



novovarejo

a mídia do aftermarket **automotivo**

EDIÇÃO 481

ANO 32

15 DE OUTUBRO DE 2025

NOVOVAREJOAUTOMOTIVO.COM.BR

NVD - NOVO VAREJO DIGITAL



Procuram-se pessoas

Lideranças do Aftermarket Automotivo debatem as dificuldades para contratar bons profissionais e apontam caminhos para reduzir o impacto da escassez de mão de obra nas empresas

**Delphi
Academy**

O movimento que
impulsiona o seu futuro



Acesse o site e saiba mais!
www.delphiacademy.com.br





COBRA BLACK

2025



Prepare-se para
ofertas imperdíveis!

De 24 a 28 de novembro

Siga nossas redes sociais para não perder essa oportunidade!

🌐 www.cobrarolamentos.com.br

-instagram@cobrarolamentos

✉ sac@cobrarolamentos.com.br



FREMAX

Hengst

Hipper Freios

IKS cables

IMA

Indisa

JTEKT

KYB

LEVORIN

LW INA FAG

MAGNETRON

NTN

OSRAM

panfaneiro

PARAFLU

RADIOPRES

RIFFEL

SABO

SACHS

SAMPOL

SKF

SNR

SPICER

COBRA BI

BLACK



LOJA ONLINE COBRA

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



ACESSE:
loja.cobrarolamentos.com.br



FAÇA SEU
CADASTRO



Cobra
ROLAMENTOS E AUTOPEÇAS



O assombroso apagão da mão de obra

A primeira quinzena de outubro foi marcada por uma série de eventos no setor automotivo. No aftermarket, dois se destacaram: Seminário da Reposição Automotiva, dia 7, e o Fórum IQA da Qualidade, dia 9. Ambos reuniram dezenas de líderes, empresários e executivos do mercado. Foi nas diferentes rodinhas de conversas entre uma palestra e outra que ficou clara a preocupação dos gestores de todos os elos de negócios do setor com a crescente dificuldade de formar ou contratar mão de obra para as empresas. A aflição acabaria por se confirmar também nos painéis e debates dos eventos – como protagonista ou coadjuvante, o tema surgiu em grande parte das apresentações. Faz todo sentido.

No final do ano passado, a Fundação Getúlio Vargas apresentou um estudo em que 57% das empresas dos setores de comércio, serviços, indústria e construção consultadas pelo FGV IBRE indicavam dificuldade em contratar ou manter profissionais. Os índices eram ainda maiores nos recortes envolvendo varejo ampliado (77,3%), indústria (76,8%) e serviços (76,5%). Existe um lado positivo neste debate. O mercado de trabalho experimenta um momento histórico no Brasil: com 5,8% no segundo trimestre de 2025, a taxa de desemprego caiu para o menor nível já registrado em nossa história. Então podemos afirmar que faltam profissionais porque está quase todo mundo empregado? Não, este é apenas um lado da questão. As raízes são muito mais complexas e dissecá-las exigiria um espaço bem maior do que este. Algumas considerações, no entanto, podem ser brevemente arranhadas na superfície – em

duas reportagens publicadas nesta edição você encontrará dados mais consistentes e profundos sobre o assunto.

Assim, quero aqui destacar apenas alguns tópicos que me parecem relevantes para introduzir a pauta, que será melhor explorada nas próximas páginas. Começando pelo assistencialismo, que se tornou uma política de estado irreversível no Brasil – sim, qualquer candidato que ousar propor alguma redução no benefício se inviabilizaria já na largada. Não há dúvida de que parte da mão de obra ativa vive de bicos associados ao salário pago pelo governo. Provavelmente todo mundo já conheceu um exemplo. Mas, também aqui, não dá pra simplificar. Essa é uma questão que hoje entra na seara da Sociologia e não apenas na Administração das Empresas. É preciso lidar com essa realidade que está posta e consolidada.

Também é preciso cada vez mais adequar as estratégias de Recursos Humanos ao novo mundo em que vivemos. O estudo da FGV trouxe testemunhais de profissionais que não abrem mão mais do trabalho em home office. E outros que simplesmente não aceitam os salários oferecidos quando existem alternativas mais rentáveis fora do universo formal – muitas vezes relacionadas a trabalho por aplicativos, como o tão conhecido Huber.

O tema é fascinante e extremamente complexo. Ao longo dos séculos sucederam-se as teorias analisando a quase sempre conflituosa relação entre capital e trabalho. O momento em que vivemos parece favorecer o trabalho e, gostemos ou não, talvez seja necessário que o capital se reinvente para tornar sua proposta suficientemente atraente para virar o jogo.

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 - #481 15 Outubro 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

Tecnologia para a vida



Pioneirismo e inovação
há mais de 120 anos.



Imagens meramente ilustrativas.

am.boschaftermarket.com/br/pt

© f yt autopecasbosch



08 Entrevista

Alexandre Mol, futuro presidente do Sindirepa Brasil, fala sobre suas prioridades para a nova gestão e conta um case de sucesso em MG.

12 Tendências

Crescimento do setor automotivo vem sendo prejudicado pela elevação dos juros no país, um remédio amargo que ainda vai demorar pra passar.

18 Capa

Lideranças do Aftermarket Automotivo brasileiro debatem a carência de profissionais qualificados, um desafio a ser enfrentando pelas empresas.

36 Impostos

Reforma Tributária começa a impactar as empresas já a partir do ano que vem. Distribuidores tiram dúvidas em evento online para o segmento.

40 ESG

A motorização flex é um diferencial valioso para o Brasil, mas seus benefícios para a descarbonização esbarram na preferência pela gasolina.



Foto: Divulgação

HÁ 100 EDIÇÕES

Mobilidade e varejo ganham espaço na COP

As vésperas da 30ª Conferência das Nações Unidas sobre Mudança do Clima, que será realizada no Brasil, lembramos do que nossa reportagem trouxe sobre o tema na edição 381

Em novembro de 2022, o Egito recebeu alguns dos principais líderes políticos e importantes agentes da sociedade civil para a COP 27. O evento teve nas discussões sobre futuro da mobilidade urbana um de seus temas principais, trazendo números importantes sobre o avanço dos chamados veículos de 'emissão zero' e cases em que os automóveis estão dando lugar a modais mais ativos de locomoção. Por isso, recebeu destaque nas páginas da nossa edição 381.

Um dos principais momentos deste debate aconteceu com a apresentação do relatório 2022 Zero-Emission Vehicles (ZEV) Factbook que, produzido pela Bloomberg, quantificou o mercado dos carros elétricos e seus componentes em diferentes lugares do planeta. De acordo com o documento, apesar dos questionamentos existentes a respeito da sustentabilidade prática dos automóveis movidos à energia elétrica, estes seguiam tendo avanços significativos e progressivos ao

longo dos anos. Além da venda dos veículos em si, o trabalho também analisou a evolução da infraestrutura industrial para impulsionar uma possível massificação dos carros elétricos. Neste contexto, os números mostravam um avanço tão ou mais relevante do que a própria comercialização dos automóveis ao exibirem um aumento de 38% na capacidade global de fabricação de baterias de íons de lítio de 2021 para 22. Apesar dos números apontados desenharem um cenário

promissor para a eletrificação da frota global, no entanto, os autores da pesquisa mostravam preocupação quanto à solidez do movimento. Em seu discurso na COP 27, a principal relatora do trabalho, Aleksandra O'Donovan, afirmou que estes avanços têm ocorrido majoritariamente de maneira difusa, carecendo de maior engajamento dos governos na missão de criar "um setor de transporte com emissões líquidas zero até meados do século".

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



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



Linha Leve



Linha Pesada



Motopeças



Acessórios



Agilidade
na Entrega



Portfólio



Maquininha
Pronto!



Compre Online



*Escaneie
o QR Code
e acesse o
compreonline.*

Pellegrino
Conte com nossa gente.

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



Próximo líder do Sindirepa Brasil detalha prioridades de sua gestão

À frente do Sindirepa-MG, Alexandre Mol coordenou um projeto inovador de revitalização das oficinas locais

A partir de janeiro de 2026, a principal entidade representativa dos reparadores independentes do Brasil estará sob nova direção. Atual vice-presidente do Sindirepa Nacional e presidente do Sindirepa-MG, Alexandre Mol assumirá o comando da entidade com a missão de ampliar a representatividade do setor e fortalecer a capacitação técnica e gerencial das oficinas de todo o país.

Mol chega ao cargo embalado pelos resultados de um projeto inovador recentemente executado em Minas Gerais. Em parceria com o Procompi (Programa de Apoio à Competitividade das Micro e Pequenas Indústrias), o Sindirepa-MG promoveu a capacitação e revitalização de 15 oficinas mecânicas, levando melhorias expressivas em gestão, produtividade e estrutura física. O projeto foi desenvolvido ao longo de 2024 e aplicou metodologias de diagnóstico empresarial, consultorias personalizadas e reestruturação operacional em pequenas e médias oficinas. Em média, as participantes alcançaram aumento de produtividade de até 30% e redução de custos operacionais próxima de 40%, além de aprimoramentos em layout, controle financeiro e atendimento ao cliente,

resultados que consolidaram o programa como um case de transformação da reparação independente mineira.

O programa, que combinou consultorias individuais e treinamentos coletivos, já é apontado como um modelo a ser replicado em âmbito nacional.

Para entender como iniciativas como essa podem inspirar a nova fase do Sindirepa Nacional – e quais serão as prioridades da liderança de Mol –, o Novo Varejo Automotivo conversou com o executivo.

Na entrevista, ele destacou temas como a profissionalização da reparação independente, o impacto das novas tecnologias na rotina das oficinas e a importância da união entre os elos do aftermarket por meio da Aliança Aftermarket Automotivo.

Veja abaixo a íntegra da entrevista e conheça os próximos passos da política nacional de fortalecimento da reparação automotiva.

Novo Varejo - Recentemente, a ação conjunta entre Sindirepa-MG e Procompi que capacitou e revitalizou 15 oficinas do estado de Minas Gerais foi destaque no Portal da Indústria. De onde surgiu a ideia deste projeto?

Alexandre Mol - Esse projeto é

o Procompi, que é o Programa de Apoio à Competitividade das Micro e Pequenas Indústrias. Ele é coordenado pela Confederação Nacional da Indústria (CNI) e executado pelo IEL, com o apoio do SEBRAE e da FIEMG. Nós, do Sindirepa-MG, entramos como parceiros dessa iniciativa para aplicar o programa nas oficinas de reparação automotiva do nosso estado. A ideia surgiu da necessidade de desenvolver o setor em aspectos de gestão, produtividade e competitividade. Queríamos trazer para o ambiente da reparação automotiva uma metodologia que já deu certo em outras áreas da indústria, adaptando-a à realidade das oficinas.

Novo Varejo - Quais foram os problemas mais comuns identificados nas oficinas que participaram da ação?

Alexandre Mol - A gente identificou problemas muito recorrentes em oficinas de pequeno e médio porte, como falta de controle financeiro, ausência de processos padronizados, layout inadequado e dificuldades na gestão de estoque e atendimento. Em muitos casos, os empresários até tinham consciência desses desafios, mas não sabiam por onde começar. O programa ajudou justamente nisso: a identificar as prioridades

e colocar a casa em ordem. Em alguns casos, o aumento de faturamento foi expressivo, e o empresário passou a enxergar o negócio como uma empresa, e não apenas como uma oficina.

Novo Varejo - Que critérios foram utilizados para selecionar as oficinas participantes? Eles se manterão durante as próximas edições?

Alexandre Mol - Nós usamos critérios técnicos e de engajamento. Buscamos empresas formalizadas, com CNPJ ativo, que tivessem o desejo de crescer e estivessem dispostas a seguir todas as etapas do programa. A seleção também considerou a localização e o perfil de atuação das oficinas, justamente para garantir uma boa representatividade. Esses critérios devem se manter nas próximas edições, porque eles garantem que o investimento traga resultado. A ideia é ampliar o alcance do projeto, mas sempre mantendo essa base de comprometimento dos participantes.

Novo Varejo - Com a sua iminente posse no Sindirepa Brasil, como você vê a possibilidade deste projeto ser ampliado para todo o país?

Alexandre Mol - Esse é um

dos nossos principais objetivos. Nós queremos levar essa experiência de Minas Gerais para todo o Brasil. O Procompi mostrou resultados muito positivos e se encaixa perfeitamente nas necessidades da reparação independente de outros estados. Vamos trabalhar junto à CNI, ao SEBRAE e às federações das indústrias regionais para replicar esse modelo. A ideia é criar uma rede nacional de capacitação, em que os Sindirepas estaduais tenham autonomia, mas compartilhem a mesma metodologia.

Novo Varejo - Como você vê o atual estágio de maturidade da cadeia de reparação independente do país para responder à potencial demanda gerada pelo aumento da presença de carros elétricos e híbridos? Será preciso fazer um trabalho de incentivo nesse sentido, tanto no aspecto da capacitação quanto no de investimento em equipamentos e ferramental?

Alexandre Mol - Eu acredito que o reparador brasileiro não encontra barreiras técnicas que não consiga superar. Temos muitos profissionais competentes, que estão sempre buscando atualização. O que precisamos é garantir acesso à informação e a treinamentos de qualidade. Em Minas Gerais, já promovemos cursos sobre veículos híbridos e elétricos em parceria com o IQA

e empresas como a Bosch, e o resultado foi excelente. Claro que será preciso investir em ferramental e infraestrutura, mas vejo o híbrido como um caminho mais viável para o Brasil neste momento, por conta da nossa matriz energética e da falta de estrutura para o elétrico puro.

Novo Varejo - Quais devem ser as prioridades iniciais da sua gestão?

Alexandre Mol - Vamos trabalhar para ampliar a representatividade do Sindirepa Nacional. Queremos aproximar os sindicatos estaduais, fortalecer o diálogo com o governo e com outras entidades e levar mais capacitação

e serviços para os associados. Outra prioridade é aumentar o alcance da nossa atuação. Hoje, o Sindirepa representa, principalmente, o setor de mecânica leve, mas queremos abraçar também os segmentos de motocicletas, retíficas e convertedores de GNV. Vamos trabalhar por uma entidade nacional mais abrangente, moderna e preparada para os desafios tecnológicos do setor.

Novo Varejo - De que maneira você vê o atual posicionamento do Sindirepa na Aliança Aftermarket Automotivo?

Vocês enxergam que a união dos diversos elos da reposição tem fortalecido as pautas da

reparação junto aos fabricantes e ao poder político?

Alexandre Mol - Sem dúvida. A Aliança Aftermarket Automotivo é uma conquista muito importante. Ela mostra que o setor entendeu que, para ser ouvido, precisa falar em conjunto. Esse fórum reúne fabricantes, distribuidores, varejistas e reparadores, e isso fortalece a cadeia como um todo. Temos desafios comuns, como o acesso às informações técnicas e o direito de reparar, e é fundamental que enfrentemos isso de forma unida. Nosso objetivo é continuar fortalecendo esse diálogo, buscando sempre soluções conjuntas e evitando o caminho do conflito.



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

Fornecendo autopeças de qualidade, com entrega rápida e compromisso com o seu negócio, a Sama é 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.



COMPRE
ONLINE,
DE ONDE
E QUANDO
QUISER



VARIEDADE E
CONFIANÇA EM
UM PORTFÓLIO
COMPLETO DE
AUTOPEÇAS



PRONTO! A
MAQUININHA
ESPECIALISTA
NO MERCADO
AUTOMOTIVO.

Encontre as melhores marcas e fornecedores do setor automotivo.

BOSCH

cofap

**MAGNETI
MARELLI**
PARTS & SERVICES

LUK

INA

FAG

SCHAEFFLER

MAHLE

**METAL
LEVE**

BEHR

SABO

SKF

viemar
AUTOMOTIVE

DANA

SPICER



MERITOR

MONROE
amortecedores

**MONROE
AXIOS**

AMPRI

Continental

DAYCO
MOVE FORWARD. ALWAYS.™

SAMPPEL
PEÇAS AUTOMOTIVAS

TIMKEN

URBA

Valeo

compre



online.samaautopecas.com.br

- [@autopecassama](#)
- [@sama.autopecas](#)
- [0800 020 0900](tel:08000200900)

Sama
Autopeças



Foto: Shutterstock

Financiamentos caros atrapalham as vendas e retardam crescimento da frota

Juros altos freiam crescimento do setor automotivo

Para o presidente do Sindipeças, Claudio Sahad, é preciso fazer a lição de casa antes de reduzir a taxa. Executivo também falou sobre os desafios de infraestrutura que tendem a limitar a eletrificação da frota

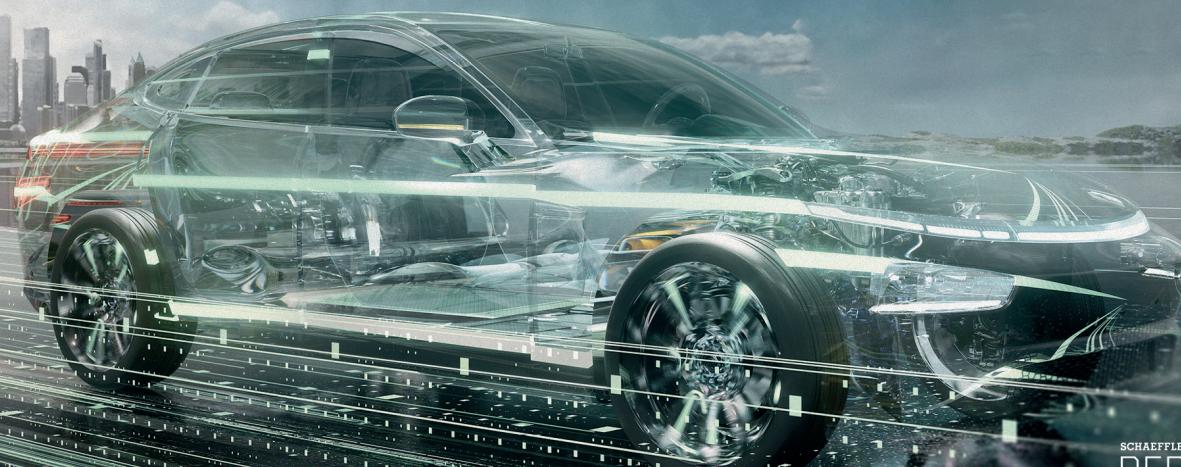
O Comitê de Política Monetária (Copom) decidiu – em sua última reunião, realizada em 15 de setembro – manter a taxa básica de juros da economia (Selic) em 15%. A justificativa, segundo comunicado oficial, foi a incerteza do ambiente externo, com destaque para a “conjuntura e a política econômica nos Estados Unidos”, o que exige cautela dos países emergentes em ambiente marcado por tensão geopolítica. Em relação ao cenário interno, o Copom apontou que os indicadores de atividade econômica apresentam moderação no crescimento, apesar do dinamismo do mercado de trabalho, e a inflação permanece acima da meta. Na palestra de abertura do Seminário da Reposição Automotiva 2025, realizado em 7

de outubro na sede da Fiesp, em São Paulo, o presidente do Sindipeças, Claudio Sahad, apontou o elevado patamar dos juros no Brasil como fator determinante para brecar o crescimento do setor automotivo. “Com relação a produção, venda e exportação de veículos, esse ano nós estamos tendo um avanço nas vendas. A gente vem, depois da pandemia, ganhando um fôlego consistente. Gradual, mas não com o crescimento que a gente esperava, porque a gente tem o problema da taxa de juros. A taxa de juros atrapalha diretamente a venda, não só para leves, mas para pesados também. Aliás, eu digo que mais para pesados que para leves. E eu não sou daquelas pessoas que falam que a gente tem que ter uma taxa de juros

baixa, porque ela é um remédio até a gente conseguir superar esse momento. E não adianta querer baixar a taxa de juros na canetada, porque nós já vimos isso no passado. Se a gente fizer a lição de casa, esse momento vai passar mais rápido. Se não fizer, vai demorar mais. É simples assim. Não adianta reclamar”. Em sua apresentação, Sahad mostrou números que retratam o tamanho e a importância do setor automotivo brasileiro, mas mostrou preocupação com o crescimento das importações de veículos montados ou em CKD, que não utilizam nenhum componente fabricado aqui. “Há um crescimento bastante expressivo nos emplacamentos de veículos importados, tanto de leves como de comerciais

leves. E já temos veículos chineses representando 8% dos licenciamentos totais. Veículos 100% importados, que não têm nenhuma peça fabricada aqui, que não geram nenhum emprego. É um fator preocupante. Nossa discurso para as empresas chinesas que vieram para o Brasil – não só para as chinesas, mas para qualquer outra – tem sido o seguinte: qualquer empresa que quiser vir para o Brasil e produzir aqui, utilizando a cadeia de fornecimento nacional, tem todo o apoio do Sindipeças. Quem vier só para importar tem nosso repúdio. E isso está muito claro para elas. Pelo menos uma delas já está trabalhando nesse sentido, envolvendo fornecedores locais. Espero que todas trabalhem assim”.

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.



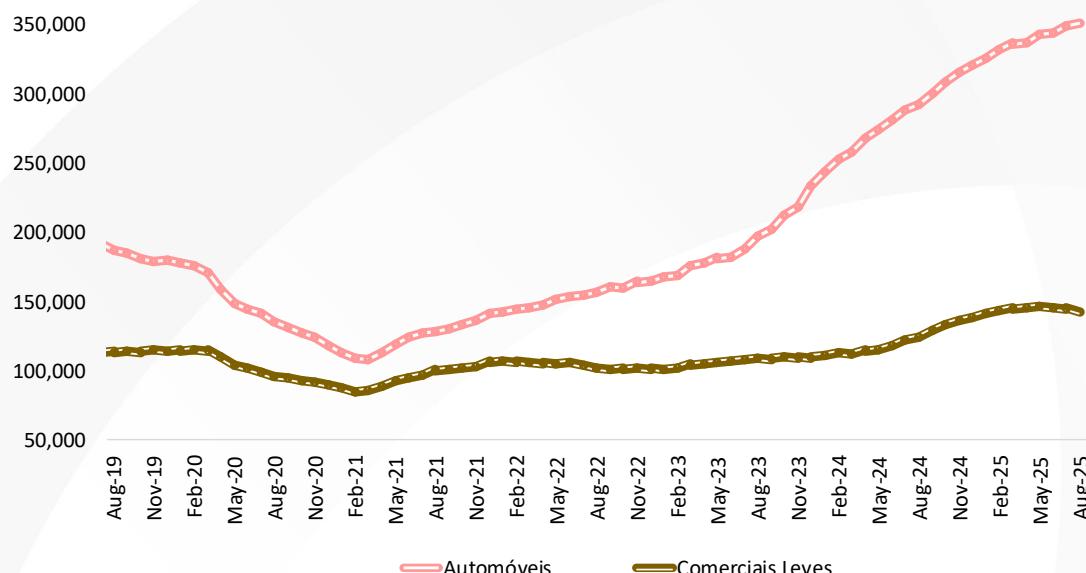
0800 011 10 29 15 99798.6385
vehiclelifetimesolutions.schaeffler.com.br

SCHAFFLER

Emplacamento de veículos importados

Em unidades – Acumulado em 12 meses

- Desde 2024, o **mercado de veículos importados** mostra crescimento vertiginoso e sinaliza nova dinâmica para competitividade no mercado brasileiro. Veículos chineses representam cerca de **8,0%** dos licenciamentos totais.



Fonte: Anfavea.

5

Desempenho e Perspectivas da Indústria de Autopeças

Descarbonização

Claudio Sahad também entrou no tema da 'descarbonização', segundo ele a palavra mais presente no dia a dia das indústrias de autopeças. "O Brasil tem um potencial enorme quando se fala de biodiversidade, de área rural a ser recuperada, geração de biomassa e biocombustíveis, produção de energias renováveis, produção agrícola regenerativa e geradora de bio-inssumos. Nós temos o SAF - Combustível de Aviação Sustentável, o etanol, que vai beneficiar não só o Brasil, mas o mundo, um benefício que

	2019	Var.%	2020	Var.%	2021	Var.%	2022	Var.%	2023	Var.%	2024	Var.%	2025p	Var.%
Faturamento Em R\$ bilhões	158,5	4,4%	143,7	-9,3%	209,3	45,7%	252,9	20,8%	240,3	-5,0%	259,0	7,8%	272,0	5,0%
Revenue In US\$ billion	40,2	-3,3%	27,9	-30,6%	38,8	39,2%	49,0	26,2%	48,1	-1,8%	48,0	-0,2%	47,7	-0,7%
Investimento Em R\$ bilhões	5,6	5,6%	5,3	-4,8%	6,2	15,3%	6,7	8,5%	5,8	-13,0%	6,4	10,1%	6,6	3,0%
Investment In US\$ billion	1,42	-2,2%	1,04	-27,2%	1,14	10,2%	1,29	13,4%	1,17	-10,0%	1,19	2,0%	1,16	-2,6%
Postos de trabalho Job position Em milhares/ In thousand	265,6	0,5%	264,2	-0,5%	273,9	3,7%	286,1	4,4%	285,1	-0,3%	300,1	5,3%	301,6	0,5%
Balança Comercial Trade balance (em US\$ bilhões FOB) (NCMs relacionadas ao Setor de Autopeças)														
Exportação Exports	6,75	-10,8%	5,08	-24,8%	6,80	33,9%	8,31	22,2%	9,01	8,5%	7,85	-12,9%	8,05	2,5%
Importação Imports	16,38	3,9%	12,26	-25,2%	16,95	38,2%	19,59	15,6%	18,78	-4,2%	20,93	11,5%	19,50	-6,9%
Resultado Results (-) déficit (+) superávit (surplus)	-9,63	17,5%	-7,18	-25,4%	-10,15	41,3%	-11,28	11,2%	-9,76	-13,5%	-13,08	34,0%	-11,45	-12,5%
Participação (%) do canal da reposição nas vendas da indústria de autopeças	2019		2020		2021		2022		2023		2024		2025 (jan-jun)	
	12,52%		13,54%		13,99%		14,30%		16,80%		19,21%		18,64%	

Fonte: Comitê de Forecast da Abipeças e do Sindipeças

9



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](#)
- [RMP Distribuidora](#)



Escanei o
QR Code
e acesse
novo site:





a natureza nos deu, que a maioria dos países não tem. O Brasil tem 89% da sua energia renovável – solar, hídrica e outras. A grande maioria dos países está calçada em energia nuclear, carvão, gás. Nós não. Praticamente na hidrelétrica. Temos que explorar isso. É um elemento importantíssimo". No entanto, o presidente do Sindipeças também destacou problemas associados à pauta ESG no setor: "Temos os problemas da oferta, distribuição, custo, armazenamento dos combustíveis, problemas de segurança na transmissão e integração dos sistemas para energia livre e renovável. E também a qualificação da mão de obra para novas tecnologias, um problema que, inclusive, aflige demais a reparação automotiva".

Eletrificação

Quando se fala em descarbonização no setor automotivo, nossa mente imediatamente viaja até a eletrificação da frota. Claudio Sahad avalia que, no Brasil, o carro 100% elétrico ficará limitado ao tamanho da infraestrutura de recarga. "Vamos nos deparar com um problema sério. Estamos vendo isso acontecer nos Estados Unidos e na Europa. Diferentemente da China, onde o governo decidiu construir 300 mil postos de carregamento, então vai lá e constrói, na Europa e nos Estados Unidos isso está sendo delegado para o setor

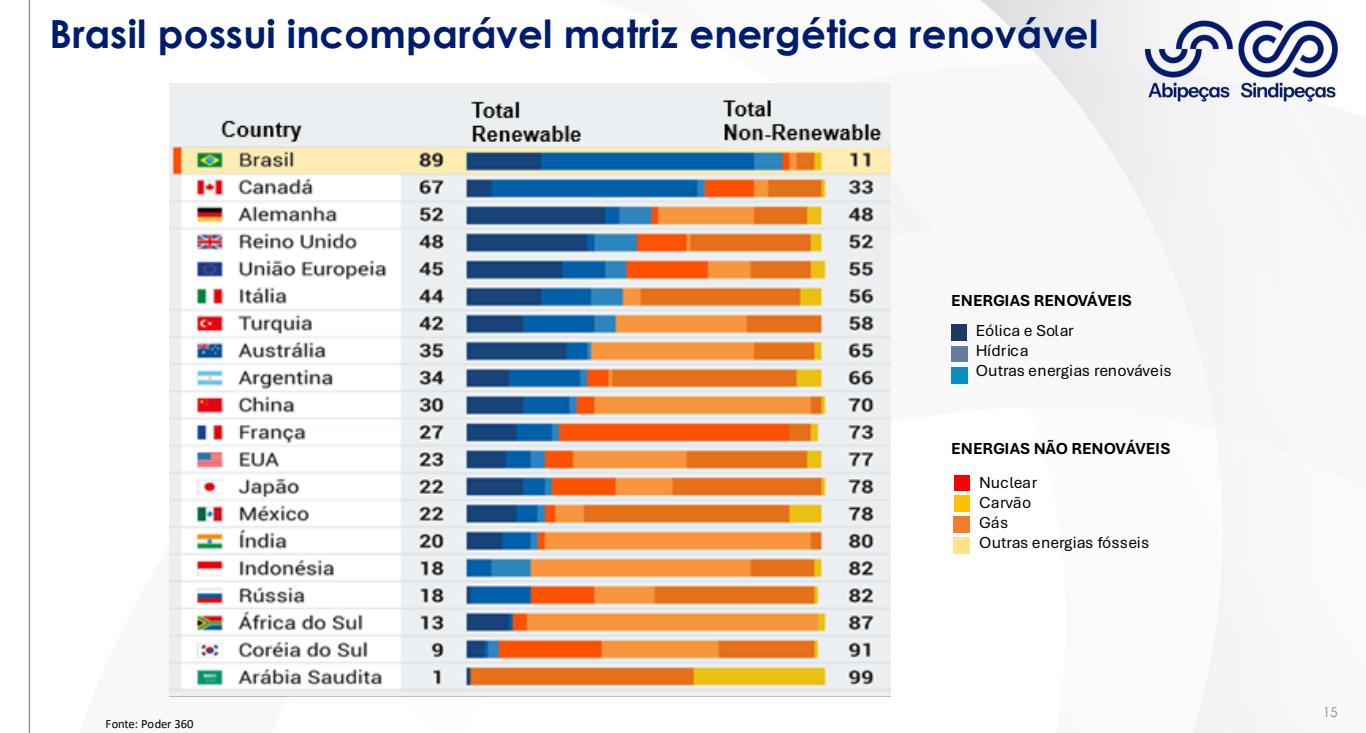
O potencial do Brasil

- Maior **patrimônio florestal**, com enorme biodiversidade.
- Extensa **área rural a ser recuperada**.
- Potencial incomparável de **geração de biomassa e biocombustíveis**.
- Capacidade relevante para a **produção de energias renováveis**.
- Gigantesca **produção agrícola**, capaz de ser majoritariamente **regenerativa e geradora de bio-insumos**.
- O SAF, o combustível marítimo e o etanol são bons exemplos de como podemos beneficiar o mundo e impulsionar o país.

➤ Vale ressaltar que o **conceito de sustentabilidade**, antes com outras denominações, está presente no setor de autopeças há décadas. Bom exemplo, é o Fórum ESG da Abipeças – Sindipeças que ocorre há mais de 20 anos, em que especialistas e representantes das empresas discutem o tema e apresentam exemplos concretos.

IOCHPE, Dan. Os Caminhos da COP 30: agenda de ação climática, 2025.

14



privado. É um investimento alto e o retorno está muito demorado porque os volumes ainda são pequenos. Então ninguém quer investir nisso. E aí fica essa dificuldade e esse vai ser

o teto. A infraestrutura de carregamento vai ser um problema, um fator limitante, porque a gente tão cedo não vai ter baterias com a autonomia necessária para o tamanho do território

brasileiro, as distâncias". Claudio Sahad prevê uma tendência de crescimento da participação dos carros hatch pequenos híbridos na frota brasileira. "É bastante

interessante porque, considerando que a pessoa tem um único veículo, ele pode rodar como elétrico na cidade e usar aquele veículo no final de semana com a família para viajar, sem nenhuma

dificuldade de abastecimento". O Seminário da Reposição Automotiva 2025 teve a organização do Grupo Photon e o apoio institucional das entidades Abrafiltros, Andap, Anfape, Asdap, Conarem, IQA, Sicap,

Sincopeças Brasil, Sindipeças e Sindirepa Brasil. O Seminário da Reposição Automotiva 2025 teve a organização do Grupo Photon e o apoio institucional das principais entidades do setor e do aftermarket brasileiro:

Abrafiltros, Andap, Anfape, Asdap, Conarem, IQA, Sicap, Sincopeças Brasil, Sindipeças e Sindirepa Brasil. Acompanhe nas próximas edições do Novo Varejo mais reportagens trazendo a cobertura do evento.

Oportunidades para o Aftermarket Automotivo

Crescimento e envelhecimento da frota são fatores que, segundo Claudio Sahad, vêm contribuindo para uma evolução favorável da participação do Aftermarket Automotivo no faturamento das indústrias de autopeças. "Vem crescendo ano a ano. Em 2024 representou 19,21% e, até junho de 2025, já representava quase o mesmo número. A gente tem uma frota com 10 anos e 11 meses de idade em média e um envelhecimento contínuo. Esse envelhecimento, claro, também é uma oportunidade para a reposição. E isso tudo está envolvido com a dificuldade para a venda de veículos novos. Então, voltamos ao problema da taxa de juros, da dificuldade para a venda dos novos, que traz essa oportunidade. Como diz o ditado, enquanto alguns choram, outros vendem lenço". Os números apresentados pelo presidente do Sindipeças mostram que a 'frota reparável' em circulação também tem tido um aumento consistente, principalmente em comerciais leves.

Como incentivo necessário à venda de veículos novos, Sahad destacou a importância de um programa de renovação de frota, que necessariamente precisa estar associado à inspeção veicular. "O Sindipeças tem batido muito na inspeção técnica veicular. Renovação de frota sem inspeção é uma falácia. Sem ela ninguém vai trocar um caminhão. Por mais que se ofereçam financiamentos para ajudar aquele cara que tem um caminhão de 30 anos rodando sem segurança, poluindo, se ele não tiver aquele caminhão barrado na inspeção, ele não vai trocar. A inspeção técnica é a mola propulsora para a renovação de frota".

Frota nacional em circulação



- Crescimento da frota brasileira em **todas as categorias** amplia continuamente o **mercado para serviços e reposição**.
- A **cadeia da reposição** é importante porque é ela quem mantém a frota brasileira em circulação. A união das entidades que representam a reposição, desde a indústria de autopeças até a aplicação, passando pela distribuição e o varejo, é necessária para garantir a robustez ao setor.
- Os **maiores crescimentos** para o período em tela foram observados em **Comerciais Leves e Automóveis**.
- O **envelhecimento contínuo** em todas as categorias gera oportunidades significativas para o mercado de reposição.

Tamanho da frota por categoria - 2024
variação (%) anual

Segmento	2024		Variação Anual (%)
	23/22	24/23	
Automóveis	39.006.708	0,2%	1,6%
Comerciais Leves	6.433.915	2,5%	4,7%
Caminhões	2.245.170	1,0%	2,8%
Ônibus	395.084	0,5%	1,6%
Total Autoveículos	48.080.877	0,5%	2,0%

Idade média por categoria - 2024

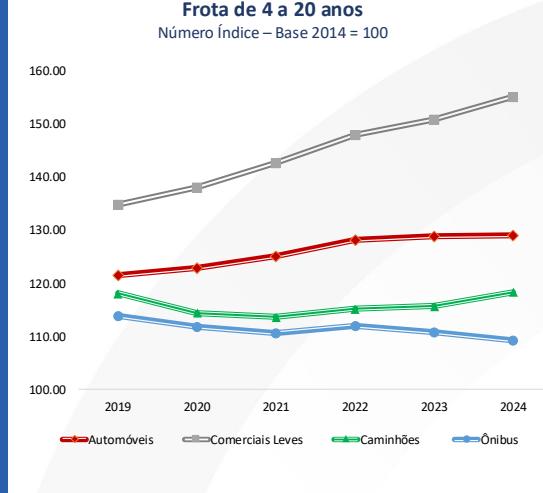
Segmento	2024
Automóveis	11 anos e 2 meses
Comerciais Leves	8 anos e 11 meses
Caminhões	12 anos e 2 meses
Ônibus	11 anos e 4 meses
Total	10 anos e 11 meses

11

Frota "reparável" em circulação



Frota de 4 a 20 anos
Número Índice – Base 2014 = 100



Segmentos	Variação média anual
Automóveis	2,6%
Comerciais Leves	4,5%
Caminhões	1,7%
Ônibus	0,9%

- Aumento consistente da **frota de comerciais leves**, com crescimento médio anual de 4,5% entre 2014 e 2024.
- Seguida pela **frota de automóveis** (2,6%).
- Mecanismos como o da **Inspeção Técnica Veicular (ITV)** e a renovação de frota – iniciando pelos veículos pedados (**Programa Renovar**) – são imprescindíveis para atender requisitos do ESG e oferecer maior segurança no trânsito.

12



Falta de mão de obra atinge ponto crítico e exige ação no aftermarket

Problema é global e tem diferentes causas no Brasil conforme mapeamento realizado pela Aliança Aftermarket

A capital paulista sediou em 9 de outubro a 11ª edição do Fórum IQA da Qualidade Automotiva. O evento recebeu especialistas e líderes da indústria que debateram tendências globais, inovação e qualidade no setor automotivo.

O encontro reserva todo ano um espaço para discutir temas relativos ao Aftermarket Automotivo. Para 2025, o assunto escolhido foi a falta de mão de obra no setor e os desafios para a qualificação dos profissionais.

A pauta é mais do que oportuna, pois traz para a reposição um tema hoje de inquietação global. A carência de profissionais não é fenômeno exclusivo do Brasil. Em todo o mundo é cada vez

mais difícil encontrar pessoas capacitadas ou até mesmo interessadas em realizar diferentes atividades indispensáveis para mover a economia. Cada país enfrenta sua própria conjuntura e tem obstáculos específicos a superar.

No caso do Aftermarket Automotivo brasileiro, eles são muitos e, no Fórum IQA, foram bem explorados na apresentação de José Arnaldo Laguna, presidente do Conarem - Conselho Nacional de Retíficas de Motores.

O primeiro problema citado por Laguna foi a redução do número de pessoas disponíveis para a força de trabalho – que ainda não retornou aos níveis pré-pandemia. No entanto, a raiz da dificuldade é anterior à crise sanitária e diz respeito à redução dos fluxos migratórios para as grandes cidades, uma curva decrescente que vem trazendo consequências especialmente

Mercado de trabalho formal já não é tão atraente para os profissionais

para São Paulo. Entre 2010 e 2022, o saldo foi negativo em quase 170 mil pessoas. Outro problema que afeta o mercado e vai piorar é o envelhecimento populacional. Segundo dados apresentados no cenário, a população em idade ativa correspondia a 78,35% do total em 2022, índice que deve cair para 66,81% em 2050.

Assistencialismo

O excesso de programas sociais em vigor no Brasil tem preocupado os empresários. Dos 6,48 milhões de beneficiários dos programas de transferência de renda brasileiros, 3,75 milhões estão em idade ativa, mas apenas 1,51 milhão deles trabalham. "Isso vem prejudicando profundamente o empregado que tem a carteira assinada. Por quê? Ele recebe a bolsa do estado e vai viver de bico. Isso tem complicado profundamente, principalmente naquele funcionário base, que está começando uma profissão, aquele funcionário que foi formado, preparado no Senai ou no Senac. E a gente nota que esse tipo de complicação vai aumentando com o tempo", lamentou Laguna. Os dados mostram também que a participação de jovens no setor industrial vem caindo. "Nós temos discutido muito no Senai o que pode ser feito

para atrair os jovens para a indústria, para a área produtiva. A meninada só pensa em TI, não quer colocar a mão na graxa, no serviço pesado. Nós tivemos uma redução, de 2006 a 2024, de 26,49% na indústria de transformação – que não pega a parte automotiva", disse o palestrante.

Quanto à remuneração, o salário do setor de serviços chegou a ultrapassar o salário da indústria, de onde acabou tirando profissionais. "Eu tive a oportunidade de perguntar e o salário da indústria estava em torno de 3,3 mil reais. Nos serviços, chegava a ultrapassar 4 mil". Ainda assim, o emprego formal no setor industrial subiu 12,24 ponto percentual entre o primeiro trimestre de 2015 e o quarto trimestre de 2024. "Nós temos concorrentes diversos, atividades como entregadores e motoristas de aplicativo. Assim como o pico com o MEI, microempreendedor individual". De fato, somente no estado de São Paulo são quase 4,5 milhões de MEIs registrados, sendo 84,3 mil abertos por mês. Isso contempla, inclusive, profissionais técnicos formados pelo Senai, que preferem criar um MEI ao trabalho com carteira assinada.

Em 2022, eram mais de 728 mil pessoas realizando serviços por meio de plataformas

no estado de São Paulo, sendo 243,5 mil motoristas de aplicativos. "Há uns dois anos um motoboy bateu no meu carro e quebrou a perna. Ia ficar 90 dias sem poder trabalhar. Eu quis dar um jeito de ajudar aquele rapaz e pedi pra ele enviar para nossa corretora os ganhos que ele obtinha fazendo entregas. Ele tirava de 200 a 300 reais por dia fazendo entrega de alimentos com motocicleta. Ou seja, ele ganha mais do que a gente paga para o funcionário registrado em nossas empresas. Claro, não tem décimo-terceiro, fundo de garantia ou férias. Mas acaba colocando mais dinheiro no bolso. Infelizmente isso é um problema bastante sério", contou José Arnaldo Laguna.

O palestrante encerrou a apresentação com o engajamento de egressos no trabalho formal a partir dos profissionais que concluíram preparação no Senai de 2018 a 2022: 63% ingressaram no mercado formal e 6,36% optaram pelo regime de MEI, de acordo com números

levantados pelo Senai. "As indústrias, o comércio e as oficinas mecânicas precisam se aproximar desses jovens em fase de oitava série para tentar trazê-los para o ensino profissionalizante e, principalmente, criar algo atrativo dentro do nosso negócio. Será que nós não poderíamos abrir as nossas indústrias e trazer esses jovens para conhecer o mercado automotivo? Tem tecnologia, o ambiente é interessante, é limpo, é agradável. As oficinas mecânicas, nós temos grandes exemplos em São Paulo, são empresas de altíssima tecnologia, organizadas. Pessoal todo uniformizado, trabalhando ali com muitos scanners. Dá para a gente criar um novo momento se nós focarmos um pouco na comunicação trabalhando com essa juventude", propôs Laguna.

Todo este movimento – com seus diferentes fatores de motivação – certamente influenciarão na abordagem do Aftermarket Automotivo às macrotendências para o setor.

Macrotendência	Solução prática
Carros mais complexos (elétricos, híbridos, softwares)	Treinar equipes e investir em equipamentos modernos
Escassez de mão de obra qualificada	Investir em capacitação contínua e certificações
Baixa atração de jovens para o setor	Valorizar a profissão e criar programas de atração para jovens

Fonte: Aliança Aftermarket Automotivo Brasil

ROLES E RPR

a melhor solução em
autopeças e motopeças



+ DE 40 MIL PRODUTOS EM PORTFÓLIO

MELHORES MARCAS DO MERCADO

ENTREGA EM TODO BRASIL

E MUITO MAIS



Roles: 0800 020 0300
RPR: 0800 040 0300



Roles Autopeças
RPR Motopeças



roles.com.br
rpr.com.br



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

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



ROLES



RPR



JUNTOS FAZEMOS MELHOR



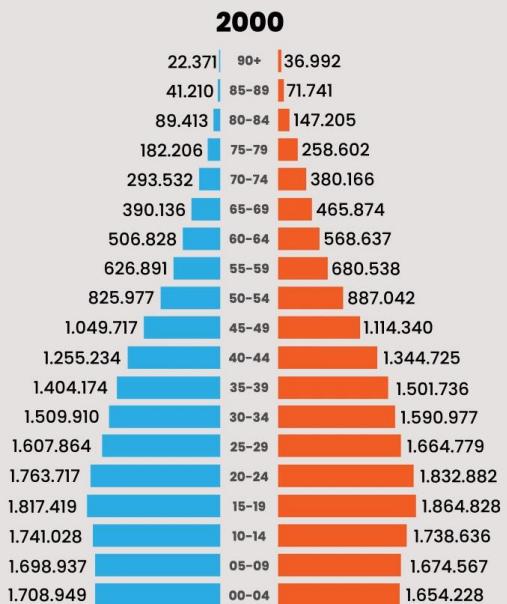
JUNTOS VAMOS MAIS LONGE



Veja nos gráficos a seguir mais informações sobre o mercado de trabalho apresentadas por José Arnaldo Laguna no 11º Fórum IQA da Qualidade Automotiva, com dados consolidados pela Aliança do Aftermarket

1. HÁ MENOS PESSOAS DISPONÍVEIS PARA O TRABALHO

ENVELHECIMENTO POPULACIONAL



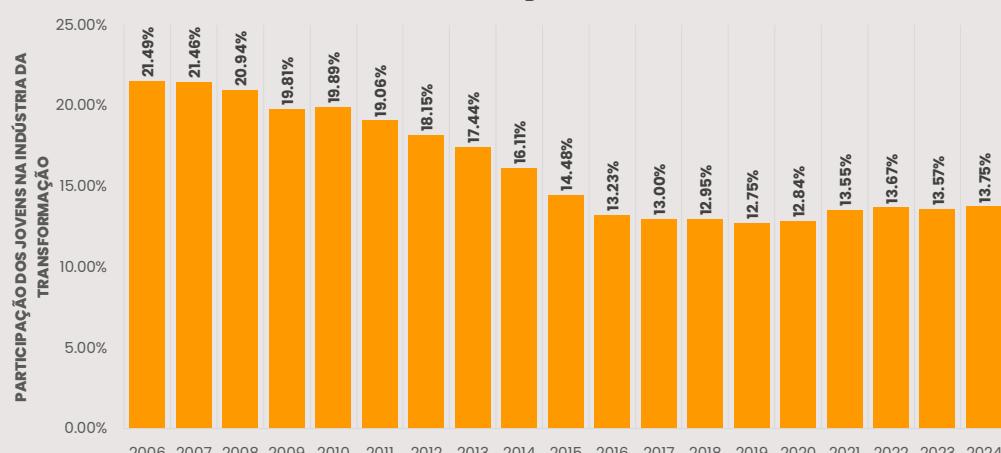
POPULAÇÃO EM IDADE ATIVA:

78,35% (2022)

66,81% (2050)

2. REDUÇÃO DA PARTICIPAÇÃO DE JOVENS NO SETOR INDUSTRIAL

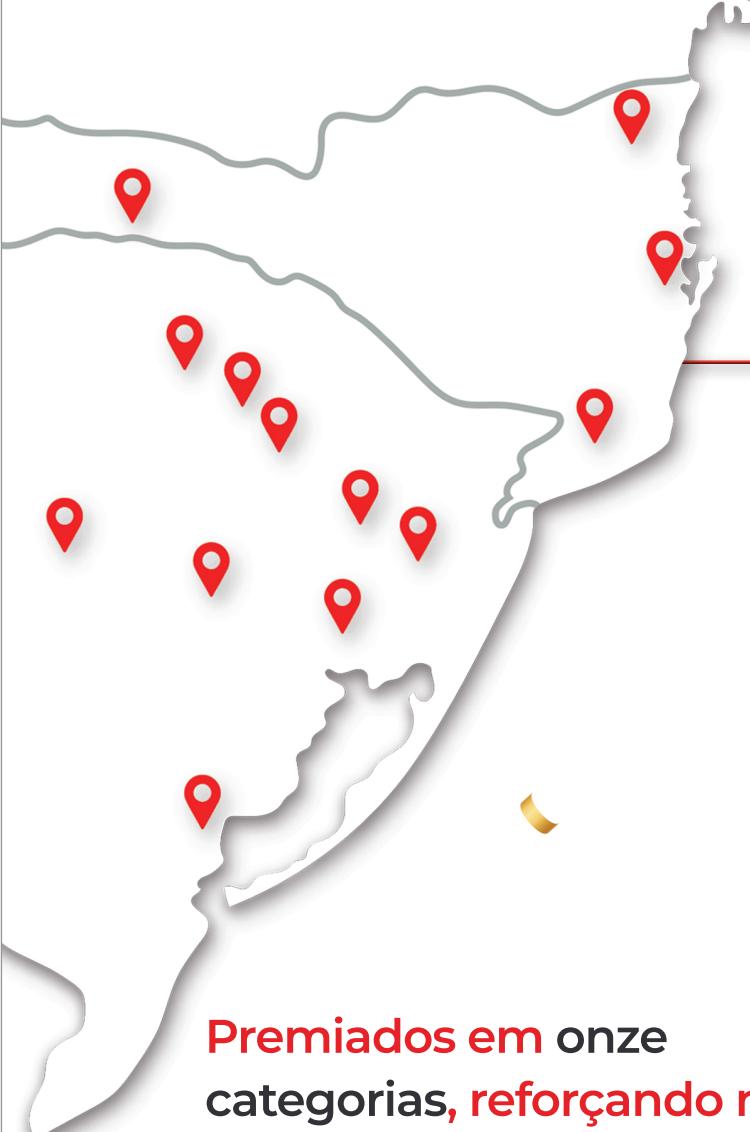
JOVENS ATÉ 24 ANOS NO EMPREGO FORMAL INDÚSTRIA DA TRANSFORMAÇÃO



REDUÇÃO ENTRE
2006 E 2024

-26,49%

FONTE: RAIS, CONSIDERANDO ESTADO DE SÃO PAULO E DEFINIÇÃO SETORIAL CONFORME CLASSIFICAÇÃO DO IBGE.



VENCEDORES DO MAIORES & MELHORES DA REGIÃO SUL 2025

Há quase **50 anos**, unimos tradição e inovação para oferecer soluções que impactam o segmento automotivo. Receber o prêmio de primeiro lugar na Região Sul é fruto do empenho da nossa equipe e da confiança de nossos clientes. Agradecemos a todos que compartilham essa conquista.

Premiados em **onze** categorias, reforçando nossa posição de referência no segmento automotivo.



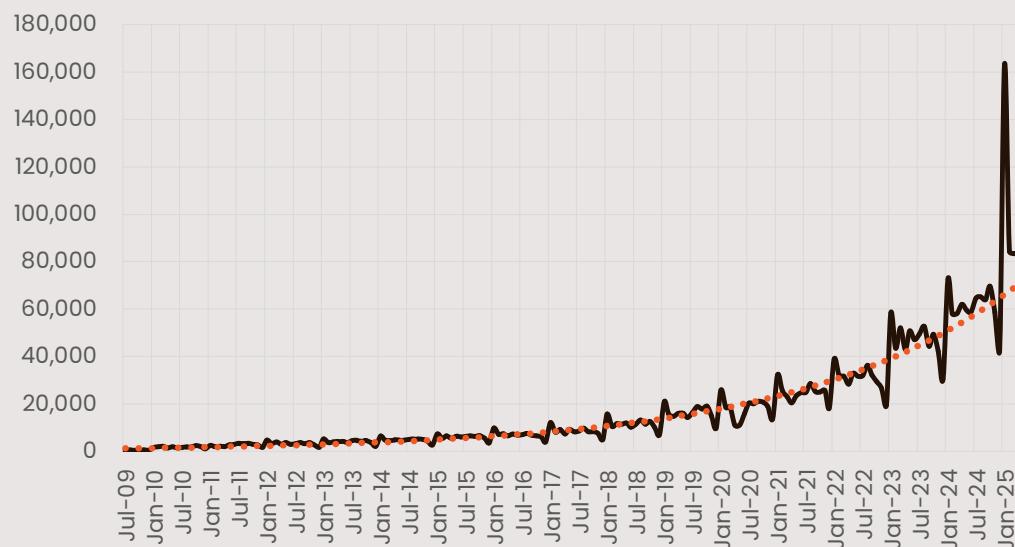
Escaneie o QR Code e
acesse nosso site!

ap auto pratense®
Distribuidora de autopeças



5. HÁ AUMENTO DO NÚMERO DE MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS

CRESCIMENTO DO NÚMERO DE MICROEMPREENDEDORES



4.479.403

MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS REGISTRADOS NO ESTADO DE SÃO PAULO.

84.303

É O NÚMERO MÉDIO DE MEIS ABERTOS POR MÊS NO ESTADO AO LONGO DOS ÚLTIMOS 12 MESES

6. O CRESCIMENTO DA PLATAFORMIZAÇÃO DO TRABALHO ESTÁ COMPETINDO COM O MERCADO FORMAL



EM 2022,

728.915

PESSOAS TRABALHAVAM POR MEIO DE PLATAFORMAS EM SÃO PAULO

243.550

MOTORISTAS POR APLICATIVOS DE TRANSPORTE DE PASSAGEIROS

221.464

TRABALHADORES ENTREGADORES

189.971

TRABALHADORES EM PLATAFORMAS DE COMÉRCIO ELETRÔNICO

73.929

PRESTADORES DE SERVIÇOS GERAIS

FONTE: PNAD-C, IBGE

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 18 de outubro;

Estande 248 a 250,
corredor I com corredor 7;

Quinta e sexta: 15h às 22h;
Sábado: 13h às 20h;

Centro de Convenções de
Goiânia (Rua 4, 1400 - Setor
Central).

Aguardamos sua presença!

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



DESAFIOS E OPORTUNIDADES NO AFTERMARKET AUTOMOTIVO QUALIFICAÇÃO DE MÃO DE OBRA EM UM CENÁRIO DE NEGÓCIOS

Fotos: Divulgação IQA



Claudio Sahad, Antonio Fiola, Alcides Acerbi Neto, José Arnaldo Laguna, Heber Carvalho e Rodrigo Carneiro foram os debatedores no painel do Aftermarket Automotivo

Líderes da Aliança do Aftermarket debatem desafios da mão de obra no setor

Espaço reservado ao mercado de reposição no Fórum IQA da Qualidade Automotiva investigou caminhos para minimizar o impacto da falta de profissionais no setor automotivo

A Aliança do Aftermarket Automotivo vem reforçando seu papel como catalisador do pensamento integrado e ações coordenadas no mercado de reposição brasileiro. No 11º Fórum IQA da Qualidade Automotiva, o espaço de debates reservado ao aftermarket reuniu líderes do setor da mobilidade para discutir os desafios e as alternativas para vencer a carência de mão de obra enfrentada pelas empresas. Participaram das discussões Cláudio Sahad, presidente da Abipeças e Sindipeças e, representando Aliança do Aftermarket Automotivo, Antônio Fiola, presidente do

Sindirepa Brasil; Heber Carvalho, presidente do Sincopeças São Paulo; Rodrigo Carneiro, presidente da ANDAP; e Alcides Acerbi Neto, presidente do Sicap. O debate foi mediado por José Arnaldo Laguna, presidente do Conarem.

José A. Laguna - Como transformar a área comercial e logística do atacado em espaço de atração e formação de talentos? O que pode ser feito para que essa porta de entrada seja também uma escola prática de qualificação?

Alcides A. Neto - A distribuição do nosso setor é,

praticamente, um hub. Toda a parte da indústria passa por nós e tem que chegar ao varejo e às oficinas. O que eu vi hoje aqui, e acho que a gente está explorando pouco, é que muitos já têm as soluções. São ações profissionalizantes ou trabalhos que já estão sendo feitos e isso não está tendo a divulgação devida. O nosso mercado é atrativo, não estamos sabendo vender. A gente podia dar uma modernizada para 'setor da mobilidade'. Tem várias coisas que poderiam ser feitas para esses jovens. A distribuição também tem tecnologia, como a indústria; o varejo tem investido

muito na venda, na automação. A questão é mostrar para o pessoal que esse setor é muito atrativo, tem todas as demandas de mercado, parte tecnológica, investimentos e tudo mais.

José A. Laguna - Vamos abrir a porta desses distribuidores e trazer esse pessoal para visitar, porque, realmente, eles me encantam. A oficina é o ponto mais crítico da falta de qualificação e sucessão. Muitos donos não encontram quem continue o negócio. E jovens não se sentem atraídos pela profissão. O que podemos fazer



**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



juntos para ressignificar a imagem da reparação e atrair novas gerações?

Antonio Fiola - A gente tem a escola Senai Ayrton Senna que é nossa maior vitrine. Quando a gente leva qualquer pessoa lá, muda a cabeça. Realmente, essa geração não quer o carro. O carro para ela é um problema. Muitas vezes o que vai gastar de manobrista, você gasta menos de Huber. Não é raro a gente contratar na oficina uma pessoa que não é habilitada. Antigamente isso não existia. O nosso grande desafio é criar o glamour do carro. Tem que aproveitar a onda para tirar o melhor dessa tendência. Abrir a porta da oficina, abrir a escola Senai, é um primeiro passo. A gente sabe que o jovem quer ser criador de conteúdo, influencer. Mas isso pode ser feito também dentro da oficina. A gente pode criar um canal para que ele fale, faça isso com conhecimento. Nós temos a certificação do IQA, que valoriza o profissional. Acho que essa renovação da frota, diversidade de matrizes, com esse avanço tecnológico, pode glamourizar o automóvel. Porque a gente vai falar para essa pessoa que ela não vai ser um mecânico, vai ser um técnico de eletrônica, um técnico em elétrica. Esse caminho, para nós, é muito importante para a gente começar a difundir. Vamos abrir a indústria,

organizar um grupo de colégios, um grupo de estudantes para conhecer a indústria.

José A. Laguna - Será que o problema da falta de sucessão não é porque nós voltamos para casa e falamos mal do nosso negócio? Porque nós não estamos falando bem para incentivar.

Antonio Fiola - Sem dúvida. Isso acaba contagiando. Às vezes, até com os nossos clientes a gente faz isso. Claro, problemas todos nós temos, mas meu pai falava que é melhor ficar com os problemas que você já conhece do que mudar de profissão e ter problemas que você não conhece. Temos que criar o desejo nas pessoas para a sucessão. Existem oficinas maravilhosas. Eu mesmo estou fazendo já algum tipo de plano de sucessão. Tenho duas pessoas que me acompanham na empresa que eu quero que permaneçam, porque já são quase 40 anos no negócio. Eu sou exemplo disso. Meu pai não queria que eu continuasse de jeito nenhum. Ele sempre brigava comigo. "Não pode ter um dono de oficina formado?". Ele dizia que não, quem se forma não vai para a oficina. Era essa a cabeça que a gente tinha na década de 80. É importante eu empolgar meu filho ao invés de desmotivá-lo.

José A. Laguna - Se pensarmos em competitividade global, o que está em jogo se não acelerarmos a qualificação? Você vê risco de o Brasil ficar para trás diante das mudanças internacionais?

Claudio Sahad - Gostaria de complementar sobre a sucessão porque eu passei por isso. Eu fiz Direito, advogava havia cinco anos quando eu tive um insight de trabalhar com meu pai na empresa. Meu pai também chegava em casa reclamando das dificuldades, mas eu via o amor que ele tinha pelo negócio, a paixão com que ele trabalhava ali. E aquilo me conquistou. Todo o nosso patrimônio veio dali. E o dia que ele faltar, quem é que vai cuidar? Pedi para ele para ser o sucessor. E eu sabia

das dificuldades, a gente não pode esconder as dificuldades, mas tem que encantar o nosso sucessor e mostrar para ele também a beleza do negócio. E saber que, claro, quem vai guiar sempre a sucessão é o empreendedor. Se ele não tiver essa decisão, ninguém vai fazer. Mas, quando a gente fala de qualificação, é o principal elemento da equação que compõe a competição. A gente corre, sim, um sério risco de perder relevância se não nos qualificarmos, porque vamos perder competitividade. E aí a gente fica mais caro, menos eficiente e vai perder fornecimento, exportação, relevância, a gente passa a ser muito mais dependente de importação. Qualificação, hoje, é uma questão estratégica de soberania nacional. E a indústria tem



Sahad repudia extinção do sistema S

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.

Orbid 70
anos



CONTATE SUA FILIAL OU ACESSSE: 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

Orbíd Autopeças

www.orbid.com.br

Orbíd Autopeças



SCHAEFFLER

MAHLE



BEHR

SABO

SKF



SPICER™



MERITOR

AMPRI **Continental**

DAYCO
MOVE FORWARD. ALWAYS.™

FERSA

TIMKEN

URBA

Valeo



feito a parte dela. A indústria tem o Senai Ipiranga, um orgulho na área automotiva. Tem o programa Formare, que saiu de uma indústria de autopeças. Tem o Instituto Sindipeças da Educação Corporativa, que foi criado há mais de 10 anos com o escopo de qualificar principalmente as pequenas e menores empresas. Temos feito muita coisa, agora é preciso intensificar isso.

José A. Laguna - O consumidor chega cada vez mais informado e o balcônista precisa se reinventar. Como o varejo pode formar não apenas vendedores, mas consultores de confiança, capazes de orientar oficinas e clientes em meio a informação digital?

Heber Carvalho - Eu tenho comércio de autopeças, a gente acompanha o dia a dia do balcão e vê justamente isso que vocês estão falando. Quando eu visito outra loja, observo como está o atendimento do balcão. Eles precisam se reinventar. Porque o balcônista trabalhava no catálogo de papel, o cliente trazia a peça na mão, ele conferia o produto, pegava na prateleira e vendia. Hoje o cliente chega no celular com o preço da peça. No começo, meus vendedores falavam que ia ser difícil vender, porque o cliente já tem o preço da internet.

Vendo essa situação, comecei a mostrar para os vendedores que é esse o caminho. Quando ele já tem o preço, está mais fácil para a gente vender. Nós, empresários do varejo, temos que estar atentos ao atendimento, à qualificação, porque nem tudo é preço. Em várias pesquisas que eu participei, o preço é uma das últimas coisas mais importantes para você comprar ou vender um produto. Você tem que oferecer segurança, qualidade e informação daquele produto que está vendendo. É muito importante esse treinamento para os profissionais. Nós temos o IQA, que tem feito um trabalho muito grande para qualificação de vendedores. Temos o próprio Sincopeças, que tem procurado, em parceria com o Sebrae, desenvolver treinamento para os profissionais. E a gente às vezes até fica triste porque você dá oportunidade e poucos vendedores estão dispostos a passar pelo treinamento. Ou eles acham que já sabem muito ou que o que vão aprender não interessa. Treinamento hoje é tudo. Quem trabalha numa loja está tendo uma escola de oito horas por dia. É diferente do banco de faculdade, do banco de escola, do treinamento online. Ele passa oito horas atrás do balcão vendendo tudo o que acontece ali e ele vai ter que absorver isso.



Foto: Novomeio

Fiola diz que mecânico pode ser influenciador

José A. Laguna - Falta integração entre os elos da cadeia quando falamos de capacitação. Os distribuidores têm um forte elo com a indústria, atuação nacional e capilaridade. Qual a sua visão sobre a Aliança do Aftermarket liderar programas de formação?

Rodrigo Carneiro - A resposta é sim. Fizemos a Aliança para o desenvolvimento coletivo mesmo. Mas eu ouvi algumas coisas aqui pela manhã, então é impossível não responder para além da pergunta. A pergunta é relativamente fácil de responder, se for a capilaridade e aquilo que a distribuição fez na vida toda, que é estar integrada à indústria, ao varejo e à aplicação. As duas mil e quinhentas warehouses que a distribuição tem em todo o Brasil, eu ouso dizer que próximo de 100% das filiais dos distribuidores têm espaços para treinamento. E é uma das coisas que mais a distribuição faz junto com os fabricantes, os treinamentos técnicos. Eu ouvi pela manhã temas ligados a multicanalidade, transformação digital, e acho que a gente precisa entender o que é capilaridade, multicanalidade e transformação digital no nosso segmento. Transformação digital, acima de tudo, é muito mais do que soluções de hardware e software – nós já temos isso e a distribuição, o varejo, a aplicação já vêm trabalhando, inclusive com inteligência artificial – mas sim entender que é transformação do mindset. Eu quero lembrar o seguinte: o que é o segmento automotivo

MAIORES & MELHORES
em distribuição de autopeças

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 | 19h30

E mais uma vez a **A.TV**, o canal do Aftermarket Automotivo no Youtube, fará a transmissão **ao vivo** da cerimônia de premiação

PRODUTOS

ACESSÓRIOS	AMORTECEDOR	BORRACHA	CORREIA
CENTER PARTS	COBRA	JAHU	COBRA
CHG	EMBREPAR	METAL SYSTEM	EMBREPAR
NEW KAR	SAMA	ROLEMAR	SAMA
-	-	-	-

EMBREAGEM	FERRAGEM	FILTRO	FIXAÇÃO
COBRA	EMBREPAR	EMBREPAR	DEW PARTS
DPK	JAHU	PELLEGRINO	JAHU
EMBREPAR	UNIVERSAL	SAMA	NEW KAR
-	-	-	-

LUBRIFICANTE	PASTILHA DE FREIO	PEÇA IMPORTADA	VELAS DE IGNição
BRIDA	COBRA	ISAPA	COBRA
FORTLUB	EMBREPAR	MOTOR IMPORTS	EMBREPAR
LUCAR	SAMA	PADRE CICERO	REAL
TREVILUB	-	-	-

ROLAMENTOS

- COBRA
- EMBREPAR
- ROLES

REALIZAÇÃO

Nhm

AFTER.LAB

SISTEMAS

ARREFECIMENTO	CÂMBIO E DIFERENCIAL	DIREÇÃO	ELETTRICO
AUTO NORTE	PELLEGRINO	EMBREPAR	ELETROPAR
EMBREPAR	ROLES	PELLEGRINO	FURACÃO
ROLEMAR	SAMA	SAMA	TOLI
-	-	-	-

FREIO	INJEÇÃO ELETRÔNICA	MOTOR	SUSPENSÃO
DPK	EMBREPAR	DPK	COBRA
REAL	FURACÃO	REAL	DPK
SAMA	SAMA	SAMA	EMBREPAR
-	-	-	VESPOR

Esteja entre os
Maiores e Melhores

DIVULGAÇÃO





se não há reposição independente? Eu fico imaginando o que seria de uma marca, e o que seria da manutenção de um produto desta marca, se não fosse, por exemplo, a capilaridade. Eu não posso deixar de falar, são mais de 150 mil pontos de relacionamento com a possibilidade de manutenção da frota brasileira. Há que se entender que a qualificação de mão de obra é extremamente cara para todos nós da cadeia produtiva. É muito caro ter esses auditórios, essas salas, em todo o Brasil, mas a gente tem feito muito isso. A gente gasta muito dinheiro com isso. E competimos em mão de obra com um competidor cruel, que é o assistencialismo brasileiro. Agora, respondendo mais objetivamente, a gente pode

sim, vai continuar a fazer isso. Nós temos grandes escolas que nos ajudam, o Sistema S. E mais que isso, quero chamar a atenção a duas coisas que temos no Brasil: o IQA já tem uma qualificação para vendedores de autopeças e a gente precisa usar mais. E nós temos uma das maiores plataformas de informação – eu não posso deixar de valorizar o Fraga. Então, não falta informação. Temos que resolver uma questão, que até está sendo resolvida, bem encaminhada em alguns momentos, que é a disponibilidade da informação. Se a gente quer falar sério sobre experiência do cliente, branding, sobre valorização de um produto, da sustentação de uma base ou de um brand para aquele produto, a gente precisa falar muito sério sobre

quem pode, de fato, defender isso nos locais mais distantes. Porque nós temos o dever de levar a informação qualificada a este consumidor final. Que paga todas as contas, inclusive a nossa, que estamos aqui. Então a gente precisa liberar essa informação.

José A. Laguna - Esse é um mercado bastante profissional. Tem desafios, mas eu acho que a gente está à frente de muitos outros países. E nós precisamos ter acesso a informações. Isso é uma coisa que o Brasil precisa evoluir. Porque o bom funcionamento do veículo não está só no período de garantia, é também no pós-venda.

Antonio Fiola - O acesso à informação é muito mais complexo do que a gente pode imaginar. Se não tiver como a oficina reparar, o Brasil para. E a segunda coisa é que isso acaba sendo um desserviço à formação de mão de obra. Porque você pega um jovem, ele chega à oficina, começa a ver a dificuldade que é para reparar um carro, e as maneiras que a gente tem para ter acesso à informação algumas vezes, isso acaba sendo uma falta de estímulo.

José A. Laguna - Que competências novas os profissionais de atacado precisam

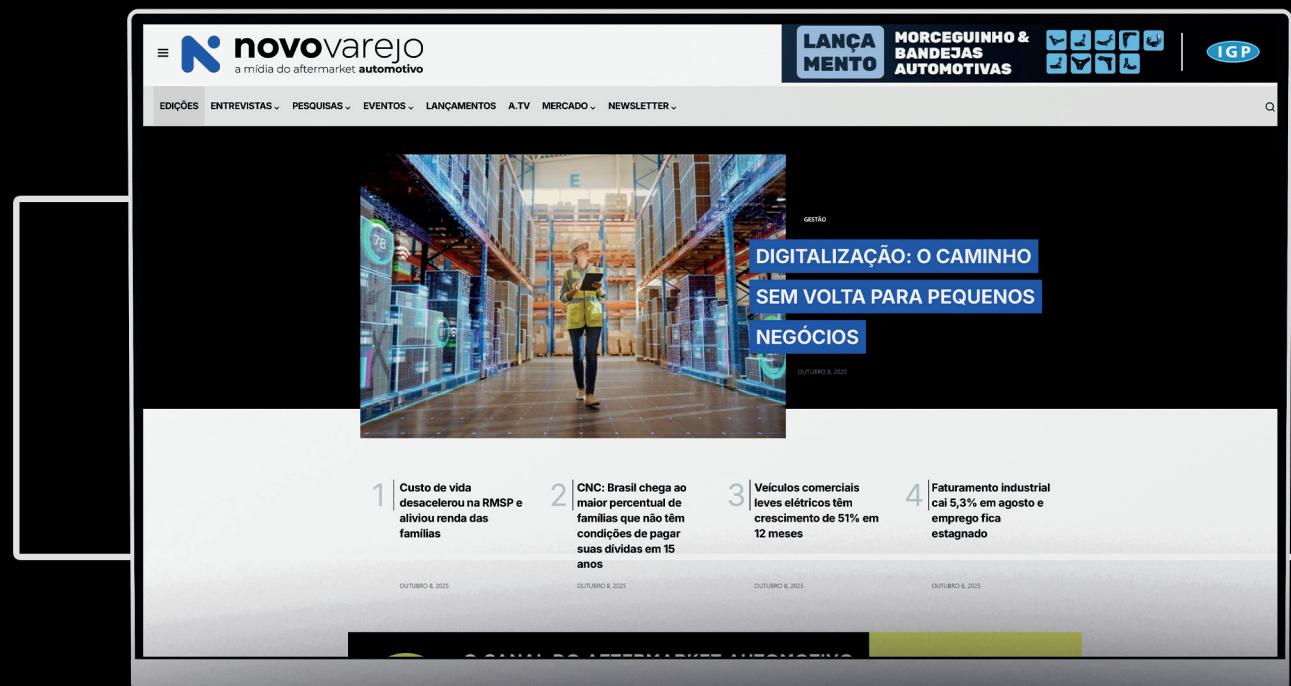
para lidar com inteligência de dados, e não só com o estoque físico?

Alcides A. Neto - Hoje o principal é ter visão analítica. Cabe a nós capacitar nossos profissionais a analisar os dados que a gente recebe. É uma enorme quantidade de informação, mas precisamos de qualificação melhor. Precisamos usar essa conexão que temos aqui, entre todos os elos, porque é até um ponto estratégico, ter esses vários outros cursos de qualificação, seja home, in company, os treinamentos das próprias indústrias. Se a gente conseguir integrar essas diversas formas de capacitação profissional, a gente vai conseguir ter uma assertividade muito maior, uma produtividade muito maior. E vamos ter que trazer esse glamour também, talvez a gente não consiga mostrar para o jovem que a gente tem análise total de dados, tem uma ampla visibilidade de demanda, consegue fazer comunicados mais assertivos, pontuais e personalizados, a gente consegue fazer catálogos mostrando melhor o produto. Treinar nosso pessoal, usar melhor as informações que a gente mesmo gera, além de ter acesso às informações. Se aproveitarmos tudo o que foi mostrado pela indústria hoje, tanto na montadora, que já está fazendo, assim como o setor independente



Laguna foi o mediador do debate

Traga sua marca para nossos ambientes digitais



314 mil interações no site
+ de 48 mil usuários

262 mil impressões em redes sociais
+ de 133 mil contas alcançadas

Dados de janeiro a setembro de 2025

Clique e tenha acesso às nossas edições

Amplie sua visão sobre o presente e futuro
do Afermarket Automotivo



está fazendo também, todas essas ferramentas que nós temos, isso seria um atrativo muito grande.

José A. Laguna - As oficinas muitas vezes viram escolas improvisadas. Como transformar esse aprendizado em algo reconhecido?

Antonio Fiola - Esse é o nosso maior desafio. A oficina sempre foi uma escola improvisada, entretanto, hoje, não só os programas de assistencialismo, mas também o programa menor aprendiz deixou de ser interessante. Eu trabalhava com 14 anos. Hoje é crime. Antigamente os pais pediam para arrumar alguma coisa para o filho fazer, aprender a lavar peça. Hoje ele poderia ser ensinado a fazer um diagnóstico, a operar um scanner na oficina. Porque ele tem conhecimento tecnológico e poderia ajudar muito no dia a dia da reparação. A manutenção de híbridos e elétricos envolve tecnologia, envolve o interesse que eles têm. A gente fala que o motoboy ganha 300 reais por dia, mas é insalubre, ele está arriscando a vida. Às vezes é melhor ele fazer uma carreira na oficina. A gente tem esse desafio também no mercado de reparação, criar um plano de carreira. A California Creators é um centro de criação de conteúdo para influenciadores menores. Lá tem uma oficina,

tem uma cozinha. Por que não a nossa oficina se tornar um centro de criação de conteúdo também para a rede social? Tem uma série de coisas que a gente poderia fazer, mas o básico é ter conhecimento em elétrica e eletrônica.

José A. Laguna - Considerando que o Senai e Senac possuem centenas de escolas profissionalizantes no estado de São Paulo, e considerando também que o Brasil é um país dos dimensões continentais, como equilibrar a geografia na capacitação da mão de obra para que não haja um descompasso perigoso?

Claudio Sahad - A educação é dos problemas mais sérios no Brasil. O analfabetismo funcional é uma das coisas mais complicadas que a gente tem. Pessoas chegando na universidade analfabetas funcionais. Eu vejo na minha empresa gente que tem o segundo grau completo e você pede para fazer um cálculo de porcentagem e ela não sabe fazer. Nós somos obrigados a ensinar matemática básica. Temos o Instituto Sindipeças de Educação Corporativa que procura atuar em todas as nossas regionais. Além de São Paulo, temos Minas Gerais, Rio de Janeiro, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Nós temos representações no

Distrito Federal, na Bahia e estamos desenvolvendo uma nova distrital em Pernambuco. E a gente atua com os associados em todas essas regiões, disseminando conhecimento e qualificação. Agora, é preciso ter mais Senais e Senacs espalhados pelo Brasil. Eu não me conformo quando a gente ouve políticos falando em acabar com o Sistema S. Eu acho um crime. Se a gente acabar com isso, nós acabamos praticamente com o ensino técnico do Brasil. Que é tão importante, a deficiência de profissionais técnicos no Brasil é absurda. Acho que é maior do que de engenheiros. A Alemanha é um país muito menor que o Brasil e tem uma disponibilidade de ensino técnico maior. Por quê? Porque tem uma política governamental voltada para isso de

décadas. Infelizmente, não tem essa política aqui. Enquanto a gente não tem isso, nós temos que usar da inventividade e tentar ocupar esse espaço de outras formas. Por exemplo, no Instituto Sindipeças, a maioria dos nossos treinamentos é online ou in company. A gente vai até o aluno. Isso facilita muito o treinamento. A gente tem que começar a criar esses hubs de empresas. Nos treinamentos in company, a gente junta três, quatro empresas para formar uma turma e faz o treinamento numa delas. Normalmente, empresas que são próximas. A gente tem que usar dessa inventividade para suprir o problema.

José A. Laguna - Como a Aliança do Aftermarket poderia provocar um varejo



Participantes apontaram diferentes caminhos para tornar o mercado de reposição atraente para novos profissionais

tradicional de autopeças comparando tendências neste comércio que incorporam os passos para aplicação de peças no próprio local?

Heber Carvalho - A participação da Aliança é muito importante nessa formação de ideias. Nós somos formadores de opiniões, justamente com vocês que estão aqui, para que nós consigamos realmente trazer oportunidades para as pessoas do setor de autopeças. É esse o nosso principal objetivo. O ideal é nós nos preocuparmos com o que a Aliança tem feito para a formação de ideias e formação

de pessoas para a sobrevivência do nosso mercado, que é muito promissor.

José A. Laguna - Iniciativas coletivas poderiam transformar distribuidores em polos de conhecimento e não apenas de logística?

Rodrigo Carneiro - De qualquer maneira nós vamos fazer parte disso. No Sicap e na Andap, a partir do mapeamento das necessidades dos nossos associados, a gente identificou oportunidades de propor soluções e agentes que poderiam contribuir com as soluções. Nós temos um mercado extremamente rico,

extremamente técnico, com uma logística extremamente complexa. Nosso segmento gasta uma fortuna em questões como, por exemplo, a garantia, a gente desperdiça muito. Precisamos ter um modelo de gestão absolutamente articulado e compartilhado. E eu quero pedir desculpas aqui por minhas respostas às vezes muito apaixonadas. Eu sou um apaixonado pelo Brasil. Nós desenvolvemos um negócio que o mundo mais precisa hoje, que é a solução híbrida. A gente tem capacidade de produzir motores a combustão de baixa emissão. Nós temos uma matriz energética que os

países têm. Temos uma indústria fantástica. Temos uma distribuição com capacidade de investir em inteligência, investir na proximidade para transformar a experiência do cliente numa experiência positiva, principalmente voltada para a manutenção preventiva. Temos uma reparação irreparável, realmente em todo momento, em todos os lugares em que haja necessidade. Redes incríveis de varejo no Brasil – uma rede aqui em São Paulo com a presença de mais de 40 mil pessoas por dia. E, às vezes, a gente se despreza a capacidade de transformar isso em informação.

NOVA LINHA DE BANDEJAS DE SUSPENSÃO IGP

Tradicional fabricante de produtos do segmento automotivo.



IGP, a bandeja original do Brasil



igpbr.com

@igp.oficial

11 4070-8000



Foto: Shutterstock

A partir do ano que vem mercado terá de se adequar a novos processos

Webinar discute impactos das novas regras tributárias no Aftermarket Automotivo

Evento foi promovido pela DENSO em parceria com a KPMG para orientar os distribuidores de autopeças sobre as novidades que estão chegando

Aprovada em dezembro de 2023, a Reforma Tributária passará por um longo período de transição até a implementação da totalidade de seu texto, prevista para 2033. Até lá, as empresas serão desafiadas a se adaptar gradualmente às novas regras que redesenharão a estrutura de tributos sobre o consumo no país.

Já em 2026, o mercado começará a sentir os primeiros efeitos práticos com a entrada em vigor do novo layout de nota fiscal e da chamada alíquota-teste de 1%. Em 2027, o PIS e a Cofins serão substituídos pela CBS,

inaugurando oficialmente o novo regime tributário.

Esses e outros pontos foram discutidos sob a ótica do Aftermarket Automotivo em um webinar promovido em setembro pela DENSO Brasil, em parceria com a KPMG, reunindo distribuidores de diferentes regiões do país. A proposta foi oferecer um panorama técnico e, ao mesmo tempo, prático das mudanças trazidas pela reforma que, segundo os especialistas, tende a impactar diretamente a formação de preços, a gestão fiscal e o fluxo de caixa das empresas do setor.

O conteúdo técnico foi conduzido majoritariamente pelo sócio da KPMG no Paraná, João dos Santos Neto, que começou apontando a simplificação do sistema, a redução de litígios e o fim da guerra fiscal entre estados como as principais motivações do texto. “O novo modelo, conhecido como IVA Dual, substituirá gradualmente tributos como ICMS, ISS, PIS, Cofins e IPI, unificando a base de arrecadação sob dois impostos: o IBS (Imposto sobre Bens e Serviços), de competência estadual e municipal, e a CBS (Contribuição sobre

Bens e Serviços), de competência federal”, detalhou. A proposta, segundo o especialista, é permitir a não cumulatividade plena, crédito pelo pagamento efetivo e apuração centralizada, criando um ambiente tributário mais previsível.

Outro ponto de destaque foi o fim da substituição tributária e da monofasia – temas que há anos geram debates no aftermarket e que devem ter desdobramentos diretos sobre margens e fluxo de caixa já que, com a mudança, cada elo da cadeia passará a recolher seus próprios tributos.

Relembre o que é a substituição tributária

A Substituição Tributária (ST) é um regime em que o tributo (especialmente ICMS) é antecipado e cobrado na origem da cadeia – geralmente pelo fabricante ou distribuidor – em vez de esperar pela venda ao consumidor final. Em vez de cada elo recolher individualmente conforme a operação, o imposto já vem “embutido” no preço da mercadoria. Esse modelo é bastante usado por estados com o argumento de simplificar a fiscalização e reduzir sonegação, mas carrega desafios graves para o varejo e o mercado de reposição.

De acordo com lideranças do mercado, como Marco Antonio Machado, presidente do Sincopeças-RS – entidade que foi uma das responsáveis pela saída do setor de autopeças do estado ter deixado a ST –, o regime:

- transforma parte do **capital de giro** do varejista em tributos antecipados, sem garantia de que a venda será feita;
- incentiva a **guerra fiscal entre estados**, já que impostos e margens variam bastante de uma unidade federativa para outra;
- pode gerar desequilíbrios de concorrência, sobretudo em e-commerce: lojas localizadas fora de estados com ST podem oferecer preços desfavoráveis ou fugir dessa obrigação.
- o regime tem sido identificado como causa direta de **sufocamento do capital de giro de pequenas e médias empresas**, uma vez que exige que o tributo seja pago antes da concretização das vendas.

Já na parte final do encontro, o também consultor da KPMG, William Bora, apresentou exemplos práticos da Reforma sob a ótica de sua carga tributária, alertando que esta varia conforme o porte e o regime de tributação de cada companhia. “A Lei Complementar 214/2024 apresenta casos em que a carga tributária pode cair, especialmente para quem está no lucro presumido ou no Simples Nacional, devido à ampliação dos créditos. Mas é fundamental que cada

distribuidor faça simulações detalhadas antes de decidir qualquer mudança de regime”, pontuou. Em uma dica final, a supervisora tributária da DENSO, Luana Houses, reforçou que todas essas nuances exigem que as empresas se antecipem às urgências impostas pelo calendário da transição, iniciando o mais rápido possível suas preparações técnicas e operacionais por meio da revisão de processos e integração das áreas fiscal, comercial e tecnológica.

O que os distribuidores querem saber

Ao fim do evento, os distribuidores que estavam acompanhando o webinar ao vivo tiveram a oportunidade de enviar perguntas, que foram respondidas por William Bora. Separamos as principais e transcrevemos a seguir.

Se minha nota fiscal não estiver adequada aos novos campos de IBS e CBS no dia 5 de janeiro de 2026, vou conseguir emitir-la?

William Bora - Não consegue. É obrigatório a partir de janeiro de 2026 — a gente não emite documento fiscal se ele estiver em layout que não esteja de acordo com o que foi publicado na nota técnica recentemente. Temos um layout novo, precisamos adaptar as nossas notas fiscais, os nossos sistemas, para que, a partir de janeiro de 2026, a gente emita as notas no novo layout. Do contrário, essas notas não serão recepcionadas pelo Fisco.

Quais são os desafios da implementação?

William Bora - São vários e estão em várias áreas da empresa. Costumamos dizer que há duas frentes da reforma tributária: uma mais operacional, relacionada à emissão de documento fiscal, apuração e pagamento do IBS e CBS,

que é o que precisamos trabalhar em 2025; e outra estratégica, ligada ao novo cenário de tributação dentro da cadeia de fornecimento. Isso impacta preço, custo de aquisição, contratos e a própria forma de fazer negócio. A reforma não é só tributária, ela é uma reforma do negócio como um todo. Além disso, é uma mudança de mindset. Precisamos enxergar a reforma como uma oportunidade de rever nossos negócios. O mais importante é focar na parte operacional e treinar as equipes, revisar processos e instruções de trabalho para garantir que a implementação ocorra de forma eficiente e dentro da conformidade.

Como será a transição entre o sistema atual e o novo modelo?

William Bora - Em 2026, começa a alíquota de 1%, que é apenas para calibração, sem impacto nos preços. Em 2027, sai o PIS e a Cofins e entra a CBS, a Contribuição sobre Bens e Serviços. Também em 2027, teremos a redução a zero da alíquota do IPI para produtos que não concorrem com a Zona Franca de Manaus. Em 2029, inicia-se a substituição do ICMS e ISS pelo IBS, a uma razão de 10% ao ano, até que



em 2033 o novo sistema esteja em pleno funcionamento. Até lá, conviveremos com dois regimes simultaneamente. Por isso é essencial revisar processos e instruções de trabalho, para que a transição seja a mais tranquila possível.

Quais benefícios podem ser esperados em médio e longo prazo?

William Bora - Durante o período de transição, o desafio será conviver com dois regimes. Mas, no médio e longo prazo, especialmente após 2029, teremos um sistema mais simples e menos fragmentado. O ICMS é complexo por ter alíquotas diferentes por produto e origem.

Com o IBS e a CBS, teremos alíquota única, o que facilita cálculos e reduz variáveis. Isso trará previsibilidade e simplificação para empresas e contadores. Vejo com bons olhos o futuro, especialmente após desligarmos o ICMS e o ISS, quando passaremos a ter uma tributação mais linear e fácil de determinar.

Como as empresas podem se preparar para o split payment?

William Bora - O split payment será um sistema desenvolvido pela Receita Federal em conjunto com o Banco Central e as instituições de pagamento. Ele funcionará de forma automatizada: quando o cliente pagar via Pix,

cartão ou boleto, o sistema separará automaticamente o valor do tributo e o da mercadoria, destinando cada parte ao Fisco e ao vendedor. Esse mecanismo alimentará o que o governo chama de 'apuração pré-preenchida', com base nas informações das notas fiscais e pagamentos.

Com a reforma, não haverá mais incidência do Difal e ICMS-ST? Eles serão devidos no destino?

William Bora - Não teremos mais a sistemática do Difal nem do ICMS-ST. Eles serão descontinuados entre 2029 e 2032. O IBS será pago no destino, ou seja, onde o produto é disponibilizado ao cliente. Se o

cliente retirar na loja, a tributação ocorre no estado da loja; se a entrega for em outro estado, vale a alíquota do destino. A nova regra é sempre baseada no princípio do destino.

Como funcionará o sistema de créditos no novo modelo?

William Bora - O crédito será o valor do tributo destacado na nota fiscal de entrada, desde que o documento seja idôneo e o imposto esteja pago. O direito ao crédito surge quando o fornecedor paga o tributo ou quando o pagamento é feito via split payment. O crédito segue a lógica do regime de caixa: só é possível aproveitá-lo após o recolhimento efetivo do imposto.

A Excelência em Autopeças com Tecnologia e qualidade.

VOCÊ ENCONTRA NA MOTORS IMPORTS!

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

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

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

**BOMBA DAGUA ELETTRICA BMW (G05/F95) X5 19/23 OBS
Cód.: 041898**

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

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

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

Imagens ilustrativas

Reparador ou dono do carro: quem exige mais dedicação do balconista?

Quarta edição da série Balconistas do Brasil ouviu profissionais de diferentes cidades do Sul e do Nordeste do país

Quem atua no varejo de auto-peças sabe que vender para o reparador é uma experiência completamente diferente de vender para o consumidor final. O primeiro, em geral, chega ao balcão com conhecimento técnico e foco na agilidade, sabe exatamente o que procura e valoriza disponibilidade de estoque e uma

abordagem mais direta. Já o segundo busca orientação, explicações claras e, muitas vezes, precisa ser conduzido pelo balconista até a melhor solução para o seu problema. Tamanhas diferenças entre os dois perfis exigem dos balconistas um conjunto diverso de habilidades: técnica, empatia e, acima de tudo, capacidade

de adaptação. Diante disso, decidimos perguntar a profissionais experientes do setor – membros do grupo Balconistas do Brasil – em qual dessas situações o balconista é mais decisivo para o fechamento da venda. O resultado mostrou que não há resposta única. Enquanto alguns destacam a importância

da relação técnica e de parceria com o reparador, outros reforçam o papel didático e consultivo do balconista junto ao dono do carro. Veja o que disseram os profissionais integrantes do grupo Balconistas do Brasil ([instagram.com/balconistasdobrasil](https://www.instagram.com/balconistasdobrasil/)), parceiro do Novo Varejo nesta série de reportagens.

O balconista é mais importante na conversão de vendas com os reparadores ou com o dono do carro?

Rafael Guilherme Ferreira

Sepe Auto Peças - Crateús (CE)

Acredito que o balconista é mais importante na venda com o reparador. Afinal, ao demonstrarmos conhecimento técnico com esse cliente, facilitamos a conversão e deixamos a relação no atendimento mais leve. Dito isso, nos casos em que atendemos o dono do carro, também precisamos mostrar confiança e sermos ainda mais claros e didáticos na hora de fechar a venda. Para resumir, eu diria que com o dono do carro o balconista tem a missão de fechar a venda, enquanto que com o reparador nossa missão é manter o cliente e fidelizá-lo.



Eduardo Azevedo Moreira (pai) e Guilherme Oliveira Moreira (filho)

Auto Peças Piratini - Alvorada (RS)

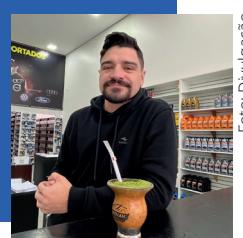
Para nós é com o dono do carro. Ele vem até a loja pra comprar e acaba sendo mais fácil de lidar na hora da compra. Os mecânicos muitas vezes nem chegam até a gente, pois eles estão comprando direto nas distribuidoras.



Jonata Nunes Uncinski (Bigode)

Inovah Auto Peças - Caxias do Sul (RS)

Acredito que com os reparadores. Por terem mais conhecimento, por saberem exatamente o que querem, são mais objetivos e diretos – nos exigindo agilidade e disponibilidade de estoque. Além disso, eles compram com mais frequência, o que nos dá a chance de estabelecer parcerias de longo prazo.



Alessandro Rocha

Rally Auto Peças - Porto Alegre (RS)

Na minha visão, o balconista é mais importante nas vendas diretas ao dono do carro, pois esse perfil não costuma ter conhecimento técnico e precisa de mais orientação. O atendimento com o reparador acaba sendo mais técnico e direto, pois eles já chegam com mais conhecimento.



Foto: Divulgação

Foto: Divulgação



Apenas 37% dos veículos flex usam etanol no Brasil

Conscientização dos consumidores é fundamental para que o país possa se beneficiar da vantagem tecnológica que desenvolveu há décadas em favor da descarbonização

'A transição energética da mobilidade no Brasil - Uma análise sobre os possíveis impactos no pós-venda automotivo' foi o tema da palestra do presidente do Conarem, José Arnaldo Laguna, no Seminário da Reposição Automotiva 2025, realizado em 7 de outubro na sede da Fiesp, em São Paulo. O assunto é mais do que pertinente pois, como dito por Claudio Sahad, presidente do Sindipeças no mesmo evento, a 'descarbonização' é a palavra mais ouvida nas indústrias de autopeças. E, claro, transformações profundas acabam impactando, lá na frente, o mercado de reposição. Em sua palestra, Laguna falou em nome do Instituto MBCB - Mobilidade Baixo Carbono, entidade que promove soluções concretas para a descarbonização da mobilidade no Brasil, respeitando a neutralidade tecnológica e impulsionando as tecnologias da bioeletricidade. De acordo com dado apresentado no evento, 91% das emissões estão centralizadas no transporte rodoviário. "Esse quadro mostra a importância de descarbonizar a frota circulante. O que

o MBCB vem fazendo? Vem tentando conscientizar sobre as vantagens comparativas do Brasil, que é completamente diferente do resto do mundo em termos de geração de energia e, principalmente, em termos biocombustíveis. Precisamos defender uma descarbonização viável, proteger o parque industrial, gerar empregos e renda", defendeu o palestrante.

Laguna contou que há dois anos o instituto apresentou ao Governo Federal um estudo detalhado sobre o impacto da eletrificação da frota brasileira, destacando a queda na arrecadação e o fechamento de muitas empresas. "Como nós temos combustíveis, é possível fazer a descarbonização aproveitando as empresas constituídas, gerando mais empregos e mantendo uma boa arrecadação. Precisamos garantir essa segurança energética no Brasil - e isso tem que partir daqui, nós precisamos influenciar as políticas públicas".

Com essa receita caseira, os custos da descarbonização para o país se reduziriam. "É necessário aumentar a porcentagem do

combustível renovável na gasolina e no diesel. Aqui vale a pena ressaltar que toda vez que se aumenta o etanol na gasolina são feitos profundos estudos, bastante respeitáveis. A gente vê influenciadores falando na internet que isso é um absurdo, que vai trazer prejuízo, vai estragar os veículos, mas tudo tem uma segurança muito grande por trás", garantiu.

Também é fundamental aumentar a presença do etanol em uso nos veículos flex, para de fato aproveitar todo o potencial desta tecnologia consagrada no mercado brasileiro há décadas. "Hoje 37% dos veículos flex usam o etanol no Brasil. É um combustível mais barato. Se comprarmos um combustível com qualidade, não teremos problema na manutenção dos veículos. É uma questão de conscientização do brasileiro. Precisamos substituir o combustível fóssil pelo etanol e o biodiesel".

Investimentos

Para efeito de descarbonização, as medidas apontadas



Tecnologia existe há mais de 20 anos, mas maioria dos consumidores ainda prefere abastecer com gasolina

Foto: Divulgação

por Laguna são particularmente importantes considerando o crescimento projetado da frota brasileira que, segundo dados apresentados no seminário, deve chegar a 67 milhões de veículos em 2040. Mas é fundamental, além da conscientização da sociedade, que os investimentos acompanhem a expansão das demandas. "Investimentos públicos, privados e infraestrutura. Esse talvez seja o maior desafio. O metano, o gás, o biodiesel, o hidrogênio, e agora nós estamos fazendo o álcool de segunda geração, a partir do bagaço. Já existe tecnologia para fazer hidrogênio da cana-de-açúcar. Nós temos muita tecnologia no Brasil", pontuou Laguna, acrescentando que caberá aos players do setor automotivo promoverem aproximações junto ao governo para buscar as soluções necessárias.

Quanto à eletrificação da frota, o palestrante tranquilizou o Aftermarket Automotivo lembrando que o parque circulante de veículos equipados com motores a combustão

vai crescer nos próximos anos. Até porque, como ponderou Claudio Sahad na exposição anterior, a infraestrutura determinará o tamanho da participação dos carros 100% elétricos no mercado. "Nós temos hoje nós 15 mil postos de recarga de veículos elétricos e vamos precisar de 500 mil a 700 mil no Brasil. Quem vai financiar? Quem vai investir nesses postos? Esse é um número gigantesco, um investimento enorme, que a gente acredita que vai ser bastante complexo. Em relação à energia, temos hoje uma produção de 620 terawatts ao ano, nós

vamos precisar de mais 380, portanto, um crescimento de 61% até 2040". Nós vamos precisar desenvolver com o hidrogênio 400 mil toneladas ao ano, isso ainda não se tem produção no Brasil.

Se há necessidade de expandir a rede de recarga dos veículos, contar com o etanol para mover nossa frota de veículos híbridos também não será um processo automático. Há, sim, necessidade de investir em produção. "Produzimos hoje 27 bilhões de litros ao ano. Vamos ter que chegar a 50 bilhões em 2040", finalizou José Arnaldo Laguna.

Elétricos e Right to Repair

O Senai já desenvolveu um curso para formar reparadores qualificados para a manutenção de veículos elétricos, uma demanda que inevitavelmente vai chegar às oficinas. Em sua apresentação, José Arnaldo Laguna também relacionou os serviços à urgência da aprovação do Right to Repair, já que os elétricos são carros extremamente conectados. "Uma montadora lá da Alemanha, por exemplo, se conecta com o seu automóvel aqui e resolve um defeito simplesmente pedindo que você faça alguns procedimentos com o painel ali. Então, nós vamos precisar ter algumas mudanças, uma delas a gente vem trabalhando, que é a lei Ferrari, é preciso modernizar o relacionamento das montadoras/concessionárias com o reconhecimento ao mercado de reparação. Temos que ter acesso às informações técnicas para que a gente possa atender o direito do consumidor. Como vamos nos preparar, capacitar nossos mecânicos e fazer o acesso a essa nova tecnologia? Nós precisamos de uma legislação mais moderna que permita que a montadora libere informação técnica para todos os reparadores, garantindo o direito do consumidor de escolher onde ele quer consertar o carro".

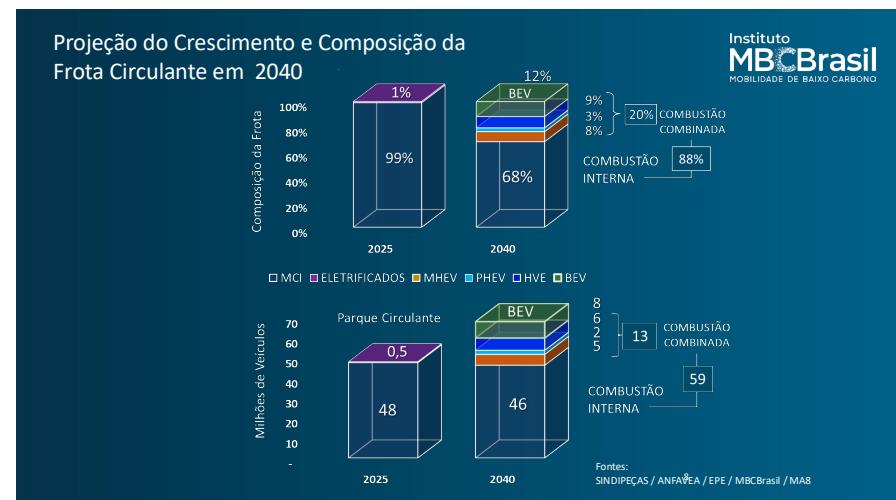
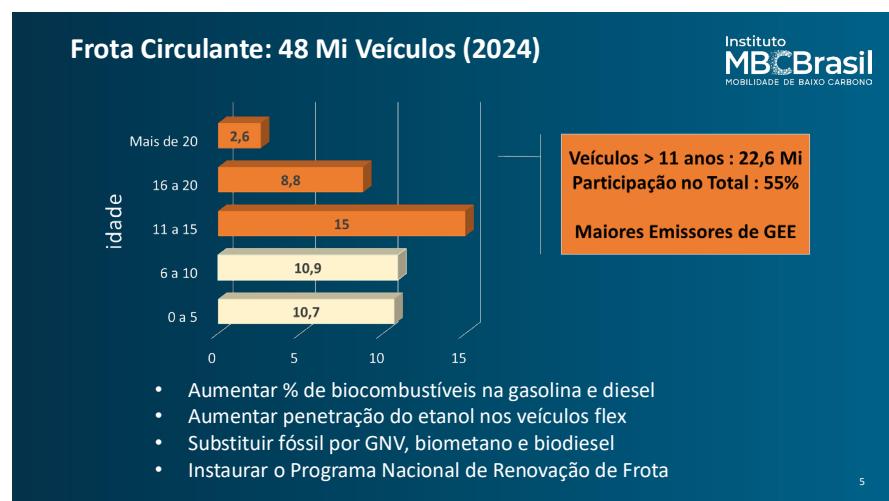
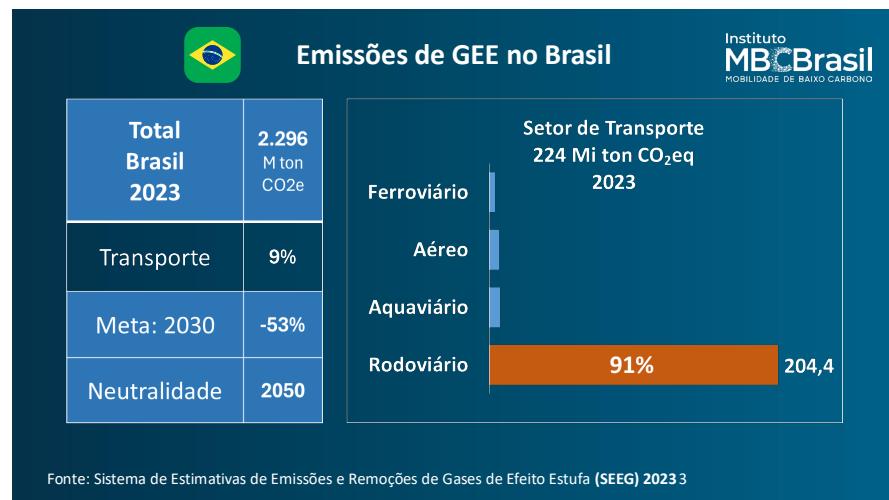




Foto: Shutterstock

Setor vem se digitalizando em diferentes graus de maturidade

Digitalização do varejo brasileiro é necessidade urgente

Expansão do e-commerce e fusão entre ambientes físicos e virtuais impõem novos padrões de comportamento no consumo que exigem ação dos gestores de lojas

O varejo brasileiro está decidido a se digitalizar. De acordo com um relatório publicado recentemente pela consultoria global Infor, 79% dos empresários do setor afirmam ter como objetivo ampliar em pelo menos 20% os investimentos em tecnologia nos próximos três a cinco anos. O cenário do país acompanha uma tendência mundial. Isso porque, dados mostram que só neste ano os investimentos globais do setor em digitalização devem

alcançar a marca de US\$ 285,7 bilhões, com expectativa de crescimento médio de 17,3% ao ano até 2030. Entre os principais motores para esses esforços estão a demanda do consumidor e a necessidade de ser cada vez mais eficiente.

Do lado do consumo, o relatório aponta que a ascensão do e-commerce e a fusão entre ambientes físicos e digitais impuseram novos padrões de comportamento: experiências personalizadas,

fluidez nos canais de compra, rapidez na entrega e interações mais inteligentes com as marcas já são expectativas básicas para boa parte do público.

Já no âmbito da eficiência operacional, o estudo reforça a importância de investimentos em inventários em tempo real, plataformas logísticas baseadas em nuvem e inteligência de dados capazes de prever demandas e ajustar fluxos de distribuição. Só em 2023, a cadeia logística

voltada ao e-commerce movimentou mais de US\$ 426 bilhões no mundo, segundo a Global Market Insights. Um ponto importante do estudo é a mensagem de que apenas boas intenções não bastam para que os varejistas avancem neste sentido. Isso porque 70% das iniciativas de transformação digital falham por questões relacionadas à resistência interna, falta de visão estratégica e ambientes pouco abertos à inovação.

Setor de autopeças caminha em menor velocidade, mas já se movimenta para impulsionar o processo

Segmento que movimenta mais de R\$ 100 bilhões anuais, o Aftermarket Automotivo ainda não está definitivamente inserido nesta corrida. Afinal, embora marketplaces como o Mercado Livre e a Shopee estejam fazendo investimentos significativos prevendo um crescimento relevante da demanda pela comercialização online de autopeças, apenas 8,7% das transações do mercado passam hoje por canais digitais.

Foi cruzando o potencial do mercado e o seu desenvolvimento ainda tímido que o empresário Iago Átila decidiu fundar o Compre Sua Peça. Autoproclamada como a primeira autotech brasileira, a empresa se propõe a atender o setor de maneira transversal, oferecendo soluções para todos os elos que o compõem – da indústria à reparação.

No caso dos varejistas, o serviço mais procurado é o cadastro de produtos em marketplaces, que permite às lojas aumentar sua presença digital sem perder tempo com processos manuais. A especificação de itens também aparece entre as principais demandas,

ajudando os lojistas a encontrar margens mais competitivas em um ambiente em que a grande maioria das demandas surge por necessidade e não por desejo.

A estratégia do Compre Sua Peça é inclusiva. A empresa não impõe barreiras de entrada por faturamento, oferecendo soluções cujo custo médio gira em torno de R\$ 1.000 por mês. A proposta é democratizar o acesso às ferramentas e estratégias digitais, garantindo que até mesmo pequenas lojas possam entrar no jogo da transformação tecnológica.

Por falar em democratização, a autotech apostou no conceito de filial digital, um modelo que permite que empresas dos mais diferentes portes possam conduzir processos de expansão com muito menos custos do que teriam caso optassem pela abertura de filiais físicas.

Para colocar tudo isso de pé, a companhia apostou em tecnologia. Além de contar com robôs proprietários operando com uma base de inteligência artificial que mescla mais de dez modelos diferentes de inteligência artificial (LLMs), a

empresa conta com mais de 500 provedores de tecnologia parceiros, ampliando o ecossistema e oferecendo opções customizadas para diferentes perfis de cliente.

De acordo com o CEO Rogério Santucci, que assumiu a liderança operacional da empresa recentemente, entre os diversos benefícios oferecidos por essa estrutura aos clientes do Compre Sua Peça está o volume e a assertividade no âmbito do cadastro dos produtos. "Manualmente, uma pessoa consegue cadastrar cerca de 20 peças por dia. Com a automação, esse número pode chegar a 10 mil", destacou o executivo.

Mesmo com um *track record* convincente, que inclui resultados como 98% de assertividade na compatibilidade dos anúncios e um *time to sale*, em alguns casos, inferior a 20 horas, o Compre Sua Peça ainda enfrenta uma resistência natural de um mercado ainda habituado a operar de maneira analógica.

Por conta disso, o fundador Iago Átila afirma que a empresa tem se esforçado para realizar um trabalho de educação do mercado. "Alguns dos nossos

investimentos nesse sentido têm se dado por meio de webinars, participação em feiras e campanhas de tráfego pago com vídeos curtos nas redes sociais. A ideia é alcançar a todos e acelerar a curva de adoção", destacou o empreendedor.

Em 2024, os resultados desse trabalho geraram frutos, afinal, o Compre Sua Peça registrou um aumento de 27% em carteira de clientes, um índice significativo considerando os parâmetros brasileiros. Para 2025, a projeção é manter um ritmo de crescimento anual entre 25% e 30%.



Foto: Divulgação

Átila e Santucci na linha de frente da digitalização no Aftermarket Automotivo



VIES - Variações no Índices e Estatísticas

Setembro de 2021 a 2025

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

BRASIL

O abastecimento segue em queda, embora com retração menos acentuada em 2025 (-4,51%) em comparação a 2021 (-12,75%), indicando uma recuperação parcial das cadeias de suprimento. Os preços mantêm variações positivas, mas em desaceleração (de 7,95% em 2021 para 1,69% em 2025), sugerindo estabilização

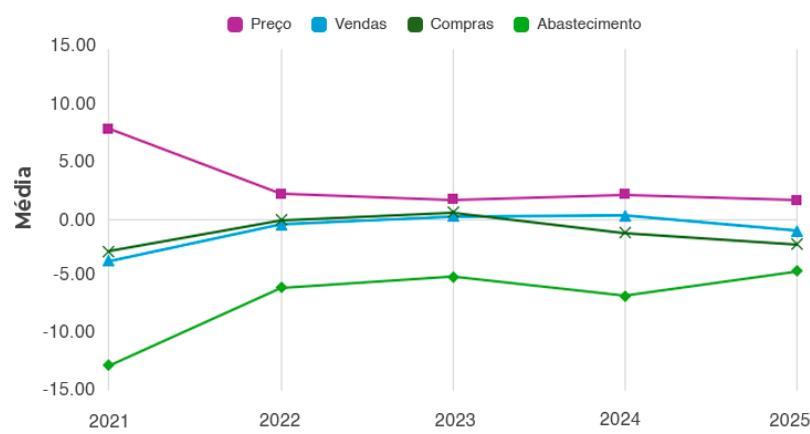
após o forte reajuste observado no pós-pandemia. No caso das vendas e compras, ambas apresentaram leve recuperação entre 2022 e 2024, mas voltaram a cair em 2025. Vendas saindo de -3,62% em 2021 para -0,98% em 2025. As compras, apesar da indicação de recuperação em 2022, voltaram a cair gradualmente nos anos

seguintes, encerrando 2025 em -2,15%. O movimento sugere cenário de demanda enfraquecida, possivelmente associado à redução do poder de compra e à incerteza do varejo diante das oscilações de preço e abastecimento. Quanto a análise ANOVA, somente a variável compras não foi significativa menos 5% de significância ($p\text{-valor} < 0,05$).

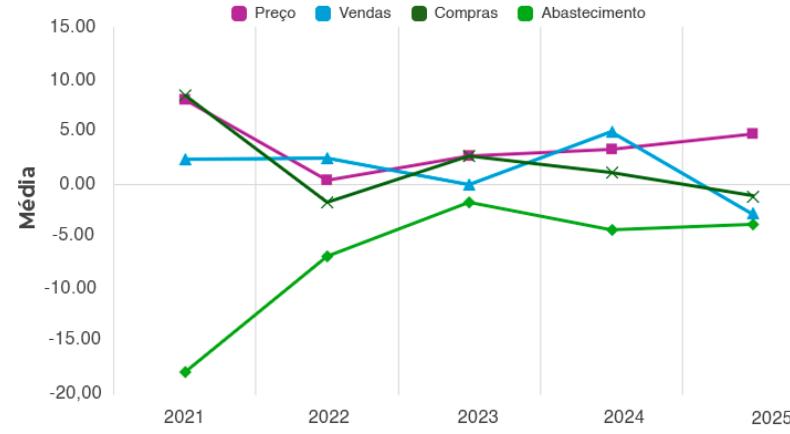
NORTE

O abastecimento apresentou forte retração em 2021 (-17,82%), mas as quedas diminuíram, chegando a -3,75% em 2025. Já os preços mantiveram trajetória de alta ao longo do período, com variações crescentes a partir de 2022, atingindo 4,81% em 2025. Vendas e compras mostraram comportamento mais

Comportamento das variáveis Brasil



Comportamento das variáveis Norte



Análise de variância Brasil

Variáveis	GL	Z	p-valor
Abastecimento	4,17	15,518	0,000
Preço	4,17	50,981	0,000
Vendas	4,17	3,602	0,027
Compras	4,17	1,595	0,221

Análise de variância Norte

Variáveis	GL	Z	p-valor
Abastecimento	4,17	5,701	0,004
Preço	4,17	3,782	0,022
Vendas	4,17	1,000	0,434
Compras	4,17	2,525	0,079

volátil. Após resultados positivos até 2022, o desempenho se tornou irregular, com alta expressiva em 2024 (5,04%) seguida de nova queda em 2025 (-2,80%). As compras acompanharam essa oscilação, encerrando o período também em retração (-1,06%). Na ANOVA, as variáveis abastecimento e preço foram significativas a pelo menos 5% de significância ($p\text{-valor} < 0,05$). Para as demais variáveis, há indícios que apesar de todas essas variações ao longo dos anos, o desempenho geral se manteve estável.

NORDESTE

Abastecimento segue em retração no período, mas com melhora gradual após a forte queda de 2021 (-13,95%), chegando a -5,43% em 2025. Os preços apresentaram aumentos contínuos, mas em desaceleração, de 9,36% em 2021 para 1,58% em 2025. Vendas e compras mostraram leve melhora a partir de 2023, mas sem consolidação de crescimento. As vendas passaram de -2,52% em 2021 para -0,30% em 2025, enquanto as compras oscilaram entre altas pontuais e quedas

subsequentes, fechando o período em -1,74%. Na análise ANOVA, os indicadores de abastecimento e preço foram significativos a pelo menos 5% de significância ($p\text{-valor} < 0,05$).

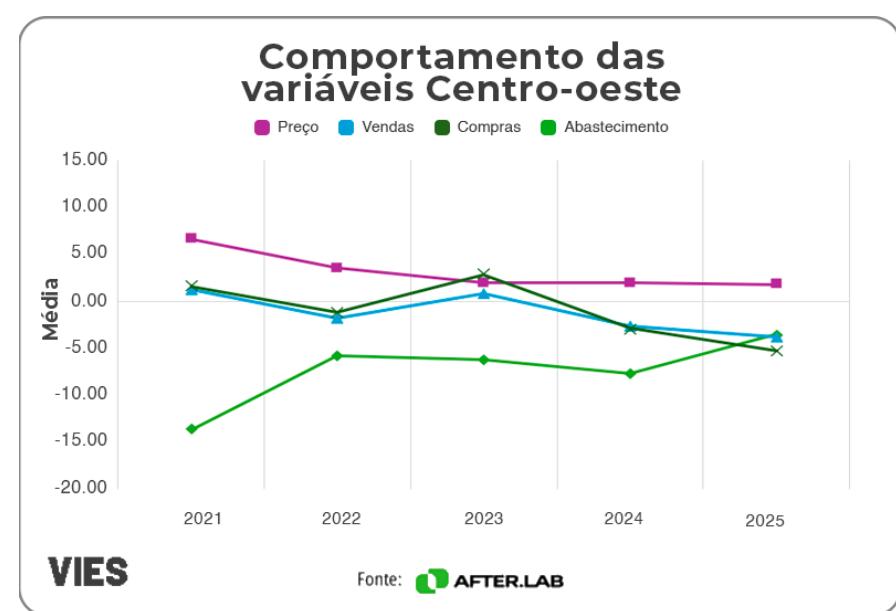
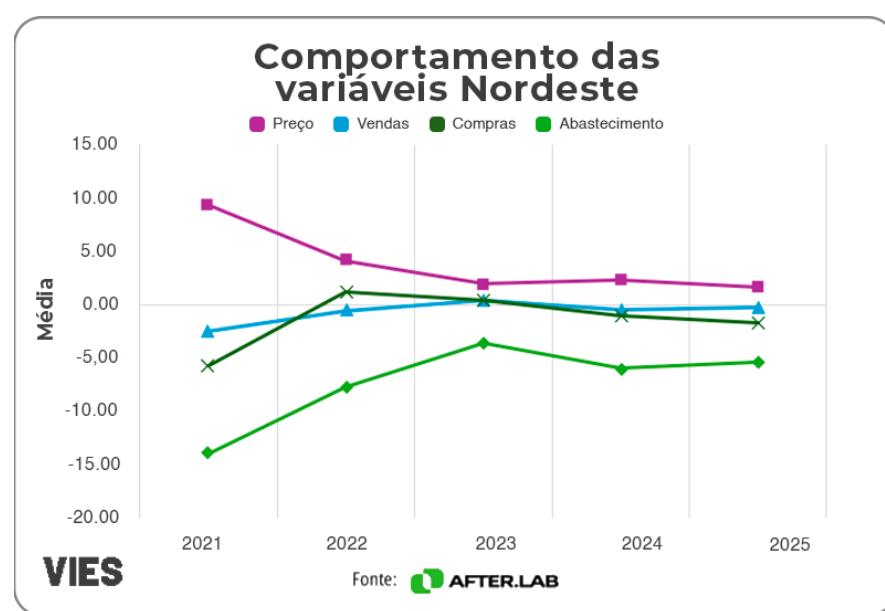
CENTRO-OESTE

O abastecimento apresenta retração em todo o período analisado, com forte queda em 2021 (-13,66%) e sinais de melhora gradual até 2025 (-3,54%). Preços mantêm variação positiva, mas em desaceleração (de 6,62% em 2021 para 1,80% em 2025). Vendas e compras

mostram comportamento instável. Após resultados positivos em 2021 e 2023, ambos os indicadores voltam a cair nos dois anos seguintes, encerrando 2025 com recuos expressivos (-3,81% nas vendas e -5,33% nas compras). Quanto a análise ANOVA, somente os indicadores de abastecimento e preço foram significativos a pelo menos 5% de significância ($p\text{-valor} < 0,05$).

SUDESTE

Abastecimento com quedas em todos os anos, com melhora moderada em 2025



Análise de variância Nordeste			
Variáveis	GL	Z	p-valor
Abastecimento	4,17	8,682	0,001
Preço	4,17	7,972	0,001
Vendas	4,17	0,224	0,921
Compras	4,17	1,607	0,218

Análise de variância Centro-oeste			
Variáveis	GL	Z	p-valor
Abastecimento	4,17	6,728	0,002
Preço	4,17	3,821	0,022
Vendas	4,17	0,796	0,544
Compras	4,17	1,470	0,255



(-4,78%) apóis início mais crítico em 2021 (-13,21%), indicando avanço gradual na normalização da oferta, ainda que com oscilações pontuais, como em 2024 (-7,72%). Preços mantêm trajetória de alta no período, mas em desaceleração (de 8,60% em 2021 para 1,38% em 2025). Vendas e compras com tendência de recuperação a partir de 2023, quando passam a registrar variações positivas, ainda que modestas. Em 2025, as vendas crescem 0,32%, enquanto as compras recuam levemente (-0,95%). Na análise ANOVA,

os indicadores de abastecimento e preço foram significativos a pelo menos 5% de significância ($p\text{-valor} < 0,05$).

SUL

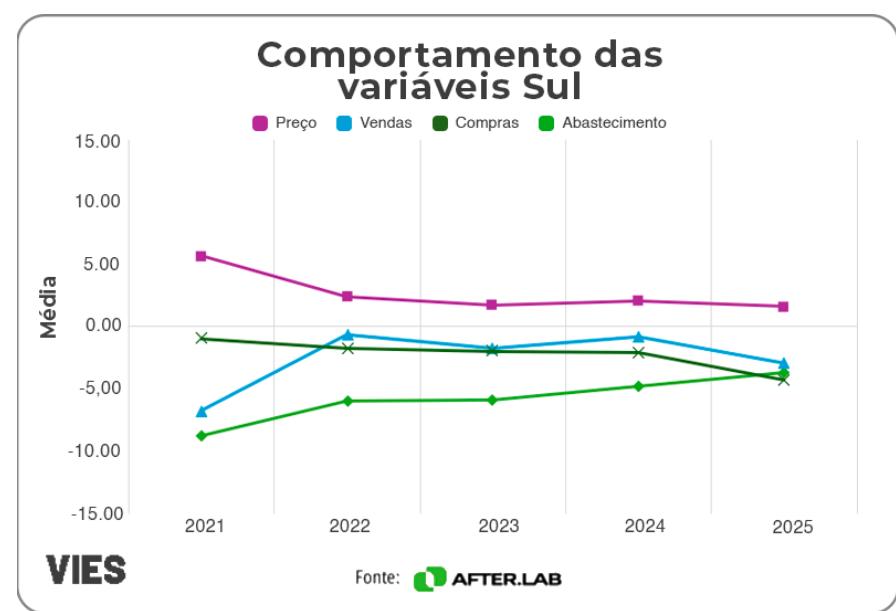
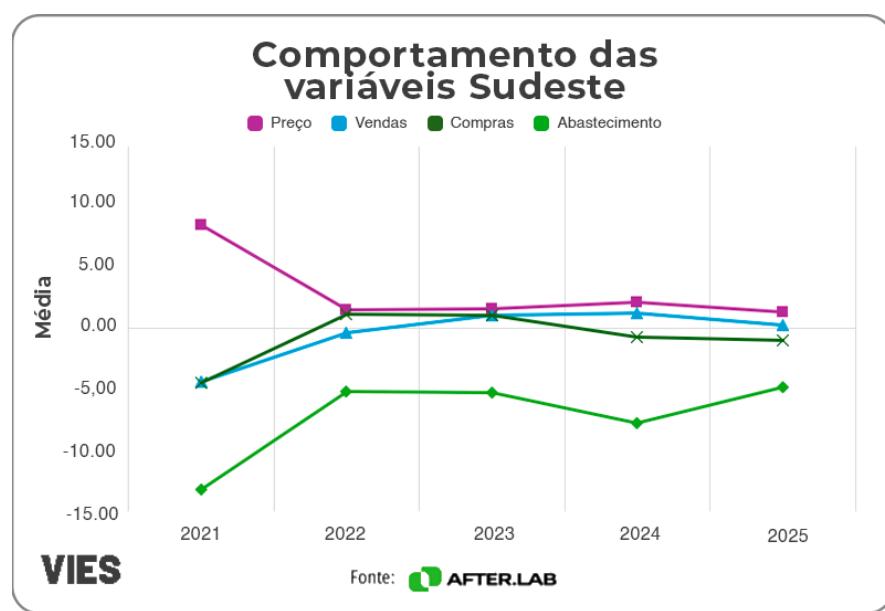
O abastecimento mostra melhora gradual, passando de queda de -8,73% em 2021 para -3,70% em 2025. Preços em tendência de alta, mas em ritmo cada vez menor de 5,68% em 2021 para 1,64% em 2025, refletindo cenário de estabilização após os aumentos mais fortes observados no início da série. Indicadores de vendas e compras permanecem negativos

em praticamente todos os anos, com intensificação das quedas em 2025 (-2,95% e -4,26%, respectivamente).

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

Destaques de abastecimento e preços – setembro/2025

Em setembro de 2025, segundo os varejistas, sistema de motor foi indicado por 29,23% dos entrevistados como campeão do desabastecimento, seguido pelo sistema de suspensão (16,92%) e sistema de freio (7,69%). Em relação aos preços, os componentes mais citados pelos varejistas como com maior aumento foram o sistema de freio (17,14%), o sistema de suspensão (14,29%) e o sistema elétrico (11,43%). Enquanto a escassez se concentrou principalmente no sistema de motor, a pressão de preços se mostrou mais intensa em componentes como freios e suspensão. O sistema de freio aparece em ambas as listas, refletindo simultâneas restrições de oferta e elevação de preços.



Análise de variância Sudeste

Variáveis	GL	Z	p-valor
Abastecimento	4,17	12,342	0,000
Preço	4,17	27,378	0,000
Vendas	4,17	1,497	0,247
Compras	4,17	0,901	0,485

Análise de variância Sul

Variáveis	GL	Z	p-valor
Abastecimento	4,17	1,256	0,325
Preço	4,17	5,506	0,005
Vendas	4,17	2,595	0,074
Compras	4,17	0,487	0,745

Varejistas de autopeças ficam de fora da Black Friday 2025

Números, porém, mostram que apostar em acessórios pode ser uma porta de entrada para os players do Aftermarket Automotivo

O varejo brasileiro se prepara para a melhor Black Friday (BF) dos últimos anos. Em pesquisa realizada pelo Opinion Box, 61% dos consumidores do país afirmaram que pretendem comprar no evento deste ano, maior percentual registrado desde o início da série histórica da pesquisa, em 2020.

O levantamento projeta ainda que, além do maior número de compradores, a BF 2025 terá um aumento do ticket médio. Isso porque 60% da amostra esperam gastar mais ou o mesmo em relação ao ano passado, enquanto apenas 18% pretendem reduzir os gastos (22% ainda estão indecisos).

Entre as categorias que têm mais razão para compartilhar o otimismo geral do setor para a data, destacam-se beleza e cosméticos, roupas e acessórios e eletroeletrônicos, apontadas pelo Opinion Box como as mais desejadas pelos consumidores locais.

Autopeças

Tradicionalmente, as categorias em que os produtos são alvo de desejo dos clientes tendem a ter mais sucesso

em datas promocionais como a Black Friday. Ainda assim, segmentos como o varejo farma, cujas compras são prioritariamente movidas por necessidade, ainda conseguem surfar no aumento de demanda característico do evento.

Esse não é, porém, o caso das lojas de autopeças. Ouvidas pela reportagem do Novo Varejo Automotivo, grandes empresas do setor como MercadoCar (SP), Somar + (RS), Jocar (SP) e Bom Preço Autopeças (GO) afirmaram que não planejam nenhuma ação específica para a Black Friday 2025. A última, aliás, foi além. E, na figura de seu diretor Renato Passaglia, destacou que as experiências anteriores simplesmente mostraram que o espírito da data e a reposição automotiva não formam um match satisfatório.

"Já fizemos ações e não tivemos resultados satisfatórios em termos de aumento de vendas. Minha visão é que a Black Friday sempre foi relacionada à oportunidade de compras de produtos de ponta de estoque a preços bem reduzidos, o que não se aplica ao nosso negócio, que é movido por demanda

pontual", afirmou o executivo. A mesma visão é compartilhada por especialistas do varejo como o presidente do IBEVAR, Claudio Felisoni, e o assessor econômico da FecomercioSP, Fábio Pina. Ambos ressaltam que o aumento das vendas durante o fim de ano não acontece de forma homogênea entre os diferentes segmentos do comércio.

"Em geral, ninguém espera uma promoção de Black Friday para comprar alguma peça sem a qual o carro não funciona. Se eu fundi o motor em maio, eu vou lá e dou meu jeito de consertar", apontou Pina. "É uma questão de natureza do consumo. As categorias de desejo crescem, as de necessidade se estabilizam", concluiu Felisoni.

Em 2024, promoções de acessórios mostraram que itens podem inserir o aftermarket na Black Friday

Durante a Black Friday 2024, o segmento de acessórios de estética automotiva rompeu barreiras e demonstrou que parte do aftermarket pode, sim, dialogar com a data promocional. Segundo dados da BigDataCorp sobre mais de 20 milhões de produtos em 1,9 milhão de sites, o segmento foi agressivo na política dos preços e liderou todos os nichos do varejo com um desconto médio de 60% em e-commerce e marketplaces. Thoran Rodrigues, CEO da BigDataCorp, afirmou que produtos como faróis, para-choques e calotas ficaram também entre os mais vendidos, mostrando que podem ser uma alternativa em relação à dificuldade de mexer no ponteiro da demanda das peças de reposição propriamente ditas.

"Além disso, vale dizer que incentivar o consumo online desses produtos não é uma atividade incomum que vai ser feita só em uma Black Friday. Quando falamos da estética do automóvel, sabemos que esse é um produto que já costuma ter um consumo online significativo", destacou.



Thoran Rodrigues diz que incentivar venda de acessórios vai além da BF

Foto: Divulgação



MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios

Semana de 06 a 10 de outubro

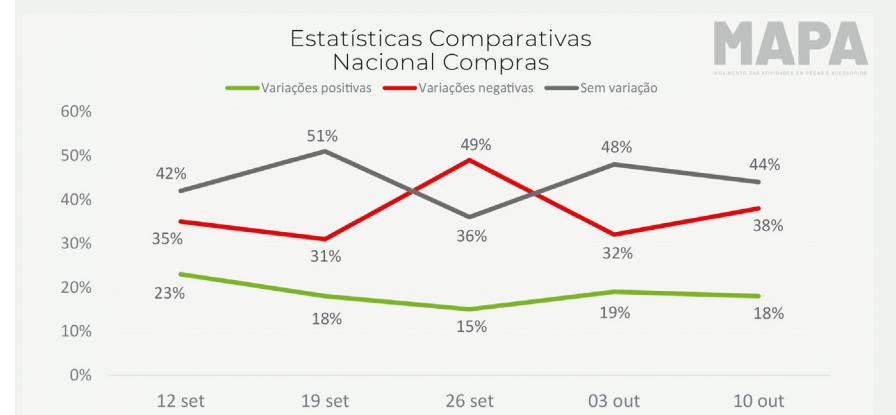
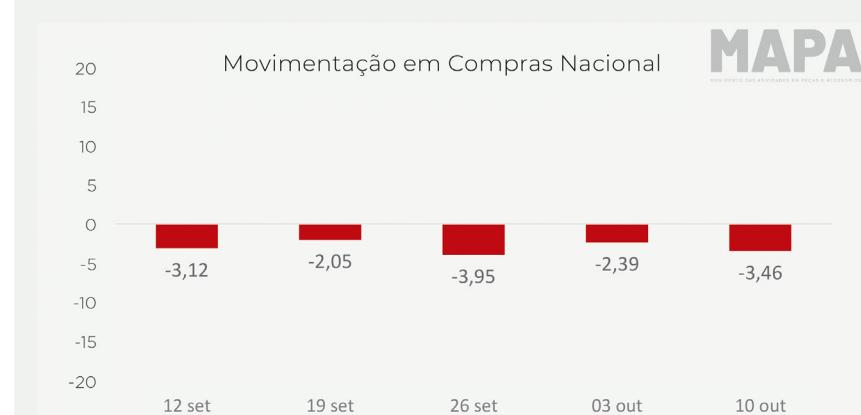
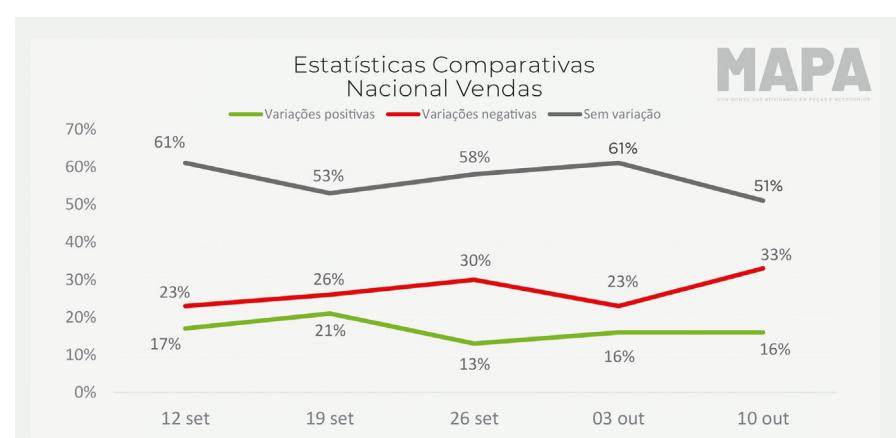
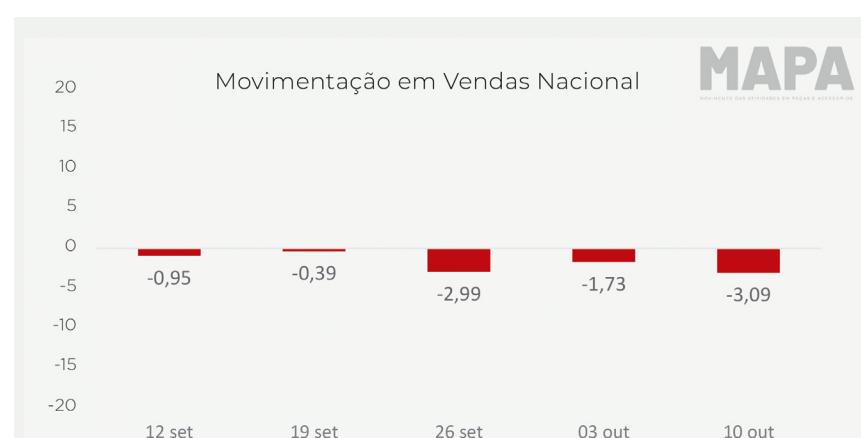
As vendas nas lojas de autopartes em todo o Brasil continuam enfrentando uma longa sequência de queda. É o que volta a mostrar a pesquisa MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios. No período de 06 a 10 de outubro, a média nacional foi de -3,09%.

Nas cinco regiões do país, o

desempenho de vendas foi o seguinte: variação zero no Norte; -5,75% no Nordeste; -8% no Centro-Oeste; -2,88% no Sudeste; e 0,25% no Sul. Para 51% dos entrevistados não houve variação no volume de vendas realizadas na semana, enquanto 16% venderam mais e 33% experimentaram redução nas vendas.

O comportamento das compras por parte do varejo para repor estoques vem acompanhando as curvas de vendas, em geral com índice queda maior: -3,46%. Os índices regionais de compras apurados pelo After. Lab apontaram 2,5% no Norte; -1,67% no Nordeste; elevados -12% no Centro-Oeste; -3,76%

no Sudeste; e -1,83% no Sul. A estabilidade nas compras prevaleceu para 44% dos varejistas entrevistados, enquanto 18% compraram mais e 38% reduziram a reposição dos estoques na semana. Acompanhe os resultados semanais atualizados da pesquisa MAPA no site novo-varejoautomotivo.com.br



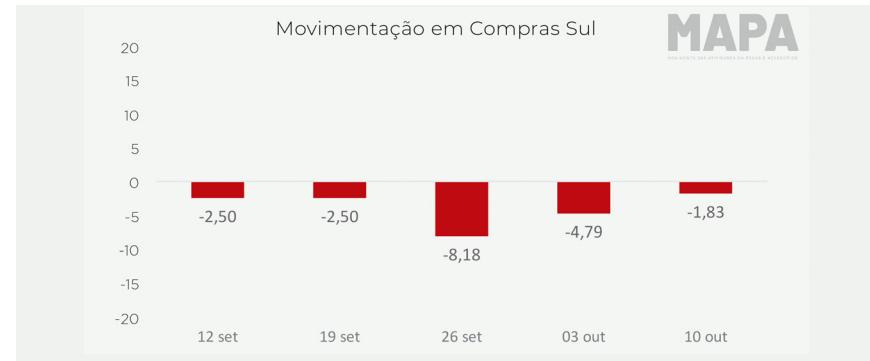
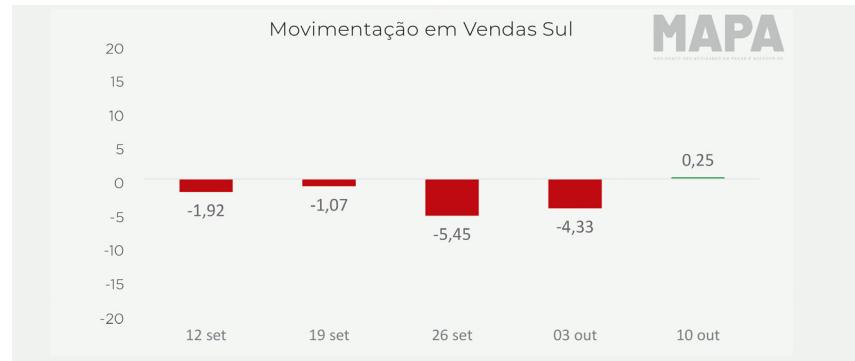
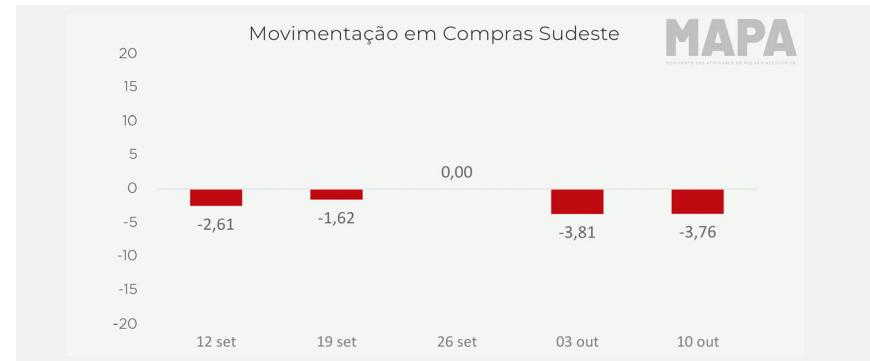
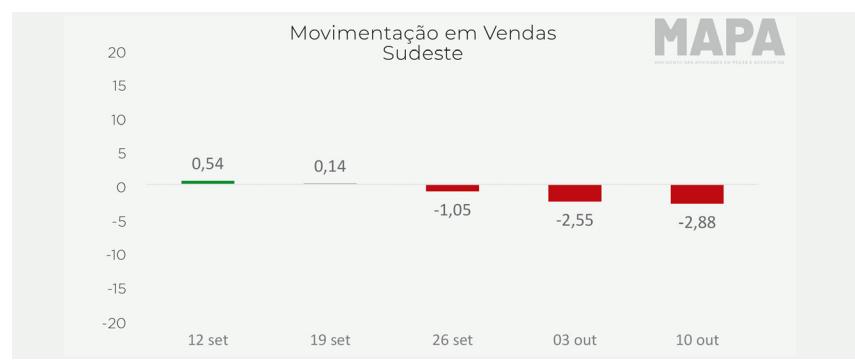
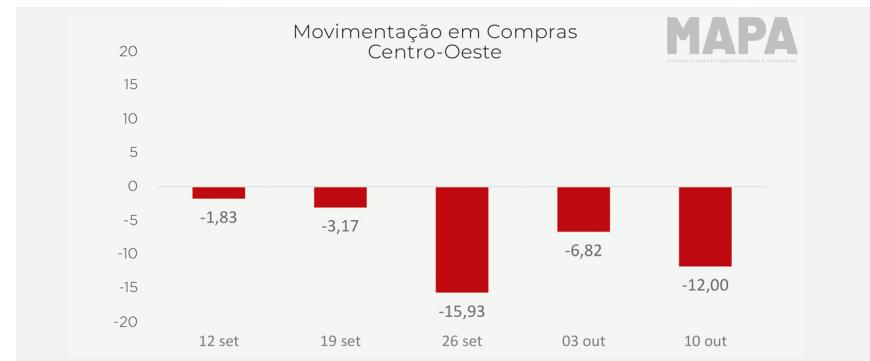
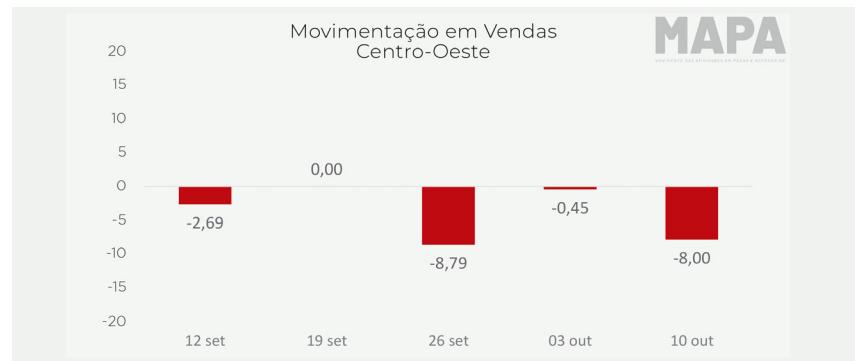
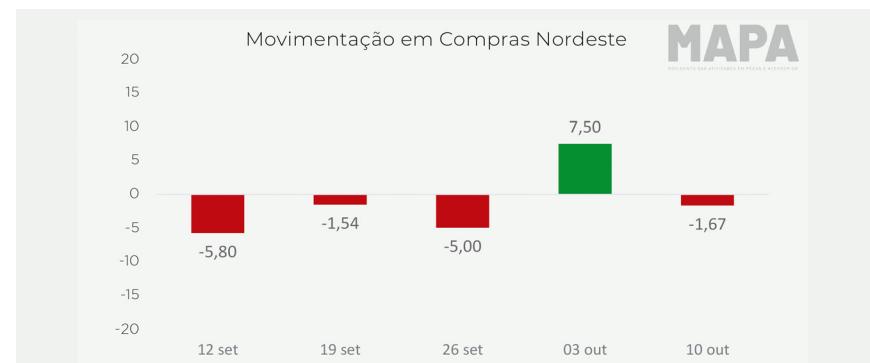
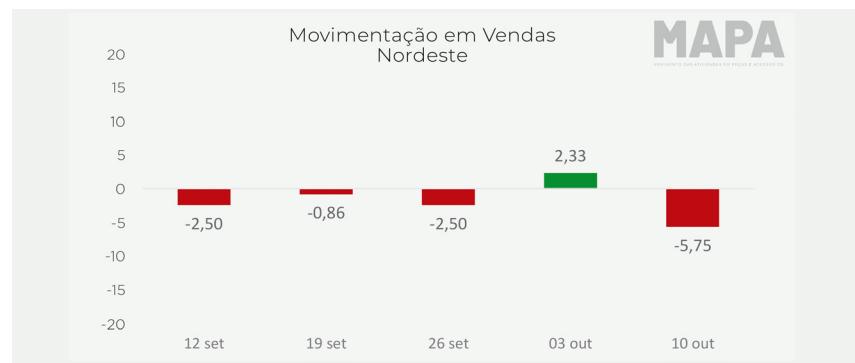
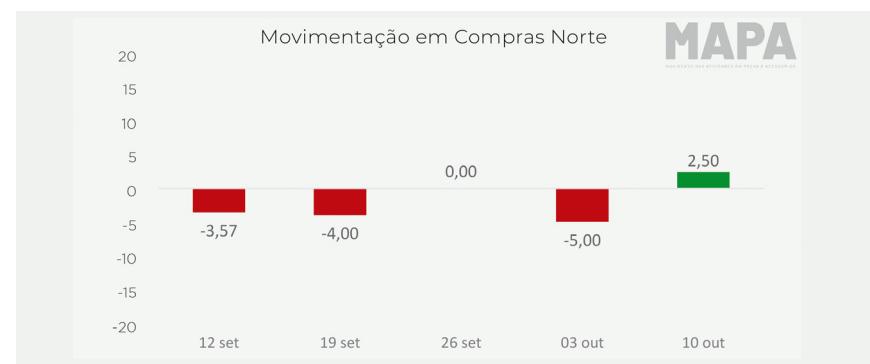
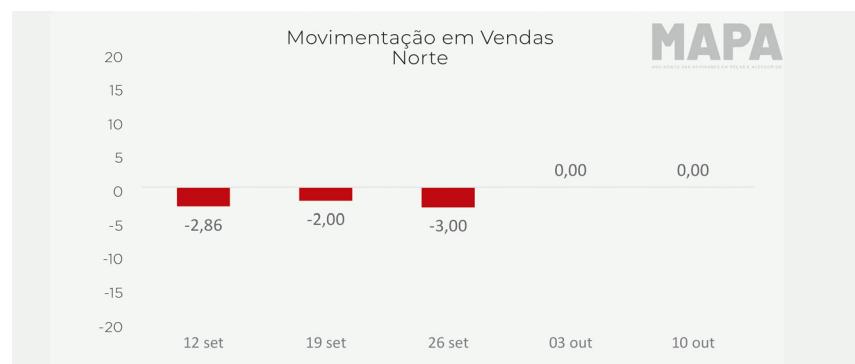
MAPA
MOVIMENTO DAS ATIVIDADES EM PEÇAS E ACESSÓRIOS

Realização:

AFTER.LAB

Apoio:

NAKATA®





ONDA - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços

Semana de 06 a 10 de outubro

A pesquisa ONDA traz semanalmente as Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços no varejo de autopeças em todo o Brasil, estudo do After.Lab, núcleo de inteligência de negócios do Aftermarket Automotivo. Na semana em análise, a média nacional de abastecimento manteve-se em baixa, fechando com índice de -4,31%.

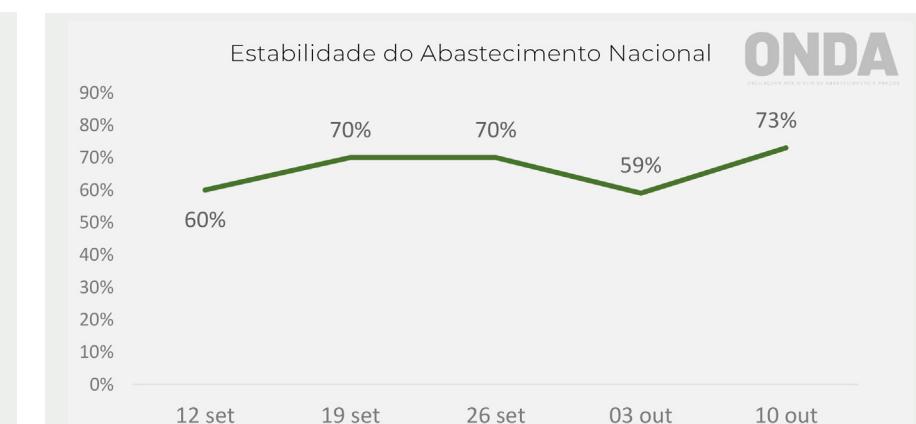
Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do país mostraram: -5,5% no Norte; -4,58% no Nordeste; -3,5% no Centro-Oeste; -5,88% no Sudeste; e -0,25% no Sul.

Componentes para motor, com 11,8% das citações, e acessórios e sistema elétrico, com 5,9%, foram os itens mais faltantes na reposição dos estoques da lojas

entrevistadas.

A variação dos preços para o varejo teve alta de 2,07% 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: zero no Norte; 2% no Nordeste; 0,5% no Centro-Oeste; 3,29% no

Sudeste; e 0,42% no Sul. Vela de ignição, embreagem e componentes do sistema de suspensão foram os campeões de reajustes de preços na semana para 9,1% dos entrevistados. A estabilidade no abastecimento subiu de 59% para 73% dos entrevistados. Em relação aos preços, a curva se manteve para 80% dos varejistas.



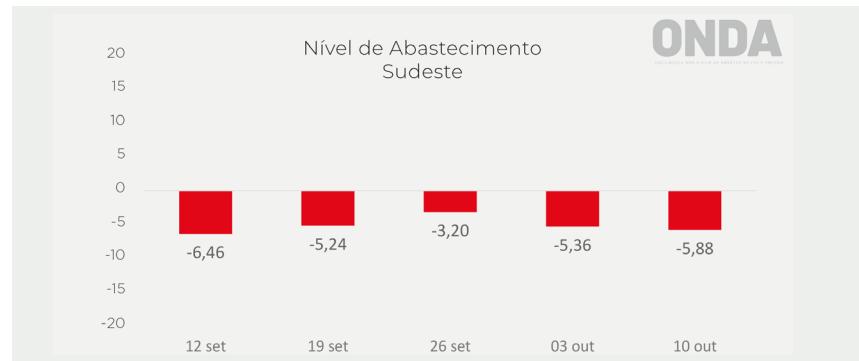
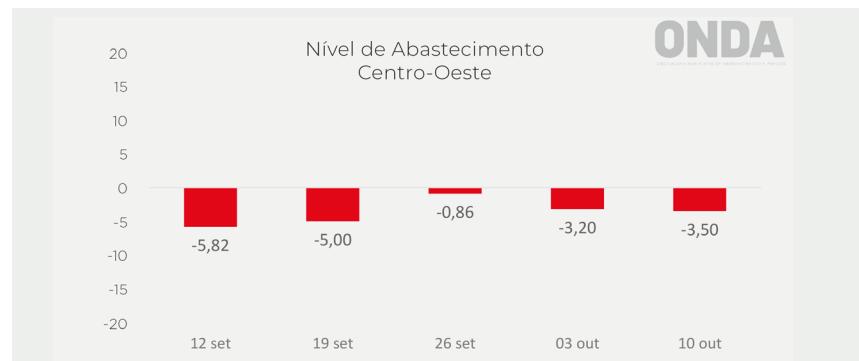
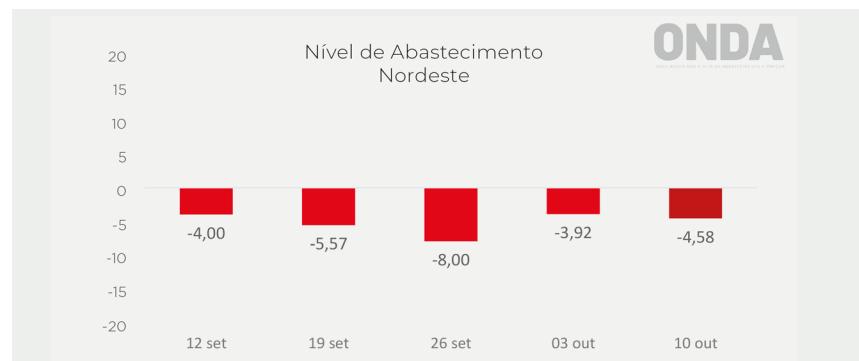
ONDA

Realização:

AFTER.LAB

Apoio:

NAKATA®



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[®]



Artigo

Reforma Tributária e o Aftermarket: impactos práticos para distribuidores e lojistas

A Reforma Tributária – promulgada em 2023 e que avançou decisivamente por meio da Lei Complementar Nº 214, instituída no início deste ano – já está redesenhando o horizonte fiscal do país por meio de testes iniciados em junho e das primeiras alíquotas do CBS e do IBS que passam a valer já em 2026.

Esse contexto é especialmente relevante para setores como o Aftermarket Automotivo, sobretudo em relação aos distribuidores e lojistas enquadrados no regime do Lucro Presumido, os quais respondem por uma fatia relevante da cadeia de autopeças.

Tudo isso porque, ao mesmo tempo em que traz mudanças positivas, a Reforma exige adaptações e novas estratégias operacionais, de modo que os comerciantes não vejam suas margens, já comprimidas pela competição intensa, serem ainda mais pressionadas.

Nesse novo ambiente, o modelo do IVA dual, de fato, elimina distorções antigas,

mas cria novas obrigações e amplia o risco fiscal para empresas que não acelerarem sua jornada de digitalização e integração fiscal com as diferentes áreas do negócio.

Mais obrigações, novos riscos, novas oportunidades

Uma das transformações mais relevantes para o setor é o fim da substituição tributária para a cobrança de tributos como o ICMS e o IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados). Hoje, boa parte dos impostos é recolhida de forma concentrada pela indústria, dentro da sistemática de cumulatividade que, se traz gargalos e o chamado efeito cascata na cobrança de impostos, é mais simples do ponto de vista operacional.

Com a CBS e o IBS, a tributação passa a incidir em todas as etapas da cadeia, exigindo controle rigoroso de créditos e débitos em cada transação. Para empresas acostumadas a margens apertadas e operações de alto giro, isso significa reestruturar

a gestão financeira e fiscal para que possam extrair ganhos reais do princípio de não cumulatividade.

Outra mudança significativa está na tributação no destino. Em transações interestaduais e no e-commerce, o imposto deixará de ser recolhido no estado de origem da mercadoria para ser destinado ao estado de consumo. Para distribuidores com capilaridade nacional, esse ajuste implica rever estratégias logísticas, precificação e até contratos comerciais, já que a carga tributária efetiva pode variar de acordo com a localização do cliente final.

Sem essa reestruturação, no limite, as empresas podem lidar com uma carga tributária efetivamente mais alta, já que a compensação via créditos fiscais demanda, conforme supracitado, uma reorganização estratégica importante.

Aliás, com o fim dos benefícios fiscais tradicionais, o aproveitamento de créditos se torna central na gestão tributária das empresas e, como ponto positivo, há o

fato de que gastos com insu-
mos antes não considerados dedutíveis passam a compor a base dessa equação.

Para empresas mais orga-
nizadas e digitalizadas, isso
pode ser uma oportunida-
de de aliviar parte da carga.
O x da questão é que esse
ganho só se concretiza se
houver, realmente, contro-
le integrado e rigoroso da
apuração, algo que a maior
parte das empresas do setor
ainda não possui.

Ato contínuo, essa é uma
chance para o avanço efeti-
vo da transformação digital
no aftermarket, sobretu-
do quando consideramos
que o Fisco já está muito à
frente nesse sentido. Assim,
com o cruzamento de infor-
mações em tempo real pelo
Receita sendo a nova dire-
triz de nosso ambiente
fiscal, qualquer inconsisten-
cia pode resultar em autua-
ções pesadas.

Para distribuidores e lojis-
tas de autopeças, cuja
operação envolve ainda a
necessidade de um contro-
le rigoroso sobre notas
fiscais, o risco é direto: erros

Por Iago Átila

Foto: Divulgação

pontuais podem se multiplicar e comprometer a saúde financeira. A informalidade, que ainda resiste em parte do setor, deve também ser superada diante da exigência de rastreabilidade fiscal. Em outras palavras: no horizonte tributário que já está sendo desenhado para o Brasil, empresas que não estruturarem processos digitais robustos terão dificuldade de competir com quem

fizer a lição de casa. A transição para o novo modelo será gradual, entre 2026 e 2033, mas distribuidores e lojistas não podem deixar para a última hora essa mudança, sob o risco de perda de competitividade. O setor precisa usar esse período como janela de preparação: implantar sistemas digitais de gestão fiscal, simular cenários de carga efetiva, recalibrar preços,

treinar equipes e ter na gestão tributária um motor para a digitalização de outras áreas do negócio. Mais do que uma adaptação técnica, trata-se de uma mudança cultural, que envolve incorporar a disciplina tributária ao coração da operação. Sim, a Reforma Tributária não é apenas uma mudança burocrática pontual, mas um divisor de águas para o aftermarket automotivo e

quem souber transformar seus desafios em oportunidades sairá mais forte na corrida pelo crescimento.



Iago Átila é head e founder do Compre Sua Peça



Entre nessa você também.

Faça parte do Aftermarket Automotivo
Comunidade no WhatsApp!

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

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

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

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

CLIQUE E PARTICIPE



2mc

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

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

Agora todos já sabem,

**TROCOU PASTILHA,
TROCOU REPARO**

E reparo de freios tem que ser 2MC

S E M P R E 2mc

2mc.com.br