÊNCIA?

Não perca tempo procurando em vários lugares.

Conte com a nossa

ENTREGA RÁPIDA!

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

Simples assim!

Peça e receba em até:

**60
MINUTOS!**



Conheça nossas
redes sociais:

[rmpdistribuidora](https://www.instagram.com/rmpdistribuidora)
 [RMP Distribuidora](https://www.facebook.com/RMP.Distribuidora)



Escanei o
QR Code
e acesse
novo site:





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, irá apresentar a palestra “O Futuro do Varejo: Como a Inteligência Artificial Pode Acelerar as Vendas”.

Na mesma ocasião, será apresentada a estrutura do programa e feito o convite aos empresários para a participação na Fase 2, que acontecerá a partir das 14h00 no Auditório da G&B Distribuidora, em Guarulhos, parceiro estratégico da fase de adesão.

Fase 2 – Adesão ao Programa Loja do Futuro (9/09)

A fase de adesão ao programa será iniciada com um evento realizado na mesma data, às 14h, no Auditório da distribuidora G&B, em Guarulhos, que contará com duas palestras:

1: 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.

2: 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 Painel 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.
2. 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.

O MAIOR ACERVO DE INFORMAÇÃO DO SEGMENTO EMPRESARIAL DA REPARAÇÃO

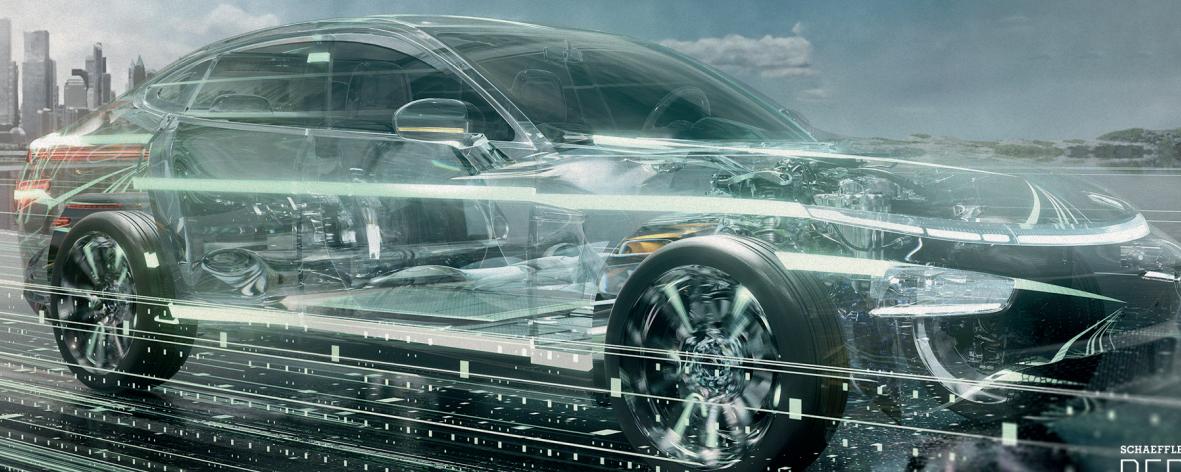


W W W . M A I S A U T O M O T I V E . C O M . B R



CONFIRA AS NOSSAS REDES SOCIAIS

MOVIMENTO PIONEIRO SUSTENTANDO O FUTURO



SCHAFFLER
REPXPERT



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

SCHAFFLER

A experiência de quem já participou

Para ter uma ideia do que os participantes da segunda edição do Loja do Futuro podem esperar, nada melhor do que conhecer detalhes da experiência de empreendedores que concluíram a etapa anterior do programa. Uma das participantes foi Lilian Santos, sócia da Sorriso Moto Peças, localizada na zona sul de São Paulo. Segundo ela, a participação no Loja do Futuro foi transformadora – tanto no aspecto profissional quanto no pessoal. Profissionalmente, Lilian destaca os aprendizados que obteve em termos de gestão e administração, que se somaram ao conhecimento prévio que já possuía como contadora. Ela relata que o conteúdo prático das capacitações e das consultorias a ajudou a aprimorar o controle do estoque, a visão de custos e despesas, e a buscar uma organização mais clara para a operação da empresa.

Tais aprendizados também impactaram positivamente sua forma de enxergar o negócio. Ela afirma que passou a se sentir mais segura para tomar decisões e implementar melhorias, como a criação de manuais de atendimento para padronizar o relacionamento com o cliente. Além disso, destaca que as dinâmicas em grupo e os momentos de troca com outros empresários a fizeram refletir sobre sua forma de se comunicar. "Recebi alguns feedbacks de que a forma com que eu comunicava não estava tão adequada e que não transmitia empatia. Ouvir isso me trouxe muitos momentos de autorreflexão e me fez crescer bastante como pessoa", relata. Luciano Vilela, proprietário da Padil Peças e Acessórios Diesel, também da capital paulista, entrou no programa em meio a uma transição importante: estava

fechando o balcão físico para atuar exclusivamente no e-commerce.

Nesse cenário, ele classificou a contribuição do Sebrae como fundamental para tornar a gestão das plataformas digitais – como Mercado Livre, Shopee e loja virtual própria – muito mais eficiente e rentável. "Aprendi que dá para fazer anúncio com um clique só em várias plataformas. Isso ajudou muito, porque era

uma dificuldade grande minha. Hoje, está tudo mais prático, e até as fotos ficaram mais organizadas. O Sebrae ensinou o padrão certo", conta Luciano. Ele também destaca o suporte para resolver problemas relacionados ao cadastro de produtos, estruturação do estoque e precificação correta, além de ter recebido orientações sobre como criar descrições atrativas para os anúncios.



Fotos: Divulgação

Lilian Santos e Luciano Vilela comemoram aprimoramentos proporcionados pelo programa

ANUNCIE

na mídia do **Aftermarket Automotivo**

 comercial@novomeio.com.br



Tecfil®

**O FILTRO
ORIGINAL
DO
BRASILEIRO**

**FILTROS
PARA
CÂMBIO
AUTOMÁTICO**

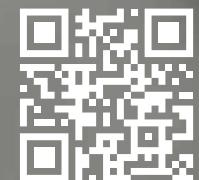
Com cobertura de
+ de 460
aplicações

 [Filtros Tecfil](#)
 [/filtrostecfil](#)

 [@tecfil](#)
 [tecfil.com.br](#)

 [@tecfilfiltros](#)
 [/@tecfil.filtros](#)

SAIBA MAIS



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).



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

Foto: Divulgação

ZM na Oficina fortalece conexões com profissionais do setor automotivo

Com o objetivo de fortalecer o relacionamento com os profissionais da reparação automotiva, a ZM, indústria 100% brasileira com mais de 42 anos de história, lança o projeto “ZM na Oficina”. Realizado em parceria com o Núcleo de Oficinas Mecânicas de Brusque, a iniciativa levará representantes da empresa às oficinas de Brusque e do Vale do Itajaí para apresentar de forma mais próxima o propósito, os produtos e a essência da ZM.

Por meio de visitas diretas às oficinas, o projeto pretende não apenas divulgar o extenso mix de produtos da empresa – que inclui Motores de Partida, Alternadores, Polias para Alternadores, Bieletas, Terminais de Direção, Grampos de Mola, entre outros –, mas também criar um canal de diálogo e escuta ativa com os profissionais que estão na linha de frente desse mercado.

“Com o projeto ZM na Oficina,



Substituição contempla kits e conjuntos de embreagem que atendem veículos comerciais das marcas Agrale, IVECO, Mercedes-Benz e Volkswagen

Foto: Divulgação

queremos mostrar que somos mais do que uma fabricante de produtos automotivos. Queremos construir parcerias verdadeiras e entender as necessidades e desafios desses profissionais para entregarmos soluções que realmente façam a diferença em seu dia a dia. É muito além de

uma ação comercial, é uma troca de experiências humanizada e enriquecedora”, destaca Poliana Zimermann, Gerente Vendas MI e Marketing da ZM. O “ZM na Oficina” terá início em Brusque e será expandido gradativamente para outros municípios do Vale do Itajaí.

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 no mercado nacional. A empresa celebra 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 seus 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 embassador da marca, estão previstas campanhas com influenciadores e mecânicos parceiros,

promoções exclusivas para clientes com descontos e participação em eventos celebrando o tema. Nas redes sociais, o público será convidado a compartilhar sua conexão com a marca, reforçando o elo entre a Authomix e os profissionais que a acompanham desde o início. O tema é reforçar a importância de ser autêntico no mercado, evocando o verdadeiro significado de ser original e se destacar. Fundada em 2005, a Authomix consolidou-se como uma das marcas mais respeitadas no fornecimento de peças para veículos leves, pesados e motocicletas. Com um portfólio completo (são mais de 6.000 itens) e em constante expansão, a empresa sempre teve como foco estar ao lado de quem move o mercado: os

profissionais das oficinas e dos balcões de autopeças. São 20 anos de relacionamento construídos com base na confiança, na proximidade com o cliente e no compromisso com o pós-venda. Hoje, a marca integra o Grupo Comolatti, referência nacional 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 do portfólio é pensado para garantir desempenho, durabilidade e segurança aos veículos. Esta excelência é o que permite à marca manter sua posição de destaque e seguir inovando em soluções para o dia a dia dos seus 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.



Foto: Divulgação

Ação é realizada em parceria com o Núcleo de Oficinas Mecânicas de Brusque

Maxxi Trainning e SENAI formam a primeira turma do curso gratuito em mecânica

A parceria entre o Maxxi Trainning e o SENAI para a realização de um curso gratuito de formação em mecânica automotiva celebrou a formatura de sua primeira turma. A iniciativa marca um importante passo na capacitação de jovens profissionais para o mercado de trabalho, alinhando-se ao compromisso da DPaschoal em promover a qualificação técnica, elevar a

qualidade dos serviços de mecânica e ampliar oportunidades de emprego no setor. Ao todo, 19 alunos participaram da cerimônia de entrega dos certificados. O curso, fruto da parceria entre a Maxxi Trainning e o SENAI, contou com 160 horas de formação voltadas à qualificação dos alunos na área de mecânica automotiva. A programação reuniu teoria e prática em

encontros presenciais na sede da DPaschoal, em Campinas, que disponibilizou toda a estrutura de um centro automotivo, permitindo aos participantes vivenciar a rotina de trabalho e explorar aspectos de gestão. Os alunos aprenderam sobre fundamentos de mecânica e de eletricidade aplicados à automotiva, manutenção e diagnósticos do sistema de suspensão, direção e

freios de veículos leves. As inscrições para a segunda turma do curso de formação profissional de mecânica automotiva serão abertas em ainda neste ano para início das aulas em janeiro de 2026, seguindo o compromisso do Maxxi Trainning e do SENAI em contribuir para o desenvolvimento de jovens para ingresso no mercado de trabalho no setor automotivo.

ROLES E RPR: a melhor solução em autopeças e motopeças!



+ DE 40 MIL PRODUTOS EM PORTFÓLIO!



MELHORES MARCAS DO MERCADO!



ENTREGA EM TODO BRASIL!



E MUITO MAIS!



Roles: 0800 020 0300
RPR: 0800 040 0300



Roles Autopeças
RPR Motopeças



roles.com.br
rpr.com.br



Com mais de **40 mil produtos** das melhores marcas do mercado, a **Roles** e a **RPR** estão sempre perto de você, com filiais distribuídas por todo o Brasil. E nosso atendimento especializado e agilidade, garantem a solução que você precisa para fortalecer seu estoque e o seu negócio.

Aponte sua câmera para o
QR CODE e **Compre Online**.



ROLES



RPR

ROLES
AUTOPEÇAS

JUNTOS FAZEMOS MELHOR

RPR
MOTOPEÇAS

JUNTOS VAMOS MAIS LONGE



Foto: Shutterstock

Renovação total da frota no país levaria 24 anos

Argentina realiza 5º Encontro de Líderes da Reposição

A 5ª edição do Encontro de Líderes do Mercado de Reposição da Argentina foi realizada em 19 de agosto, evento bienal que reúne toda a cadeia de valor do Aftermarket Automotivo nacional sob a organização da AFAC com o apoio da Automechanika Buenos Aires. O encontro contou com 550 participantes, entre fabricantes, distribuidores, comércios varejistas, oficinas mecânicas, câmaras e associações afins, profissionais do setor, jornalistas, entre outros.

A abertura foi conduzida por Juan Cantarella, Presidente Executivo da AFAC, que destacou a importância de uma agenda conjunta com os membros e entidades parceiras do aftermarket e de trabalhar unidos como cadeia de valor. "A colaboração, a sinergia que se gera quando trabalhamos juntos, cada um em seu lugar, é o que nos torna mais fortes. É a chave

para alcançar melhores resultados, mais atividade no negócio e clientes mais satisfeitos. Justamente por isso é tão importante o trabalho conjunto em toda a cadeia de valor do aftermarket". Também foi mencionada a atuação conjunta na defesa do direito à livre escolha na reparação de veículos e no desenvolvimento do SUAP – Sistema Único de Autopeças, que permite padronizar e validar informações sobre aplicações das peças, oferecendo dados统一ados e acessíveis a toda a cadeia de comercialização.

Painéis

Tendências da Pós-venda

- No primeiro painel, Florencia Delucchi, Diretora Geral da GiPA S.A. para Argentina, Chile e Peru, analisou tendências do pós-venda, evolução das necessidades e preferências

dos consumidores, o envelhecimento e projeção da frota com mais de 10 anos, impacto na manutenção, alongamento do tempo de conservação dos veículos, estabilização do nível de uso, crescimento do "faça você mesmo" e aumento na compra de peças.

Ela destacou que o segmento de frota jovem está no fundo do poço e começa a se recuperar com o avanço das vendas, enquanto a frota com mais de 15 anos ganha protagonismo e passa a representar mais de um terço do mercado.

Inteligência Artificial Generativa

- Conduzido por Ernesto Mislej, Chief Data Scientist & Co-founder da 7Puentes, o painel tratou de como a IA pode ser uma vantagem competitiva, com aplicações imediatas em controle de inventário por visão computacional, chatbots de pós-venda e atendimento ao

cliente, inteligência de negócios, previsão de demanda sazonal e otimização de estoque. "A inteligência artificial não é tecnologia do futuro, é uma ferramenta prática para os problemas de hoje", destacou Mislej.

Frota Automotiva e Demanda Potencial

- Rodolfo Cribellini, da Promotive Latam Data Solutions, apresentou dados globais e regionais sobre frota, comparou Argentina e América Latina em termos de eletrificação e destacou a complexidade do parque automotivo argentino. Explicou que, no país, a renovação total da frota levaria cerca de 24 anos, enquanto no cenário mundial são 17 anos. "Em um aftermarket cada vez mais diverso e tecnologicamente exigente, não se trata de que cada elo trabalhe de forma isolada. Trata-se de unir necessidades, alinhar objetivos e avançar juntos".

O MAIOR **MIX** DO MERCADO

TUDO O QUE VOCÊ PRECISA, NUM SÓ LUGAR



NOVIDADE



**4 CENTROS DE
DISTRIBUIÇÃO**

SP • PE • GO • SC

E PRESENÇA EM MAIS DE 20 PAÍSES
**CADA VEZ MAIS
PERTO DE VOCÊ!**

AUTONOR
FEIRA DE TECNOLOGIA AUTOMOTIVA DO NORDESTE
2025

VISITE-NOS NO
STAND A-10



ACESSE E
DESCUBRA

UNIVEL
INDUSTRIA E COMERCIO

AMORETX
DIREÇÃO • SUSPENSÃO • AMORTECEDORES

MICRO
PALHETAS AUTOMOTIVAS

UNIFLEX
BORRACHAS AUTOMOTIVAS

UNICK
TAMPAS AUTOMOTIVAS

UNI1000
QUIMICOS AUTOMOTIVOS

CARTOIEC
COMPONENTES ELÉTRICOS

LOUGAN
FILTROS



Foto: Shutterstock

Marca chinesa cresce também nos mercados europeus

BYD triplica vendas e Tesla cai pela metade na União Europeia

Uma política comercial de marketing agressiva para a conquista dos mercados globais somada a um sentimento de enorme insatisfação mundo afora com a postura do presidente norte-americano Donald Trump frente a seus parceiros históricos. O resultado você vê na tabela abaixo: a chinesa BYD passou o rolo compressor em cima da Tesla, de Elon Musk, e assumiu protagonismo inédito no mercado de eletrificação veicular. Segundo o mais recente informe divulgado pela ACEA – Associação dos Construtores Europeus de Automóveis, nos primeiros sete meses de 2025 foram licenciados no bloco 58 mil carros da BYD contra 16 mil no ano passado. No sentido contrário, a Tesla caiu de 137 mil para 77 mil. A virada ratifica

a tendência de forte crescimento da presença de carros chineses nos processos globais de eletrificação das frota.

Na União Europeia – que estabeleceu 2035 como ano limite para a comercialização de veículos novos equipados com motores a combustão – o ritmo de renovação ainda é considerado abaixo do necessário. Em julho de 2025, no acumulado do ano, os emplacamentos totais de carros na UE caíram 0,7% em comparação com o mesmo período do ano anterior. A participação dos carros 100% elétricos em julho ficou em 15,6%, ainda distante do

nível necessário neste ponto da transição. Os modelos híbridos continuam em crescimento, mantendo-se como o tipo de propulsão mais popular entre os compradores.

Até julho de 2025, os carros totalmente elétricos representaram 15,6% do mercado europeu, um aumento em relação aos 12,5% registrados em julho de 2024. Os licenciamentos de híbridos seguem em forte alta, alcançando 34,7% do mercado e permanecendo a escolha preferida dos consumidores da UE. Enquanto isso, a participação combinada de veículos a gasolina e a

diesel caiu para 37,7%, contra 47,9% no mesmo período de 2024.

Nos sete primeiros meses de 2025, foram registrados 1.011.903 novos carros elétricos a bateria, com participação de 15,6% no mercado da UE. Três dos quatro maiores mercados da região, que juntos representam mais de 60% dos emplacamentos de elétricos, tiveram crescimento: Alemanha (+38,4%), Bélgica (+17,6%) e Holanda (+6,5%). Em contraste, a França registrou queda de 4,3%, apesar de uma alta de 14,8% em julho de 2025 na comparação anual.

Fabricante	Julho			Janeiro a julho		
	% de Mercado	Unidades	% Evolução	% de Mercado	Unidades	% Evolução
	2025	2024	2025	2024	2025/24	2025
Tesla	0,7	1,3	6.600	11.465	-42,4	1,2
BYD	1,1	0,4	9.698	3.165	+206,4	0,9

Fonte: ACEA

LANÇAMENTO

Interruptor de Pressão do Óleo

Cebolinha do óleo



mide PARTS

DISTRIBUIDORES EXCLUSIVOS:



»Disape

@ MIDEPARTS

MIDEPARTS.COM.BR

Mais uma solução para completar o seu mix:

- Qualidade;
- Durabilidade;
- Confiança.

O interruptor de pressão do óleo chegou na MIDE.

Mais qualidade e confiança para o seu estoque!

PRESENÇA CONFIRMADA!



De 17 a 20 de setembro;

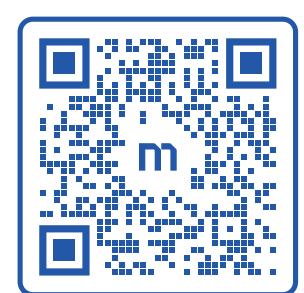
Estande 58/59;

De quarta a sexta: 15h às 21h;
Sábado: 14h às 20h;

Centro de Convenções de Pernambuco (Av. Professor Andrade Bezerra, s/n, Salgadinho - PE).

Aguardamos sua presença!

ESCANEIE O QR CODE E CONHEÇA A MIDE PARTS:



MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios

Semana de 18 a 22 de agosto

As vendas nas lojas de autoparcelas em todo o Brasil continuam enfrentando uma longa sequência de queda. É o que volta a mostrar a pesquisa MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios. No período de 18 a 22 de agosto, a média nacional foi de -1,23%. Nas cinco regiões do país, o desempenho de vendas foi

o seguinte: -4% no Norte; 3,69% no Nordeste; -1,11% no Centro-Oeste; -4,73% no Sudeste; e 3,75% no Sul.

As vendas mantiveram-se estáveis para 50% dos entrevistados, com variação positiva de 24% e negativa de 26% na média das lojas entrevistadas pelo After.Lab.

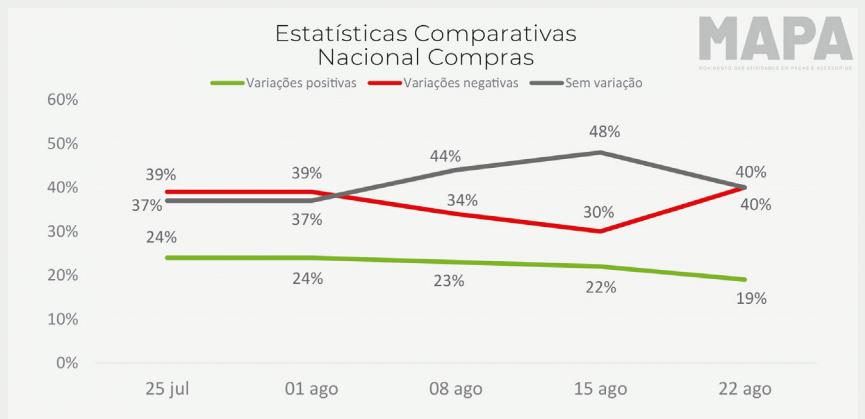
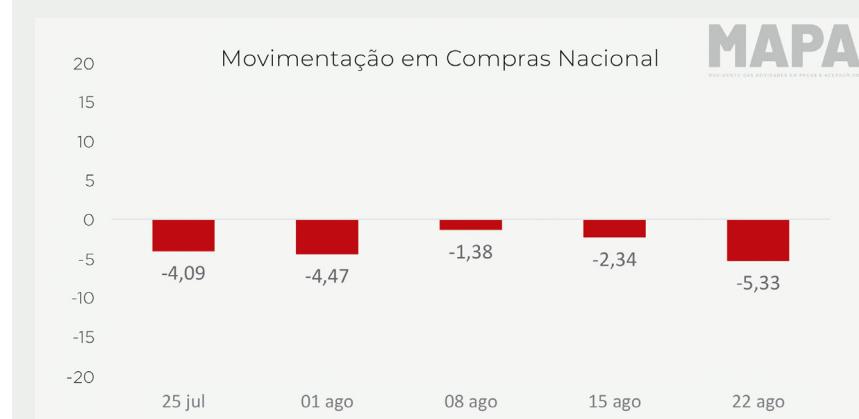
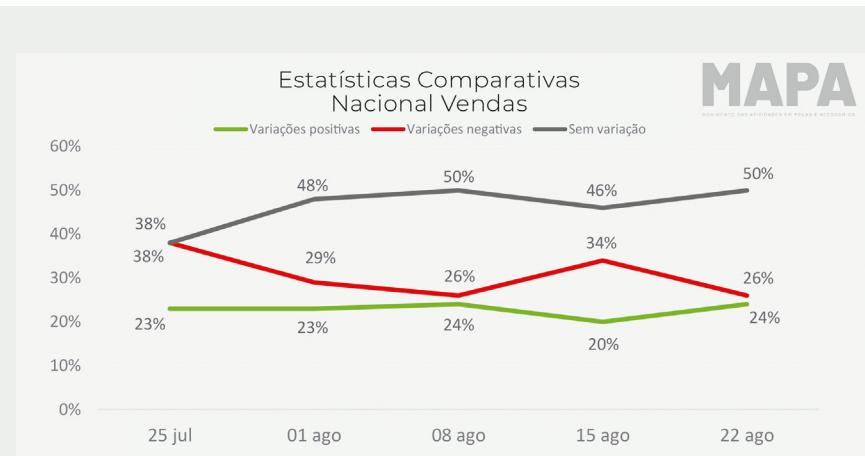
O comportamento das

compras por parte do varejo para repor estoques vem acompanhando as curvas de vendas, mas com queda ainda maior: -5,33%.

Os índices regionais de compras apurados pelo After.Lab apontaram -11,67% no Norte; -6,69% no Nordeste; -2,22% no Centro-Oeste; -8,77% no Sudeste; e 4,58% no Sul.

Para 40% dos entrevistados não houve variação no volume de compras realizadas na semana, enquanto 19% compraram mais e 40% reduziram a reposição dos estoques.

Acompanhe os resultados semanais atualizados da pesquisa MAPA no site novo-varejoautomotivo.com.br



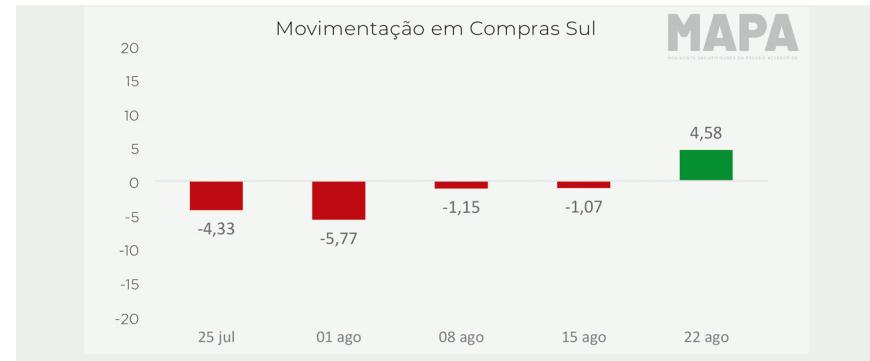
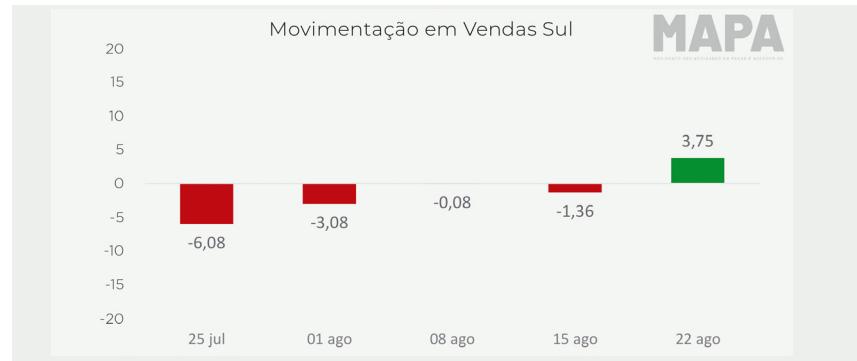
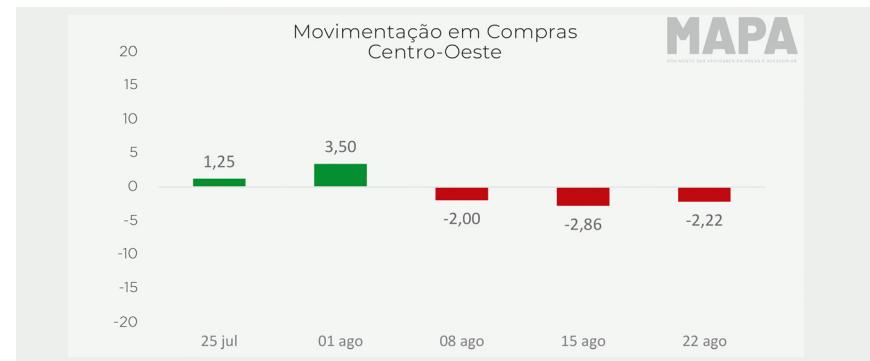
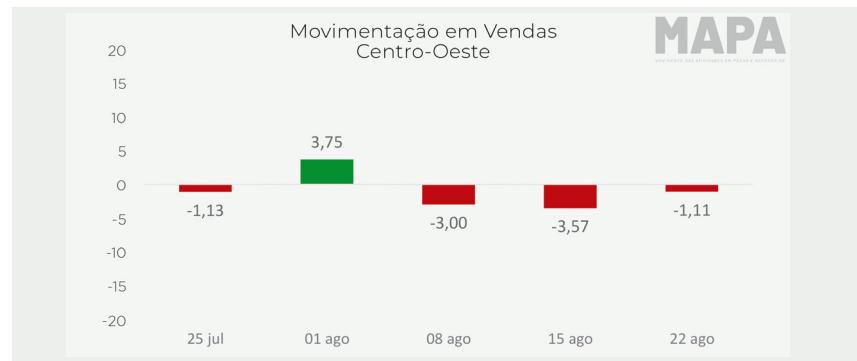
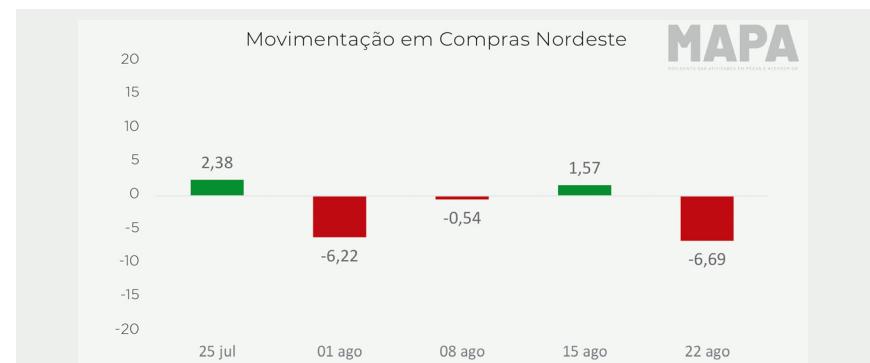
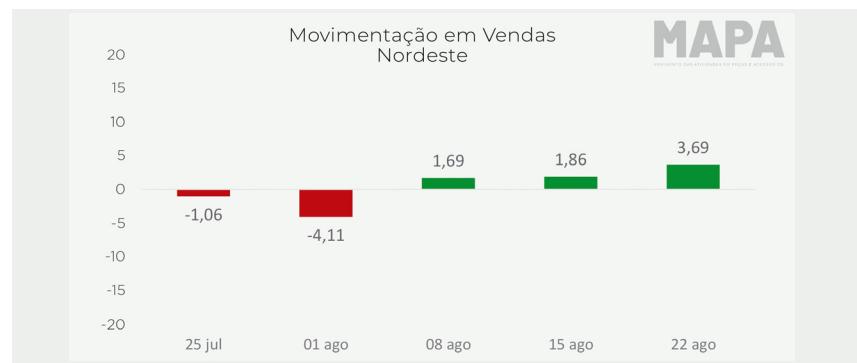
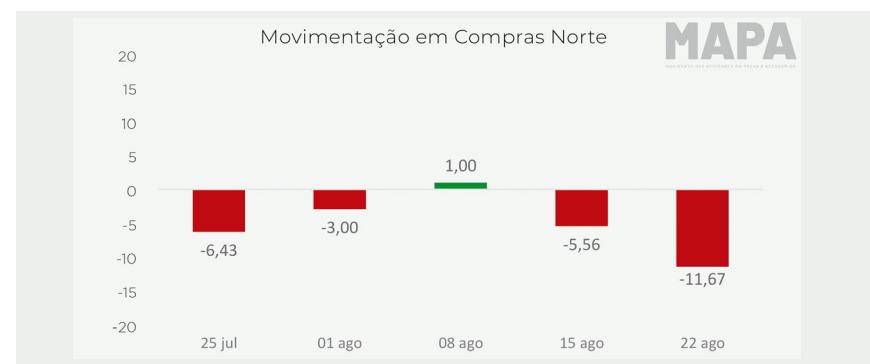
MAPA
MOVIMENTO DAS ATIVIDADES EM PEÇAS E ACESSÓRIOS

Realização:

 **AFTER.LAB**

Apoio:

NAKATA®



ONDA - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços

Semana de 18 a 22 de agosto

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

Na semana em análise, a média nacional de abastecimento manteve-se em baixa, fechando com índice de -4,73%.

Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do país mostraram: -8,33% no Norte; -4,69% no Nordeste; -0,56% no Centro-Oeste; -6,5% no Sudeste; e -1,42% no Sul.

Componentes para freios e sensores foram os itens mais faltantes para 9,1% dos entrevistados, seguidos por embreagens, com 6,1% das citações.

A variação dos preços para o varejo teve alta de 1,35% na média nacional. O índice é mero indicador de tendência, já que a metodologia não prevê a medição científica da inflação no segmento.

A percepção regional da variação nos preços foi a seguinte: variação zero no Norte; 1,88% no Nordeste; 4% no Centro-Oeste; 1% no Sudeste; e 0,83% no Sul.

Componentes para freios, citados por 16,7% dos entrevistados, seguidos por sistema de suspensão e velas de ignição, com 8,3%, foram os campeões de reajustes de preços na semana.

A estabilidade no abastecimento caiu de 66% para 63% dos entrevistados. Em relação aos preços, a curva subiu de 75% para 82% dos varejos entrevistados.



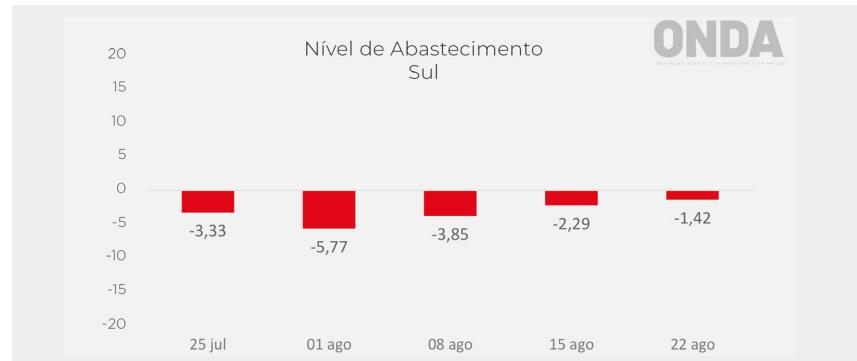
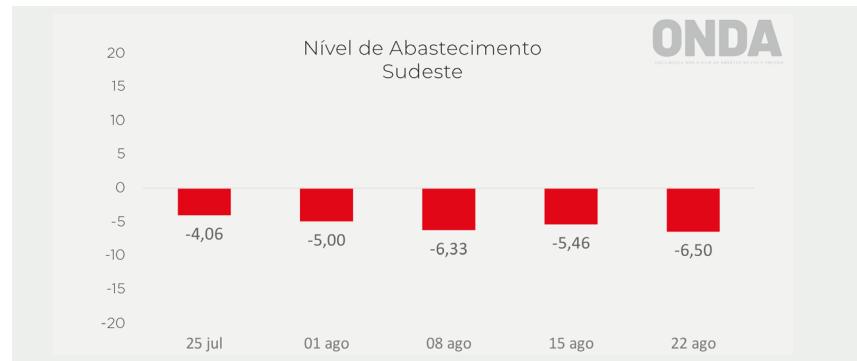
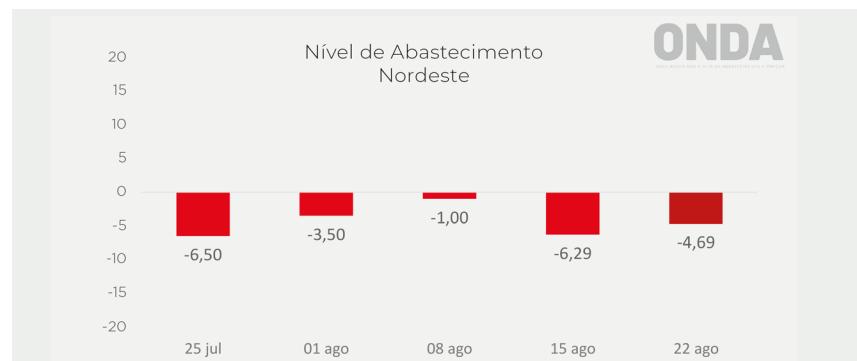
ONDA

Realização:



Apoio:





Portfólio After.Lab de Estudos de Mercado

MAPA

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

ONDA

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

VIES

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

Maior acervo de pesquisas em tempo real sobre o Aftermarket Automotivo

LUPA

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

META

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



Nhm®

Buscas por modelos do Carro Sustentável crescem 22%

Um mês após o lançamento do programa Carro Sustentável, a procura por veículos nos modelos e versões contemplados pela iniciativa do Governo Federal cresceu 22% no Brasil. É isso o que aponta um levantamento exclusivo do Webmotors Autoinsights, ferramenta que fornece dados e informações sobre o mercado automotivo brasileiro, com base no número de buscas e visitas a esses veículos desde

o lançamento do programa, em 11 de julho.

Segundo o levantamento, o Renault Kwid, nas versões contempladas pelo programa e disponíveis na plataforma, foi o modelo que observou maior crescimento de buscas e visitas, com alta de 54% com relação ao mesmo período no mês anterior.

O programa Carro Sustentável é uma iniciativa do Ministério

do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) que garante IPI Zero para automóveis mais econômicos, sustentáveis e com fabricação no Brasil. Para se enquadrar na versão Carro Sustentável, os veículos devem atender a quatro critérios: níveis de emissão de CO₂; conter mais de 80% de materiais recicláveis; ser fabricado no Brasil (com etapas como soldagem,

pintura, fabricação do motor e montagem no país); e se enquadrar em uma das categorias de carro compacto.

Crescimento no número de buscas e visitas por veículos - Carro Sustentável

Renault Kwid	54%
Fiat Argo	46%
Volkswagen Polo	32%
Fiat Mobi	19%
Hyundai HB20S	14%
Hyundai HB20	10%

Volkswagen inaugura Novo SENAI

A Volkswagen do Brasil inaugurou em sua fábrica Anchieta, em São Bernardo do Campo (SP), o Novo SENAI Volkswagen, uma área ainda mais moderna, tecnológica, conectada e acolhedora para oferecer formação de excelência às próximas gerações. Presente na fábrica Anchieta há 52 anos, o SENAI Volkswagen já formou mais de 7.000 alunos e é referência em ensino da mais alta qualidade focado nas principais demandas do setor automotivo.

"O SENAI Volkswagen representou para mim a porta de entrada na empresa, o que era um sonho, e percebi como a educação transforma vidas. São aprendizados que vão além da formação técnica, é uma formação de caráter, valores e disciplina. Esse é o verdadeiro

diferencial do SENAI Volkswagen: preparar profissionais completos, que unem conhecimento, ética e atitude para transformar a indústria e a sociedade. E agora, sinto orgulho de ver o sonho do Novo SENAI VW se concretizar e saber que, assim como eu, muitos jovens terão aqui a oportunidade de começar sua trajetória. A Volkswagen sempre foi uma empresa orientada ao desenvolvimento das pessoas, porque acredita que elas são a chave para a construção de um futuro melhor", afirma Douglas Pereira, vice-presidente de Recursos Humanos da Volkswagen do Brasil e Região América do Sul.

"A relação entre a Volkswagen, o SENAI e a sociedade é um exemplo de parceria transformadora. Ao longo de 52 anos, essa

conexão já formou mais de 7 mil profissionais e agora se renova com uma estrutura ainda mais moderna, tecnológica e acolhedora, preparada para o futuro da indústria. O novo SENAI Volkswagen, na fábrica Anchieta, reúne laboratórios de ponta, formações em Mecatrônica e Manufatura com ênfase em eletrificação, e recursos avançados de IoT, impressão 3D e simuladores. Assim, garantimos que a indústria receba mão de obra altamente qualificada e que os jovens tenham acesso a uma educação de excelência, que transforma suas vidas", afirmou Ricardo Terra, diretor regional do SENAI São Paulo.

Atualmente, o SENAI Volkswagen oferece duas formações com propostas inovadoras. O programa de dois anos inclui

os cursos de Aprendizagem Industrial (diploma de Operador de Processos de Manufatura Automotiva, no primeiro ano) e Técnico em Mecatrônica (no segundo ano). Além das aulas com foco em inovação e tecnologia, os alunos desenvolvem projetos para aprimoramento de processos industriais. A escola também contará com uma nova formação de Técnico em Mecatrônica com especialização em Veículos Elétricos.



Executivos da VW, diretores do Senai e sindicalistas na inauguração do Novo SENAI Volkswagen

Foto: Divulgação

UNIMOS MARCAS QUE MOVEM O MUNDO.

Com marcas que fazem história, somos um ecossistema completo e sustentável de soluções em mobilidade, que une inovação e alto desempenho para impulsionar negócios.

Temos **portfólio com mais de 43 mil aplicações** e buscamos a melhor experiência para nossos clientes, com foco em oferecer segurança.

**Para manter a vida e o mundo em movimento,
continuamos sempre olhando para o futuro.**

fraslemobility.com [in frasle-mobility](https://www.linkedin.com/company/frasle-mobility/)

NOSSAS MARCAS:

FRASLE **NAKATA** **FREMAX** **CONTROIL** **EUTO EXPERTS**

FRASLE
MOBILITY

KEEP LIFE IN MOTION

Peugeot receberá os próximos produtos com tecnologia Bio-Hybrid

A Stellantis anuncia a chegada dos próximos veículos híbridos-flex, que serão lançados pela marca Peugeot no Brasil. Com lançamento confirmado para o próximo mês, os novos Peugeot 208 e 2008 serão equipados com a tecnologia Bio-Hybrid, desenvolvida pela Stellantis. A tecnologia aplicada nos novos produtos conta com o desenvolvimento do Development Center, Safety Center e Virtual Center da Stellantis na América do Sul.

Para seguir como protagonista do futuro da mobilidade no Brasil e na América do Sul,

a Stellantis anunciou o maior plano de investimentos da história da indústria automotiva na região: R\$ 32 bilhões aportados entre 2025 e 2030, materializados pela chegada de novos produtos, soluções disruptivas e oportunidades de negócios. Entre as ações em curso, neste ano, por exemplo, a Stellantis inaugurou no Polo Automotivo de Betim (MG) o TechMobility - Centro Stellantis de Desenvolvimento de Produto & Mobilidade Híbrida-Flex, o maior da América Latina, responsável pelo desenvolvimento de

tecnologias de eletrificação de baixa, média e alta voltagem. Também foi inaugurada uma nova estrutura do Safety Center dedicada a realizar testes de colisão em veículos híbridos e elétricos, ampliando a capacidade da Stellantis de desenvolver localmente soluções inovadoras dedicadas à segurança veicular de seus veículos, independentemente do tipo de propulsão. Os motores híbridos serão fabricados no Polo Automotivo de Betim (MG), em uma linha de motores responsável por produzir motores flex de alta eficiência,

baixas emissões e que podem ser associados às tecnologias de hibridização. Ampliada recentemente, a planta possui capacidade de produção de 1,1 milhão de motores por ano, consolidando o Brasil como hub de referência global no desenvolvimento de powertrains e da tecnologia Bio-Hybrid.



Foto: Divulgação

Novo 2008 será contemplado com a tecnologia

Mecanizou orienta como identificar peças falsificadas

A falsificação de peças automotivas é um problema grave que afeta tanto a segurança quanto a economia no Brasil. Segundo dados da Associação Brasileira de Combate à Falsificação (ABCF), em 2024, foram realizadas mais de 258 operações de fiscalização de autopeças, gerando um prejuízo estimado de mais de R\$ 12 bilhões de reais. Já quando falamos em compras on-line, foram registradas mais de 5 milhões de fraudes digitais no Brasil, um crescimento de 45% em relação ao ano anterior. Segundo dados da OLX e da Serasa Experian, o prejuízo estimado passa dos R\$ 3,5 bilhões. Peças falsificadas são uma ameaça silenciosa, já que muitas

vezes chegam ao mercado em embalagens que imitam produtos de marcas confiáveis, dificultando a identificação por mecânicos e consumidores. Além de comprometerem o desempenho e a durabilidade dos veículos, essas peças podem causar acidentes graves. Para oficinas mecânicas, itens falsificados representam perda de credibilidade e riscos operacionais, além de aumentarem os custos com trocas e manutenção corretiva. Seja na escolha de fornecedores físicos ou on-line, adotar medidas preventivas é essencial para evitar prejuízos financeiros e garantir segurança. Para responder a esses desafios, plataformas especializadas

como a Mecanizou têm desempenhado um papel importante ao consolidar processos seguros para compra de autopeças. Com mais de 1 milhão de itens homologados, a empresa oferece uma solução que conecta oficinas a fornecedores confiáveis, eliminando os riscos associados à aquisição de peças em sites duvidosos. Todas as transações realizadas pela startup incluem rastreabilidade, emissão de nota fiscal e suporte técnico, ajudando mecânicos e varejistas a evitarem fraudes.

A comercialização de produtos falsificados não é apenas um risco financeiro, mas também uma prática enquadrada como crime pela legislação brasileira.

Estabelecimentos que vendem ou distribuem peças falsificadas podem ser responsabilizados e enquadrados na Lei 9.279/96 (Lei da Propriedade Industrial), no Código de Defesa do Consumidor (artigo 65) e no Código Penal (artigo 132).

As empresas envolvidas podem enfrentar penalidades administrativas e responsabilidades criminais, incluindo multas, suspensão das atividades e até prisão dos responsáveis. Esses produtos, que não seguem padrões regulatórios, não têm garantia legal e podem gerar prejuízos irreparáveis para oficinas e seus clientes, além de comprometerem a credibilidade de negócios legítimos.



**COM PEÇAS DE QUALIDADE E
MUITO TRABALHO EM EQUIPE,**
conseguimos espaço para carregar **10 troféus**
no porta-malas da nossa história.



Obrigado por confiarem na **Barros Autopeças**,
eleita a melhor distribuidora do Sudeste!

JUNTOS & EM MOVIMENTO.

WWW.BARROS.COM.BR

Robert Gaskell é o novo diretor da unidade de Catalisadores Automotivos da Umicore no Brasil

Robert Gaskell é o novo diretor da unidade de Catalisadores Automotivos da Umicore no Brasil, sucedendo Stephan Blumrich. Nesta função, o executivo é responsável por liderar as operações deste segmento da empresa na América do Sul. Desde 2021, ele também ocupa o cargo de CFO (Diretor Financeiro) regional para todas as unidades de negócios do grupo, comandando as equipes de Finanças, Suprimentos e TI. Formado em Economia pela

Universidade de Bristol, no Reino Unido, o profissional tem mais de 20 anos de experiência internacional em finanças corporativas e fusões e aquisições. Com essa bagagem, Robert traz uma combinação robusta de visão estratégica, capacidade de execução e liderança intercultural para a Umicore. O executivo acumula passagens de destaque por empresas como CMOC, Anglo American e Ernst & Young. Durante essa

trajetória, ele foi responsável por áreas-chave, como finanças, planejamento estratégico, planejamento de vendas & produção, e gestão de riscos. A Unidade de Catalisadores Automotivos é uma das maiores fornecedoras globais desse tipo de componente, que contribui para reduzir a emissão de poluentes na atmosfera. Além disso, conta com o Centro de Tecnologia em Emissões Veiculares, responsável por atender projetos de montadoras e

empresas de autopeças, assim como por realizar testes de emissões.



Foto: Divulgação

Executivo também atua como CFO regional da Umicore

Frasle Mobility inaugura subestação de energia própria para ampliação de capacidade produtiva em Joinville (SC)

A Frasle Mobility inaugurou em 20 de agosto a nova subestação de energia, em Joinville (SC), na unidade operacional da marca Fremax. A estrutura amplia a capacidade produtiva da fábrica e resulta na geração de 100 novos empregos diretos.

A subestação de energia própria vai além de garantir autonomia à unidade. Sua implementação reduz a emissão de gases de efeito estufa, já que 2,4 mil toneladas de CO₂ deixarão de ser lançadas à atmosfera devido à iniciativa. A instalação da subestação vem para eliminar a necessidade do uso de geradores de energia, equipamentos

cujos gases produzidos no seu funcionamento contribuem para a piora da qualidade do ar.

A implementação da subestação contou com aporte total de R\$ 51 milhões – o maior já realizado pela Frasle Mobility em um único projeto. Construída em uma área de 4,8 mil metros quadrados, dentro de um terreno de aproximadamente 48 mil metros quadrados onde a unidade fabril está instalada, a nova subestação da Frasle Mobility atende às exigências regulatórias da Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel) e à legislação ambiental. Sua construção seguiu os mais modernos e eficazes métodos

de redução do impacto sobre a fauna e flora nativas e de compensação ambiental.

A Frasle Mobility também irá doar à Celesc (Centrais Elétricas de Santa Catarina) a subestação

de conexão utilizada até então pela unidade, ampliando a infraestrutura local e possibilitando novos pontos de distribuição de energia, conforme a necessidade da concessionária.



Foto: Jefferson Leite

Nova estrutura deve reduzir emissões de gases de efeito estufa e gerar 100 novos empregos diretos

Tradição em atender bem você

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



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

Cascavel – PR (45) 3096-1700

Chapecó – SC (49) 3361-6400

Curitiba – PR (41) 3301-3301

Florianópolis – SC (48) 3198-8200

Joinville – SC (47) 3489-9700

Passo Fundo – RS (54) 3210-4100

Pelotas – RS (53) 2123-5100

Porto Alegre – RS (51) 2131-5100

Santa Maria – RS (55) 3301-3400

@orbid.autopecas

Orbital Autopeças

www.orbid.com.br

Orbital Autopeças



AMPRI

Continental

DAYCO

FERSA

TIMKEN

URBA

Valeo

Como redefinir a experiência no varejo com autoatendimento

Durante muito tempo, os terminais de autoatendimento foram vistos apenas como uma ferramenta prática para acelerar o pagamento. Posicionados no final da jornada do consumidor nas lojas, os self-checkouts eram tratados como um simples recurso tecnológico de conveniência, sem um papel estratégico voltado para a experiência de compra. Hoje, esse cenário mudou, e os terminais se tornaram uma peça central no varejo, podendo influenciar diretamente a forma como o cliente se relaciona com a marca e, inclusive, se voltará a comprar lá.

Mais do que velocidade, o autoatendimento representa o ponto em que eficiência operacional, engajamento digital e expectativas do consumidor se cruzam. E é justamente nesse encontro que mora uma grande oportunidade: transformar uma tarefa simples em um momento de conexão real.

No entanto, concretizar tudo isso é mais desafiador do que parece. Enquanto muitos varejistas ainda medem o sucesso do uso de autoatendimento com base no tempo de atividade ou na velocidade média das transações, é importante

entender que ser bem-sucedido com a tecnologia vai muito além disso. É preciso entregar experiências que fidelizam; uso inteligente de espaço para aumentar a produtividade; eficiência entre colaboradores que traga resultados financeiros; prevenção de perdas; além de flexibilidade operacional capaz de fornecer suporte a diferentes jornadas de clientes. Fica claro que agilidade na leitura de códigos de barras e pagamento é apenas parte da equação. A verdadeira oportunidade está na redução inteligente de atritos, tanto no processo quanto no design da jornada.

Varejistas que compreendem essa complexidade são capazes de oferecer experiências mais intuitivas, fluidas e personalizadas, que reforçam o vínculo com o consumidor e criam um senso de cuidado e atenção.

Hoje, o mercado conta com um conjunto de tecnologias que amplia muito o escopo do autoatendimento. Recursos como arquitetura escalável, opções de instalação flexíveis, integração com serviços de monitoramento em tempo real e uso de Inteligência Artificial para reconhecimento de

produtos, verificação de idade e prevenção de fraudes permitem que o autoatendimento evolua de forma adaptativa. Tecnologias altamente evoluídas já garantem eficiência com autonomia ao cliente, ao mesmo tempo em que oferecem ao varejista maior segurança, redução de perdas e otimização operacional. A meta real não deve estar apenas em agilizar a saída da loja, mas em promover uma experiência que seja acolhedora, inteligente e conectada aos novos hábitos de consumo.

Vale lembrar que autonomia não significa ausência de assistência. Um equívoco comum é tratar o autoatendimento como algo que o cliente deve explorar sozinho. Quanto menos esse processo for visto de forma isolada, melhor: a experiência deve combinar liberdade de escolha e autonomia, com suporte sutil, garantindo que o consumidor se sinta guiado mesmo sem interação direta. Nesse contexto, intervenções de atendentes não são falhas, mas etapas planejadas e gerenciadas com inteligência, permitindo consistência e continuidade na jornada, enquanto a

Por Jean Carlo Bob



Jean Carlo Bob é Diretor Comercial da Diebold Nixdorf no Brasil

loja mantém controle e eficiência operacional.

É nesse cenário que os desafios próprios do varejo impulsionam a inovação. Para projetar soluções realmente eficazes, é necessário, antes de tudo, vivenciar e entender os problemas enfrentados tanto pelo cliente quanto pelo operador de loja. Apenas conhecendo os pontos críticos da jornada é possível desenvolver inovações capazes de eliminar barreiras. O futuro do varejo não está apenas na tecnologia ou na velocidade, mas na capacidade de transformar cada interação em um momento significativo. Ao unir eficiência, inteligência e atenção ao consumidor, os varejistas podem criar experiências que não apenas simplificam a compra, mas fortalecem a relação com a marca, tornando cada visita uma oportunidade de fidelização.



**SEJA
ORIGINAL,
SEJA
AUTOMIX!**

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.

Vem ser um
cliente Authomix.



Conheça
nossa portfólio
www.authomix.com.br



AUTOMIX 20
ANOS



Nakata amplia portfólio com 100 novidades para suspensão, direção, transmissão e freio

Ampliando seu portfólio, a Nakata lança 49 itens de suspensão e direção para as linhas leve e pesada, 13 de transmissão, 4 de freio para veículos leves e 34 itens de freio para motocicletas no mercado de reposição. Na linha de suspensão e direção, a marca apresenta uma variedade de novos componentes: amortecedores pressurizados HG para Citroën C3, Toyota Corolla Cross e Honda HR-V; bandejas de suspensão para Ford Transit, Fiat Fastback e Pulse; barras laterais para Volvo FH 420, FH 460,

FH 500 e FH 540; bieletas para Mercedes-Benz Sprinter, GM Trailblazer e Mitsubishi L200/ L300; e caixas de direção hidráulica para Fiat Uno, Idea, Palio, Palio Weekend, Siena e Strada. Outros destaques incluem pivôs de suspensão para VW Delivery Express e Ford Focus; terminais axiais para modelos como Fiat Strada, Honda Civic, Hyundai Creta, Ford Bronco, GM S10 e Blazer, Honda City, Hyundai Elantra, Ioniq e Kona; e terminais de direção destinados a uma ampla gama de veículos,

COBREQ apresenta pastilhas cerâmicas para veículos GWM e BYD na reposição

A COBREQ anuncia a ampliação de seu portfólio de pastilhas cerâmicas para atender veículos elétricos e híbridos. Com tecnologia avançada e foco em eficiência, durabilidade e sustentabilidade, a Linha Cerâmica COBREQ apresenta novos códigos desenvolvidos especialmente para os modelos GWM Haval H6, BYD Dolphin e BYD Song Plus. Para o GWM Haval H6, foram

disponibilizadas pastilhas cerâmicas para freios dianteiros e traseiros, que oferecem frenagens precisas e seguras em qualquer condição. A durabilidade incomparável, associada ao menor desgaste, garante um excelente custo-benefício aos proprietários. Além disso, os componentes são concebidos com materiais livres de contaminantes, reforçando o compromisso com a



São amortecedores, bieletas, caixas de transmissão, terminais axiais, componentes hidráulicos, cubos de roda, entre outros itens

incluso Nissan Kicks, Versa, Ford Ranger, Honda Civic, Toyota Corolla Cross, Volvo FH (todas as versões), Ford Bronco, Hyundai Creta, Santa Fé, Kia Sorento, Fiat Fastback e Pulse. Na linha de freio, a marca lança cubos de roda para os modelos BYD Song Plus e Dolphin. No segmento de transmissão, a Nakata disponibiliza coroas e pinhões para Ford 816 Cargo, F-4000, Volare V8, Ford Ranger, Mitsubishi

L200, Hyundai HR e Kia Bongo; garfos do cardan para Scania B58/B76 e Volvo L76/LS76/VM330; junta deslizante e fixa para Nissan Frontier; semieixo homocinético também para Frontier; e subconjuntos do mancal central para Mercedes-Benz 113 e 2213, entre outros. No mercado de motopeças, os lançamentos contemplam discos de freio para uma ampla variedade de modelos.



Portfólio da linha é ampliado agora para atender as duas marcas chinesas

sustentabilidade e contribuindo para a redução do impacto ambiental. Já para os modelos da BYD, foram desenvolvidos dois códigos de pastilhas dianteiras e um código traseiro, compatíveis com os veículos BYD Dolphin e BYD Song

Plus. Essas pastilhas destacam-se pela máxima eficiência nas frenagens, alta durabilidade e pela redução na emissão de micropartículas, atendendo às exigências dos consumidores que priorizam desempenho e responsabilidade ambiental.

Lubrificantes Mobil têm novos sintéticos com tecnologias API SQ e ILSAC GF -7^a

Com uma trajetória de mais de 150 anos e sendo reconhecidos por sua liderança global no desenvolvimento de sintéticos, os lubrificantes Mobil anunciam a atualização de sua linha Mobil Super com os sintéticos 0W-20 e 5W30 API SQ ILSAC GF-7A, formulados para atender às mais recentes exigências de desempenho, eficiência energética e proteção ambiental. Os lubrificantes sintéticos 0W-20 e 5W30 são os primeiros da linha a incorporar a tecnologia API SQ, padrão internacional divulgado em março

de 2025 e que foi anunciado com pioneirismo como parte das novas estratégias da marca Mobil, ainda em janeiro. Instituída pelo American Petroleum Institute (API), a API SQ traz especificações rigorosas voltadas à redução de emissões, melhoria da economia de combustível e maior proteção dos motores modernos — incluindo os de veículos híbridos. Além da API SQ, os lubrificantes também respondem às especificações ILSAC GF-7, instituídas pelo International Lubricant Standardization and Approval Committee (ILSAC) e cujo

objetivo está em apoiar os esforços da indústria automotiva para reduzir as emissões e atender aos padrões da Environmental Protection Agency (EPA - "Agência de Proteção Ambiental USA", em tradução livre). A escolha pelas viscosidades 0W-20 e 5W30 foi motivada pelo fato de que elas vêm

ganhando destaque global por seu papel na otimização do desempenho em motores que exigem alta eficiência térmica e energética, além de ser recomendadas por diversas montadoras como padrão para os novos modelos que priorizam sustentabilidade sem abrir mão da potência.



Foto: Divulgação

Os produtos atendem a demandas das montadoras mais exigentes do mercado mundial

Continental relança kits de reparos de cavalete

Por meio da sua marca ATE, a Continental traz de volta ao mercado os kits de reparo de cavalete, com tecnologia e qualidade original alemã. "Estamos relançando esses kits para atender à demanda crescente do mercado por aplicações específicas, mantendo nossa estratégia de crescimento da linha de reparo de cavaletes e

ampliando nosso portfólio", afirma Vitor Meneguello, gerente de Planejamento Estratégico da Continental. Os novos kits trazem componentes originais, os mesmos utilizados em aplicações das montadoras, e estarão disponíveis por meio de revendedores autorizados e nas lojas de autopeças parceiras da Continental, em todo o Brasil.



Foto: Divulgação

Componentes chegam com a sofisticada tecnologia alemã



Fremax tem novas aplicações para Peugeot e Mercedes-Benz

Em linha com a constante ampliação de seu portfólio, a Fremax apresenta novas aplicações. O código BD4616 de disco de freio sólido traseiro tem aplicações em modelos Peugeot 308 e 3008. Já para a montadora alemã, a Fremax disponibiliza o disco de freio traseiro ventilado BD0157 com aplicações em 11 modelos Mercedes-Benz. Os discos de freio Fremax contam com diversas inovações tecnológicas exclusivas que garantem alta performance e durabilidade. Entre elas,

destacam-se o acabamento da superfície com ranhuras concêntricas, que proporciona rápido assentamento das pastilhas; a liga metálica, que melhora a dissipação do calor durante a frenagem; a pintura protetora, que previne a corrosão e mantém a estética do produto; além da camada de óleo protetivo, que elimina a necessidade de limpeza do disco antes da aplicação. Como fornecedora oficial da Porsche Cup há 18 anos, a Fremax leva para as pistas todas as tecnologias desenvolvidas



Foto: Divulgação

Fabricante tem amplo portfólio para veículos premium de diversas montadoras

para testar seus produtos em condições extremas, como alta velocidade e elevadas temperaturas, que exigem respostas rápidas e frenagens bruscas, situações complexas em que cada segundo faz a diferença para garantir o melhor desempenho e a máxima segurança.

Cofap amplia catálogo de molas a gás

A Cofap ampliou, mais uma vez, seu catálogo de molas a gás com o lançamento de seis códigos para veículos da linha leve e pesada. Os novos componentes são destinados a modelos das marcas BYD, Chevrolet, Honda, Mitsubishi, Renault e Volkswagen Caminhões. A mola a gás é um dispositivo monotubular pressurizado composto por um tubo e uma haste, entre outros componentes internos, utilizada na grande maioria das aplicações para sustentar o peso

das tampas dos porta-malas, auxiliando no processo de abertura das mesmas e mantendo-as abertas. A extremidade da haste interna ao tubo possui um pistão permanentemente submetido à pressão imposta por um gás armazenado no próprio tubo. As molas a gás foram criadas para substituir molas mecânicas e, em alguns casos, todo o sistema de suporte de carga, com a vantagem de ser mais leve, precisa e econômica. Os novos códigos e suas aplicações são:

MGC16830 (tampa traseira Honda City Hatchback); MGC19176 (tampa traseira Mitsubishi Eclipse Cross); MGC16828 (tampa traseira Renault Kwid E-Tech); MGC16827 (tampa traseira BYD Dolphin); MGC19156 (tampa traseira Chevrolet Bolt); MGC16831 (tampa dianteira Volkswagen Caminhões: Meteor 28-460, 29-520 e Meteor Euro VI 28-480, 29-530). A linha de molas a gás conta com mais de 400 códigos e atendem veículos leves, comerciais leves e pesados.



Foto: Divulgação

Molas a gás ajudam a sustentar o peso das tampas dos porta-malas, auxiliando no processo de abertura



**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**



INFORMAÇÕES:
81 98260-1156

REALIZAÇÃO E PROMOÇÃO:

APOIO:





Importação de autopeças cresce e amplia déficit na balança do setor

Volume de exportações também subiu, mas em ritmo insuficiente para compensar as compras do exterior, segundo os novos dados divulgados pelo Sindipeças

Em julho, a balança comercial da indústria de autopeças manteve-se deficitária, com saldo negativo de US\$ 1,4 bilhão — valor superior ao de junho e 14,9% maior que o registrado em julho de 2024. As exportações somaram US\$ 736,9 milhões, alta de 13,7% na comparação anual, mas insuficiente para compensar o avanço das importações, que totalizaram US\$ 2,6 bilhões (+14,4% na mesma comparação). O acelerado ritmo das compras externas

segue como principal responsável pelo aumento do déficit, tendência observada também no acumulado do ano: de janeiro a julho, o saldo negativo (US\$ 8,9 bilhões) cresceu 19,8% frente a igual período de 2024, com as importações subindo 15,6% e as exportações, 8,5%. Nas exportações, vislumbra-se a ocorrência de menor dinamismo das operações com os Estados Unidos. A sobretaxa de 25% sobre autopeças¹, imposta pelo governo Trump desde

maio/25, vem contribuindo para esse enfraquecimento. Em julho, registrou-se a segunda queda consecutiva para as informações acumuladas no ano (-5,8% até julho e -5,7% até junho). Agravando a situação, destaca-se que desde o início de agosto as autopeças, que até então eram sobretaxadas em 10%, passaram a receber acréscimo de 40 pontos percentuais na tarifa, totalizando 50%, o que certamente impactará os resultados futuros.

A China manteve-se como principal origem das importações de autopeças no mês em tela, com alta de 13,7% na comparação interanual e de 22,0% no acumulado do ano. Esse avanço reflete não apenas os preços competitivos e a produção em larga escala do país, mas também o fortalecimento de sua posição na cadeia global de autopeças, ampliando a dependência brasileira em relação aos fornecedores chineses.

[Tabela 1] Balança comercial de autopeças mensal

Acumulado do ano - em US\$ FOB

Mês	Exportação		Var. (%) 2025/2024	Importação		Var. (%) 2025/2024	Resultado*		Var. (%) 2025/2024
	2025	2024		2025	2024		2025	2024	
JANEIRO	568.726.624	561.672.657	1,3	2.006.378.715	1.636.302.590	22,6	-1.437.652.091	-1.074.629.933	33,8
FEVEREIRO	610.897.784	611.928.675	-0,2	1.717.757.400	1.351.539.539	27,1	-1.106.859.616	-739.610.864	49,7
MARÇO	792.713.394	650.689.774	21,8	1.899.742.091	1.769.911.158	7,3	-1.107.028.697	-1.119.221.384	-1,1
ABRIL	674.466.560	680.889.900	-0,9	1.916.482.862	1.851.263.956	3,5	-1.242.016.302	-1.170.374.056	6,1
MAIO	682.311.379	677.939.994	0,6	1.965.401.297	1.701.863.407	15,5	-1.283.089.918	-1.023.923.413	25,3
JUNHO	690.584.042	554.490.924	24,5	1.967.745.950	1.596.716.933	23,2	-1.277.161.908	-1.042.226.009	22,5
JULHO	736.870.795	647.981.833	13,7	2.154.034.708	1.881.148.180	14,5	-1.417.163.913	-1.233.166.347	14,9
Variação acumulada no período (%)	4.756.570.578	4.385.593.757	8,5	13.627.543.023	11.788.745.763	15,6	-8.870.972.445	-7.403.152.006	19,8

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

*(-) indica déficit, (+) indica superávit

[Tabela 3] Exportações acumuladas no ano por país

Ordem	País	Jan-Jul/25	Jan-Jul/24	Var. (%) 2025/2024	Part. (%) 2025
1	ARGENTINA	1.815.304.497	1.452.547.866.000	25,0	38,2
2	ESTADOS UNIDOS	730.434.123	775.519.713.000	-5,8	15,4
3	MÉXICO	429.097.367	527.319.281.000	-18,6	9,0
4	ALEMANHA	251.570.735	241.790.318.000	4,0	5,3
5	CHILE	139.343.259	131.872.016.000	5,7	2,9
6	COLÔMBIA	129.654.660	124.766.448.000	3,9	2,7
7	GUIANA	97.368.810	32.403.274.000	200,5	2,0
8	PARAGUAI	93.461.894	97.428.164.000	-4,1	2,0
9	PERU	88.010.137	90.018.633.000	-2,2	1,9
10	CHINA	77.861.357	51.489.817.000	51,2	1,6
11	ITÁLIA	72.840.910	92.474.889.000	-21,2	1,5
12	NORUEGA	65.695.293	64.107.497.000	2,5	1,4
13	URUGUAI	64.046.431	62.047.209.000	3,2	1,3
14	UZBEQUISTÃO	62.174.852	40.728.405.000	52,7	1,3
15	FRANÇA	55.185.033	57.976.019.000	-4,8	1,2
16	REINO UNIDO	48.667.988	37.380.580.000	30,2	1,0
17	SINGAPURA	45.020.378	6.162.048.000	630,6	0,9
18	PAÍSES BAIXOS (HOLANDA)	42.937.324	61.052.121.000	-29,7	0,9
19	ÁFRICA DO SUL	38.494.413	34.652.875.000	11,1	0,8
20	SUÉCIA	36.757.653	32.184.345.000	14,2	0,8
	20 PRINCIPAIS MERCADOS	4.383.927.114	4.013.921.518	9,2	92,2
	OUTROS 172 MERCADOS	372.643.464	371.672.239	0,3	7,8
	TOTAL DE 192 MERCADOS	4.756.570.578	4.385.593.757	8,5	100

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

Elaboração Abipeças-Sindipeças

[Tabela 7] Importações acumuladas no ano por país

Ordem	País	Jan-Jul/25	Jan-Jul/24	Var. (%) 2025/2024	Part. (%) 2025
1	CHINA	2.524.981.038	2.070.019.007	22,0	18,5
2	ESTADOS UNIDOS	1.417.570.453	1.287.229.573	10,1	10,4
3	JAPÃO	1.231.285.148	978.393.923	25,8	9,0
4	ALEMANHA	1.205.608.138	1.096.350.060	10,0	8,8
5	MÉXICO	1.002.696.471	842.810.903	19,0	7,4
6	ITÁLIA	744.494.144	571.505.475	30,3	5,5
7	ÍNDIA	568.818.505	420.487.962	35,3	4,2
8	SUÉCIA	566.272.872	502.382.487	12,7	4,2
9	FRANÇA	547.411.719	451.015.079	21,4	4,0
10	COREIA DO SUL	521.483.519	498.609.710	4,6	3,8
11	ARGENTINA	501.301.859	456.760.573	9,8	3,7
12	TAILÂNDIA	473.578.833	369.036.661	28,3	3,5
13	ESPAÑHA	233.225.036	194.475.963	19,9	1,7
14	REINO UNIDO	216.472.634	199.025.624	8,8	1,6
15	TURQUIA	163.156.271	124.215.150	31,3	1,2
16	POLÔNIA	162.757.690	134.848.592	20,7	1,2
17	PARAGUAI	162.581.913	147.064.265	10,6	1,2
18	INDONÉSIA	137.516.134	112.061.201	22,7	1,0
19	TCHECA, REPÚBLICA	137.082.390	127.049.998	7,9	1,0
20	ROMÊNIA	132.389.911	128.800.533	2,8	1,0
	20 PRINCIPAIS MERCADOS	12.650.684.678	10.712.142.739	18,1	92,8
	OUTROS 133 MERCADOS	976.858.345	1.076.603.024	-9,3	7,2
	TOTAL DE 153 MERCADOS	13.627.543.023	11.788.745.763	15,6	100,0

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

Elaboração Abipeças-Sindipeças

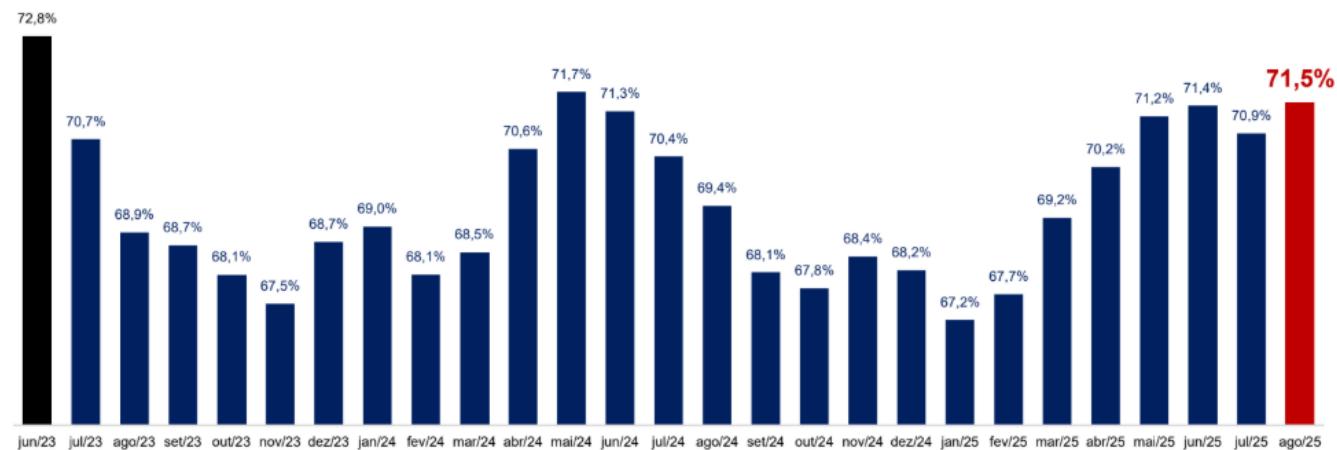
Orçamentos domésticos se deterioraram em São Paulo em agosto

Inadimplência atinge maior patamar desde março de 2024, enquanto endividamento chega perto de 3 milhões de lares na cidade; cartão de crédito segue como protagonista do consumo

Apesar do mercado de trabalho aquecido e da inflação em ritmo mais lento, os juros altos deterioraram os orçamentos das famílias da Região Metropolitana de São Paulo (RMSP) em agosto, demonstra a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC) da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP). O volume de lares inadimplentes cresceu 0,6 ponto porcentual (p.p.), saindo de 22,1% de casas nessa situação em julho para 22,7% em agosto [gráfico 2]. É o patamar mais alto desde março de 2024. Cresceu também o número de famílias endividadas [gráfico 1]: passou de 70,9% no último mês para 71,5% agora – também a maior taxa desde maio de 2024. Por consequência, tem mais gente sem condições de pagar as dívidas vencidas: 9,3% das unidades ouvidas no estudo [gráfico 3].

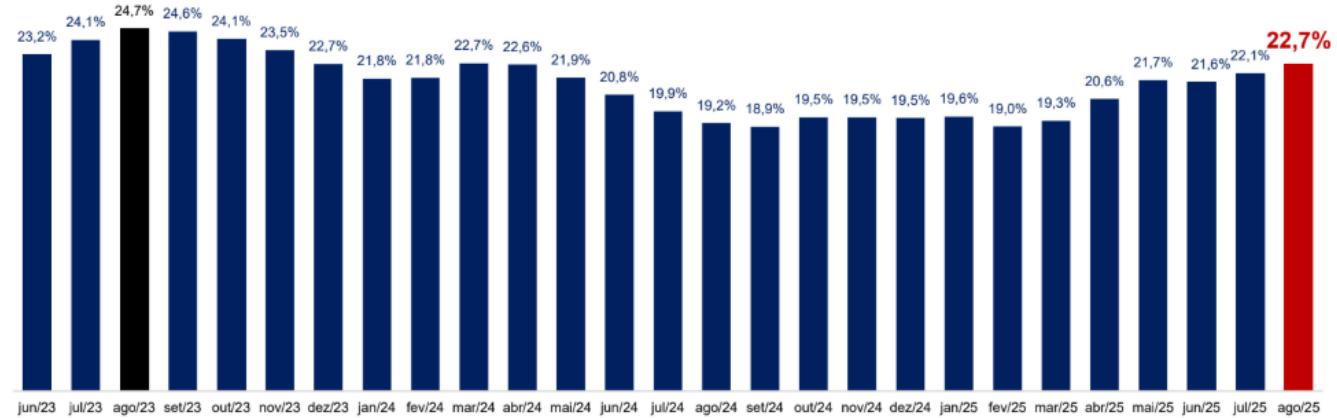
Em absoluto, São Paulo **tem 2,92 milhões de famílias endividadas hoje e, delas, 929 mil estão inadimplentes**.

[GRÁFICO 1] Famílias endividadas na cidade de São Paulo (2023-2025)



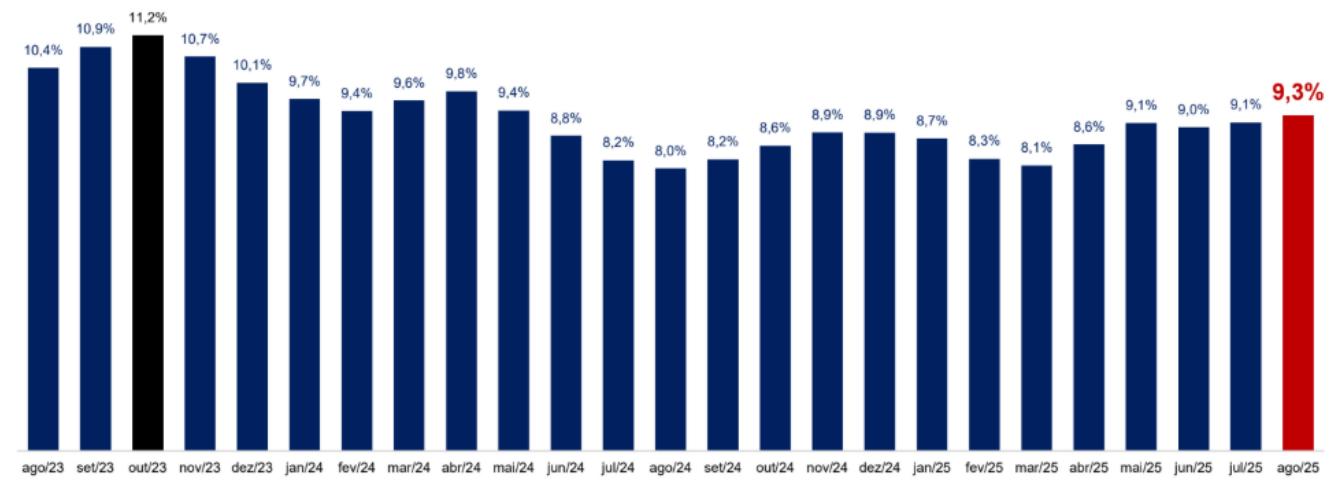
Fonte: FecomercioSP

[GRÁFICO 2] Famílias inadimplentes na cidade de São Paulo (2023-2025)



Fonte: FecomercioSP

[GRÁFICO 3] Famílias sem condições de pagar as dívidas na cidade de São Paulo (2023-2025)



Fonte: FecomercioSP



MAIORES & MELHORES
em distribuição de autopeças

033
rooftop

Seguimos no Topo

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

01.12.2025 às 19h30

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

**Esteja entre os
Maiores e Melhores**

REALIZAÇÃO

Nhm

 **AFTER.LAB**

DIVULGAÇÃO



 a.TV



O padrão de endividamento, marcado pelo protagonismo da modalidade do cartão de crédito (80% dos endividados o citam diretamente), expressa como o sistema financeiro sustenta o consumo na principal cidade do País e, por onde, conforma uma dinâmica da própria economia. O resultado disso é uma porção cada vez maior do orçamento das famílias para pagamento de juros, como a FecomercioSP mostrou recentemente.

Para a Entidade, os dados da PEIC mostram como, apesar do crédito ter essa centralidade nos gastos familiares, o emprego em alta, que eleva

os rendimentos mensais, aumenta a segurança em comprar no médio prazo. Nesse sentido, a elevação do endividamento não é necessariamente negativa.

Se os números da pesquisa apresentam deterioração da conjuntura doméstica em São Paulo, há outros indicadores positivos. Um deles é que o tempo médio de duração das dívidas está caindo. Em agosto, ele foi de 7 meses (era de 7,2 em junho), o que revela maior presença de comprometimentos a curto prazo. No caso de quem tem uma despesa atrasada, o prazo médio de quitação é de 63,3 dias [tabela 1].

Entre as famílias endividadas, 31% têm dívidas que terminam em até três meses. A maior parte (36%), por outro lado, cita contas com mais de um ano de prazo.

Da mesma forma, a parcela da renda mensal dedicada a pagamentos das dívidas retraiu em agosto: 26,5% dos recursos vão para esse fim – a menor taxa desde fevereiro de 2015. A maior parte das famílias (44%) diz que tem entre 11% e 50% dos rendimentos comprometida com esse tipo de conta.

A leitura da FecomercioSP é de fragilidade: como o dinheiro acaba antes do fim do mês, muitas famílias têm no cartão

de crédito a possibilidade de seguir consumindo ou mesmo arcando com os custos fixos, e não apenas com compras de médio e longo prazo.

O quadro geral não é ruim, mas a deterioração é nítida. Com os juros altos (a Selic permanece em 15%, puxando taxas de financiamento), fica mais difícil não apenas tomar crédito como, principalmente, pagá-las depois do vencimento. A boa notícia é que a inflação em ritmo mais lento pode ajudar a equilibrar as coisas, já que, com o desemprego em baixa histórica, existe a chance da massa de renda permitir fôlego nas contas.

[TABELA 1]

Tempo do atraso da dívida (entre famílias com contas atrasadas)

Agosto de 2025

	Total	Renda até 10 SM	Renda acima de 10SM
<i>Até 30 dias de atraso</i>	24,9%	22,1%	33,3%
<i>De 30 a 90 dias de atraso</i>	25,9%	24,6%	28,3%
<i>Acima de 90 dias</i>	48,2%	51,6%	38,3%
<i>NS/NR</i>	1,3%	1,7%	0%
Tempo médio (dias)	63,3	65,7	56,5

Fonte: FecomercioSP

[TABELA 2]

Tempo de comprometimento com uma dívida (entre famílias endividadas)

Agosto de 2025

	Total	Renda até 10 SM	Renda acima de 10SM
<i>Até 3 meses</i>	31,5%	30,7%	33,7%
<i>Entre 3 e 6 meses</i>	16,1%	17,3%	12,5%
<i>Entre 6 meses e 1 ano</i>	14,4%	14,7%	13,5%
<i>Por mais de um ano</i>	36,3%	35,6%	38,1%
<i>NS/NR</i>	1,8%	1,6%	2,2%
Tempo médio (meses)	7	7	7

Fonte: FecomercioSP

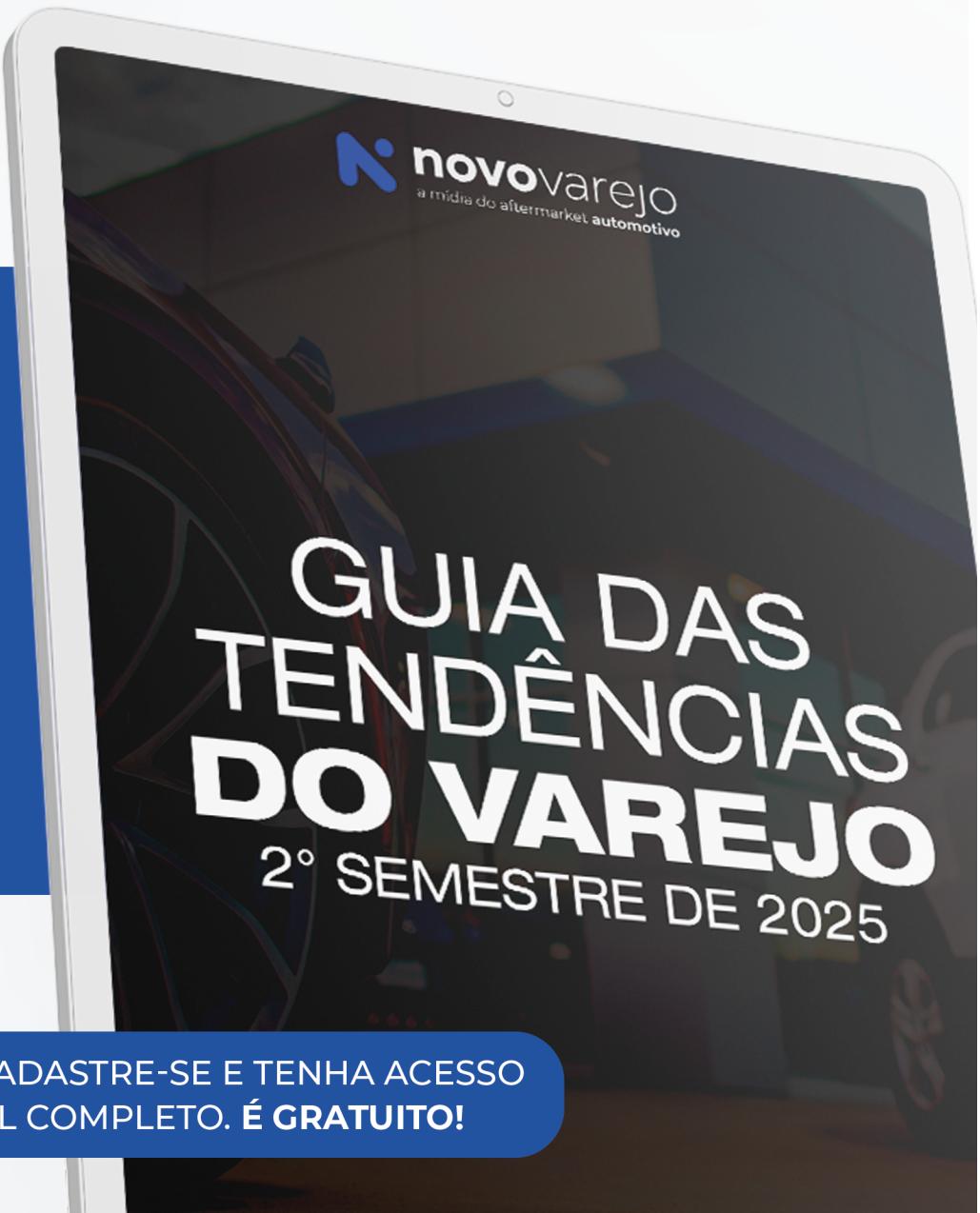
GUIA DAS TENDÊNCIAS DO VAREJO

2º SEMESTRE DE 2025

Prepare seu negócio para os desafios e oportunidades!

EM NOSSO EBOOK VOCÊ VERÁ:

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



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



MMR

2025

O After.Lab, núcleo de pesquisa e inteligência de negócios do Aftermarket Automotivo, realizou a 4ª edição desse estudo que avalia o desempenho dos distribuidores automotivos, por região, em importantes quesitos relativos à serviços prestados além da venda de peças.

Assista agora à homenagem transmitida pela A.TV

Clique e conheça os vencedores eleitos por 1200 varegistas em todo país

PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO



DIVULGAÇÃO





master

ESTOQUE PADRONIZADO

É MASTER EM VENDAS!

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



Escaneie o QR code
ao lado e saiba mais

Fraga.com.br
(19) 97118-1895

Conheça nossas redes sociais:



 **fraga**

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