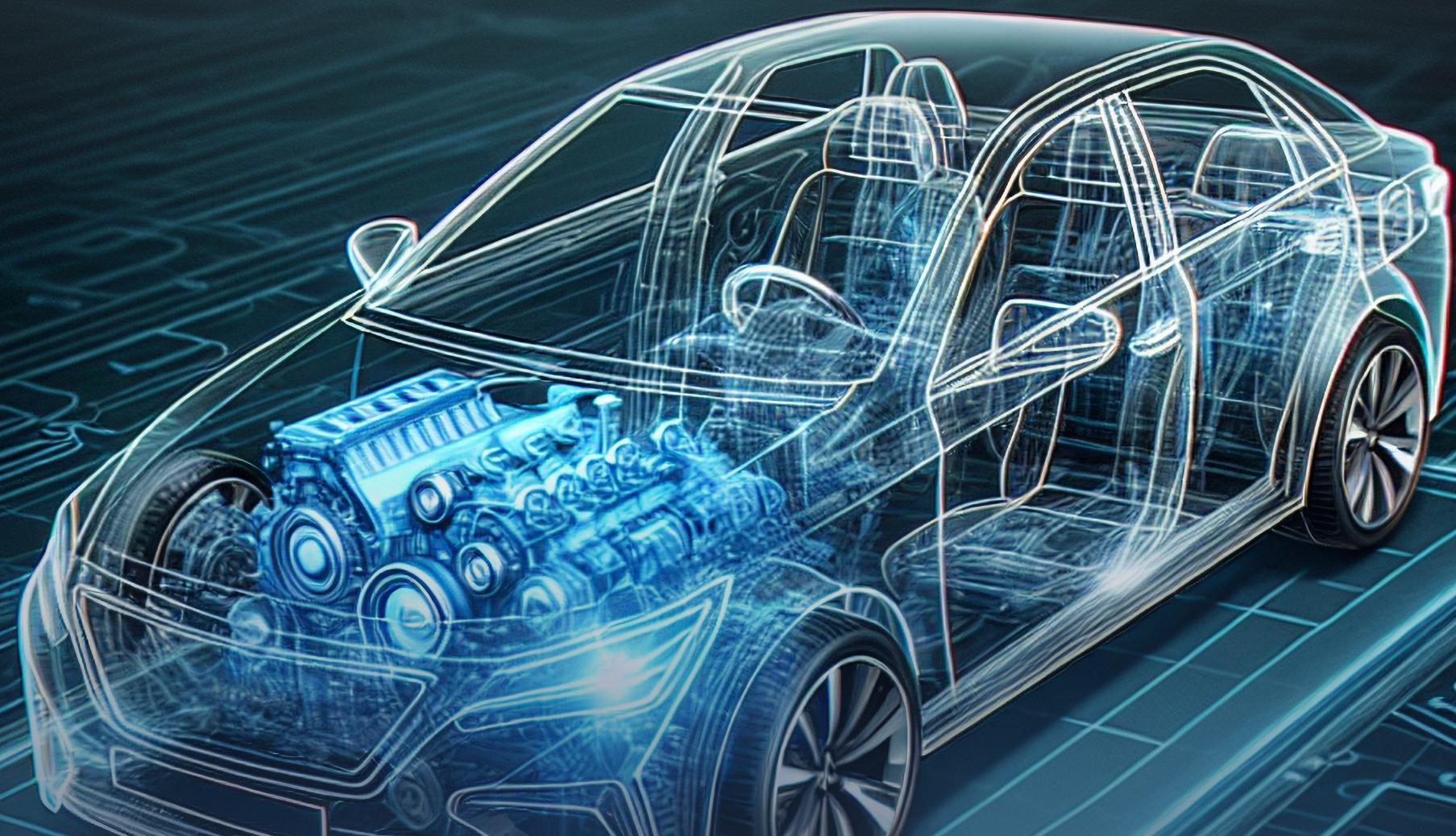




novovarejo

a mídia do aftermarket **automotivo**

EDIÇÃO 482 ANO 32 01 DE NOVEMBRO DE 2025 NOVOVAREJOAUTOMOTIVO.COM.BR NVD - NOVO VAREJO DIGITAL



E-commerce técnico

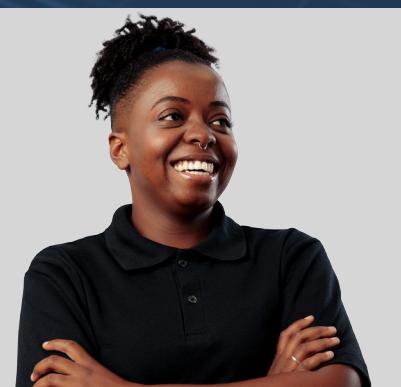
Mercado mostra resistência à compra de itens mais complexos no ambiente digital, mas plataformas de marketplace já trabalham para reverter a falta de confiança

**Delphi
Academy**

**O movimento que
impulsiona o seu futuro**



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





VAI COMEÇAR A

COBRA BLACK

2025



Uma semana de ofertas
imperdíveis para
abastecer o seu estoque

De 24 a 28 de novembro

Siga nossas redes sociais para não perder essa oportunidade!

🌐 www.cobrarolamentos.com.br

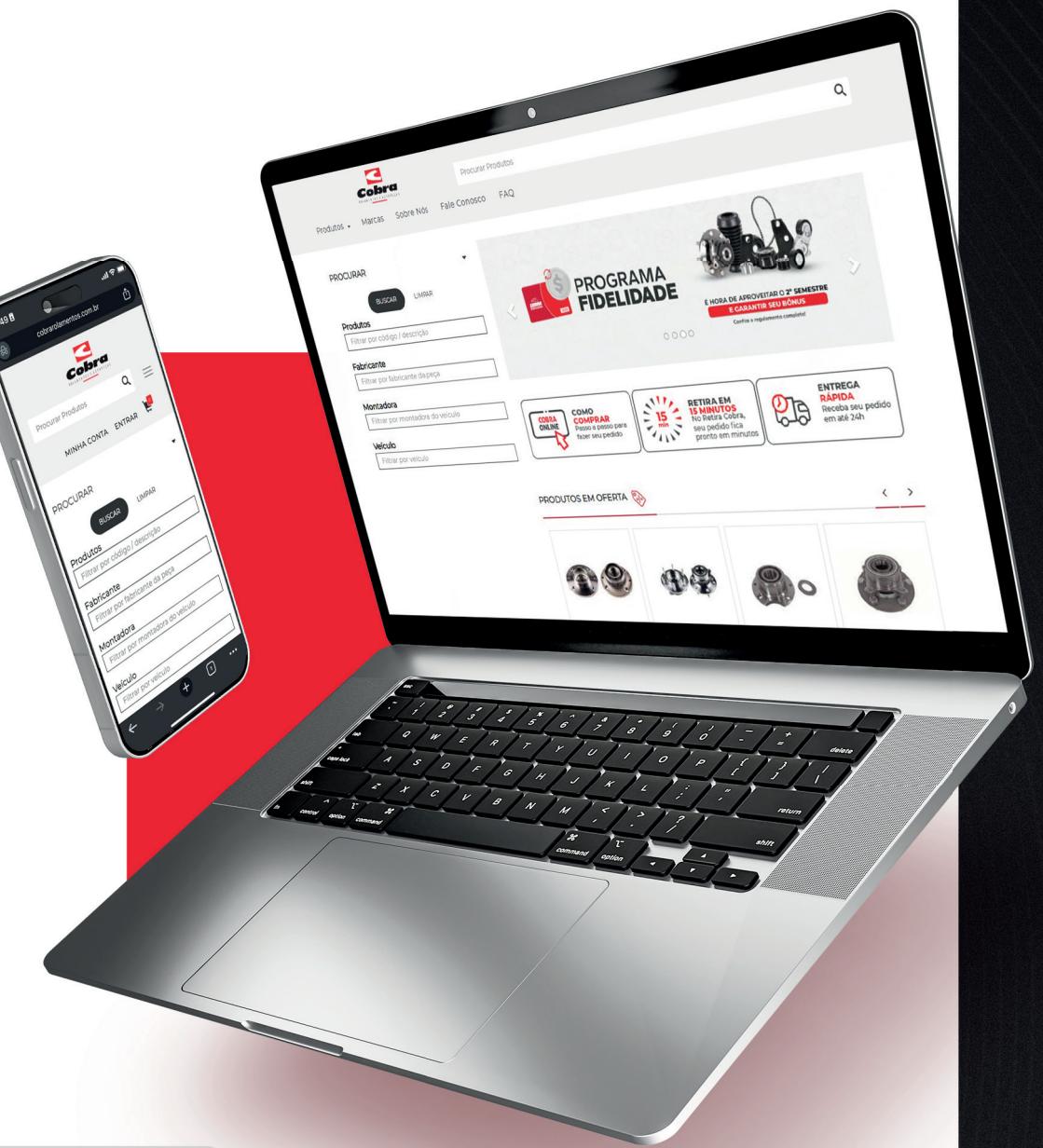
-instagram@cobrarolamentos

✉ sac@cobrarolamentos.com.br



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



Momento difícil para o varejo

Recente visita a um varejo de porte médio para grande na capital de São Paulo revelou um cenário um tanto atípico. Naquela loja, em que os clientes costumavam se acumular em frente ao balcão esperando a chamada por senha, não havia quase ninguém. O totom para retirada de senhas repousava esquecido próximo à entrada, mostrando-se totalmente desnecessário. Esta é uma situação real, aconteceu de fato. O movimento de queda nas vendas do varejo de autopeças, ao que tudo indica, veio para ficar até o final de 2025. Não se trata de um fenômeno recente. Desde maio a pesquisa MAPA vem apurando redução dos negócios semana após semana, com pequenos respiros pontuais. No gráfico publicado nesta edição, você vai encontrar exatamente a mesma trajetória.

A reportagem do Novo Varejo já investigou as causas deste momento desafiador que se consolidou no segundo semestre do ano. A conjuntura que o mercado enfrenta tem raiz na saúde financeira do consumidor, afetada pela falta de crédito e a dificuldade que os assalariados vêm enfrentado para acompanhar o custo de vida. Embora em geral as oficinas permaneçam com movimento, o tíquete médio tem sido menor porque os proprietários dos veículos se limitam aos serviços verdadeiramente essenciais. Há quem prefira encostar o carro e recorrer ao Uber, ou mesmo ao transporte público.

Ao cruzar a queda nas vendas com a redução da reposição nos estoques, apuramos outro dado para além do óbvio – naturalmente menos vendas exigem menos compras. Mas, também, é importante destacar que este movimento de certa forma confirma a modernização na gestão dos varejos na medida em que as lojas são capazes de ajustar em tempo

real o perfeito equilíbrio entre movimento no balcão e readequação dos estoques, o que indica a adoção de sistemas muito mais eficientes que modelos empíricos do passado. O impacto da desaceleração no Aftermarket Automotivo apurado pela pesquisa MAPA já é sentido também pelas indústrias de autopeças. De acordo com o mais recente relatório divulgado pelo Sindipeças, relativo a agosto e publicado nesta edição, o destaque negativo para os fabricantes de componentes automotivos foi exatamente o mercado de reposição, que vem apresentando resultados cada vez mais fracos. Desde junho, observa-se aceleração na queda da variação anual e perda de fôlego no crescimento acumulado do ano, chegando em agosto a -13,8% na variação interanual e apenas +2,2% no acumulado do ano, tendência observada tanto na linha leve quanto na pesada. Os índices do Sindipeças se casam na medida exata com o desempenho negativo do varejo apurado pelo MAPA com reflexos, portanto, a partir de junho para as indústrias, o que ratifica o valor para os estratégistas da reposição do estudo semanal realizado pelo AfterLab.

Este movimento de retração resultou em uma completa reportagem sobre o assunto em nossa edição 473. Se você não leu, fica o convite. O texto é esclarecedor e vai te ajudar a entender o momento que o Aftermarket Automotivo atravessa. O link é este: <https://www.flipsnack.com/novovarejofulldigital/digital-473/full-view.html>. E como o assunto está em alta, e assim deve permanecer pelos próximos meses, queremos ouvir sua visão acerca do desempenho do mercado neste segundo semestre. Se puder contribuir, envie seu comentário para o e-mail jornalismo@novomeio.com.br. Te esperamos.

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 - #482 01 Novembro 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.novovarejautomotivo.com.br
www.facebook.com/novovarejautomotivo
www.instagram.com/novovarejo_automotivo
www.linkedin.com/company/novovarejautomotivo/
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.

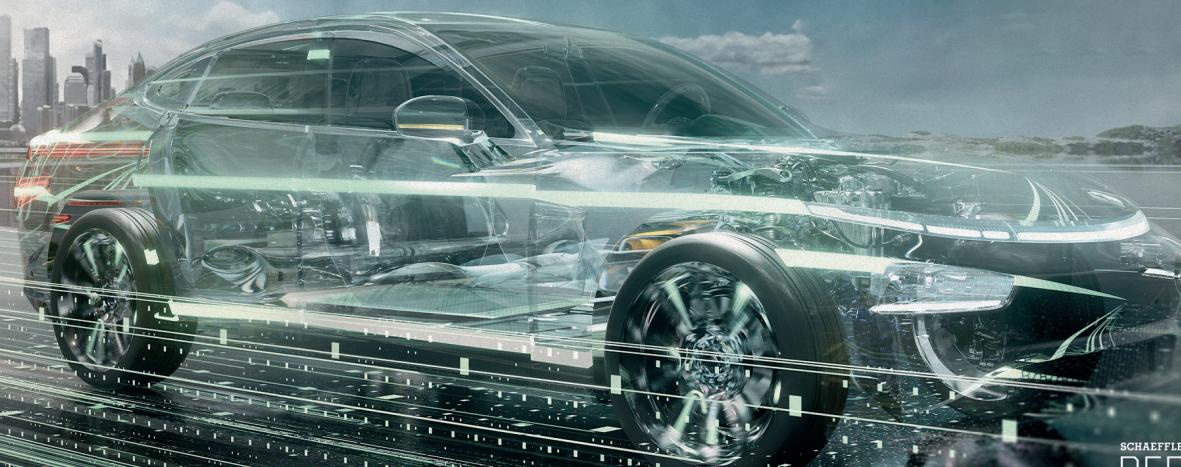
Jornalista Responsável:

Claudio Milan (MTb 22.834)

Nhm[®]

www.novomeio.com.br

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



26 Diversidade

Painel no Seminário da Reposição Automotiva debate a presença das mulheres no Aftermarket Automotivo e a importância destas executivas.

08 Entrevista

Executiva de Recursos Humanos conta como vem estruturando ações para reduzir a escassez de mão de obra para o setor automotivo.

12 Capa

Embora a categoria peças e acessórios seja campeã de vendas nos marketplaces, ainda falta confiança para a compra de itens mais técnicos.

20 Internacional

Escassez no fornecimento de semicondutores volta a ser preocupação para o setor automotivo e fabricantes europeus estão preocupados.

32 After.Lab

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



HÁ 100 EDIÇÕES

Varejo ainda busca conexão com a pauta ESG

A edição 382 do Novo Varejo mostrava medidas práticas que poderiam ser adotadas com pouco investimento para inaugurar esse conceito nas lojas

Há pouco tempo, quando se ouvia o termo 'sustentabilidade', era quase inevitável pensar quase que estritamente na questão ambiental. A popularização da sigla ESG (Environmental, Social and Governance), no entanto, já trouxe em seu próprio significado a percepção de que este conceito transcende os limites da preservação do meio ambiente e tem envolvimento direto com a sociedade e a gestão dos processos que regem relações pessoais e profissionais. Dentro deste contexto,

a Fecomércio – que já possuía o Conselho de Sustentabilidade – decidiu criar o 'Comitê ESG' para trabalhar a pauta de uma maneira mais holística junto às empresas dos setores de varejo e serviços. A virada de chave foi importante. Afinal, por muito tempo os varejistas estiveram na periferia dos discursos acerca do tema devido à pouca relação que têm com a fabricação dos produtos e os resíduos e poluentes decorrentes deste processo. Há 100 edições, nossa reportagem aprofundava o debate

sobre a inserção do Aftermarket Automotivo nas práticas do ESG. A indústria, até por uma questão de compliance, estavam avançadas no conceito. Porém, conforme descíamos a cadeia de negócios do mercado, o engajamento se reduzia substancialmente.

Mesmo assim, sabedores de suas responsabilidades na promoção da diversidade em seus ambientes, bem como amadurecidos em seus papéis na condução de uma operação eficiente e desenvolvimento de áreas ligadas à

logística reversa, alguns negócios vinham aumentando engajamento na pauta ESG. Sobre este cenário de mudança, em que ainda há um gap considerável entre os diferentes portes de empresa do país, a assessora técnica da área na Fecomércio, Cristiane Cortez, falava à nossa reportagem sobre medidas práticas que não apenas poderiam ser adotadas com pouco investimento, mas que se revertiam quase que instantaneamente em ganhos financeiros e de reputação para os negócios.

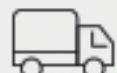
PORTFÓLIO COMPLETO DAS MELHORES MARCAS E ENTREGAS EM TODO O BRASIL?



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

BOSCH **Continental** **Mazda** **LUK** **FAG** **SCHAFFFLER**

MAHLE **BEHR** **OSABO** **SKF** **viemar**

DANA **SPICER** **MERITOR** **MONROE** **AXIOS**

AMPRI **Continental** **DAYCO** **SAMPEL** **TIMKEN** **URBA** **Valeo**



Escaneie
o QR Code
e acesse o
compreonline.

Pellegrino
Conte com nossa gente.

@pellegrinoautopecas

Pellegrino Autopeças

Pellegrino Distribuidora de Autopeças

0800 020 0700



Transformação de imagem é crucial para atrair talentos no aftermarket

Diretora de RH detalha como gigante do setor automotivo atua para minimizar falta de mão de obra e diz que problemas só serão solucionados com articulação entre entidades, poder público e empresas

A escassez de mão de obra no Aftermarket Automotivo foi uma das pautas da 11ª edição do Fórum IQA da Qualidade Automotiva, realizado no último dia 9 de outubro. Amplamente debatido pelas lideranças do setor, o tema já deixou de ser uma preocupação distante para se tornar realidade sentida no dia a dia das empresas.

Mesmo gigantes como o Grupo Carbel, dono de uma das maiores redes de concessionárias e serviços automotivos do país, já convivem com o desafio de atrair e reter profissionais qualificados. O problema, reconhece a empresa, é tão estrutural que passou a demandar uma atuação direta do próprio setor produtivo, que tem assumido parte da responsabilidade pela formação de novos talentos e ressignificação dos postos na cadeia de reposição.

À frente dessa estratégia está Juliana Campos Franco, Diretora Superintendente de Gente e Gestão do grupo. Com duas décadas de experiência em desenvolvimento organizacional e cultura corporativa, ela lidera projetos voltados à qualificação técnica e à valorização das carreiras do setor automotivo.

Em entrevista exclusiva ao Novo Varejo, Juliana analisou o cenário,

deu exemplos práticos dos projetos que vem implementando para enfrentar a escassez de mão de obra e defendeu ações articuladas entre entidades do setor público em prol de uma integração mais efetiva entre o ensino técnico e o setor produtivo.

Novo Varejo - Nos últimos anos, diferentes entidades do setor automotivo têm alertado para a falta de profissionais qualificados no aftermarket como um todo. Como vocês enxergam esse cenário hoje? A carência de mão de obra é pontual ou estrutural no Brasil?

Juliana Campos Franco - O setor automotivo vem passando por uma transformação profunda, com novos sistemas eletrônicos, veículos híbridos e conectados, o que tem ampliado a necessidade de atualização técnica constante. Nesse contexto, a demanda por profissionais qualificados cresce. No entanto, entendemos que o desafio é realmente estrutural e reflete um descompasso histórico entre a formação técnica e as demandas reais do mercado automotivo.

Novo Varejo - O setor tem enfrentado dificuldades tanto para atrair jovens quanto para

reter profissionais experientes. Que fatores explicam esse desinteresse crescente pelas profissões ligadas à manutenção automotiva, como vendedor de autopeças?

Juliana Campos Franco - Existem alguns fatores combinados que ajudam a explicar esse cenário. O primeiro é uma percepção de que as profissões ligadas à manutenção automotiva são pouco inovadoras, o que não reflete a realidade atual do setor, cada vez mais tecnológico e conectado. O segundo ponto em relação aos jovens é o distanciamento entre as escolas técnicas e as empresas, o que dificulta a vivência prática e a clareza sobre o potencial de carreira nesse segmento. Em relação aos profissionais experientes, observamos que muitos não encontram programas estruturados de atualização ou planos de desenvolvimento, o que leva à evasão ou migração para outros setores. Portanto, há um desafio de posicionamento de imagem e de valorização profissional, tanto na entrada quanto na permanência.

Novo Varejo - Com a chegada de veículos eletrificados, conectados e mais tecnológicos, como vocês têm

observado a adaptação dos profissionais e das próprias empresas do aftermarket? A falta de atualização técnica é um dos principais gargalos?

Juliana Campos Franco - Sem dúvida. A atualização técnica é hoje um ponto de atenção do setor. A velocidade com que as tecnologias embarcadas evoluem exige um profissional com perfil de aprendizado contínuo. No entanto, muitos ainda foram formados em um contexto analógico, e as empresas precisam investir em capacitação constante para que essa transição ocorra. No nosso grupo, temos intensificado treinamentos internos e parcerias com fabricantes e instituições especializadas para garantir que os times estejam preparados para atuar em veículos cada vez mais modernos, com componentes eletrônicos e diagnósticos digitais.

Novo Varejo - Você pode dar exemplos concretos de como estão atuando nessa frente?

Juliana Campos Franco - Claro. Temos adotado uma estratégia de formação interna contínua, com foco em desenvolver talentos. Criamos programas de capacitação técnica e comportamental voltados a funções-chave, como

mecânicos, consultores de serviços e vendedores de autopeças. Além disso, ampliamos parcerias com fornecedores e instituições de ensino para alinhar conteúdos às novas tecnologias do setor. O objetivo é formar um pipeline de profissionais preparados e não depender apenas da oferta externa. Lançamos no mês de outubro o projeto Emprega Mais Carbel. É uma ação inédita e que, com a nossa expertise de mais de cinco décadas, estamos investindo na formação de novos talentos em vendas. É uma forma de contribuir com o mercado e reforçar nosso papel como agente de transformação social e econômica.

Novo Varejo - Vocês têm procurado entidades e parceiros para estabelecer modelos de cooperação voltados a não só qualificar esses profissionais, mas também a atrair interessados no setor?

Juliana Campos Franco - Sim. Temos buscado ampliar o diálogo com escolas profissionalizantes, associações de classe e parceiros estratégicos para desenvolver trilhas formativas integradas, que conectam teoria e prática desde os primeiros estágios de formação. Nossa entendimento é que o desafio não se resolve apenas com capacitação técnica, mas com uma estratégia conjunta de atração de talentos para o setor automotivo. Isso inclui comunicação

com jovens, como também programas de estágio e aprendizes e a criação de jornadas de carreira claras, que tornem o segmento mais atrativo.

Novo Varejo - É possível, por exemplo, ressignificar o papel da reposição automotiva diante das novas tecnologias e da transição energética?

Juliana Campos Franco - É totalmente possível e necessário. A reposição automotiva precisa se reposicionar como um segmento essencial da mobilidade do futuro. Hoje, trabalhar nesse setor significa lidar com conectividade, eficiência energética, sustentabilidade e inovação. A comunicação com as novas gerações deve evidenciar esse lado tecnológico e o impacto social do segmento. Temos procurado fazer isso mostrando que a oficina moderna é um hub de tecnologia, dados e soluções inteligentes para o cliente. A transformação de imagem é um passo crucial para atrair talentos.

Novo Varejo - Além da qualificação técnica, que outros fatores dificultam a ampliação da força de trabalho no after-market - como remuneração, informalidade, ausência de plano de carreira ou falta de reconhecimento social?

Juliana Campos Franco - Todos esses fatores exercem influência. A ausência de planos de carreira estruturados e de

reconhecimento profissional ainda é um ponto sensível. Muitos veem as funções técnicas como transitórias e não como carreiras de longo prazo. Além disso, parte do setor ainda opera em estruturas informais, o que reduz a percepção de estabilidade e atratividade. Por isso, investimos em ambientes de trabalho organizados, seguros e com perspectiva de crescimento. Isso é fundamental para fortalecer o setor e consolidar uma cultura de valorização da mão de obra técnica.

Novo Varejo - Há políticas ou programas nacionais que poderiam ser aprimorados para atacar o problema da escassez de mão de obra? O que falta para transformar a formação técnica em

prioridade nacional no setor automotivo?

Juliana Campos Franco - Falta uma integração efetiva entre o sistema de ensino técnico e o setor produtivo. Existem boas iniciativas em andamento, mas ainda não conversam com a realidade das empresas. É necessário repensar currículos, metodologias e incentivos para que a formação técnica volte a ser vista como um caminho de prestígio e empregabilidade. Programas de incentivo fiscal, apoio à aprendizagem e certificações setoriais poderiam impulsionar esse movimento. Acreditamos que o Brasil precisa resgatar o valor da educação profissional como vetor de competitividade, especialmente em setores estratégicos como o automotivo.



Juliana avalia que desafio é estrutural e reflete descompasso histórico

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**




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.™

 **SAMPAL**
PEÇAS AUTOMOTIVAS

 **TIMKEN**

 **URBA**

 **Valeo**

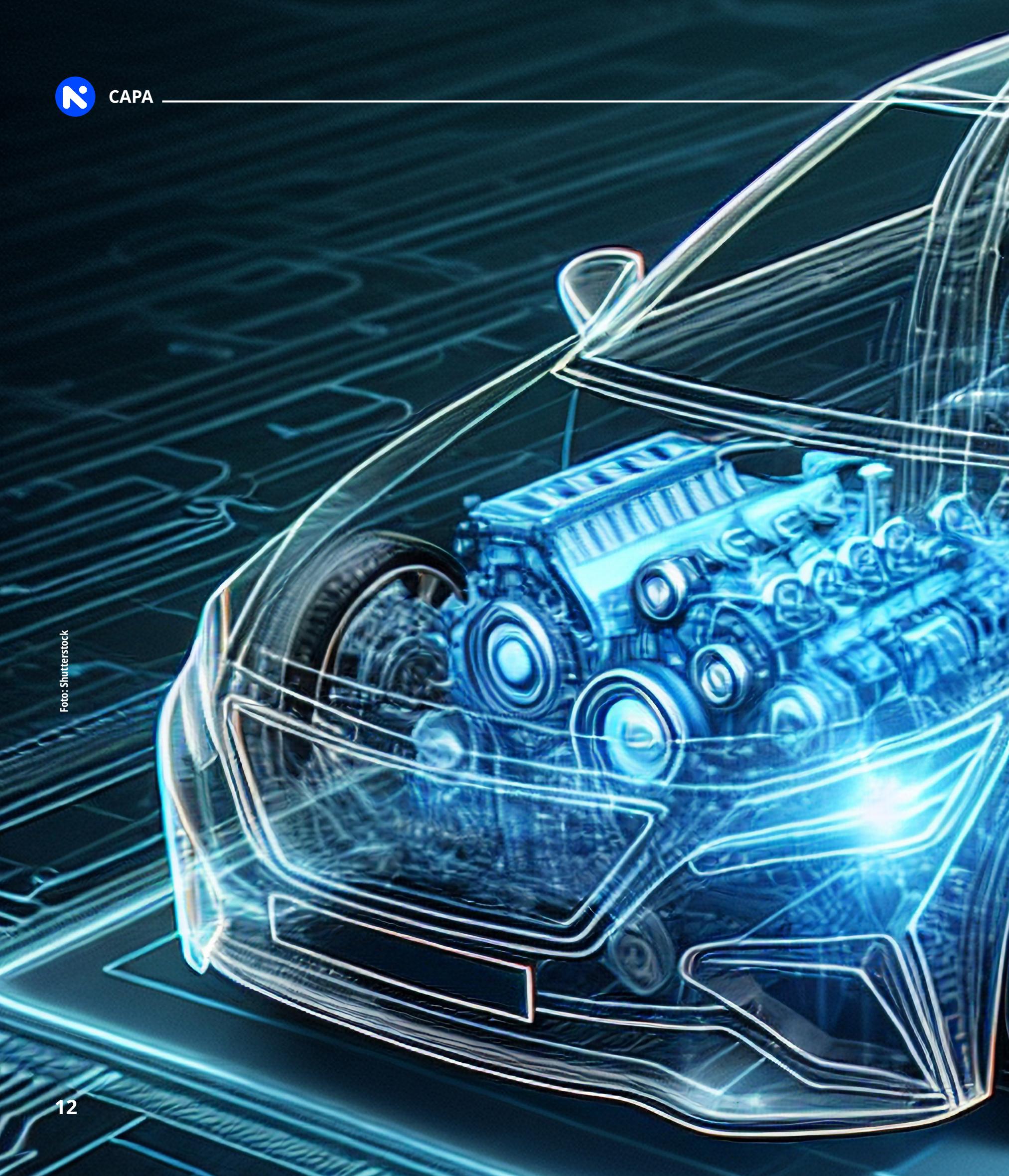
compre



online.samaautopecas.com.br

 [@autopecassama](https://www.facebook.com/autopecassama)
 [@sama.autopecas](https://www.instagram.com/sama.autopecas)
 0800 020 0900

Sama
Autopeças



Mercado ainda resiste à compra de itens técnicos no ambiente digital

Marketplaces e plataformas de tecnologia investem em ferramentas para modificar o cenário

A venda de itens automotivos no ambiente digital já é uma realidade. Prova disso, é que no país têm a categoria como um dos seus principais focos de atuação. Com presença mais tradicional no aftermarket, o Mercado Livre já consolidou sua divisão de 'autopeças e acessórios' como uma de suas fontes de receita mais relevantes. Isso porque, pelo menos desde 2022, esses produtos se desatacam como líderes considerando

Auto & Moto entre aquelas que se destacam acima da média nacional em determinados estados brasileiros no período de abril e setembro de 2025, a Shopee menciona novos produtos como: Escapamento (Piauí), Ar-condicionado para carro (Paraíba), Kit de Relação, Tração e Transmissão (Pernambu-ças e co), Kit de Sistema de Freio (Maranhão), Kit de Liga Leve (Amapá), Roda de Liga Leve (Sergipe), Jogo de 4 Pneus (Minas Gerais e Espírito Santo).

todas as demais categorias em volume de vendas. Mais recentemente, o marketpla- ce argentino passou a contar com uma concorrência cada vez mais acirrada da Shopee que, de janeiro para cá, fez investimentos robustos em sua área de 'Auto & Moto', incluindo a abertura de lojas oficiais de mais de 40 grandes marcas do setor. das diretamente pelas lojas e distribuidores de autopeças.

Isso porque, especialistas no comércio digital do aftermarket e os próprios porta-vozes dos marketplaces afirmam que a maioria dos espaços consiste em acessórios automotivos e peças de aplicação mais voltadas a Ao destacar o protagonismo da categoria

Auto & Moto entre aquelas que se destacam acima da média nacional em determinados estados brasileiros no período de abril e setembro de 2025, a Shopee menciona novos produtos como: Escapamento (Piauí), Ar-condicionado para carro (Paraíba), Kit de Relação, Tração e Transmissão (Pernambu-ças e co), Kit de Sistema de Freio (Maranhão), Kit de Liga Leve (Amapá), Roda de Liga Leve (Sergipe), Jogo de 4 Pneus (Minas Gerais e Espírito Santo).

todas as demais categorias em volume de vendas. Mais recentemente, o marketpla- ce argentino passou a contar com uma concorrência cada vez mais acirrada da Shopee que, de janeiro para cá, fez investimentos robustos em sua área de 'Auto & Moto', incluindo a abertura de lojas oficiais de mais de 40 grandes marcas do setor. das diretamente pelas lojas e distribuidores de autopeças.

Isso porque, especialistas no comércio digital do aftermarket e os próprios porta-vozes dos marketplaces afirmam que a maioria dos espaços consiste em acessórios automotivos e peças de aplicação mais voltadas a

Segundo Thiago Trincas, CEO da Seconds vendas. Mais recentemente, o marketpla- ce argentino passou a contar com uma concorrência cada vez mais acirrada da Shopee que, de janeiro para cá, fez investimentos robustos em sua área de 'Auto & Moto', incluindo a abertura de lojas oficiais de mais de 40 grandes marcas do setor. das diretamente pelas lojas e distribuidores de autopeças.

Isso porque, especialistas no comércio digital do aftermarket e os próprios porta-vozes dos marketplaces afirmam que a maioria dos espaços consiste em acessórios automotivos e peças de aplicação mais voltadas a

– startup curitibana que desenvolve tecnologia para marketplaces –, a predominância desse perfil de produtos em relação àqueles mais conectados com a chamada 'mecânica pesada', se deve a um conjunto de fatores relacionados à confiança, sobre- tudo do reparador. "Entre essas barreiras, eu destacaria dúvidas quanto à qualidade e garantia, dificuldade em validar a compa- tibilidade, custos e complexidade logís- tica para devoluções, além da confiança no vendedor", afirma Trincas.

Em complemento ao líder da Seconds, o fundador e header do Compre Sua Peça, Iago Átila, aponta que, além da confiança do comprador, o mercado digital ainda carece, muitas vezes, de detalhamento nas informações disponíveis em alguns canais. "O que temos percebido é que quando o comprador encontra uma peça com descrição completa, imagens e garantia de compatibilidade, ele se sente seguro e finaliza a compra", comenta Átila.

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



 **BOSCH**      

 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

Marketplaces e empresas de tecnologia se mobilizam para mudar cenário

Embora os números ainda mostrem o predomínio de acessórios e peças de aplicação mais simples nas vendas online, há uma mobilização crescente tanto de marketplaces quanto de empresas de tecnologia para mudar esse cenário.

O objetivo é claro: tornar o ambiente digital mais seguro e confiável para a comercialização de peças de maior complexidade técnica, ampliando o alcance das plataformas e oferecendo aos consumidores e reparadores a mesma precisão e assertividade que se espera de um balcão físico.

No centro dessas iniciativas

estão as ferramentas de compatibilidade, sistemas que conectam automaticamente cada peça às especificações dos veículos para os quais ela é aplicável considerando marca, modelo, versão, motorização e ano. Essas ferramentas atuam como um elo técnico essencial entre vendedor e comprador, reduzindo erros de aplicação e devoluções, dois dos maiores gargalos da venda digital de autopeças.

De acordo com Thiago Trincas, da Seconds, a popularização das novas soluções vem transformando o dia a dia das operações online. "Essas funcionalidades diminuem o número de devoluções e erros e já estão em pleno funcionamento em plataforma como o Mercado Livre", afirma o executivo, antes de complementar: "De olho nesse movimento, criamos nossa ferramenta de compatibilidade voltada a permitir o preenchimento das informações em massa, reduzindo drasticamente o tempo de cadastro do anúncio".

Trincas ressalta ainda que o uso de dados em tempo real é decisivo para entender as flutuações de demanda e as variações de compatibilidade

conforme a frota circulante se renova. Em outras palavras, trata-se de um mercado dinâmico, que exige leitura contínua e tecnologia aplicada ao detalhe, um desafio que, até poucos anos atrás, parecia distante da realidade do aftermarket digital.

Quem também enxerga o poder transformador dessas ferramentas é Iago Átila, fundador da Compre Sua Peça, plataforma que nasceu com foco em conectar oficinas e consumidores diretamente a distribuidores e fabricantes. Para ele, as ferramentas de compatibilidade representam "o ponto de virada" do e-commerce automotivo. "Elas funcionam como uma validação técnica automatizada, garantindo que o cliente compre exatamente a peça certa para o veículo dele. Como a maioria dos compradores online não é técnica, essas ferramentas, especialmente com o avanço da inteligência artificial, começam a atuar como assistentes de compra inteligentes, interpretando diagnósticos e sugerindo o produto correto", destaca. Segundo o executivo, a aplicação das soluções não só reduz devoluções

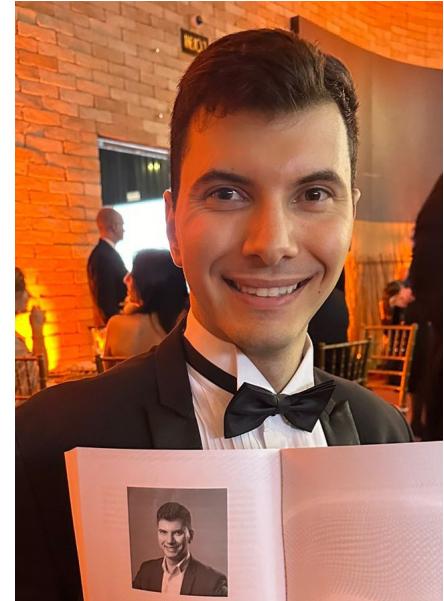


Foto: Divulgação

Iago Átila defende que e-commerce evoluirá para um modelo de eficiência e precisão

e melhora a experiência do usuário, como também abre espaço para que peças mais complexas passem a ser comercializadas com segurança e previsibilidade. "À medida que os catálogos digitais e os bancos de dados automotores se integram, a validação da compatibilidade se torna mais automatizada e confiável. Com isso, o e-commerce tende a evoluir de um modelo baseado em conveniência para um modelo de eficiência e precisão, em que até peças de mecânica pesada poderão ser compradas online com segurança e agilidade", projeta Átila.



Foto: Divulgação

Funcionalidades reduzem ocorrências de devoluções, diz Thiago Trincas



Tecfil®

**O FILTRO
ORIGINAL
DO
BRASILEIRO**

**FILTROS
PARA
CÂMBIO
AUTOMÁTICO**

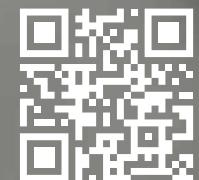
Com cobertura de
+ de 460
aplicações

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

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

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

SAIBA MAIS



Mecânico ganha espaço no ecossistema dos marketplaces

Validando as ferramentas de compatibilidade como tecnologias essenciais para a expansão das vendas de peças críticas em plataformas online, a Shopee seguiu o mesmo caminho do Mercado Livre e tem investido significativamente na tecnologia. De acordo com Felipe Lima, Head de Desenvolvimento de Negócios da empresa, essa tecnologia tem sido um dos pilares da expansão da categoria Auto & Moto, uma das prioridades estratégicas da companhia em 2025.

“Nosso filtro de compatibilidade permite que, ao buscar uma peça, o consumidor possa selecionar o modelo e o ano do veículo para verificar se o item é compatível já na plataforma. Mas fomos além. Junto dessa função automatizada, há a possibilidade de tirar dúvidas técnicas diretamente com o próprio vendedor antes da compra”, reforçou.

Apesar desse amplo reconhecimento da importância das ferramentas de compatibilidade, Lima afirma que a consolidação dos marketplaces como espaços tão relevantes quanto as lojas físicas para a venda de todas as categorias de peças também está atrelada a iniciativas de engajamento profissional, capazes de aproximar oficinas e mecânicos das plataformas.

“Estamos em um momento em que os mecânicos, e não só os consumidores finais, já estão se tornando parte ativa do ecossistema do marketplace. Foi pensando nisso que criamos iniciativas como o Programa de Criadores e Afiliados da Shopee. Nele, o próprio profissional pode indicar ao cliente o link do produto que precisa ser comprado para um reparo ou manutenção. Após a compra, ele recebe uma comissão pela venda. Além disso, lançamos o Clube

do Mecânico, que oferece descontos e condições especiais”, explicou.

Esse tipo de estratégia, aliás, é visto pelos especialistas como um passo decisivo na profissionalização da jornada digital de compra de autopeças, em que o reparador deixa de ser apenas um intermediário e passa a atuar como curador técnico e influenciador de decisão de compra, função que ele já exerce há décadas no

ambiente físico.

Do ponto de vista de mercado, a soma de todos esses movimentos, tecnológicos, comerciais e culturais aponta para uma transformação gradual e inevitável. Assim, a aposta é que, em um futuro próximo – à medida que as ferramentas de compatibilidade se consolidam e a cadeia ganha fluidez digital – a fronteira entre o balcão físico e o marketplace finalmente desapareça.



Foto: Divulgação

Felipe Lima conta que plataforma tem canal para esclarecer dúvidas direto com vendedor

Nhm[®]

Novomeio
hub de mídia

 **aftermarket**
automotivo

 **novovarejo**
automotivo

 **AFTER.LAB**
Novo laboratório de inovação e dados para a
indústria automotiva

 **mais**
automotivo

 **a.tv**

A INCRÍVEL

BLACK

**DESCONTOS IMPERDÍVEIS,
CONDIÇÕES DE FRETE COMO VOCÊ NUNCA VIU
E BRINDES EXCLUSIVOS!**

**ENTRE EM CONTATO COM NOSSOS VENDEDORES
OU COMPRE PELO SITE.**



LOJA.RMP.COM.BR

RMP

Falta de semicondutores volta a preocupar setor automotivo

A escassez de semicondutores continua sendo um problema global e ameaça parar mais linhas de montagem. A falta dos componentes se agravou durante a pandemia e desde então não foi possível retomar a normalidade.

Na segunda quinzena de outubro, a Associação Europeia de Fabricantes de Automóveis (ACEA) manifestou profunda preocupação com a possibilidade de graves interrupções na produção de veículos na Europa caso a paralisação no fornecimento de chips da Nexperia não seja resolvida imediatamente.

Em 10 de outubro, fabricantes de automóveis e seus fornecedores receberam um comunicado da Nexperia descrevendo uma sequência de eventos que a impede de continuar garantindo a entrega de chips para a cadeia de suprimentos automotiva.

A Nexperia é uma fornecedora importante e de grande volume de semicondutores amplamente utilizados em unidades de controle eletrônico dos sistemas elétricos dos veículos, entre outros componentes. Sem esses chips, os fornecedores automotivos europeus não conseguem produzir as peças e componentes necessários para abastecer as montadoras, o que

ameaça a paralisação das linhas de produção.

Embora a indústria já compre chips semelhantes de outros fabricantes, o processo de homologação de novos fornecedores para componentes específicos, bem como o aumento da produção, pode levar vários meses, enquanto os estoques atuais de chips da Nexperia devem durar apenas algumas semanas.

"As montadoras tomaram medidas nos últimos anos para diversificar suas cadeias de suprimento, mas o risco nunca pode ser reduzido a zero. Trata-se de uma questão intersetorial que afeta um grande número de fornecedores e praticamente todos os nossos associados", afirmou Sigrid de Vries, diretora-geral da ACEA. "De repente, nos encontramos nessa situação alarmante. Precisamos urgentemente de soluções rápidas e pragmáticas de todos os países envolvidos".

No final de setembro, o setor industrial da União Europeia já havia divulgado nota em apoio à Declaração da Coalizão de Semicondutores, que reconhece a amplitude dos desafios enfrentados pela indústria europeia e reflete as necessidades do setor olhando para o futuro. Na nota, os signatários afirmam que a indústria de

semicondutores está crescendo — e continuará crescendo — especialmente em mercados-chave como inteligência artificial (infraestrutura e aplicações), automotivo, automação industrial, data centers e conectividade, infraestrutura energética, aeroespacial e defesa e que o momento de aproveitar esse crescimento é agora. "Assumir fortemente a liderança e executar as prioridades estabelecidas na declaração é fundamental para atrair o nível de investimento necessário para sustentar e expandir o desenvolvimento e a produção de semicondutores — tanto de base quanto de ponta — na Europa, no curto prazo".

Para isso, são sugeridas três ações principais:

- Ação ousada e clara responsabilidade por parte da Comissão Europeia e dos Estados-Membros para dar vida à Declaração;
- Estabelecer as condições prévias necessárias para um ambiente de negócios saudável, incluindo simplificação regulatória e administrativa, programas de incentivo, licenciamento mais ágil, acesso à rede elétrica, fornecimento de energia estável, infraestrutura de apoio confiável, atração de talentos, comércio livre e justo,

acesso seguro a matérias-primas críticas, e uma mudança de mentalidade na formulação de políticas para setores altamente estratégicos como o de semicondutores — institucionalizando a participação da indústria nesse processo;

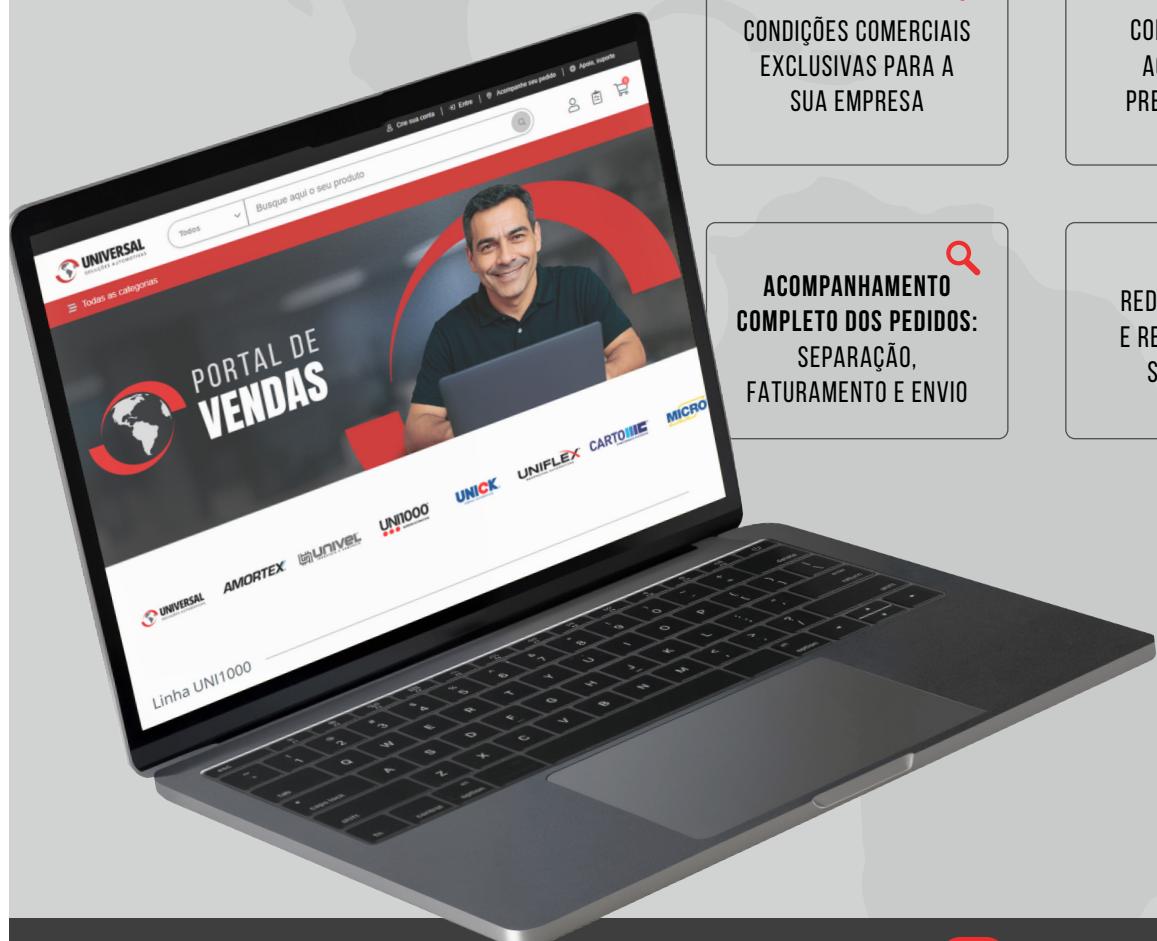
- Desenvolver uma proposta de valor orientada pelo mercado e pela indústria, que conecte os mercados finais europeus e globais, e facilite parcerias e investimentos europeus e internacionais. Governo e indústria devem trabalhar em estreita coordenação para garantir que o desenvolvimento do ecossistema acompanhe a demanda na Europa e além. Essa proposta de valor também deve incluir uma avaliação do potencial de receita, das capacidades de produção necessárias e uma análise dos fatores de investimento relevantes (custos, riscos e condições locais na UE).





PORTAL DE VENDAS

*SUA NOVA FORMA
DE COMPRAR COM
A UNIVERSAL*



\$\$\$
CONDIÇÕES COMERCIAIS
EXCLUSIVAS PARA A
SUA EMPRESA

CONSULTA RÁPIDA
AOS PRODUTOS,
PREÇOS E BOLETOS

24h

PEDIDOS E ORÇAMENTOS
DISPONÍVEIS 24H POR DIA

ACOMPANHAMENTO
COMPLETO DOS PEDIDOS:
SEPARAÇÃO,
FATURAMENTO E ENVIO

REDUÇÃO DE ERROS
E RETRABALHO NAS
SOLICITAÇÕES

!

MAIS AUTONOMIA,
CONTROLE E PRATICIDADE
NO SEU DIA A DIA



Escaneie e
tenha **acesso**
ao Portal.



loja.universalautomotive.com.br





ZF Aftermarket amplia portfólio e lança novas pastilhas de freio TRW

Dando sequência à sua estratégia de expansão no mercado de reposição, a ZF Aftermarket apresenta novas pastilhas de freio da marca TRW, ampliando significativamente a cobertura de aplicações e fortalecendo a presença da marca no País. As novas pastilhas podem ser aplicadas tanto em sistemas de frenagem dianteiro como traseiro, dependendo de cada montadora, e foram

desenvolvidas para veículos de passeio e utilitários leves com ampla presença na frota nacional. Entre os modelos contemplados com a nova cobertura estão Argo Trekking, Cronos e Pulse da Fiat, Eclipse Cross e Outlander da Mitsubishi, Tracker da Chevrolet, Bronco da Ford, HRV, New HR-V, CIVIC e CR-V da Honda, Aumark da Foton, diversas versões Sprinter da Mercedes-Benz, entre vários outros

modelos das montadoras Fiat, RAM, Ford e Scania. Para mais informações, o atendimento da ZF Aftermarket está disponível pelo telefone 0800 011 1100.



Foto: Divulgação

Novos códigos e aplicações ampliam a cobertura de veículos e reforçam a presença da marca no Brasil

Cofap tem novidades na linha de molas a gás

A Marelli Cofap Aftermarket amplia o catálogo de molas a gás com o lançamento de três códigos destinados aos modelos BYD Dolphin, Peugeot 2008 e Renault Duster, reforçando o compromisso da marca Cofap com a cobertura cada vez mais ampla da frota nacional.

Com mais de 400 códigos disponíveis, a linha se destaca pela ampla cobertura do mercado, oferecendo

qualidade e tecnologia para veículos leves, comerciais leves e pesados, com o mesmo desempenho dos produtos genuínos para as aplicações a que se destinam, ou seja, auxiliar na abertura de tampas de porta-malas e de bagageiros, além de capôs de motor, e sustentar o seu peso enquanto estão abertas. Confira os novos códigos e aplicação:

• **MGC16835** - BYD Dolphin

(tampa traseira)

• **MGC19170** - Peugeot 2008 (tampa traseira)

• **MGC16836** - Renault Duster (capô)

Mais informações sobre os lançamentos e outros produtos da marca Cofap podem ser encontradas no catálogo eletrônico disponível para celulares IOS e Android e no site www.mmcofap.com.br. Outro canal é o serviço de atendimento ao consumidor: 0800-0194054.



Foto: Divulgação

São três códigos destinados a modelos BYD, Peugeot e Renault

ANUNCIE

na mídia do **Aftermarket Automotivo**

comercial@novomeio.com.br





Conheça os finalistas

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	FILTRÔ	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	ELETRICO
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





Monroe Axios anuncia chegada de linha de cruzetas para veículos comerciais

A DRiV anuncia mais uma novidade para o mercado brasileiro: a chegada da nova linha de cruzetas Monroe Axios para veículos comerciais. Com isso, a marca, já reconhecida como referência em sistemas de suspensão e direção, passa a oferecer também a qualidade e a confiabilidade consolidadas no aftermarket para componentes de transmissão. Neste primeiro momento, a Monroe Axios disponibiliza 26 PNs (códigos de peça), destinados

a diferentes modelos de veículos comerciais. O portfólio vai desde leves, como Jeep Cherokee e Hyundai HR, até extrapesados, como o cavalo-mecânico Scania R420, conferindo amplitude ao catálogo e contemplando os principais fabricantes em variadas aplicações.

Entre os diferenciais das cruzetas Monroe Axios estão: a aplicação de graxa sintética para suportar altas temperaturas; o desenho exclusivo do corpo da cruzeta (aranha),

aliado ao tratamento térmico da estrutura, que proporciona mais robustez nas aplicações severas; além do uso de arruelas com design e material exclusivo e de um rolamento de agulha adicional, que conferem uma montagem mais resistente junto ao eixo cardã. Como praxe, toda a produção é submetida a rigorosos testes de durabilidade e a análises de materiais, dureza, microestrutura e dimensões de cada peça.



Marca, referência em componentes de suspensão e direção, expande cobertura para sistemas de transmissão

Foto: Divulgação

Velas Champion chegam para ampliar cobertura da DRiV na reposição

A DRiV anuncia a chegada da linha de velas de ignição Champion ao mercado brasileiro. Reconhecida mundialmente há mais de 110 anos, a Champion é uma das pioneiras na produção industrial e comercial de velas de ignição. Essa tradição coloca a marca entre os líderes globais no desenvolvimento, produção e fornecimento do produto, que se destaca por oferecer soluções de alta performance, agora também disponíveis para o Brasil. A nova linha reforça a estratégia da DRiV de ampliar sua cobertura no mercado de reposição automotiva do país, oferecendo soluções de alto valor agregado e a

melhor relação custo/benefício para os reparadores. Ao todo, serão disponibilizadas quatro linhas de produtos, com soluções para motores a gasolina, flex e a diesel. Em sua estreia no país, a Champion disponibiliza 269 SKUs para 51 marcas de veículos leves, totalizando mais de 2 mil modelos em circulação, o que corresponde a uma cobertura de 85% da frota nacional. Futuramente, o catálogo será ampliado, com a oferta de componentes para os segmentos de comerciais e pesados. "O lançamento das velas Champion® reafirma nosso compromisso de oferecer aos reparadores brasileiros

soluções de alta performance. Elas trazem o que há de mais avançado em tecnologia de ignição e contribuem para uma operação mais eficiente, limpa e econômica", destaca o diretor-geral da DRiV™ no Brasil, Marcelo Rosa. As ações comerciais previstas para o lançamento incluem uma campanha publicitária nos principais canais destinados ao mercado automotivo, abrangendo mídia impressa, portais online, redes sociais e ativações nos pontos de venda. "Queremos fazer da Champion a referência em velas de ignição para reposição no mercado local", acrescenta Rosa. O mote das peças será "Os bons tempos

nunca acabam", que tem por objetivo, reforçar a imagem conquistada pela marca em mais de um século de atuação no meio automotivo. "Identificamos em pesquisa que os reparadores têm uma forte ligação com a marca, mesmo muitos nunca terem trabalhado com ela antes", acrescenta o executivo.



Marca centenária chega trazendo mais de 200 SKUs em sua estreia no mercado

Foto: Divulgação

A INCRÍVEL

BLACK

**DESCONTOS QUE VÃO TURBINAR O SEU NEGÓCIO,
FRETES EM CONDIÇÕES IMPERDÍVEIS
E BRINDES EXCLUSIVOS!**



ENTRE EM CONTATO COM NOSSOS VENDEDORES

OU COMPRE PELO SITE.



LOJA.DISAPE.COM.BR

»Disape

Olhar plural fortalece evolução da cadeia automotiva

Tema foi tratado na apresentação da consultora Tania Macriani durante o Seminário da Reposição Automotiva em painel promovido pela AMMA - Associação Brasileira das Mulheres do Mercado Automotivo

As mulheres representam hoje 24% da força de trabalho no setor automotivo, mas a presença feminina em cargos de alta gestão ainda carece de evolução a partir da média até a alta gerência. O dado foi trazido por Tania Macriani, fundadora da MHD Consultoria, especialista em mapeamento do mercado automotivo desde 2017, em palestra realizada na edição 2025 do Seminário da Reposição Automotiva. O evento ocorreu em 7 de outubro na Fiesp - Federação das Indústrias do Estado de São Paulo. Na edição 481 do Novo Varejo você encontra a primeira parte da cobertura do seminário. A AMMA - Associação Brasileira das Mulheres do Mercado Automotivo tem se constituído numa forte iniciativa para promover e valorizar a presença feminina no aftermarket brasileiro e foi responsável pela organização do painel "Mulheres que movem a reposição", que tratou do assunto no evento.

"Se vocês perguntarem no chat GPT sobre a representatividade feminina, encontrarão que as mulheres representam 50% da população brasileira e 55% delas são economicamente ativas. Há uma carência de estudos científicos sobre a presença feminina na reposição. A equidade de gênero é um fator

extremamente importante para que a gente valorize a presença feminina, porque a mulher hoje vem ocupando mais espaços e ela se prepara muito mais do que os homens no nível superior e na parte de especialização. As mulheres hoje são profissionais extremamente preparadas para estar buscando presença no setor automotivo. Outro dado é que, embora esteja crescendo a representatividade, estejamos em 24%, a presença feminina em cargos de alta gestão ainda carece de evolução a partir da média gerência até a alta gerência", expos Tania.

A boa notícia é que 65% das empresas têm hoje programas estruturados de equidade de gênero e nos demais eixos da

diversidade. "Então, nós temos 65% das montadoras e das indústrias de autopeças investindo em programas de equidade de gênero; 30% em etnia; na parte de pessoas com deficiência, muito em função da legislação, nós temos um número em torno de 50%; jovens talentos profissionais 50+, comunidade LGBTQIA+, refugiados e povos originais. A grande pergunta é: por que falar da presença feminina na sociedade, no mercado de trabalho, em especial no aftermarket? Porque empresas que investem que em diversidade e inclusão são empresas mais inovadoras, mais lucrativas, as empresas diversas têm consumidores mais engajados e colaboradores mais motivados", disse

a palestrante. Tudo isso significa que, além de ser a coisa certa, diversidade é bom para os negócios e, portanto, deve ser encarada como uma ferramenta estratégica. "As mulheres representam 58% das vendas de automóveis no país. Segundo artigo da Ange360, mais de 50% das compras de automóveis seminovos são realizadas em CPFs femininos e há menção também que as mulheres representam 40% da compra direta e influenciam outros 30%".

Saber se o Aftermarket Automotivo seguirá o exemplo das grandes marcas ou será atropelado pela transformação da sociedade foi a questão final deixada pela apresentação de Tânia Macriani.

Pesquisa Diversidade e ESG no setor automotivo. 5ª edição | 2025
2017 – 2019 – 2021 – 2023 - 2025

ChatGPT

Indicador	Percentual estimado / dado encontrado	Observações / fonte / ressalvas
Mulheres na população brasileira	≈ 51,5 %	De acordo com o Censo 2022, as mulheres somam 104.548.325 pessoas, ou 51,5 % da população. Agência Brasil +2
Mulheres economicamente ativas / participação no mercado de trabalho	≈ 53,3 %	Em 2022, a taxa de participação (15 anos ou mais) das mulheres foi de 53,3 % (versus 73,2 % para homens) CNN Brasil +3
Mulheres no setor automotivo (força de trabalho no setor automotivo)	≈ 19,7 %	Segundo a pesquisa "Diversidade no Setor Automotivo" conduzida pela Automotive Business / MHD Consultoria: mulheres representariam 19,7 % da força de trabalho no setor automotivo. meugodrive.co... Outras fontes falam em 20 %. Agita Brasil - Por... +2
Mulheres atuando na reparação / reposição automotiva	≈ 16,5 %	Segundo dados da Oficina Brasil, o percentual de mulheres reparadoras (setor de reparação automotiva) cresceu de ~ 5 % para ~ 16,5 % nos últimos anos.

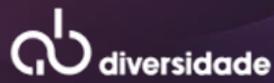
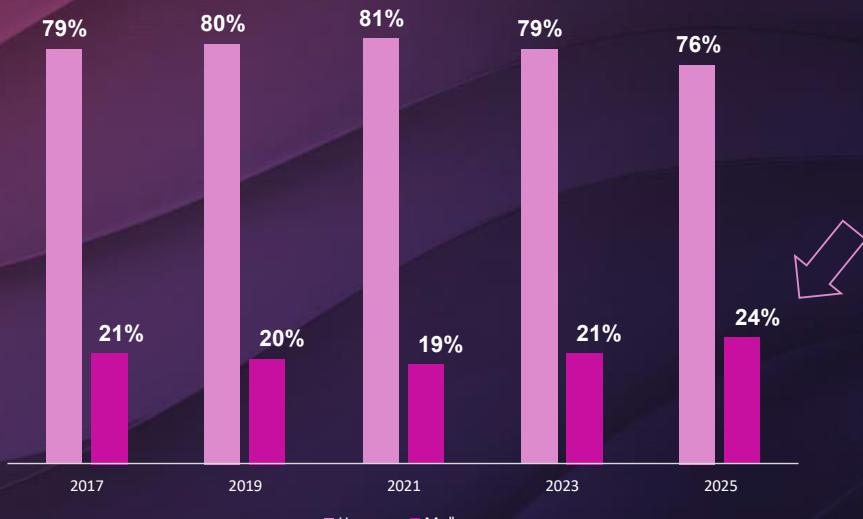
MOVIMENTO AB DIVERSIDADE 2025

Carência de estudos científicos na reposição automotiva

AMMA

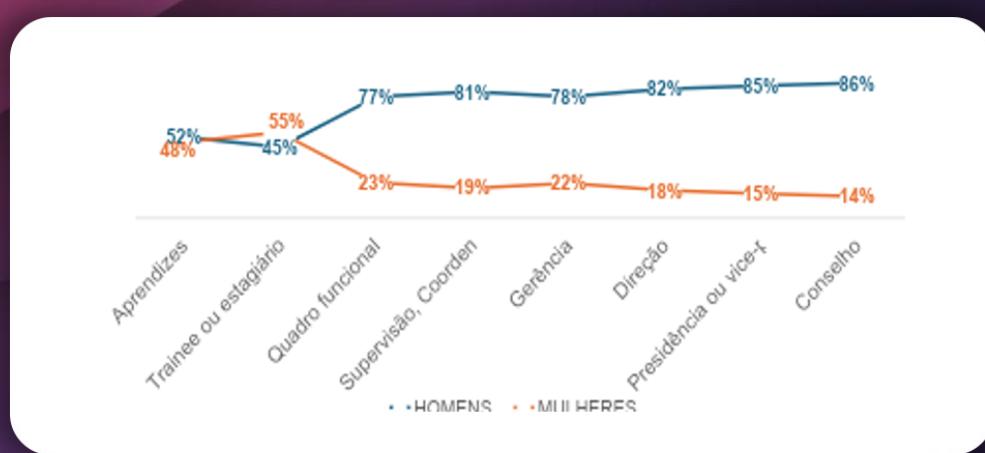
Pesquisa Diversidade e ESG no setor automotivo. 5^a edição | 2025
2017 – 2019 – 2021 – 2023 - 2025

Participação feminina no setor automotivo



Pesquisa Diversidade e ESG no setor automotivo. 5^a edição | 2025
2017 – 2019 – 2021 – 2023 - 2025

Funil hierárquico gênero





Pesquisa Diversidade e ESG no setor automotivo. **5ª edição | 2025**
2017 – 2019 – 2021 – 2023 - 2025

Mulheres
R\$ 2.0 Tri

Classe CDE
R\$ 1.6 Tri

Negros
R\$ 2,0 Tri

LGBTQI+
R\$ 555 Bi

- Estudo realizado pela Consultoria McKinsey em 2015 aponta que contar com mulheres em cargos de liderança nas empresas aumenta **em 21% a chance de ter desempenho financeiro acima da média**.

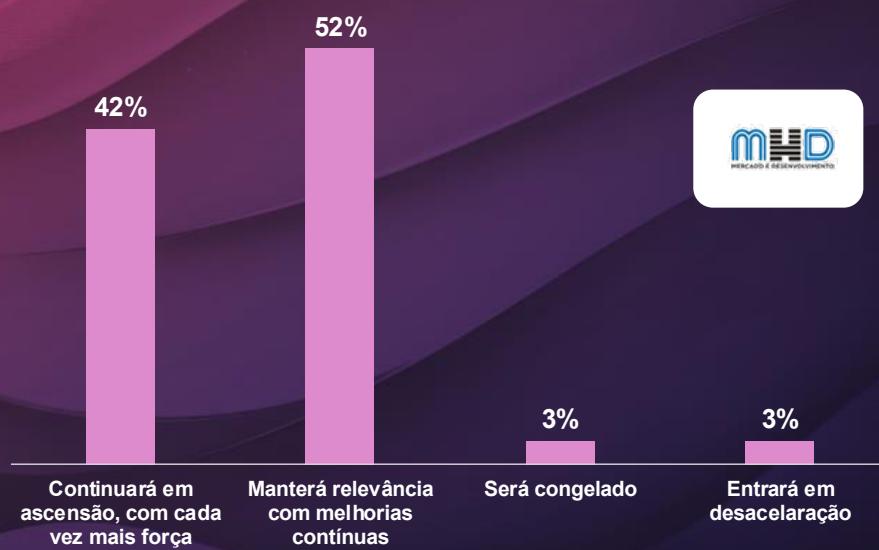
- A igualdade de gênero adicionaria **12 trilhões de dólares à economia global**, segundo à McKinsey

- Alcançar a **igualdade de gênero** e empoderar todas as mulheres e meninas é um dos 17 objetivos da Agenda 2030 de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU)

Fonte: Locomotiva | dados PINAD / IBGE

Pesquisa Diversidade e ESG no setor automotivo. **5ª edição | 2025**
2017 – 2019 – 2021 – 2023 - 2025

Pergunta ouro do estudo 2025
Futuro do tema diversidade e inclusão



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.

Orbíd 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

BOSCH

COTOP

MAGNET MARELLI
PARTS & SERVICES

LUK

INA

FAG

SCHAEFFLER

MAHLE

M

BEHR

SABO

SKF

DANA

SPICER

MERITOR

AMPRI **Continental**

DAYCO

FERSA

TIMKEN

URBA

Valeo

Lideranças femininas debatem presença das mulheres no mercado

Encontro no Seminário da Reposição Automotiva reuniu Sabrina Carbone, Gerente Global da Frasle Mobility; Camila Bezerra, repórter da Globo e proprietária da oficina Chassis Force; Simone de Azevedo, CEO da Mobensani; e Tania Macriani, fundadora da MHD Consultoria. A mediação foi de Carla Nórcia, Presidente da AMMA

Carla Nórcia - Se a mulher está comprando carro, ela está decidindo a manutenção também. E aí, possivelmente, esse lugar onde ela está precisa ser diferenciado. Desde 2017 conduzindo estudos nessa área, o que você notou de avanço mais expressivo?

Tânia Macriani - O avanço é a conscientização e a estruturação de programas voltados ao aumento da presença feminina, ao aumento de capacitação, de mentoria, de engajamento de colaboradores. O ambiente mais diverso nas empresas representa mais inovação e engajamento com os consumidores. Somos 50% das pessoas que consomem na sociedade. E temos a responsabilidade de atender bem todos os nossos consumidores e também nossos colaboradores. Foi perguntado para

as empresas se elas continuariam investindo nos próximos anos em diversidade e inclusão. Sim, 42% continuarão investindo, dando cada vez mais força. E 52% vão manter o patamar atual com relevância em melhorias contínuas. Apenas 6% vão desacelerar ou descontinuar os programas.

Carla Nórcia - Dos elos da cadeia do aftermarket, onde você percebeu as maiores dificuldades?

Sabrina Carbone - São muitas transformações. Há 10 anos, não tinha mecânica na oficina. Há 15 ou 20 anos, a gente viu a mulher começando a entrar na oficina para fazer gestão. E hoje? Quantas oficinas têm mulheres como gestora? Muitas. No varejo, a gente começou a ver as mulheres no balcão, no caixa, na



Fotos: Shutterstock

Mulheres mecânicas não são mais novidade

gestão financeira... Fora do Brasil, visitando oficina, varejo e distribuidor, é arrasadora a presença de mulheres. Eu estive em setembro na Argentina, Colômbia, México, não vi um estabelecimento em que a mulher não era gestão de alguma forma. O movimento é natural e está acontecendo primeiro porque as mulheres estão estudando. A gente vai crescer estudando, e não só a mulher, o homem também. A gente cresce, de fato, entregando resultado e competência. E hoje, mesmo nas universidades de Engenharia, também está crescendo oportunidade. De 22 a 29 anos, nas oficinas, está crescendo assustadoramente. Porque a profissão, que está perdendo um pouco daquele glamour, está dando espaço para as mulheres

que estão estudando, entrarem e se desenvolvem. Então, é um conjunto de oportunidades que está acontecendo.

Carla Nórcia - Conta pra gente um pouco da experiência da Mobensani.

Simone de Azevedo - A mulher na Mobensani é uma coisa, vamos dizer assim, orgânica. A energia feminina emana na empresa. Tínhamos 95 colaboradoras em 2021, hoje são 175, um crescimento de quase 80%. Quase um terço, 28%, são mulheres. Como isso aconteceu? Temos um programa que é a 'escutatória', escutar de verdade. Tem coisas que a gente imagina que seja necessidade dela, mas o meu olhar é diferente de quem está no operacional. Então, escutar verdadeiramente e tomar uma ação sobre isso muda todo o

jogo. Muitas coisas pequenas, mas que trazem pertencimento. E pertencimento quer dizer alta produtividade, engajamento.

Carla Nôrcia - Você tem duas faces, é dona de oficina mecânica e aos domingos pode ser vista na Globo, no AutoEsporte. Como o cliente se comporta quando é recebido por uma mulher?

Camila Bezerra - Eu sou exatamente dessa cota dos 20 anos atrás, de entrar na oficina, começar a entender como funciona.

Curiosamente, meu olhar não foi para gestão primeiro, foi para o operacional. Para entender como funcionava um certo sistema, eu precisava minimamente saber como funcionava todo o processo de execução do serviço. Então, fui buscar treinamento, desde um alinhamento, um serviço de solda, o trabalho em mesa alinhadora. Quando eu entendi um pouquinho desse certo sistema, comecei a atender o cliente. Porque, até então, é algo mais ou menos assim: 'Eu queria falar com o responsável'. Sou eu, tudo

bom? É assim que funciona. E aí, um jeito muito brincalhão foi minha arma para conseguir lidar com esse mercado 20 anos atrás. Um pouco de ironia, sim, com muita brinca-deira eu consegui equilibrar os pratos e trazer eles para mim, para que eles entendessem que eu não era uma menina de 20 anos que não sabia o que estava fazendo. Eu era uma menina que estudava muito, que buscou conhecimento, que sabia mexer com ferramentas de sistema de mesa de diversas marcas, de países diferentes, para ajudar os profissionais

que eu tinha na empresa. Porque eles não queriam estudar. Isso é uma deficiência, muitas vezes, dos meninos, é uma luta diária. Então, quando o cliente começou a perceber que estava falando com alguém que entendia, que tinha um acolhimento diferente, que ele podia mandar a esposa dele lá, que tinha uma infraestrutura pra receber ela, você vai vendo acontecer. Hoje estou na segunda geração de clientes, com os filhos dos meus primeiros clientes. E um dado: 51% do público do AutoEsporte é feminino.

NÚCLEO DE INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIOS DO AFTERMARKET AUTOMOTIVO

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

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

VAMOS FAZER NEGÓCIOS INTELIGENTES JUNTOS?



MAPA ONDA VIES META LUPA iaa | Índice de Ações Automotivas

MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios

Semana de 20 a 24 de outubro

A longa sequência de quedas nas vendas das lojas de autoparcelas permanece. O resultado da semana de 20 a 24 de outubro trouxe novo recuo. Segundo a pesquisa MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios, o período registrou queda de -1,63%.

Nas cinco regiões do país, o desempenho de vendas foi

o seguinte: variação zero no Norte; -1,94% no Nordeste; -3,67% no Centro-Oeste; -2,38% no Sudeste; e 1% no Sul.

As vendas mantiveram-se estáveis para 60% dos entrevistados, com variação positiva para 17% e negativa em 23% das lojas entrevistadas pelo After.Lab.

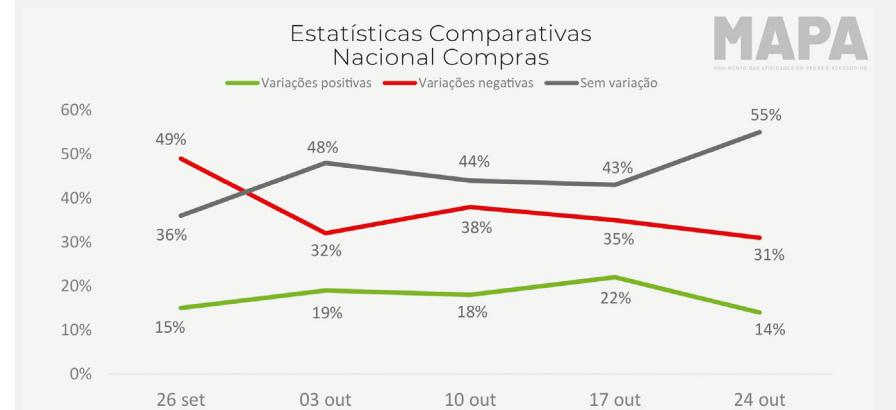
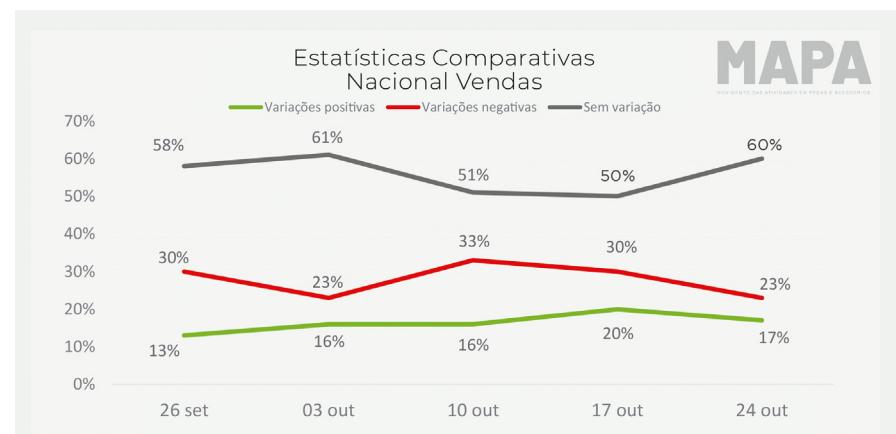
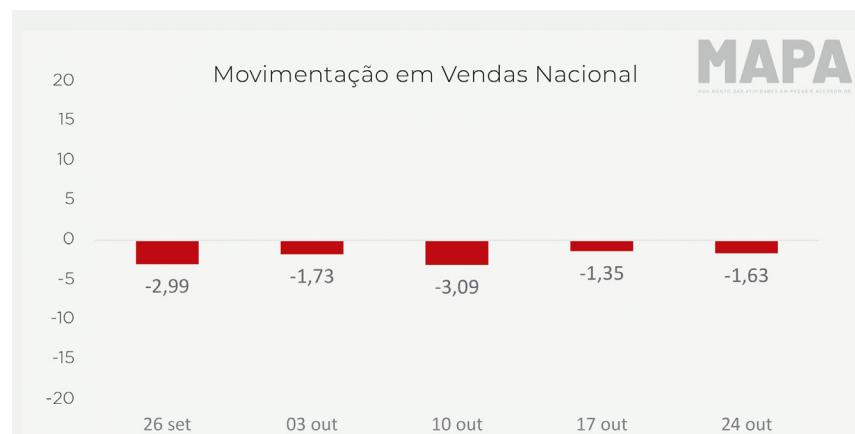
O comportamento das compras

por parte do varejo para repor

estoques continua acompanhando em tempo real o desempenho das vendas e também mantém longa sequência de quedas. Na semana em questão, -2,84% na média nacional. Os índices regionais de compras apurados pelo After. Lab apontaram -7,5% no Norte; -2,75% no Nordeste; -2,5% no Centro-Oeste; -3,13% no

Sudeste; e -1,13% no Sul. Para 55% dos entrevistados não houve variação no volume de compras realizadas na semana, enquanto 14% compraram mais e 31% reduziram a reposição dos estoques.

Acompanhe os resultados semanais atualizados da pesquisa MAPA no site novovarejoautomotivo.com.br



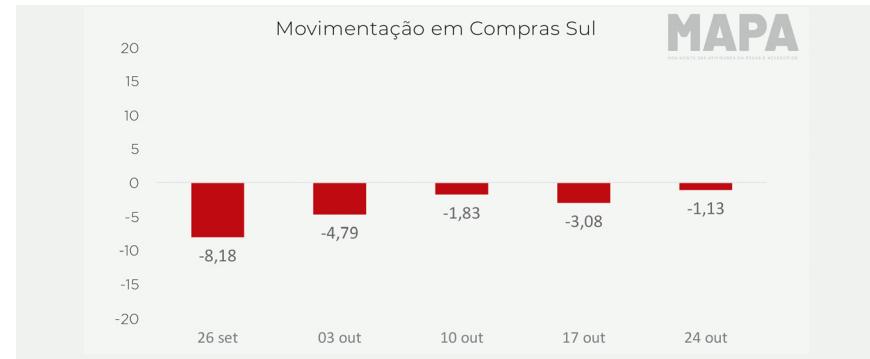
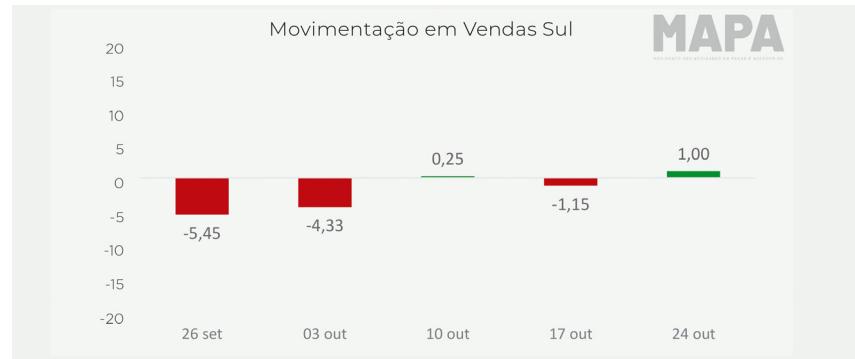
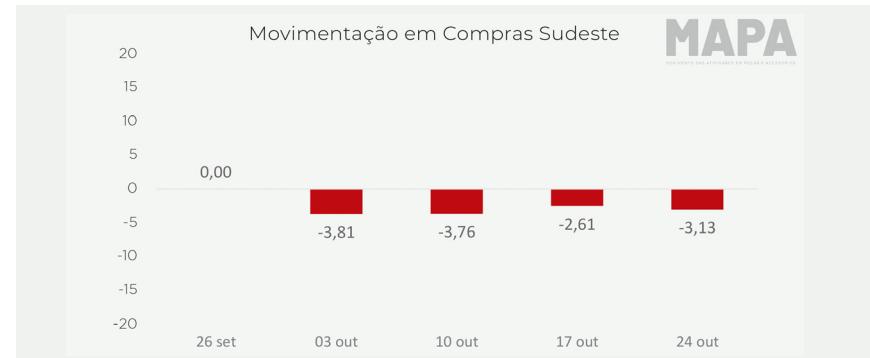
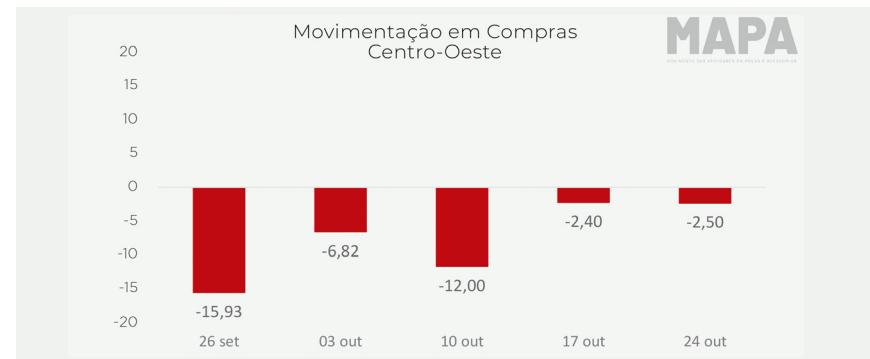
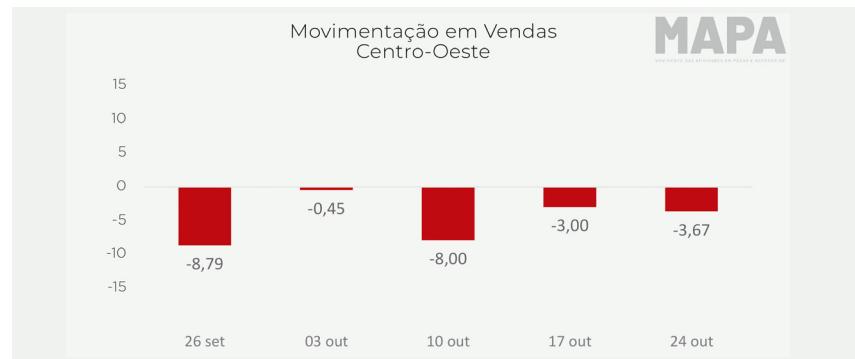
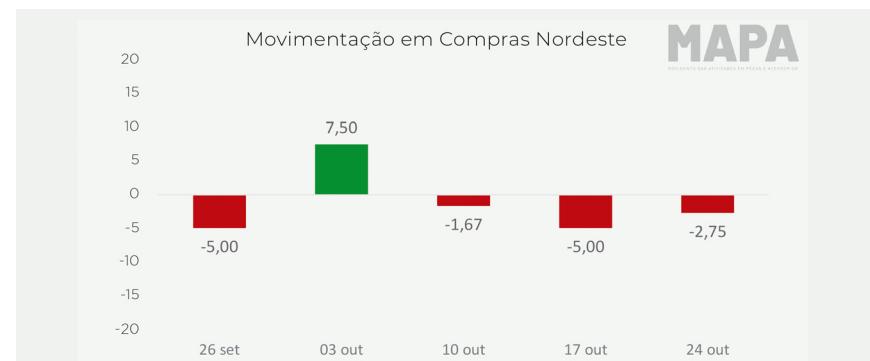
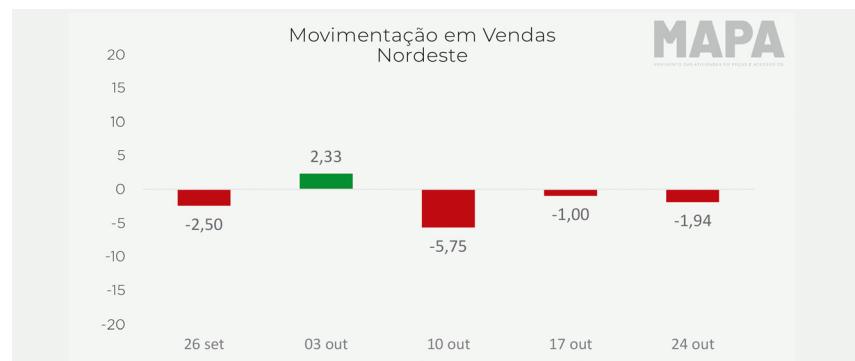
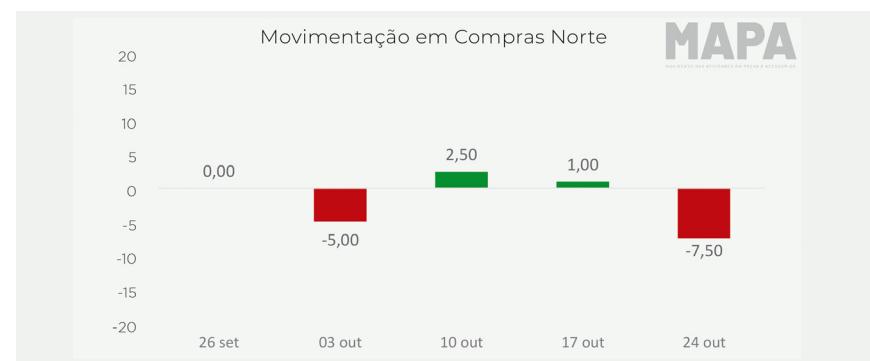
MAPA
MOVIMENTO DAS ATIVIDADES EM PEÇAS E ACESSÓRIOS

Realização:

 **AFTER.LAB**

Apoio:

NAKATA®



ONDA - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços

Semana de 20 a 24 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.

No período em destaque, a média nacional de abastecimento manteve-se em baixa, fechando com índice de -4,83%.

Os gráficos comparativos

de abastecimento nas cinco regiões do país mostraram: -1,25% no Norte; -7,44% no Nordeste; variação zero no Centro-Oeste; -5,42% no Sudeste; e -4,33% no Sul.

Componentes para motor foram os itens que mais faltaram para 10,3% dos entrevistados, seguidos embreagem, para 6,9%, e sistema de freio, com 3,4% das citações.

A variação dos preços para

o varejo teve alta de 1,1% 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: 1,25% no Norte; 1,13% no Nordeste; 0,5% no Centro-Oeste; 1,5% no Sudeste; e 0,33% no Sul.

Cabos de vela, velas de ignição

e sistema de freio lideraram, igualmente, os reajustes segundo apontado por 9,5% dos varejistas entrevistados para a composição da pesquisa.

A estabilidade no abastecimento caiu de 71% para 60% dos entrevistados. Em relação aos preços, a curva teve discreto recuo, de 76% para 75% dos varejos entrevistados.



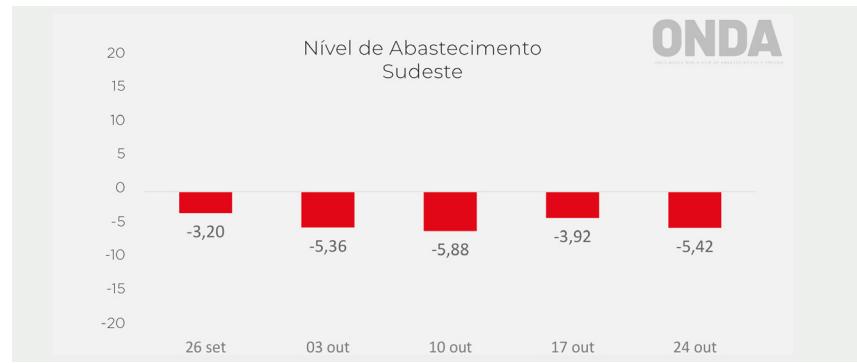
ONDA

Realização:



Apoio:





Portfólio After.Lab de Estudos de Mercado

MAPA

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

ONDA

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

VIES

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

Maior acervo de pesquisas em tempo real sobre o Aftermarket Automotivo

LUPA

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

META

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



Nhm®



Fremax recicla discos e tambores de freio usados com programa de logística reversa

Comprometida com a sustentabilidade, a Fremax possui o Recycle Max, programa que coleta e recicla discos e tambores de freio, com o objetivo de reduzir o impacto ambiental no segmento de reparação automotiva e assegurar o reuso de matéria-prima com a máxima qualidade. "Práticas sustentáveis são prioridade, e o Recycle Max é um trabalho de educação ambiental que

começa nas oficinas e centros automotivos, com a conscientização dos profissionais reparadores, que precisam separar os componentes usados para fazermos a coleta e darmos a destinação correta", explica Julio da Silva, Diretor de Negócio Braking Component da Fremax.

O programa funciona da seguinte forma: após a coleta, as peças usadas retornam

para a Fremax, onde são derretidas e transformadas em ferro líquido, originando novos discos e tambores de freio, com liga padrão e as mesmas características e qualidade pelas quais a marca já é reconhecida no mercado. "Atualmente, o programa recolhe cerca de 300 toneladas por mês em 1,4 mil oficinas e centros automotivos em São Paulo, Minas Gerais, Rio de



Programa recolhe e recicla os componentes em seis estados, dando origem a novos discos e tambores de freio

Janeiro, além do Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina", comenta. Para as oficinas desses estados interessadas em participar do Recycle Max, basta acessar o site da Fremax <https://www.fremax.com.br/> e realizar o cadastro.

Mecanizou agora tem parceria com Niela Mecânica e Programa Direção Sobre Rodas

Fortalecendo ainda mais seu posicionamento, a Mecanizou estabeleceu parcerias estratégicas com a influenciadora Niela Mecânica e o Programa Direção Sobre Rodas. Com uma plataforma que utiliza inteligência artificial, de dados e tecnologia própria, a Mecanizou conecta distribuidores e varejistas diretamente a oficinas mecânicas, simplificando o processo de compra, trazendo agilidade, eficiência e variedade ao mercado, tendo em seu portfólio, mais de 1 milhão de produtos de marcas renomadas de autopeças.

A Mecanizou uniu forças com

a mecânica e influenciadora Niela, tornando-se a primeira mecânica e influenciadora do Brasil a ter sua própria loja de peças automotivas: a Niela Peças. Reconhecida por seu carisma e conhecimento técnico, Niela soma mais de 1 milhão de seguidores no Instagram (@niela_mecanica), onde compartilha conteúdos educativos e dicas valiosas para reparadores e entusiastas automotivos. Para acessar a loja, basta ir ao "link da bio" no Instagram da Niela (@niela_mecanica) ou acessar diretamente nielapecas.app.mecanizou.com e

soluções da Mecanizou com a credibilidade e o carisma da influenciadora.

Outro marco importante é a parceria com o programa Direção Sobre Rodas para criar a loja oficial da marca, onde estão disponíveis todos os produtos oferecidos pela Mecanizou, permitindo aos mecânicos e donos de oficinas acessarem facilmente todas as soluções diretamente pelo site. Para conferir todas as opções, basta acessar o "link da bio" no Instagram do programa (@direcaosobreroadas) ou visitar diretamente direcaosobre-rodas.app.mecanizou.com e

descobrir como a tecnologia pode tornar o trabalho ainda mais fácil e prático.



Niela tem mais de 1 milhão de seguidores no Instagram



**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



Especialista da Delphi alerta: cuidados com compressor evitam falhas do ar-condicionado

O ar-condicionado deixou de ser apenas um item de conforto para se tornar um componente essencial nos veículos. Ele garante bem-estar e segurança aos ocupantes, controlando a temperatura da cabine e ajudando a desembuchar os vidros em dias frios ou chuvosos. No entanto, seu bom funcionamento depende da manutenção correta do compressor, peça central do sistema de refrigeração. Negligenciar esse cuidado pode levar a falhas precoces e altos custos de reparo. Para evitar isso, Pedro Valêncio, supervisor de suporte ao cliente da Delphi, uma marca PHINIA, explica quais os cuidados durante o uso e a manutenção do componente.

"Muitas pessoas acreditam que basta recarregar o gás para manter o ar-condicionado funcionando", diz Valêncio. "Na realidade, é preciso seguir um conjunto de procedimentos que inclui limpeza, troca de filtros, verificação de anéis de vedação e, também, a lubrificação correta do compressor". Se o ar-condicionado começar a fazer barulho ou não resfriar adequadamente pode indicar de que algo no sistema pode estar comprometido. A emissão de odores desagradáveis

pode indicar a presença de fungos ou bactérias no sistema. Ao identificar esses sintomas deve-se realizar testes específicos com ferramentas adequadas, para evitar diagnósticos superficiais.

Para substituir ou reparar o compressor, alguns procedimentos são indispensáveis:

- Troca do condensador e do filtro secador/acumulador: essas peças acumulam resíduos metálicos e umidade não podem ser simplesmente limpas. A substituição é a única maneira de garantir a remoção completa de contaminantes e evitar a falha do compressor.
- Substituição de Filtros: esses componentes são projetados para absorver a umidade e filtrar detritos do sistema. Uma vez que o sistema é aberto, a capacidade do filtro de absorver umidade é comprometida. Não os substituir pode levar à corrosão interna e ao acúmulo de contaminantes.
- Limpeza do sistema com nitrogênio: previne a entrada de umidade e a consequente corrosão interna. Deve ser utilizado um produto de limpeza específico com nitrogênio, nunca

com ar comprimido. O nitrogênio é um gás inerte e seco e que não introduz umidade no sistema, diferentemente do ar comprimido que pode conter vapor d'água e causar danos futuros.

- Substituição dos anéis de vedação (O-rings): sempre substituir todos os O-rings que foram desconectados. Com o tempo, eles podem endurecer, rachar ou deformar, perdendo sua capacidade de vedação. Para o procedimento é recomendável o uso de peças específicas em HNBR (Borracha de Nitrila Butadieno Hidrogenada).

• Vácuo adequado: realizar

um vácuo no sistema por pelo menos 30 a 45 minutos para remover o ar e a umidade, já que qualquer presença residual pode congelar, bloquear a válvula de expansão e causar corrosão interna.

- Carga correta de fluido e óleo: usar apenas o fluido refrigerante e o óleo lubrificante especificados pelo fabricante do veículo e do compressor. Misturar diferentes tipos pode levar a falhas do compressor.

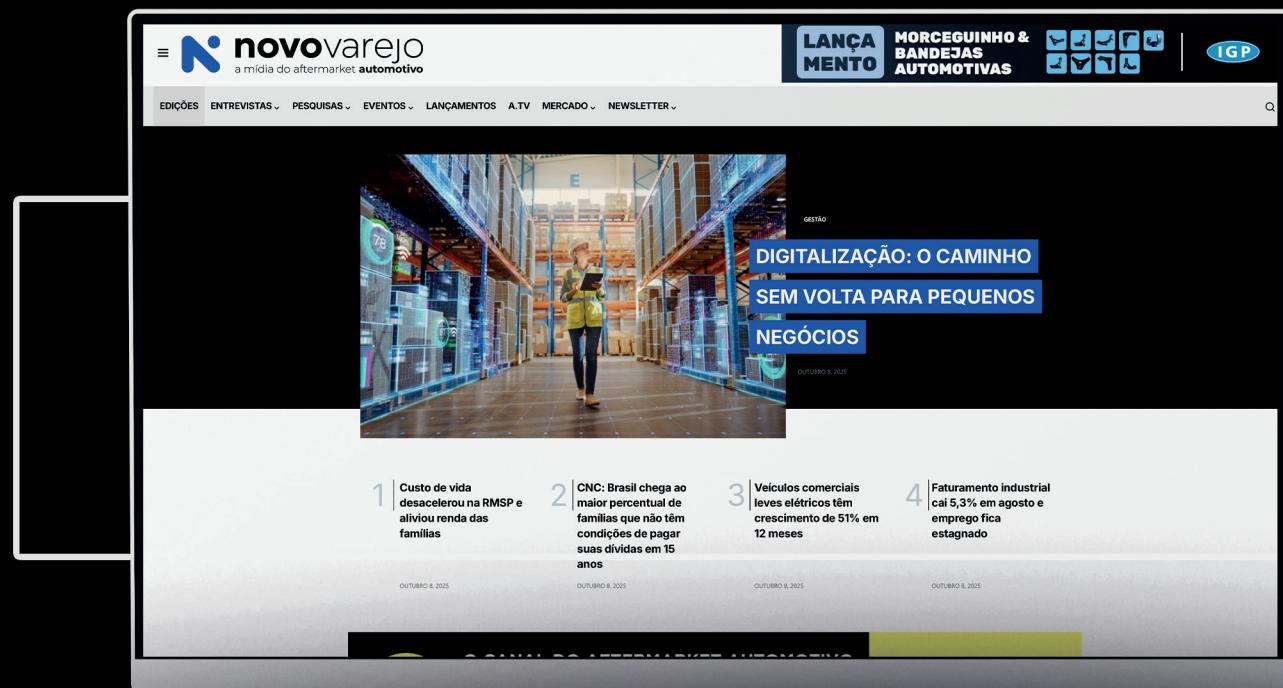
A lubrificação do sistema é crucial: compressores novos precisam ser devidamente pré-lubrificados, com a quantidade e o tipo de óleo corretos.



Foto: Divulgação

Manutenção adequada do componente garante funcionamento sem imprevistos

Traga sua marca para nossos ambientes digitais



346 mil interações no site

+ de 52 mil usuários

276 mil impressões em redes sociais

+ de 136 mil contas alcançadas

Dados de janeiro a outubro de 2025

Clique e tenha acesso às nossas edições

Amplie sua visão sobre o presente e futuro
do Afermarket Automotivo



MAHLE Tech Center América do Sul expande operações e amplia capacidade técnica

Em 29 de setembro de 2025, a MAHLE inaugurou oficialmente a expansão das operações e da capacidade técnica do seu Centro de Engenharia de Filtros das Américas, localizado no Centro Tecnológico de Jundiaí (SP). Com novos laboratórios e infraestrutura expandida, o Centro Tecnológico agora oferece serviços aprimorados para atender às demandas das Américas, aumentando significativamente os recursos e a capacidade técnica na América do Sul. A instalação inclui novos laboratórios de validação, bancadas de teste e áreas dedicadas ao desenvolvimento de soluções de filtração e componentes de motores, permitindo

a rápida execução de programas de desenvolvimento para soluções de filtração e componentes de motores. Esses investimentos reforçam a posição do Centro Tecnológico de Jundiaí como um hub de desenvolvimento da MAHLE com alcance global.

A ampliação deve impulsionar parcerias com montadoras e fornecedores, contando com o aumento das equipes locais especializadas para suportar as novas atividades em P&D. A estratégia está alinhada com iniciativas recentes da MAHLE na região, que incluem investimentos voltados ao desenvolvimento de tecnologias para a mobilidade sustentável, desde

biocombustíveis a veículos elétricos, considerando todas as aplicações.

Inaugurado em 2023, o Centro de Engenharia Américas para Filtros inclui o desenvolvimento completo de produtos para o mercado de componentes, como sistemas de filtração

do ar, coletores de admissão, tampas de válvulas, carbon canister, cárteres plásticos, filtros de ar, óleo e combustível, entre outros produtos específicos, bem como tecnologias para aplicações em veículos elétricos e movidos a célula de combustível.



Ampliação de laboratórios e infraestrutura de validação e testes para atender as demandas das Américas

Foto: Divulgação

Heliar Service amplia rede e inaugura novas unidades pelo Brasil

A Heliar, marca da Clarios, inaugurou nos meses de julho, agosto e setembro, novas unidades da rede Heliar Service em diferentes regiões do país. As novas lojas estão localizadas em Marechal Cândido Rondon (PR), Londrina (PR), Suzano (SP), Florianópolis (SC), Itajaí (SC), São Leopoldo (RS) e Natal (RN).

Em Santa Catarina, a capital Florianópolis ganhou uma

unidade no bairro Itacorubi, enquanto Itajaí recebeu uma loja no bairro Cordeiros. Já no Rio Grande do Norte, a inauguração ocorreu no bairro Candelária, em Natal. Nas unidades Heliar Service, os clientes encontram revisão gratuita de bateria, entrega e instalação sem custo adicional, além de serviços de manutenção preventiva.

A Heliar é fornecedora de mais de 40 montadoras

no Brasil. Além da presença ampliada no varejo, a empresa reforça seu modelo de economia circular, que garante a reciclagem de até 99% dos materiais de cada bateria produzida. Para cada bateria nova que sai da fábrica, uma usada é reciclada, transformando-se em matéria-prima para um novo ciclo produtivo. Globalmente, a Clarios comercializa cerca de 150 milhões de baterias

por ano, atendendo mais de 100 países.



Expansão fortalece presença nacional e aproxima marca dos consumidores

Foto: Divulgação

Tecnologia automotiva: sintomas de problemas nos sensores CTS

Com o avanço dos sistemas de gerenciamento eletrônico dos motores, o sensor CTS (Coolant Temperature Sensor), ou sensor de temperatura do líquido de arrefecimento, tornou-se parte essencial para o desempenho e eficiência dos veículos modernos. O componente realiza uma medição precisa da temperatura do líquido de arrefecimento (refrigeração) do motor, um dado fundamental para o sistema de injeção eletrônica, que ajusta estratégias de partida a frio, realiza o controle do arrefecimento e atua na proteção contra falhas e superaquecimento do motor. A NTK, marca da Niterra, elenca sinais que podem indicar problemas no sensor CTS e orienta sobre como lidar com cada situação:

1. Dificuldade na partida a frio devido a informações incorretas na leitura de temperatura, prejudicando o enriquecimento da mistura ar/combustível, com o

motor frio. Em veículos flex fuel, o CTS também interfere no acionamento do sistema auxiliar de partida a frio com gasolina ou aquecimento do combustível. A correção inclui diagnóstico com scanner, comparação de temperatura em alguns pontos do motor, inspeção do sensor e substituição se necessário.

2. Acionamento inadequado do sistema de arrefecimento em função de defeito, que pode provocar funcionamento incorreto do eletroventilador, da válvula termostática eletrônica ou das bombas auxiliares de água. A correção envolve verificar a instalação, resistência do sensor, circulação correta do fluido de arrefecimento e estado do fluido de arrefecimento.

3. Proteção do motor devido a aferição incorreta das temperaturas, o que pode acionar alertas no painel, reduzir potência do motor ou desligar componentes

como ar-condicionado, mesmo sem risco real de superaquecimento. É preciso confirmar o funcionamento do sensor e corrigir falhas de instalação ou defeitos no componente.

4. Falhas após manutenção ou substituição de peças podem surgir devido à instalação incorreta, uso de peça inadequada, fluido de arrefecimento fora do especificado ou em mal estado, obstrução em componentes como radiador, problemas com a circulação de fluido, falha na sangria do sistema (para retirar o ar no sistema) e perda de pressão no sistema. É necessário seguir o catálogo de aplicação das peças envolvidas na manutenção.

5. Problemas de estanqueidade (vazamento interno ou externo) do fluido de arrefecimento podem oxidar conectores, infiltrar no chicote elétrico do motor e até mesmo no

módulo de injeção, provocar a perda de fluido (nível baixo). A recomendação é verificar o nível do fluido de arrefecimento periodicamente. Caso observe que o nível está baixando, solicite ao seu mecânico de confiança que examine o veículo para verificar e corrigir os possíveis pontos de vazamento, inspecionar os conectores do sensor quanto a oxidação e infiltração de fluido.



Monitoramento correto da temperatura do motor garante desempenho, economia e proteção contra falhas e superaquecimento do motor

O CANAL DO AFTERMARKET AUTOMOTIVO NO YOUTUBE



PODCASTS, ENTREVISTAS, DEBATES, REPORTAGENS, PESQUISAS, TUDO EM UM SÓ LUGAR.

CLIQUE AQUI, SE INSCREVA

E SE ABASTEÇA COM O MELHOR CONTEÚDO SOBRE O SETOR



Foto: Shutterstock

Fabricantes até então desconhecidos no ocidente ganham espaço e reduzem mercados para os gigantes globais

Novas marcas ameaçam hegemonia das montadoras tradicionais

Estudo global da KPMG revela que 73% dos executivos brasileiros acreditam que novos entrantes substituirão as montadoras tradicionais até 2030 — mas 70% confiam na capacidade das OEMs de reconquistar protagonismo

A 25ª edição da Global Automotive Executive Survey (GAES), realizada pela KPMG e divulgada em setembro de 2025, confirma o que muitos executivos do setor já percebem na prática: a indústria automotiva vive um ponto de inflexão sem precedentes — resultado da convergência entre disruptão tecnológica, tensões geopolíticas e novas pressões regulatórias.

O estudo, que entrevistou 775 executivos em todo o mundo, incluindo 30 brasileiros, apresenta um panorama detalhado das forças que estão redesenhando o setor e

propõe um framework estratégico batizado de “Os Cinco Ts”: Spearhead Transformation, Master Technology, Earn Trust, Navigate Tensions e Thrive Together. Mais do que conceitos, esses cinco eixos compõem o que a KPMG chama de plano de liderança para a próxima década da mobilidade.

A pesquisa expõe um paradoxo emblemático: De um lado, 73% dos executivos brasileiros acreditam que novos entrantes substituirão os fabricantes tradicionais até 2030 — impulsionados por startups elétricas, big techs

e novos modelos de mobilidade. O movimento já é visível no Brasil com o avanço de marcas chinesas até então desconhecidas no mercado local. De outro lado, 70% dos entrevistados acreditam que as OEMs podem recuperar a liderança, desde que reconfigurem suas estratégias com rapidez e coragem.

O diagnóstico é direto: a transformação deixou de ser opcional e passou a ser um imperativo competitivo. Empresas que resistirem à mudança correm o risco de se tornar irrelevantes em um mercado que se redefine pela

inovação digital, pela regionalização produtiva e pela inteligência de dados.

O estudo da KPMG identifica um grupo de 15% de empresas líderes, que se destacam em inovação, satisfação do cliente e desempenho operacional. Essas companhias já integram IA em decisões estratégicas, redesenharam cadeias produtivas com base em dados regionais e constroem alianças transversais para acelerar resultados. A lição é inequívoca: a transformação, quando bem conduzida, gera resultados concretos e sustentáveis.

Para a consultoria, a próxima década da mobilidade não será vencida por uma única inovação, mas por quem conseguir orquestrar transformações interdependentes — tecnológicas, operacionais, culturais e de relacionamento. A KPMG ressalta ainda que o sucesso exigirá liderança colaborativa, governança de ecossistemas e o reconhecimento de que a transformação digital é, antes de tudo, humana e organizacional.

“A transformação é inevitável, mas quem a adotar de forma estratégica fará da disruptão uma oportunidade de liderança.” Com essa conclusão, a KPMG encerra o estudo reafirmando que a reinvenção do setor automotivo brasileiro já começou — e que o sucesso na era pós-disrupção dependerá da capacidade das empresas de agir como líderes do futuro, hoje.

Os Cinco Caminhos da Liderança

1. Spearhead Transformation – Liderar a transformação

17% dos executivos brasileiros afirmam que suas empresas passarão por uma transformação total nos próximos três anos. É preciso redefinir o que escala, velocidade e valor significam para o negócio — repensando estruturas, acelerando decisões e incorporando a inteligência artificial ao centro das operações.

2. Master Technology – Dominar a tecnologia

87% das empresas brasileiras dizem estar investindo fortemente em IA e tecnologias emergentes. O desafio, segundo a KPMG, é gerir essa digitalização com autonomia e segurança, por meio de “zonas de controle digital” que preservem dados, plataformas e parcerias estratégicas.

3. Earn Trust – Construir confiança

27% dos executivos brasileiros consideram que

a satisfação do cliente é fundamental para a lucratividade de longo prazo. A confiança passa a ser um ativo mensurável, sustentado por relacionamento em tempo real e experiências digitais integradas.

4. Navigate Tensions – Navegar pelas tensões

73% das empresas brasileiras afirmam estar reestruturando suas cadeias de suprimentos, priorizando modelos regionais ou de produção local para consumo local. A regionalização e a sustentabilidade tornam-se dimensões estratégicas da resiliência.

5. Thrive Together – Prosperar juntos

90% das empresas brasileiras dizem que alianças e parcerias estratégicas já contribuíram ou serão importantes para o crescimento dos negócios. Para a KPMG, prosperar na nova era automotiva exige ecossistemas colaborativos e governança compartilhada, nos quais montadoras, fornecedores e startups compartilham valor e aprendizado.

Brasil apostava em IA e colaboração para navegar a disruptão global

A leitura cruzada entre o relatório global e o recorte brasileiro da 25ª *Global Automotive Executive Survey* (GAES), da KPMG, revela um cenário mais complexo — e menos linear — do que o imaginado.

O Brasil não está entre os países que mais avançam na transformação total de suas operações: apenas 17% dos

executivos acreditam que suas empresas passarão por uma reconfiguração completa nos próximos três anos, frente a 36% no mundo.

Mas o país se destaca em outros vetores que definem a nova liderança automotiva: investimento em inteligência artificial, foco no relacionamento com o

cliente e valorização de alianças estratégicas.

Enquanto a média das economias globais discute a reestruturação profunda de seus modelos de negócio, o Brasil segue uma rota mais pragmática — combinando digitalização acelerada, proximidade com o consumidor e busca de eficiência incremental:

87% dos executivos brasileiros afirmam investir fortemente em IA e tecnologias emergentes, uma proporção alinhada à média global (86%). Essa aposta traduz o esforço das empresas locais em usar a tecnologia como alavanca de competitividade, mesmo sem promover grandes rupturas estruturais.



Outro diferencial brasileiro é a importância atribuída à satisfação do cliente: embora o índice nacional seja de 27%, abaixo do que alguns esperariam, ainda supera o patamar médio global e demonstra um reconhecimento crescente de que a confiança é um ativo estratégico.

Essa percepção reflete um traço cultural do mercado automotivo brasileiro — especialmente no After-market, onde o relacionamento humano e a fidelização são fatores decisivos de valor.

O estudo global mostra que 68% das empresas já reestruturam suas cadeias de suprimentos com base em modelos regionais. No Brasil, o movimento é mais presente: 73% dos executivos afirmam estar reestruturando ou planejando reestruturar cadeias regionais, e ganha força com a aproximação entre fabricantes, fornecedores e startups — um passo importante na agenda de resiliência e sustentabilidade produtiva. Até porque nosso país tem dimensões continentais e grandes desafios logísticos.

Por fim, as alianças estratégicas se consolidam como um dos pilares da competitividade brasileira: 90% dos executivos reconhecem que parcerias serão determinantes para o crescimento futuro, índice superior ao observado

globalmente (77%). A lógica é clara: em um ecossistema de margens pressionadas e incertezas tecnológicas, colaborar é a nova forma de competir.

A conclusão é que o Brasil talvez não lidere em transformação total, mas se sobressai pela capacidade de responder com agilidade, pragmatismo e colaboração aos mesmos choques que desafiam o resto do mundo.

Se o futuro global depende da integração entre tecnologia, confiança e alianças, o mercado brasileiro parece já ter entendido o recado — e adaptado o roteiro à sua própria realidade.

Brasil x Mundo — Síntese Comparativa

Dimensão	Global	Brasil
Transformação total (3 anos)	36%	17%
Investimento em IA e tecnologias emergentes	86%	87%
Satisfação do cliente como fator crítico	~16%	27%
Cadeia de suprimentos regionalizada	68%	73%
Parcerias estratégicas para crescimento	77%	90%

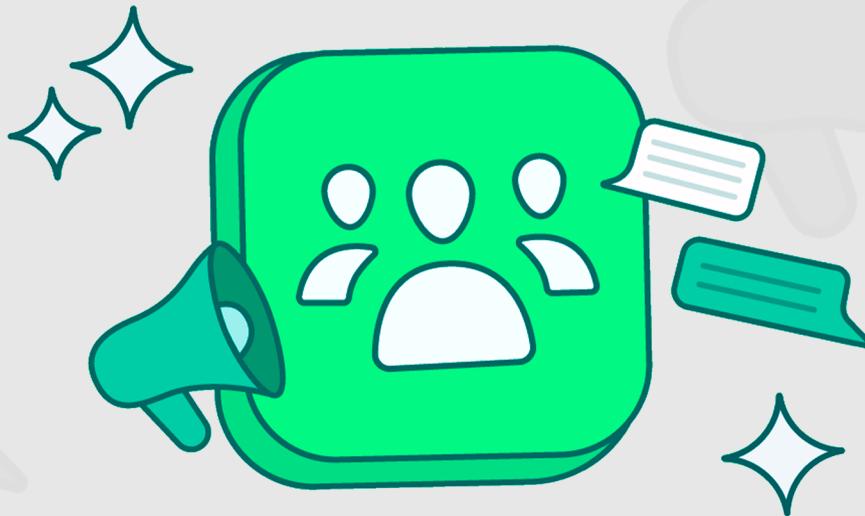
Cinco lições do estudo para o setor automotivo brasileiro

- 1. Transformar é mais do que digitalizar** — é redefinir o que é escala e valor.
- 2. Investir em IA não basta** — é preciso dominar a governança tecnológica.
- 3. Confiança é o novo diferencial competitivo.**
- 4. Regionalizar a produção é estratégia, não tendência.**
- 5. Colaborar é a nova forma de competir.**

TRANSFORMAR LIDERAR



MUDANÇA COMO OPORTUNIDADE DE LIDERANÇA EM MEIO À DISRUPÇÃO



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



SENAI inaugura parque de inovação e tecnologia em Suape (PE)

O Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial de Pernambuco inaugurou o SENAI Park, um parque de inovação e tecnologia, no Complexo Industrial Portuário de Suape, região metropolitana do Recife. A estrutura, que ocupa uma área de 1,4 hectare ao lado da sede administrativa do porto, foi planejada para atender às demandas e promover o desenvolvimento tecnológico da indústria local e nacional.

O parque vai reunir empresas de diferentes setores produtivos, pesquisadores e instituições de ensino em um ambiente compartilhado. Com plantas-piloto, o SENAI irá testar a viabilidade de soluções tecnológicas e processos produtivos antes da adoção em escala industrial.

Dois grandes projetos já estão em execução, reunindo 14 empresas. Um deles desenvolve um protótipo nacional de bateria de lítio de baixa tensão (12V/48V) para veículos híbridos, com participação da Moura, Stellantis, Volkswagen, Iochpe Maxion e Horse. O parque possui um eletroliador de 100 kW, sistemas de armazenamento em tanques, célula a combustível e estação de abastecimento de veículos a hidrogênio, permitindo todo ciclo de produção, estocagem e uso do H2. Para ser considerado verde, o hidrogênio precisa ter origem em energia renovável e baixa emissão de carbono no processo de produção, e o SENAI está desenvolvendo um sistema para assegurar a rastreabilidade de ponta a ponta, com credibilidade para

certificação. O segundo projeto de destaque é a linha de produção de baterias de lítio (12V e 48V), que será montada para fornecimento de lotes estimados em pequena escala. Trata-se de um projeto estruturante aprovado na chamada do Programa Mover. O outro projeto foca na digitalização da cadeia de

produção do hidrogênio sustentável, com a participação de empresas como Neuman & Esser, Siemens, White Martins, Hytron, Compesa e CTG Brasil. Juntas, as iniciativas já somam investimentos de R\$ 100 milhões, com outros R\$ 200 milhões em processo de captação.



Foto: Divulgação

Entre os projetos em execução está o sistema digital de rastreamento para certificação de hidrogênio verde

Brasil caminha para nova crise dos semicondutores

A crise no abastecimento dos semicondutores (chips) volta a preocupar não apenas a indústria automotiva brasileira, mas também os mercados globais. Neste mês de outubro, as montadoras levaram o assunto ao conhecimento do Governo Federal alertando para o risco de paralisação das

linhas de montagem no país. A raiz do problema está numa disputa pelo controle da fabricante chinesa Nexpelia, que teve o controle assumido pelo governo holandês – saiba mais em matéria publicada na editoria Internacional desta edição.

Em documento enviado ao ministro da Indústria,

Comércio, Serviços e vice-presidente da República, Geraldo Alckmin, o Sindipeças e a Abipeças ratificam a preocupação alertando para o momento de grave redução da disponibilidade do componente, cada vez mais indispensável para a produção de veículos conectados e com alta tecnologia

eletrônica embarcada. As entidades explicam que não há alternativa de curto prazo para garantir o fornecimento dos semicondutores. O presidente da Anfavea, Igor Calvet, alertou para os problemas que o setor pode enfrentar no curíssimo prazo, com prejuízos e atrasos em toda a cadeia produtiva.

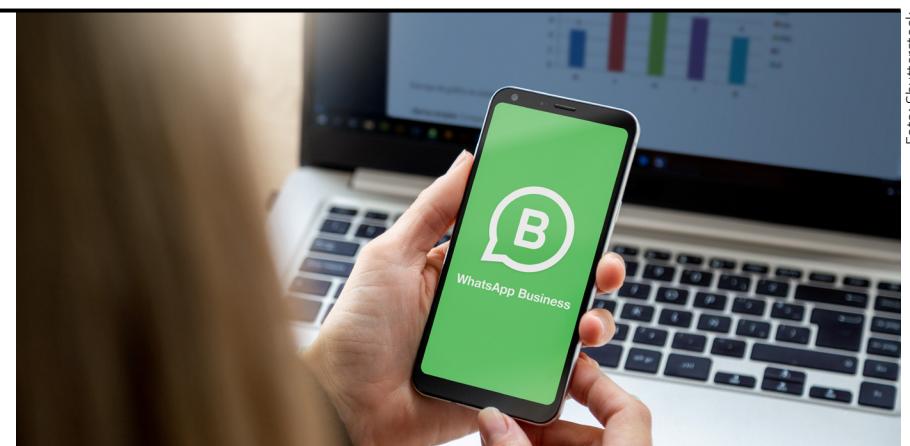
WhatsApp é o principal meio de comunicação para 80% dos negócios de serviço

O uso do WhatsApp como meio de comunicação com os clientes já é realidade para mais de 80% pelos pequenos negócios de serviço, superando em quase o dobro a participação da utilização das redes sociais e do atendimento telefônico, e até mesmo a troca presencial, importante para 56% dos empreendedores. Esses dados fazem parte da Pesquisa Serviço 2025 – Qualitativa e Quantitativa, que o Sebrae acaba de realizar. A análise combinada dos estudos qualitativo e quantitativo revelou, contudo, uma carência do setor por estrutura para evoluir em inteligência mercadológica. Entre os mais de 1.300 pequenos negócios pesquisados, a importância do CRM para o empreendimento não chega a ser apontada nem por 10% desse público. Na média, o peso dessa ferramenta está em 6% entre os empreendedores brasileiros de todo país. Na região Sudeste, esse índice é ainda mais preocupante, atingindo meros 2%.

A ferramenta de CRM (Customer Relationship Management ou Gestão do Relacionamento com o Cliente) é considerada estratégica não somente para

a organização e centralização das interações de uma empresa com seus clientes, atuais e potenciais. De simples sistemas de gerenciamento de contratos, os CRMs evoluíram para soluções poderosas que se integram com diversas outras plataformas e funções, incluindo marketing digital, controle financeiro, gerenciamento de leads e e-commerce, entre outras.

De acordo com especialistas no tema, o uso da ferramenta de CRM permite a melhora no atendimento, mais personalizado e com mais contexto, baseado num histórico completo do cliente; leva ao aumento nas vendas, já que a organização de potenciais clientes e oportunidades, a automatização de acompanhamentos e a análise do funil de vendas facilitam o fechamento de negócios e a conversão para consumidores ativos. O sistema garante ainda a tomada de decisões estratégicas, baseadas em análises de dados dos clientes e dos processos de vendas. O CRM ajuda também na segmentação do público, permitindo a criação de campanhas de marketing mais direcionadas e a gestão completa da



Pesquisa Sebrae mostra que elevada utilização da ferramenta se contrasta com a baixa presença do sistema de CRM

Foto: Shutterstock

jornada do cliente, adequando as estratégias de abordagem para cada etapa e garantindo um pós-venda eficiente. A pesquisa qualitativa apontou que, mesmo entre empreendedores com forte senso de propósito e relacionamento próximo com os clientes, a comunicação ocorre de forma personalizada, muitas vezes intuitiva, mas com baixa sistematização.

Vantagens do WhatsApp para o pequeno negócio

1. Centralização e organização: permite organizar o atendimento e os contatos, centralizando informações e facilitando o acompanhamento de cada cliente.

2. Aumento da produtividade: ferramentas como listas de transmissão otimizam o tempo, permitindo que o empreendedor alcance mais clientes.

3. Melhora da experiência do cliente: oferece um atendimento rápido e personalizado, que é muito valorizado

pelos consumidores atuais.

4. Marketing e vendas: possibilita a criação de catálogos virtuais e a criação de campanhas personalizadas e acompanhamento de clientes.

5. Redução de custos: permite atender um número maior de pessoas sem a necessidade de expandir a equipe.

6. Alinhamento de equipes: o CRM integra dados e informações de clientes, alinhando as equipes de marketing e vendas.

7. Eficiência e agilidade: simplifica a rotina da equipe, que tem mais contato com o cliente, e garante o acesso seguro e ágil das informações do cliente.

8. Criação de base de dados: permite a construção de uma base de dados sólida, fortalecendo o vínculo com clientes fiéis.

9. Gestão de processos: ajuda a controlar e analisar o desempenho em diferentes etapas do processo de vendas, fornecendo métricas importantes para otimização.



Montadoras sustentam faturamento das indústrias de autopeças em agosto

Relatório mais recente do setor divulgado pelo Sindipeças mostra que Aftermarket Automotivo vem enfrentando ciclo de resultados decepcionantes

Agosto foi um mês relativamente mais fraco para a indústria de autopeças, com retração de 3,9% no faturamento mensal e apenas uma leve alta de 2,1% na comparação interanual, sustentada pelas vendas para montadoras. Em termos reais, o cenário negativo se mostrou mais explícito, com queda tanto na variação mensal (-3,9%) quanto na anual (-0,8%). O resultado reflete o comportamento da indústria de veículos, que também registrou desempenho fraco em vendas e produção. Apesar disso, o acumulado do ano segue positivo, com alta nominal de 10,9% e crescimento real de 7,6%.

Em relação a julho, todos os

canais de venda apresentaram variações negativas, indicando piora generalizada. Na comparação com agosto do ano anterior, apenas as vendas para montadoras permaneceram positivas, o que pode ser reflexo, em parte, da institucionalização do IPI Verde. O destaque negativo foi o mercado de reposição, que vem apresentando resultados cada vez mais fracos. Desde junho, observa-se aceleração na queda da variação anual e perda de fôlego no crescimento acumulado do ano, chegando em agosto a -13,8% na variação interanual e apenas +2,2% no acumulado do ano, tendência observada tanto na linha leve quanto na linha pesada.

As exportações também vêm registrando piora mês a mês, com queda de 8,2% na variação mensal (-8,2% em termos reais) e de 10,9% na variação anual (-13,4% em termos reais) em agosto. O resultado reflete, em parte, a perda de dinamismo provocada pela sobretaxa imposta pelo governo Trump. O cenário internacional, que até então vinha sustentando as exportações — impulsionado principalmente pela recuperação econômica da Argentina —, passou a apresentar maiores riscos. Os conflitos políticos recentes no país vizinho e a derrota eleitoral do governo na Província de Buenos Aires trouxeram incertezas quanto à continuidade da estratégia

econômica, levando investidores a enxergar limites para a política adotada, mesmo com o declarado apoio do governo americano, e deteriorando as perspectivas para os próximos meses.

Em agosto, a ociosidade subiu frente ao mês anterior (0,5 p.p.), o que reforça a mencionada desaceleração da atividade no setor, diante da queda na demanda interna e externa e do ajuste de produção realizado pelas empresas para conter estoques. Quanto ao emprego, houve queda na passagem de julho para agosto (-0,2%) e crescimento de 3,2% na comparação interanual.

[Tabela 1.1] Resumo do Desempenho - Variações Nominais

Discriminação	Variação			
	Ago 25/ Jul 25	Ago 25 / Ago 24	Acum 25/ Acum 24	Variação acumulada em 12 meses
Faturamento líquido¹ nominal consolidado (%)	-3,93	2,06	10,94	13,51
Faturamento líquido nominal: vendas para as montadoras (%)	-2,24	10,18	13,58	15,04
Faturamento líquido nominal: vendas para a reposição (%)	-4,25	-13,77	2,19	9,47
Faturamento líquido nominal: exportação em reais (%)	-8,15	-10,87	11,01	12,62
Faturamento líquido nominal: exportação em dólares (%)	-6,77	-9,14	1,90	1,25
Faturamento líquido nominal: vendas intrassectoriais (%)	-14,97	-0,19	11,62	11,76
Emprego nacional (%)	-0,23	3,23	5,64	5,22
Capacidade ociosa² (p.p.)	-0,49	-0,57	0,91	-1,66

Fonte: Pesquisa Conjuntural Mensal do Sindipeças

Notas: * Os valores podem sofrer alterações devido a ajustes realizados mensalmente.

¹Faturamento líquido nominal: descontando todos os impostos.

²Cálculo da comparação feita através da média do ano corrente x média do ano anterior

O MAIOR ACERVO DE INFORMAÇÃO
DO SEGMENTO EMPRESARIAL DA REPARAÇÃO



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



CONFIRA AS NOSSAS REDES SOCIAIS



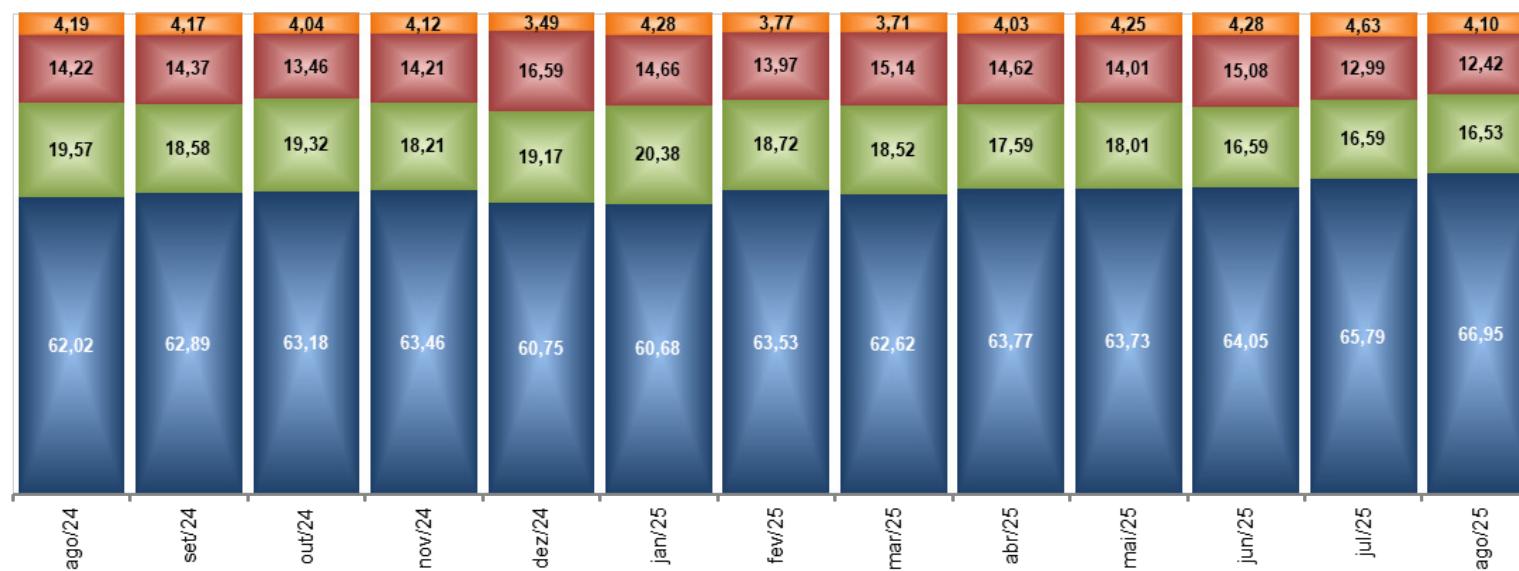
[Tabela 1.2] Resumo do Desempenho - Variações Reais

Discriminação	Variação			
	Ago 25/ Jul 25	Ago 25 / Ago 24	Acum 25/ Acum 24	Variação acumulada em 12 meses
Faturamento líquido ¹ real consolidado (%)	-3,93	-0,82	7,63	10,24
Faturamento líquido real: vendas para as montadoras (%)	-2,24	7,06	10,18	11,71
Faturamento líquido real: vendas para a reposição (%)	-4,25	-16,21	-0,85	6,37
Faturamento líquido real: exportação em reais (%)	-8,15	-13,39	7,76	9,41
Faturamento líquido real: exportação em dólares (%)	-6,77	-11,71	-1,14	-1,69
Faturamento líquido real: vendas intrassetoriais (%)	-14,97	-3,01	8,27	8,51
Emprego nacional (%)	-0,23	3,23	5,64	5,22
Capacidade ociosa ² (p.p.)	-0,49	-0,57	0,91	-1,66

Fonte: Pesquisa Conjuntural Mensal do Sindipeças

¹Valores deflacionados pelo IPP/IBGE (Base: jun/25 = 100)

Notas: * Os valores podem sofrer alterações devido a ajustes realizados mensalmente.

¹Faturamento líquido real: descontando todos os impostos e deflacionado conforme descrição acima.²Cálculo da comparação feita através da média do ano corrente x média do ano anterior[Gráfico 5] Distribuição do faturamento por segmento
Participação mensal em %[Tabela 3] Índices do Mercado de Reposição¹

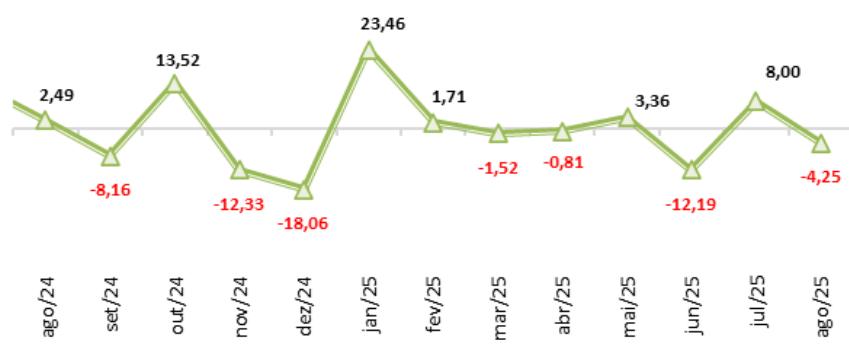
Discriminação	Variação percentual			
	Ago 25/ Jul 25	Ago 25 / Ago 24	Acumulado do ano	Acumulado 12 meses
Faturamento nominal (LL e LP) (%)	-4,25	-13,77	2,19	9,47
. Linha Leve (%)	-4,05	-14,29	2,20	10,42
. Linha Pesada (%)	-5,09	-11,43	2,15	7,26
Faturamento real (LL e LP) (%)	-4,25	-16,21	-0,85	6,37
. Linha Leve (%)	-4,05	-16,72	-0,84	7,30
. Linha Pesada (%)	-5,09	-13,93	-0,89	4,22
IGP-M (%) (ago/25)	0,36	3,03	-1,35	2,40

Fonte: Pesquisa Conjuntural Mensal do Sindipeças e FGV. Elaboração do Sindipeças

1. Faturamento das empresas da amostra que vendem na reposição (44 empresas), com informações segmentadas entre linha leve (LL) e linha pesada (LP).

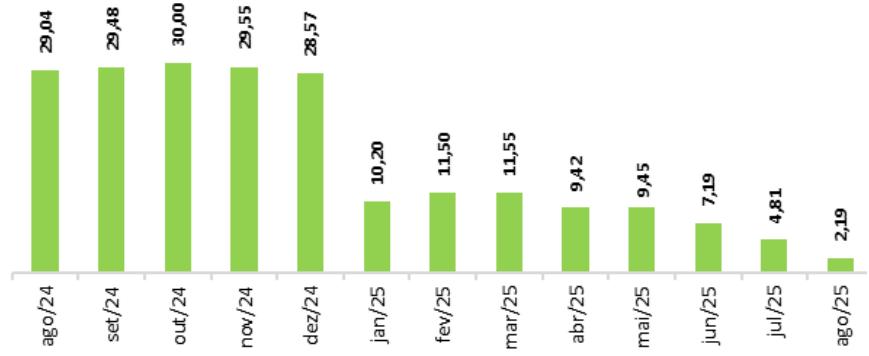
[Gráfico 9a] Faturamento Nominal

Variação % (mês x mês anterior)



[Gráfico 9b] Faturamento Nominal

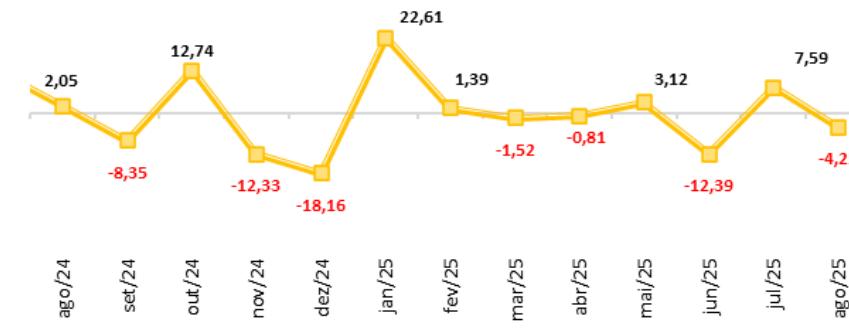
Variação % (acumulado do ano x mesmo período do ano anterior)



[Gráfico 10a] Faturamento Real

Variação % (mês x mês anterior)

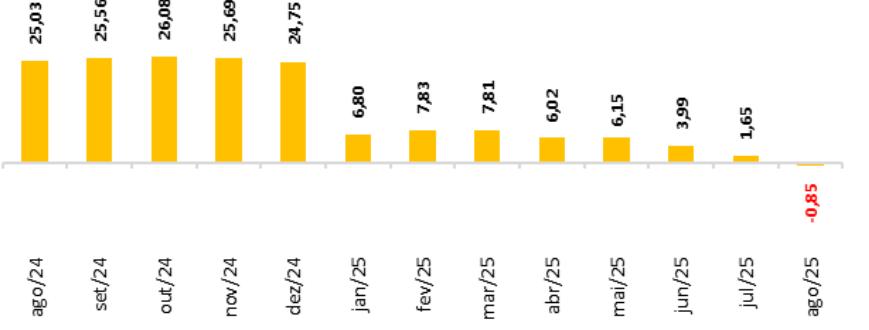
Valores deflacionados pelo IPP/IBGE (Base: ago/25 = 100)



[Gráfico 10b] Faturamento Real

Variação % (acumulado do ano x mesmo período do ano anterior)

Valores deflacionados pelo IPP/IBGE (Base: ago/25 = 100)



[Gráfico 11a] Faturamento Nominal - Linha Leve

Variação % (mês x mês anterior)

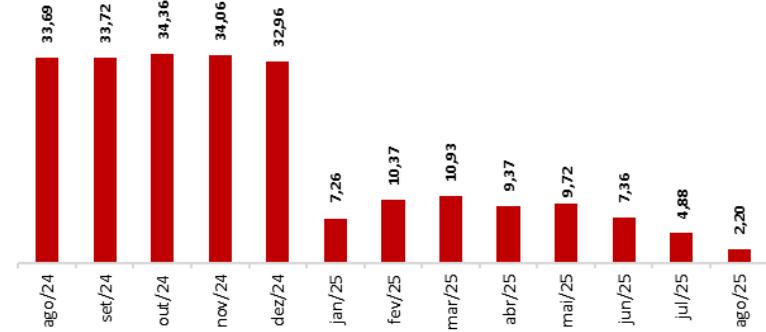
Valores deflacionados pelo IPP/IBGE (Base: ago/25 = 100)



[Gráfico 11b] Faturamento Nominal - Linha Leve

Variação % (acumulado do ano x mesmo período do ano anterior)

Valores deflacionados pelo IPP/IBGE (Base: ago/25 = 100)



[Gráfico 12a] Faturamento Real - Linha Leve

Variação % (mês x mês anterior)

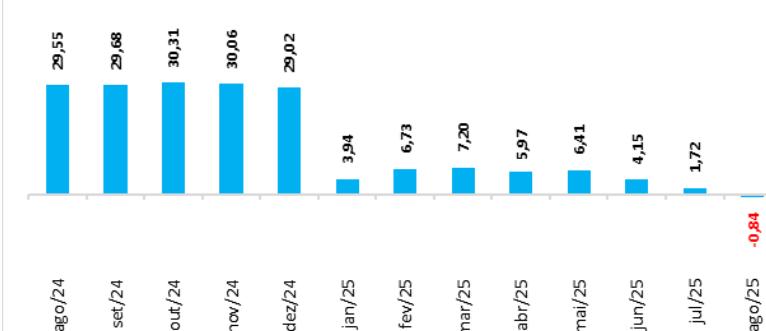
Valores deflacionados pelo IPP/IBGE (Base: ago/25 = 100)



[Gráfico 12b] Faturamento Real - Linha Leve

Variação % (acumulado do ano x mesmo período do ano anterior)

Valores deflacionados pelo IPP/IBGE (Base: ago/25 = 100)



Confiança das empresas varejistas de São Paulo atinge menor nível em quatro anos

Expectativa dos empresários em relação ao futuro desaba em setembro, registrando menor patamar desde julho de 2020

O sentimento de pessimismo entre os empresários do varejo paulistano se aprofundou em setembro. O Índice de Confiança do Empresário do Comércio (ICEC), produzido pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado

de São Paulo (FecomercioSP), caiu 5,9%, ao passar de 99,8 pontos, em agosto, para 93,9 pontos, em setembro — é a segunda queda seguida atingindo a menor pontuação desde junho de 2021. No comparativo anual, o indicador exibiu

queda de 13,9%, a oitava consecutiva. De acordo com a FecomercioSP, o cenário é marcado por incertezas e preocupações com a desaceleração da atividade econômica. Como a Entidade já havia alertado, embora as vendas estivessem apresentando bons resultados, o dia a dia das empresas ainda é de muita dificuldade, com margens apertadas, crédito caro, empréstimos contraídos durante a pandemia que ainda estão sendo pagos, entre outros fatores que afetam a rentabilidade e a lucratividade. Os dados de negócios em recuperação judicial ou que faliram comprovam esse quadro difícil, que reflete na confiança.

Os três componentes do ICEC — o Índice das Condições Atuais do Empresário do Comércio (ICAEC), o Índice de Expectativa do Empresário do Comércio (IEEC) e o Índice de Investimento do Empresário do Comércio (IIEC) — recuaram no comparativo mensal [gráfico 2]. A escala de pontuação varia de 0 (pessimismo total) a 200 pontos (otimismo total), sendo que a fronteira dos 100 pontos separa o pessimismo do otimismo.

O recuo de 6,5% do ICAEC, marcando 69,1 pontos em

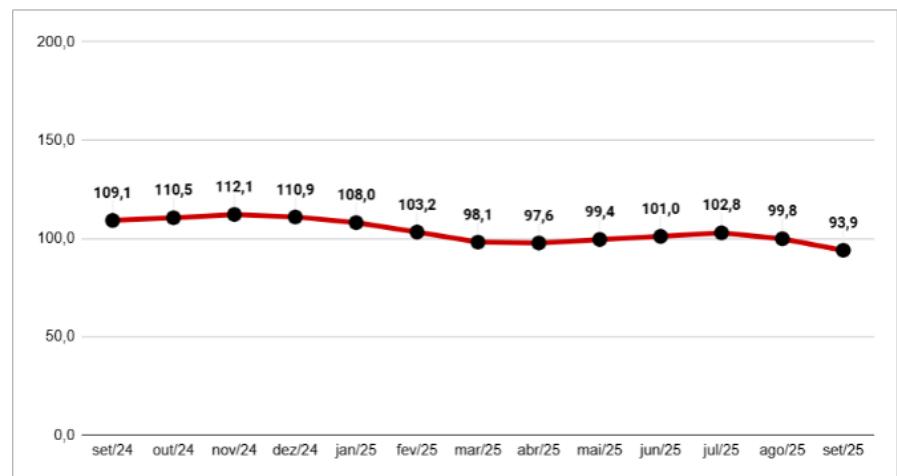
setembro, evidencia esse sentimento de insatisfação e de extrema dificuldade para manter as operações rotineiras, agravado pelos juros elevados e pela desaceleração e, até mesmo, pela queda nas vendas. É o menor patamar desde julho de 2021 e está 15,7% abaixo do registrado em setembro do ano passado. Além disso, é o item de pior avaliação do ICEC — é o 31º mês consecutivo em que o ICAEC se mantém na linha do pessimismo.

A política econômica com aumento de impostos e os juros elevados também estão afetando as expectativas dos empresários quanto ao futuro, como mostra o IEEC. O indicador caiu pelo terceiro mês seguido, com variação negativa de 7,7% registrando 113,7 pontos em setembro, a menor pontuação desde julho de 2020, período da pandemia. No comparativo anual, a queda é ainda mais expressiva (-19%).

Voltando para a zona de pessimismo, o IIEC passou de 102,3 pontos, em agosto, para 98,9 pontos, em setembro — queda de 3,2%. Na avaliação da FecomercioSP, com o

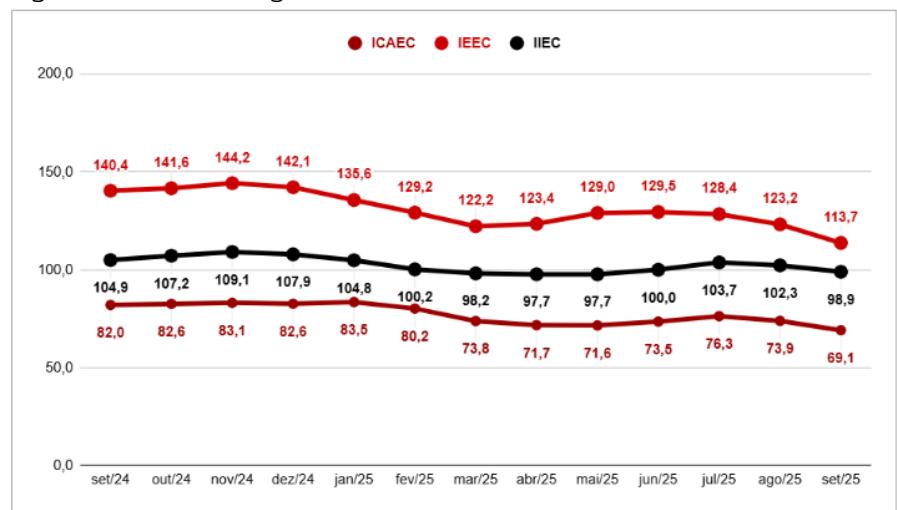
Índice de Confiança do Empresário do Comércio (ICEC)

Série histórica — 13 meses



Subíndices do ICEC — ICAEC, IEEC e IIEC

Agosto de 2024 a agosto de 2025



indicador flutuando em torno dos 100 pontos nos últimos meses, os empresários estão adotando uma postura mais cautelosa em relação a novos investimentos frente à insegurança e aos juros elevados.

Pessimismo após 5 anos

Na segmentação por porte, a confiança das grandes empresas (acima de 50 funcionários) voltou a ficar na zona de pessimismo após cinco anos, desde a pandemia. O ICEC das grandes companhias paulistas caiu 10,9%, ao passar de 107,3 pontos, em agosto, para 95,6 pontos, em setembro.

Esse recuo foi motivado, principalmente, pela deterioração das expectativas em relação ao futuro, que caiu 14,6% em setembro, registrando 104,2 pontos, menor patamar desde julho de 2020. Entre maio e setembro, essas expectativas desabaram 26,1%.

Já a percepção das grandes empresas quanto ao momento atual, medida pelo ICAEC, está na zona de pessimismo pelo sétimo mês seguido. Em setembro, caiu 10,2%, passando de 82

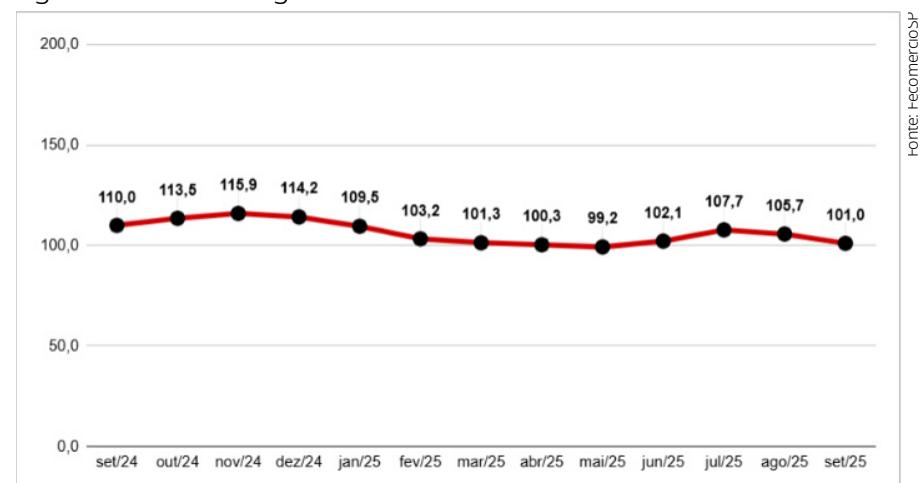
para 73,7 pontos, menor patamar desde setembro de 2020. O IIEC também recuou: -7,6% em relação a agosto, marcando 108,8 pontos.

O ICEC das pequenas empresas (até 50 empregados) recuou 5,7%, ao passar de 99,6 pontos, em agosto, para 93,9 pontos, em setembro, assim como seus componentes. O ICAEC, por sua vez, retraiu 6,4%, marcando 69 pontos, menor nível desde julho de 2021. O IEEC sofreu queda de 7,5% (para 113,9 pontos) e o IIEC caiu 3,1% (para 98,7 pontos).

Um dado que chama a atenção é que as expectativas das grandes empresas em relação ao futuro estão piores do que as das menores. Em setembro, o indicador foi de 104,2 pontos para as grandes, contra 113,9 pontos para as pequenas. O resultado preocupa, já que, em geral, as grandes empresas costumam ser mais bem informadas sobre movimentos e tendências de mercado. Isso pode indicar que essas organizações já estejam antecipando um cenário de desaceleração — e até mesmo de crise — para 2026.

Índice de Expansão do Comércio (IEC)

Agosto de 2024 a agosto de 2025



Contratação de funcionários

O Índice de Expansão do Comércio do Município de São Paulo (IEC), também medido pela FecomercioSP, registrou, em setembro, a segunda retração consecutiva. O indicador recuou 4,4%, passando de 105,7 para 101 pontos.

Após as principais datas comemorativas do varejo no primeiro semestre — como o Dia das Mães e o Dia dos Namorados, além do Dia dos Pais, em agosto —, o subíndice que avalia a Expectativa de Contratação de Funcionários (ECF) apresentou queda de 6,2%, ao passar de 114,7 para 107,6 pontos. Esse resultado, que representa a

segunda baixa seguida, marca a menor pontuação desde maio de 2021, durante o período mais crítico da pandemia. Na comparação anual, o recuo é ainda mais expressivo (-12,3%). Outro componente do índice, o Nível de Investimento do Empresário (NIE), também sofreu retração em setembro, caindo 2,3% e alcançando 94,5 pontos. O indicador segue abaixo da marca dos 100 pontos, na zona de pessimismo, refletindo a postura conservadora dos empresários quanto a investimentos em máquinas, equipamentos, reformas e abertura de lojas. Em comparação com o mesmo mês do ano passado, a queda acumulada é de 2,9%.

ANUNCIE

na mídia do **Aftermarket Automotivo**

comercial@novomeio.com.br



2mc

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

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

Agora todos já sabem,

**TROCOU PASTILHA,
TROCOU REPARO**

E reparo de freios tem que ser 2MC

SEMPRE 2mc

2mc.com.br