



novovarejo

a mídia do aftermarket **automotivo**

EDIÇÃO 491

ANO 33

ABRIL DE 2026

NOVOVAREJOAUTOMOTIVO.COM.BR

NVD - NOVO VAREJO DIGITAL



O boom da variedade

Novo anuário do Sincopeças Brasil revela que Aftermarket Automotivo já conta com 800 mil produtos ativos, mas, ao mesmo tempo em que a diversidade dos portfólios cresce, cai o número de pontos de venda na maior parte do país



AFTERMARKET AUTOMOTIVO
INTELIGÊNCIAS DIGITAIS

Acompanhe os resultados
da primeira edição

[Clique e saiba mais](#)



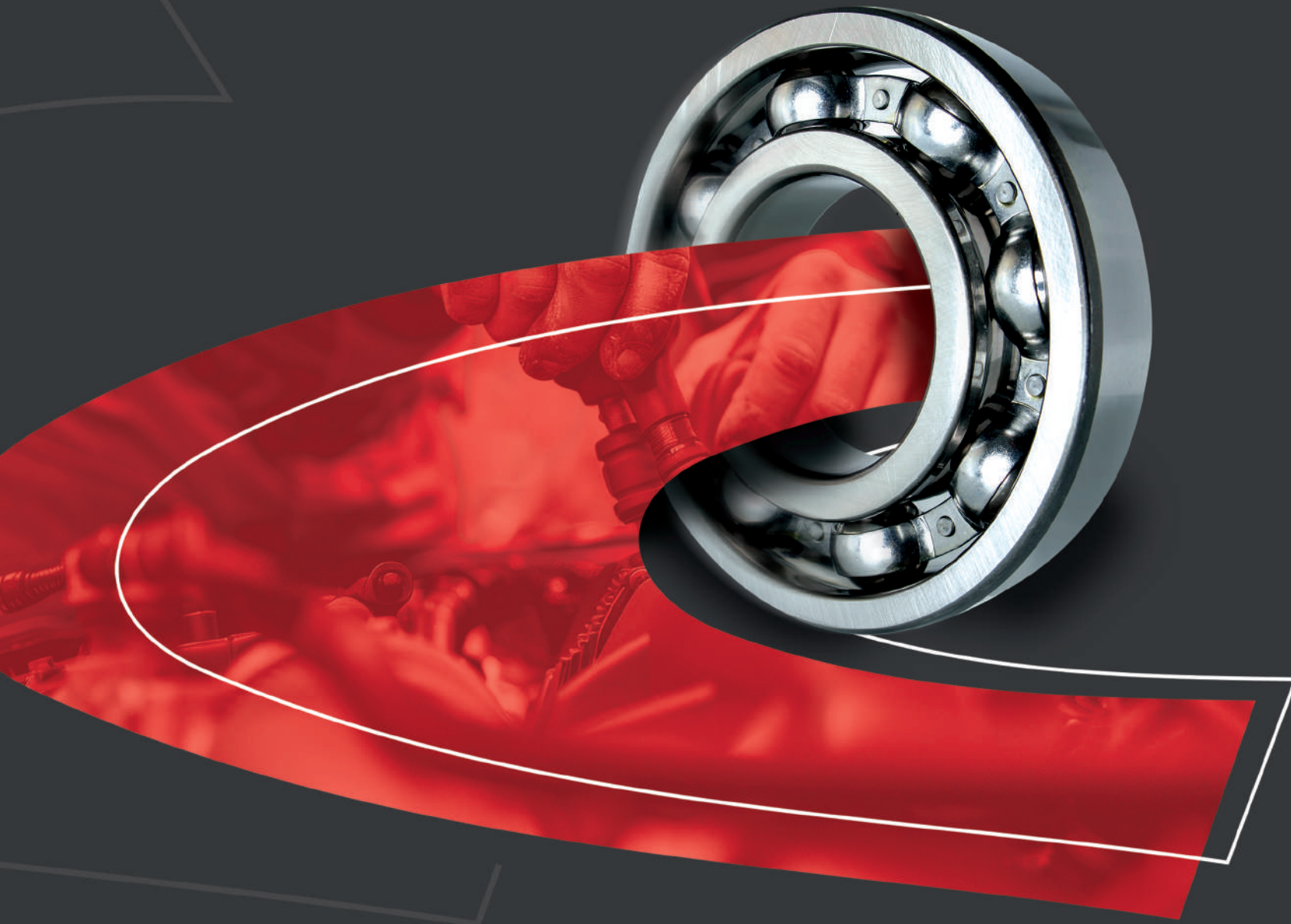
VEM AÍ... O DIA DO ROLAMENTO

2 DE MAIO


Uma iniciativa da Cobra para celebrar
a tecnologia que move o nosso mercado.



Faça revisões em seu veículo regularmente



Acompanhe nossas redes sociais
e comemore com a gente!

  @cobrarolamentos | www.cobrarolamentos.com.br



Acesse:
loja.cobrarolamentos.com.br



ESCANEE
O QR CODE
E FAÇA SEU
AUTOCADASTRO





Contenda bélica no tabuleiro de xadrez

O acirramento da concorrência no Aftermarket Automotivo faz com que o campo de batalha do varejo não se restrinja mais apenas a balcão e prateleiras. Hoje, os embates também se dão nos algoritmos.

A ascensão dos marketplaces é o vetor dessa transformação. Até pouco tempo, o domínio era quase absoluto de uma única plataforma. Mas a entrada agressiva da Shopee no aftermarket brasileiro reconfigurou o jogo. Com crescimento de 80% nas vendas da categoria Auto & Moto entre 2023 e 2024, avanço de 300% nas buscas por autopeças e mais de 40 marcas com lojas oficiais, o digital há muito deixou de ser promessa e virou território estratégico.

E, mais preocupante: as plataformas abriram as portas para que as montadoras entrassem com tudo na briga. A chegada de operações oficiais como as da Chevrolet e, mais recentemente, o movimento estruturado da Stellantis — que levou as marcas Fiat, Jeep, Peugeot, Citroën e Ram para dentro da Shopee — não são iniciativas isoladas. São peças de uma engrenagem maior: capturar valor no pós-venda por meio de canais digitais de alto tráfego. Não por acaso, a Stellantis já projeta saltar de cerca de R\$ 200 milhões para R\$ 300 milhões em vendas no e-commerce automotivo em apenas um ano.

E o varejo independente, como fica nesse jogo pesado? A resposta, por enquanto, é menos dramática do que poderíamos imaginar. Apesar do avanço das indústrias no digital, a ruptura da cadeia ainda está distante. Modelos D2C (direct-to-consumer) seguem representando apenas 5% das vendas online no Brasil. Mesmo em mercados mais maduros, como os Estados Unidos, o índice é de 15% — longe de configurar uma

desintermediação plena.

Vender direto exige competências que vão além da fabricação: aquisição de tráfego, operação logística, atendimento ao cliente, gestão de garantias, relacionamento contínuo. Estudos de consultorias como KPMG e BCG apontam que essas barreiras ainda limitam o avanço das indústrias em direção a um modelo totalmente desintermediado. Mais do que isso: há risco claro de canibalizar parceiros históricos — distribuidores, varejistas e oficinas — que seguem sendo essenciais para a capilaridade do negócio. Por isso, o que emerge não é uma ruptura, mas um modelo híbrido.

As chamadas “lojas oficiais” nos marketplaces são, ainda, um arranjo que preserva a lógica da cadeia tradicional enquanto explora o potencial do digital. Em geral, são os próprios distribuidores e varejistas autorizados que operam a venda final — a chamada última milha — nessas estruturas. No caso das montadoras, tudo passa pelas concessionárias.

Mas seria um erro do varejo interpretar o movimento como uma zona de conforto. Porque, se a cadeia não está sendo quebrada, ela está sendo reorganizada. O controle da jornada — da busca à decisão de compra — começa a migrar para dentro das plataformas. E, nesse ambiente, marca, preço, reputação e disponibilidade passam a ser mediados por algoritmos, avaliações e experiência digital. Não basta apenas ter o produto. É sobre ser encontrado. Portanto, aproveite bem o tempo que este período de transição vai lhe proporcionar para traçar uma estratégia matadora no ambiente digital. Está claro que o aftermarket virou prioridade para as montadoras. E, quando isso acontece, a concorrência muda de patamar.

Publisher

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

Diretor Geral

Claudio Milan
(claudio@novomeio.com.br)

Diretor de Criação

Gabriel Cruz
(gabriel.cruz@wpm.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 33 - #491 Abril de 2026

Distribuição para mailing eletrônico 35.000

Audiência estimada em views no site 45.000

Novo Varejo Full Digital é uma publicação mensal da Nhm – Novomeio Hub de Mídia dirigida aos varejistas de autopeças. Tem como objetivo divulgar notícias, opiniões e informações que contribuam para o desenvolvimento do setor.

Acompanhe nossas redes

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

Direção

Ricardo Carvalho Cruz

Jornalismo

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

Publicidade

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

Arte

Lucas Cruz

Marketing

(marketing@novomeio.com.br)
Elisa Juliano

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

Jornalista Responsável:

Claudio Milan (MTb 22.834)

Nhm[®]

www.novomeio.com.br

O NOVO NASCE AQUI

Aftermarket Automotivo Full Digital

O setor automotivo atravessa uma fase de transformações profundas, impulsionadas pela eletrificação, digitalização, conectividade, condução autônoma e inteligência artificial. No mercado de reposição, esse cenário amplia desafios e oportunidades e exige uma atuação cada vez mais integrada, estratégica e com linguagem unificada.

Mais do que nunca, indústria, distribuição, varejo e oficinas precisam se reconhecer como partes de um ecossistema interdependente, em que o fortalecimento de cada elo depende da evolução de toda a cadeia de negócios.

Atenta a esse movimento, a Novomeio Hub de Mídia lança o Aftermarket Automotivo Full Digital, uma publicação que nasce para ser a voz integrada do setor, com foco em informação de qualidade, análises consistentes e visão institucional, a plataforma que se propõe a alinhar, conectar e impulsionar todo o trade, consolidando um espaço inédito para o debate e a construção do futuro da mobilidade no Brasil.



[Clique aqui](#) e cadastre-se para receber o AAFD

Aftermarket Automotivo Full Digital

Todas as marcas, todos os públicos, todos os assuntos

Nhm



Foto: Divulgação



08 Entrevista

Glauce Fonçatti fala sobre a implementação da nova NR-1, norma prevista para entrar em vigor agora em maio que trata da saúde laboral.

14 Capa

Informações do Sincopeças Brasil revelam o tamanho da expansão dos SKUs no varejo de autopeças, segmento que vem passando por consolidação.

22 Inspeção

Projeto de Lei que estabelecia a inspeção veicular obrigatória para carros com mais de cinco anos em todo o Brasil anos é arquivado na Câmara.

24 Conjuntura

Percentual de famílias brasileiras com dívidas a vencer atingiu 80,4% em março de 2026, renovando o maior nível da série histórica da CNC.

32 Feira

Automechanika Argentina quebra recordes em 2026 e recebe 30 mil visitantes vindos de 42 países para conhecer as novidades de 500 expositores.



Foto: Divulgação

HÁ 100 EDIÇÕES

Da Alemanha para o Brasil, conheça as principais tendências do varejo

Há 100 edições nossa reportagem trazia com exclusividade informações sobre a feira do setor realizada em Düsseldorf e que enfatizava a importância das novas tecnologias

Mais de 81 mil visitantes foram à cidade alemã de Düsseldorf para acompanhar a EuroShop 2023, uma das maiores feiras de varejo no mundo. O evento mereceu destaque na edição 391 do Novo Varejo Automotivo. Ao contrário da NRF de Nova York, que havia sido realizada dois meses antes, a feira germânica trouxe, na ocasião, uma visão alternativa àquela apresentada nos Estados Unidos. Afinal, enquanto os norte-americanos tiveram como pauta principal a necessidade de retomar

um olhar mais atento às bases do setor varejista, a EuroShop lançou a maior parte de seus olhares para o futuro.

Na parte de retail technology, a importância dos dados continuava se mostrando uma grande tendência. Havia várias empresas de software e hardware focadas em entender a jornada de compra e o comportamento do consumidor. Empresas que ofereciam diversos modelos de câmeras e sensores, buscando entender o consumidor com profundidade. Elas

também apresentavam pacotes completos de dashboards monitorando e projetando análises online, gôndolas interativas, links com comunicação chamativa modulares e sistema de controle de estoque (gôndola infinita) e análise dos giros dos produtos, além das etiquetas eletrônicas (tema não tão novo), mas que continua como tendência do varejo.

Em retail marketing, nos PDVs as comunicações eram bem atrativas e interativas, utilizando telas de acrílico chamativas

e modulares e também telas de LED para aumentar a conversão no PDV. Os visitantes também viram displays personalizados e modelares, hologramas, uso de QR code nos materiais para rastrear a origem. Tudo muito conectado com inteligência artificial. No campo da sustentabilidade, os displays, gôndolas, materiais para mobiliários, iluminação, investimentos em materiais recicláveis, assim como a aplicação de scrap, foram utilizados de forma menos degradante ao meio ambiente.

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

tá na
mão



tá na
pellegrino

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



Linha Leve



Linha Pesada



Motopeças



Acessórios



**Agilidade
na Entrega**



Portfólio



**Maquininha
Pronto!**



Compre Online



Escaneie
o QR Code
e acesse o
compreonline.

Pellegrino
Conte com nossa gente.

@pellegrinoautopecas
 Pellegrino Autopeças
 Pellegrino Distribuidora de Autopeças
 0800 020 0700



Implementação gradual pode ser solução para impasses em torno da nova NR-1

Prevista para entrar em vigor já em maio, atualização do regulamento ligado à saúde laboral pode sofrer novo adiamento. Veja o que a especialista Glauce Fonçatti tem a dizer sobre o assunto

Há poucas semanas do fim do novo prazo estabelecido pelo Ministério do Trabalho para a implementação definitiva da nova NR-1, começam a surgir rumores sobre mais uma prorrogação do prazo para entrada em vigor das regras.

No centro dessa possibilidade está a pressão exercida por empresas e entidades representativas de diferentes setores, que têm apontado dificuldades operacionais para implementação, ausência de critérios claros de fiscalização e insegurança jurídica como alguns dos principais entraves para a adoção integral das novas diretrizes.

Vale destacar que a atualização da norma chega num momento de alta nos índices de afastamentos por transtornos mentais, estresse ocupacional e pressão por metas, questões que, além do aspecto humano, também afetam o bolso das empresas, que acumulam prejuízos com afastamentos, queda de produtividade e aumento de passivos trabalhistas.

Segundo a sócia do escritório Batistute Advogados, Glauce Fonçatti, a nova NR-1

representa uma mudança estrutural na forma como as empresas devem lidar com o tema, ao passo que a atualização da norma exige que os riscos psicossociais como estresse, assédio, pressão por metas, entre outros, passem a ser incluídos formalmente na gestão de saúde e segurança do trabalho.

Por serem, ao mesmo tempo, complexas e necessárias, essas medidas podem exigir adequações no calendário de implementação, de modo que a adoção gradual das exigências permita maior previsibilidade e segurança para as empresas.

“Um modelo de implementação gradual, com etapas e prazos, com certeza reduzirá os riscos de penalidades, facilitará a organização interna das empresas e aumentará a segurança jurídica, tornando a implementação mais prática e previsível”, afirmou.

Esses e outros pontos relacionados à nova NR-1 foram tema de uma entrevista exclusiva concedida ao Novo Varejo Automotivo em que a especialista analisa os impactos da norma, os desafios de implementação e os caminhos

possíveis para equilibrar segurança jurídica e proteção ao trabalhador.

Novo Varejo - O trabalho no Brasil vive um momento de aumento consistente dos afastamentos por transtornos mentais e de maior pressão sobre produtividade e metas. Você acredita que a nova NR-1 tem potencial real para mitigar essas questões? Em que horizonte de tempo esse impacto poderia ser percebido?

Glauce Fonçatti - Sim, acredito que essa atualização da NR-1 tem potencial real para reduzir os afastamentos por transtornos mentais, ao passo que os riscos psicossociais serão tratados de forma estruturada na gestão de saúde e segurança do trabalho das empresas, como já são, por exemplo, os riscos ergonômicos. No entanto, essa redução não deve se dar de forma imediata, além de depender diretamente da forma como as empresas vão implementar as novas diretrizes. No curto prazo, é possível inclusive haver um aumento nos afastamentos, em função de

maior conscientização e identificação dos casos. Já no médio e longo prazo, à medida que as práticas de gestão evoluírem e se consolidarem, aí sim será possível verificar os efeitos mais consistentes.

Novo Varejo - Quais são, na prática, as principais mudanças trazidas pela atualização da NR-1 para as empresas, especialmente no que diz respeito à inclusão dos riscos psicossociais na gestão de saúde e segurança do trabalho?

Glauce Fonçatti - Na prática, a atualização da NR-1 exige que os riscos psicossociais como estresse, assédio, pressão por metas, entre outros, passem a ser incluídos formalmente na gestão de saúde e segurança do trabalho. Isso significa que as empresas deverão identificar, avaliar, controlar e documentar esses riscos dentro dos documentos de segurança do trabalho, como GRO e PGR, assim como já é feito com riscos físicos e ergonômicos. Em resumo, a principal mudança é que a saúde mental deixa de ser um tema secundário e passa a ser tratada como

risco ocupacional formal, com gestão obrigatória e contínua.

Novo Varejo - No ano passado, diversas empresas e entidades se mobilizaram para solicitar o adiamento da entrada em vigor das novas regras. Às vésperas do fim do prazo atual, esse movimento tem se repetido? Ele ganhou força ou mudou de perfil?

Glauce Fonçatti - Sim, o movimento por adiamento continua, mas com um perfil diferente e sem a adesão generalizada que teve no ano passado. Dessa vez percebe-se que o movimento é mais pontual e técnico, concentrado em alguns setores específicos, e não tão amplo como no ano passado. Os argumentos também evoluíram e estão mais focados nas dificuldades de implementação, mensuração dos riscos psicossociais, critérios de fiscalização e na própria insegurança jurídica que o tema traz.

Novo Varejo - Quais são hoje os principais argumentos utilizados pelas empresas e entidades que defendem um novo adiamento?

Glauce Fonçatti - Como mencionei acima, os principais argumentos para um novo adiamento concentram-se nas dificuldades operacionais para implementação da NR1 (falta de estrutura interna e profissionais qualificados);

na insegurança jurídica que o tema proporciona para as empresas já que não há critérios claros e uniformes para a fiscalização, o que pode gerar interpretações divergentes e aumento do risco de passivos trabalhistas; e nos desafios na mensuração dos riscos psicossociais em si, visto que ainda não há consenso sobre metodologias e indicadores confiáveis, o que torna a avaliação desses fatores mais subjetiva e complexa.

Novo Varejo - Atualmente, quais setores estão mais engajados nos pedidos de adiamento? São os mesmos do ano passado ou já é possível observar uma evolução no nível de preparação de alguns segmentos?

Glauce Fonçatti - Os setores da indústria, construção civil, serviços, especialmente teleatendimento, e segmentos da saúde, devido à maior exposição a riscos trabalhistas e também ao grande contingente de trabalhadores, são os mais engajados nos pedidos de adiamento. Entretanto, com relação ao ano passado, já é possível observar uma certa evolução no nível de preparação das empresas, sobretudo as maiores que, via de regra, já possuem estruturas mais consolidadas de gestão de saúde e segurança do trabalho.

Novo Varejo - Quais devem ser os principais critérios utilizados pelo Ministério do Trabalho para decidir entre manter o cronograma atual ou optar por um novo adiamento? Existe algum tipo de

indicador objetivo ou esse processo passa por uma avaliação mais qualitativa do cenário?

Glauce Fonçatti - Essa decisão por parte do Ministério do Trabalho considera os



Foto: Divulgação

Glauce Fonçatti é sócia do escritório Batistute Advogados

Sama

Autopeças

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

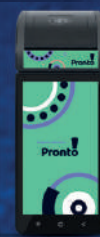
Fornecendo autopeças de qualidade, com entrega rápida e compromisso com o seu negócio, a Sama é a sua parceira de confiança quando o assunto são soluções para o mercado automotivo. Experiência e excelência a serviço da sua empresa. Conte conosco para seguir evoluindo.



COMPRA ONLINE,
DE ONDE
E QUANDO
QUISER



VARIEDADE E
CONFIANÇA EM
UM PORTFÓLIO
COMPLETO DE
AUTOPEÇAS



PRONTO! A
MAQUININHA
ESPECIALISTA
NO MERCADO
AUTOMOTIVO.

Encontre as melhores marcas e fornecedores do setor automotivo.



BOSCH

cofap



FAG

SCHAEFFLER

MAHLE



BEHR



SKF

viemar
AUTOMOTIVE



SPICER



MERITOR



MONROE
amortecedores



AXIOS

AMPRI

Continental

DAYCO



TIMKEN

URBA

Valeo

compre



online.samaautopecas.com.br

 @autopecassama

 @sama.autopecas

 0800 020 0900

Sama
Autopeças



critérios objetivos, como o nível de adesão das empresas, capacidade de fiscalização dos órgãos públicos e clareza das normas, além de indicadores de implementação das novas normas na prática. Agora, sem dúvida devem ser consideradas também as manifestações de entidades representativas e o impacto sobre a segurança jurídica e sobre o mercado de trabalho como um todo. Certamente, haverá uma análise dos riscos de uma adoção precipitada.

Novo Varejo - Você vê a flexibilização do calendário de implementação como uma possibilidade real de solução? Por exemplo, um modelo em etapas, com fases de adaptação e checkpoints, semelhante ao que foi adotado em outras agendas estruturais no país, poderia ser considerado?

Glauce Fonçatti - Sem dúvida é uma solução viável, pois beneficia o empregador ao permitir uma adaptação gradual às exigências, especialmente se pensarmos em diferentes capacidades de adaptação entre os setores. Um modelo de implementação gradual, com etapas e

prazos, com certeza reduzirá os riscos de penalidades, facilitará a organização interna das empresas e aumentará a segurança jurídica, tornando a implementação mais prática e previsível.

Novo Varejo - Existe o risco de a NR-1 avançar mais rápido do que a capacidade das empresas de medir e gerir esses riscos? Como evitar que uma agenda importante acabe gerando insegurança jurídica ou distorções na prática?

Glauce Fonçatti - Sim, esse risco é real, principalmente diante da falta de regras para implementação, critérios claros para fiscalização e também da diversidade de maturidade entre os setores. Para evitar insegurança jurídica e distorções, é fundamental investir em diretrizes claras, padronização de critérios, capacitação técnica e implementação gradual, inclusive no que se refere à fiscalização que, nesse início, ao invés de ser punitiva, poderia adotar um caráter orientativo, mesmo que provisoriamente, a fim de garantir uma adaptação mais segura e efetiva das empresas.



Foto: Divulgação

Especialista avalia que no curto prazo norma pode gerar maior número de afastamentos

Se está na mente, está no topo!
Vem aí o **Autop of Mind'26**

autop of mind
POWERED BY AFTER.LAB

Clique para saber mais.

LANÇAMENTO



*imagem meramente ilustrativa

PESADOS

LEVES

Atuador e Cilindro de Embreagem

Projetados para garantir engates suaves, maior durabilidade e resposta precisa do sistema de embreagem, os produtos chegam para fortalecer o portfólio do lojista e oferecer mais qualidade e desempenho para os reparos da oficina.



Fabricados com alta tecnologia industrial



Maior controle dimensional e acabamento superior



Máxima confiabilidade, com testes 100% individuais



Foco na performance, seguindo normas internacionais



Acesse o site e saiba mais sobre este lançamento:
authomix.com.br



[authomix](https://www.facebook.com/authomix)

Acesse o site e confira
authomix.com.br

Explosão dos SKUs se confirma no varejo de autopeças

Novos números trazidos pelo anuário do Sincopeças Brasil traduzem as movimentações de um setor que vem enfrentando transformações e perdeu 9 mil empresas no período de um ano

Já há algum tempo, quem atua no comércio de autopeças do Brasil está percebendo um movimento de consolidação do segmento. A expansão de redes como a Âncora e a PitStop, bem como a agressividade com que players como a Autozone têm investido no aumento de suas capilaridades, atingindo, no caso, o número de 150 unidades, está pressionando empresas menores que, muitas vezes sem condições de competir em escala, preço e gestão, acabam sendo impelidas a vender seus negócios ou simplesmente encerrar as atividades.

A novidade é que essa percepção interna dos gestores foi pela primeira vez consolidada em números de maneira massiva. Isso porque, a última edição do Anuário do Sincopeças registrou uma queda de aproximadamente 9 mil empresas ligadas ao varejo de autopeças no território brasileiro entre os anos de 2024 e 2025.

O número chama a atenção porque a frota circulante de veículos leves no Brasil não dá sinais de queda. Pelo contrário, além de crescer todos os anos de 2015 para cá, ela vem envelhecendo ano após ano e deve se expandir a um ritmo substancialmente maior até 2030, passando da casa atual dos 49 milhões para cerca de 54 milhões.

É importante ressaltar, no entanto, que o movimento não acontece de maneira homogênea em todas as regiões do país. Enquanto Sul e Sudeste viram uma queda substancial no número de estabelecimentos em atividade, com maior concentração do movimento

de consolidação, e o Nordeste experimentou uma retração mais moderada, as regiões Norte e Centro-Oeste foram na contramão e registraram crescimento no número de empresas, refletindo a expansão econômica local e a menor saturação desses mercados.

A leitura desse movimento, no entanto, não é linear. Ao analisá-lo no decorrer dos anos, o presidente do Sincopeças Brasil, Ranieri Leitão, afirma que a redução no número de empresas pode ser resultado de múltiplos fatores, que vão desde processos clássicos de consolidação, com empresas mais estruturadas absorvendo operações menores, até ajustes cadastrais, encerramentos espontâneos de atividades, ausência de sucessão familiar e até mudanças de CNAE. Ou seja, embora a consolidação seja uma hipótese consistente, ela convive com um conjunto mais amplo de transformações que afetam diretamente a base do varejo de autopeças.

Esse ponto ganha ainda mais relevância quando observamos a estrutura do setor. Historicamente, o aftermarket brasileiro é altamente pulverizado, com forte predominância de micro e pequenas empresas. Nesse contexto, qualquer movimento de redução no número de lojas ou de ganho de participação por parte de players maiores tende a ter impacto sistêmico relevante. Ainda mais quando se considera uma configuração já desbalanceada, em que o país conta com uma proporção de cerca de oito varejistas para cada atacadista, indicando uma cadeia extensa, fragmentada e, muitas vezes, pouco eficiente do ponto de vista logístico e comercial.





DISCOS DE FREIO FREMAX.

Mais uma vez 1º lugar no prêmio Autop of Mind.

Mais uma vez, os discos de freio Fremax ficaram em primeiro lugar na preferência dos mecânicos, segundo a pesquisa Autop of Mind 2025, realizada pelo After.Lab com cerca de 500 profissionais dos principais mercados do país.

Um reconhecimento que nos incentiva a continuar evoluindo ainda mais para garantir sempre o máximo em tecnologia, alta performance e segurança de nossos produtos a quem vende, quem aplica e quem usa.

**A TODOS VOCÊS,
NOSSO MÁXIMO AGRADECIMENTO.**

No trânsito, enxergar o outro é salvar vidas.



Consulte aqui
nosso portfólio.

OEM 
FABRICANTE EQUIPAMENTO ORIGINAL

**FORNECEDOR OFICIAL
DE DISCO DE FREIO**

PORSCHE
CARRERA CUP
BRASIL

autop of mind
POWERED BY AFTER.LAB



1

0

LUGAR

FREMAX
O MÁXIMO EM MOVIMENTO

Consolidação não é particularidade do varejo de autopeças

Embora o movimento observado no comércio de autopeças tenha ganhado contornos mais evidentes nos últimos anos, a consolidação está longe de ser uma característica exclusiva desse segmento. Na verdade, trata-se de uma tendência estrutural que vem redesenhando o varejo brasileiro e latino-americano como um todo, impulsionada por transformações profundas no comportamento do consumidor, no ambiente macroeconômico e, sobretudo, na forma como as empresas operam e competem.

Em estudo recente, a KPMG apontou que o setor de consumo e varejo atravessa um período de elevada complexidade, marcado por inflação persistente, juros elevados e um ambiente de negócios mais instável, fatores que pressionam tanto a demanda quanto a capacidade de investimento das empresas. Nesse contexto, a busca por eficiência deixou de ser apenas uma vantagem competitiva e passou a ser uma condição de sobrevivência. Isso significa operar com margens mais ajustadas, cadeias de suprimento mais eficientes e, principalmente, maior capacidade de adaptação a um consumidor cada vez mais exigente e menos fiel às marcas.

Ao mesmo tempo, a transformação tecnológica elevou significativamente a régua de

competitividade do varejo. A consolidação de modelos omnichannel, o uso intensivo de dados e a incorporação de novas tecnologias tornaram-se elementos centrais da estratégia das empresas. O problema é que esse novo patamar exige investimentos contínuos — e nem todos os players têm acesso aos recursos necessários para realizá-los. É justamente nesse ponto que a consolidação ganha força: empresas com maior acesso a capital, tecnologia e gestão passam a ampliar sua vantagem competitiva, seja por meio de crescimento orgânico, seja por aquisições e incorporações. Esse movimento já aparece de forma clara nos dados mais recentes de fusões e aquisições (M&A). Em 2025, o Brasil registrou mais de mil operações no acumulado até o terceiro trimestre, indicando um nível elevado de atividade mesmo em um cenário macroeconômico desafiador. Em outro recorte, foram quase mil transações apenas nos primeiros meses do ano, com crescimento relevante em relação ao período anterior. No primeiro semestre, o volume financeiro movimentado superou a casa das centenas de bilhões de reais, evidenciando não apenas a quantidade, mas a relevância estratégica dessas operações. Dentro desse universo, o setor de consumo e varejo

responde por uma fatia significativa das transações, reforçando o papel da consolidação como vetor de reorganização do setor. Mais do que volume, os dados mostram uma mudança qualitativa no perfil das operações. O mercado tem se tornado mais seletivo, com investidores priorizando empresas com escala, governança estruturada e capacidade de inovação. Além disso, cresce o peso de operações domésticas, empresas brasileiras adquirindo outras empresas brasileiras, o que reforça a dinâmica de concentração interna e ganho de eficiência dentro do próprio mercado.

Tudo isso tem ampliado a distância entre grandes grupos e pequenas e médias empresas. Enquanto os primeiros conseguem acessar o mercado de capitais, investir em tecnologia, expandir portfólio e até adquirir concorrentes para ganhar

escala, os segundos passam a operar em um ambiente cada vez mais desafiador, em que a sobrevivência depende de adaptação rápida, ganho de eficiência e, em muitos casos, de movimentos associativos ou de venda parcial ou total do negócio. Trata-se de uma dinâmica que, embora possa gerar concentração de mercado, não implica necessariamente desaparecimento das pequenas empresas, mas sim reconfiguração de seus papéis dentro da cadeia.

Nesse sentido, o que se observa no aftermarket automotivo é, na verdade, um reflexo de uma transformação mais ampla do varejo. A consolidação, portanto, não deve ser interpretada apenas como um processo de redução no número de empresas, mas como uma resposta natural de mercado a um ambiente mais exigente, tecnológico e intensivo em capital.



Aprender a lidar com consumidores mais informados e exigentes é desafio de sobrevivência para o varejo

Foto: Shutterstock

Anuário quantifica desafio da diversificação dos estoques

Realidade dos players de todos os elos do Aftermarket Automotivo hoje, a explosão dos SKUs disponíveis no mercado de reposição também foi destaque no estudo da principal entidade de representação do varejo de autopeças nacional.

Segundo o Anuário do Sincopes, o Brasil conta atualmente com mais de 800 mil produtos ativos, distribuídos em 4.620 grupos de produtos e mais de 8.200 marcas.

A distribuição dos itens reforça essa leitura. Sistemas diretamente ligados à mecânica mais crítica dos veículos concentram volumes expressivos de produtos, como é o caso dos componentes internos do motor, com mais de 162 mil SKUs, além de sistemas como transmissão (quase 100 mil itens), suspensão (mais de 81 mil) e freios (acima de 64 mil). Ao mesmo tempo, categorias como acessórios, componentes externos e itens universais ampliam ainda mais o espectro de atuação das empresas, exigindo um portfólio cada vez mais abrangente para atender uma frota que se torna mais diversa a cada ano. Mas, mais do que um retrato estático do mercado, esses números ajudam a explicar uma transformação estrutural que já é sentida na prática pelos diferentes elos da cadeia. Em debate promovido

pelo Aftermarket Automotivo Full Digital – nova plataforma de conteúdo da Nhm – com executivos da indústria, distribuição e varejo, o aumento dos SKUs aparece como um dos principais fatores de pressão sobre as operações. A multiplicação de aplicações e part numbers deixou de ser apenas um desafio de escala e passou a exigir um novo nível de inteligência operacional.

Segundo gestores ouvidos pela equipe de jornalismo da Nhm - Novomeio Hub de Mídia, a fragmentação do portfólio elevou significativamente a complexidade da gestão de estoques, da logística e da previsibilidade da demanda. Empresas relatam aumento do capital imobilizado, crescimento do risco de ruptura e maior dificuldade em equilibrar itens de alto giro com uma 'cauda longa' cada vez mais extensa de produtos com baixa rotatividade. Ao mesmo tempo, o processo de identificação correta das peças se tornou mais técnico, elevando a necessidade de capacitação das equipes e aumentando o impacto de erros operacionais.

Esse novo cenário também alterou a lógica de organização das operações. O modelo tradicional baseado em volume deu lugar a estratégias mais sofisticadas, baseadas em dados, categorização por giro



Foto: Shutterstock

Crescente diversidade de produtos é desafio para formação de estoques no varejo

e criticidade, além de uma integração mais profunda entre áreas como compras, logística, comercial e engenharia. A operação física, por sua vez, precisou evoluir para dar conta de um ambiente com pedidos mais fracionados, maior diversidade de itens por transação e necessidade de respostas cada vez mais rápidas.

Como estratégia de adequação, o setor tem acelerado investimentos em tecnologia e processos. Ferramentas de business intelligence, sistemas de gestão integrados, automação logística, catálogos eletrônicos e soluções baseadas em inteligência artificial passaram a ocupar um papel central na operação. Em paralelo, ações como a modularização de produtos, com kits que concentram diversos componentes em uma única

solução, surgem como alternativas para reduzir a complexidade na ponta e ganhar eficiência ao longo da cadeia.

No entanto, esse avanço tecnológico e operacional não ocorre de forma homogênea. A necessidade de investir continuamente em estrutura, sistemas e capital de giro cria uma barreira relevante para empresas de menor porte, especialmente em um setor historicamente pulverizado. Nesse contexto, o próprio boom de SKUs passa a atuar como um dos vetores que ajudam a explicar o movimento de consolidação observado no aftermarket, já que à medida que a complexidade aumenta, cresce também a vantagem competitiva de players capazes de operar em escala e maior capacidade de execução.

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

cofap



LUK



FAG

SCHAEFFLER

MAHLE

BEHR
METAL LEVE

SABO

SKF

viemar
AUTOMOTIVE



SPICER



MERITOR



MONROE
AMORTECEDORES
AXIOS

AMPRI

Continental

DAYCO
MOEFORMADO ALUMINIO

SAMPEL
PEÇAS AUTOMOTIVAS

TIMKEN

URBA

Valeo



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

Rejeição popular enterra Projeto de Lei da Inspeção Veicular

Proposta é arquivada e a ideia de instituir vistorias periódicas obrigatórias com base na idade do veículo, ao menos nos moldes apresentados, fica fora da agenda imediata da Câmara

O Projeto de Lei 3507/2025, que previa a retomada da vistoria veicular obrigatória para veículos usados com mais de cinco anos de fabricação, teve sua tramitação encerrada na Câmara dos Deputados após uma combinação de pressão política, rejeição técnica e recuo do próprio autor. De autoria do deputado Fausto Pinato (PP-SP), a proposta foi oficialmente retirada de pauta por meio de requerimento apresentado pelo parlamentar. No documento, ele solicita a retirada da tramitação do projeto que alterava o Código de Trânsito Brasileiro para tratar da vistoria obrigatória, alegando a necessidade de interromper o avanço da matéria diante do “contexto recente”.

O movimento ocorreu após um período de forte desgaste. Inicialmente concebido para “organizar procedimentos já previstos” no Código de Trânsito Brasileiro, o texto acabou sendo profundamente modificado ao longo de sua tramitação, especialmente nas comissões temáticas da Câmara. As alterações ampliaram o escopo da proposta e abriram espaço para interpretações de que haveria criação de novos custos ao cidadão — ponto que catalisou reação negativa.

Na Comissão de Constituição

e Justiça e de Cidadania (CCJC), o projeto já enfrentava seu momento mais crítico. O relator, Cezinha de Madureira (PSD-SP), apresentou parecer pela inconstitucionalidade integral da proposta. Em seu voto, apontou vícios técnicos considerados insanáveis, como previsões genéricas, ausência de estimativa de impacto financeiro e ampliação indevida do objeto original.

Um dos principais pontos de crítica foi justamente o descolamento entre a proposta inicial e o texto que emergiu após as emendas. Segundo o relator, modificações aprovadas anteriormente incluíram temas como inspeções ambientais e a possibilidade de delegação de atividades a empresas privadas — o que, na avaliação técnica, comprometia a segurança jurídica e poderia resultar em cobranças indiretas no processo de licenciamento.

Tentativas de última hora para ajustar o projeto, incluindo emendas que previam gratuidade em casos específicos, como veículos vítimas de roubo ou clonagem, também não prosperaram. A justificativa foi a mesma: ausência de estimativa orçamentária, em desacordo com as regras de responsabilidade fiscal.

Paralelamente à resistência técnica, o projeto enfrentou crescente pressão popular, sobretudo nas redes sociais, onde foi amplamente interpretado como a criação de uma nova obrigação financeira para proprietários de veículos com mais de cinco anos. Esse ambiente de rejeição pública foi citado tanto no parecer do relator quanto na decisão do autor de retirar a proposta. No requerimento apresentado, Pinato sustenta que o projeto foi desvirtuado ao longo da tramitação, gerando interpretações equivocadas sobre seu objetivo original. Na justificativa inicial da proposta, o parlamentar argumentava que a vistoria veicular já possui respaldo legal — inclusive com regulamentação anterior do Conselho Nacional de Trânsito (Contran) — e que o objetivo seria conferir maior segurança jurídica e transparência aos procedimentos existentes.

O desfecho, no entanto, evidencia uma combinação clássica no processo legislativo: quando o texto perde controle político e consistência técnica, a retirada passa a ser a saída menos custosa.

Com isso, a proposta é arquivada e a ideia de instituir vistorias periódicas obrigatórias com base na idade do veículo, ao menos nos moldes apresentados, fica fora da agenda imediata da Câmara. O próprio autor admitiu que o tema poderá ser retomado futuramente — mas em um ambiente político e regulatório mais favorável.

A pergunta que fica é menos sobre este projeto específico e mais sobre o vazio que ele deixa: quem — e como — irá estruturar, de forma viável, o debate sobre inspeção veicular no Brasil sem transformar um instrumento técnico em ruído político? O Aftermarket Automotivo espera pela resposta desde 1997.



Apesar da importância do tema para segurança e meio ambiente, inspeção não sai do papel

Tradição em atender bem você

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

Orbid 70 anos

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

Cascavel – PR (45) 3096-1700

Chapecó – SC (49) 3361-6400

Curitiba – PR (41) 3301-3301

Florianópolis – SC (48) 3198-8200

Joinville – SC (47) 3489-9700

Passo Fundo – RS (54) 3210-4100

Pelotas – RS (53) 2123-5100


Porto Alegre – RS (51) 2131-5100

Santa Maria – RS (55) 3301-3400

 @orbid.autopecas

 Orbid Autopeças

 www.orbid.com.br

 Orbid Autopeças



CNC: endividamento recorde de 80,4% no mês de março reforça alerta no orçamento das famílias brasileiras

Efeito da alta do petróleo nos combustíveis pode atrasar alívio que redução da Selic trará ao bolso do consumidor, segundo pesquisa da Confederação Nacional do Comércio

Mesmo com a primeira redução da Selic por parte do Banco Central em março, o percentual de famílias brasileiras com dívidas a vencer atingiu **80,4%** em março de 2026, renovando o maior nível da série histórica da Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic). O índice, divulgado pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), superou os 80,2% de fevereiro. O novo recorde reforça o alerta da Confederação para os próximos meses, tendo em vista os efeitos do conflito no Oriente Médio e as consequências da alta do petróleo no bolso do consumidor.

O cenário já é reconhecido pelo governo federal como um problema que precisa de solução imediata, enquanto a CNC destaca que o endividamento continuará avançando até os efeitos da flexibilização da política monetária chegarem efetivamente ao consumidor final. Somado aos juros altos, a alta dos preços do diesel e combustíveis em geral tem gerado incerteza inflacionária. Esse aumento

logístico repercute nos preços das mercadorias, reduzindo o poder de compra e forçando o uso de crédito para despesas básicas.

Para o presidente do Sistema CNC-Sesc-Senac, José Roberto Tadros, o cenário exige atenção às necessidades econômicas do País para estabilizar e logo reverter o quadro de endividamento geral: “A elevação da taxa Selic é, há meses, um desafio para quem empreende e para quem consome”, afirma. “A redução gradativa dos juros começou, mas

ainda vemos um aumento do nível de famílias endividadas, pois levaremos meses até que o alívio do aperto monetário faça efeito”, completa Tadros, observando ainda que a conjuntura geopolítica mundial deste 2026 é marcada pela incerteza. “Neste cenário, é imprescindível que as autoridades sinalizem melhores condições de crédito e mais previsibilidade ao setor produtivo, pois dele depende a dinâmica de crescimento que beneficia a vida da população.”

Inadimplência

Apesar do volume recorde de endividados, os índices de atraso, que são complicadores da situação por gerarem juros ao consumidor, apresentaram sinais de estabilização:

O percentual de **dívidas em atraso** permaneceu em **29,6%** em março, estável em relação a fevereiro, mas ainda acima dos **28,6%** de março de 2025, evidenciando o efeito negativo do ciclo de alta da

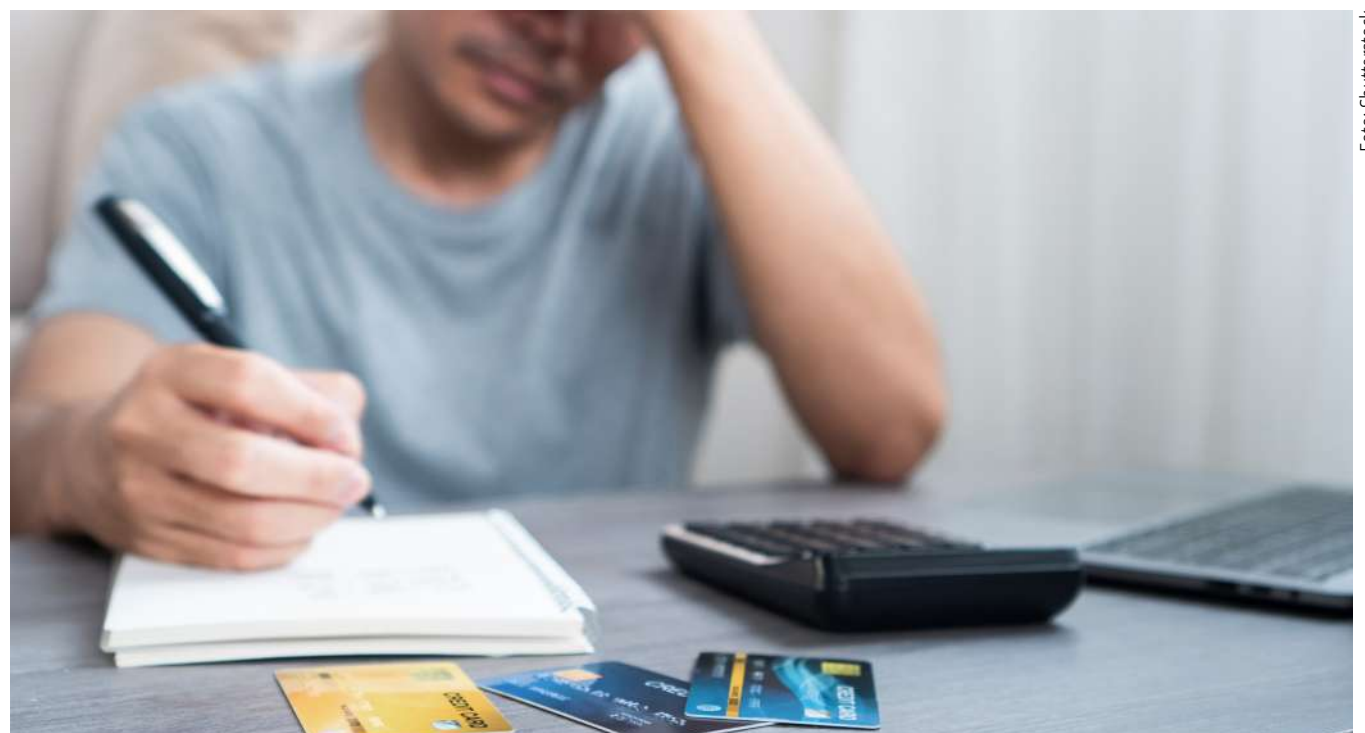


Foto: Shutterstock

Brasil ganhou nove milhões de negativados desde 2024

Selic na maior parte do ano passado. Dentro dessa estatística, o grupo que declara **não ter condições de pagar** as contas atrasadas **recuou** para **12,3%** (queda de 0,3 p.p. no mês), um sinal positivo de responsabilidade.

No aspecto subjetivo da pesquisa, o total de pessoas que **se consideram “muito endividadas”** teve ligeira melhora, caindo para **16,0%**. Já a média da renda comprometida com dívidas caiu para **29,6%**, valor inferior aos **29,9%** registrados um ano antes. O recorde negativo da inadimplência foi alcançado em setembro e em outubro de 2025, com 30,5% dos endividados.

O avanço do endividamento foi generalizado, mas liderado pelas famílias de **maior renda**, que preferem o crédito ao uso de capital próprio. Para aqueles que ganham mais de 10 salários-mínimos, o índice chegou a **69,9%** em março.

Já entre as famílias de **menor renda** (até 3 salários-mínimos), houve um controle mais rigoroso da inadimplência: o percentual de dívidas em atraso caiu de **38,9%** em fevereiro para **38,2%** em março. Este grupo, entretanto, permanece mais vulnerável à alta dos preços de mercadorias derivadas dos custos de energia e combustíveis.

“Vemos uma nova rodada de reajuste das expectativas de inflação para os próximos meses, fenômeno que, se confirmado, pressionará

desproporcionalmente o orçamento das famílias de renda mais baixa”, avalia Fabio Bentes, economista-chefe da CNC.

Serasa aponta inadimplência que preocupa

Embora a CNC aponte estabilidade na comparação mensal da inadimplência, a conjuntura geral da falta de pagamentos traz preocupação. O fim do programa Desenrola Brasil começa a revelar um efeito colateral incômodo: a volta acelerada da inadimplência. Dados recentes da Serasa Experian indicam que o país ganhou cerca de 9 milhões de novos negativados desde 2024, elevando o total de 72,5 milhões para 81,7 milhões de brasileiros em 2026.

O dado expõe a fragilidade estrutural do consumo. O Desenrola funciona como um alívio temporário — uma espécie de “reset” financeiro —, mas não ataca a raiz do problema: renda comprimida, crédito caro e orçamento doméstico pressionado por despesas essenciais. Sem esse amortecedor, a inadimplência volta a subir em ritmo preocupante.

2026



o canal do aftermarket automotivo

A A.TV está onde a informação se transforma em experiência. Em sintonia com o novo comportamento digital, o canal do Aftermarket Automotivo no YouTube aposta em vídeos segmentados e conteúdos relevantes para quem vive o setor.

Os podcasts, que já mudaram a forma como consumimos comunicação, são parte dessa revolução — e a A.TV acompanha esse movimento, oferecendo conhecimento, tendências e inspiração.

Clique nos ícones e para ver



Acesse o nosso **Catálogo Eletrônico Fraga** do seu computador, smartphone ou tablet.

Ou acesse: catalogo.corteco.com.br



#CortecoComVocê

clique e acesse

SAIBA MAIS SOBRE A CORTECO:



Assistência Técnica e Garantia:

11 95033-8899

08000 194 111

cortecocomvoce@corteco.com.br

www.corteco.com.br

a brand of

FREUDENBERG-NOK

SELEÇÃO CORTECO

ITENS CAMPEÕES

QUE CONQUISTARAM OS REPARADORES E MECÂNICOS PELA
QUALIDADE, DURABILIDADE E PERFORMANCE COMPROVADAS.



CORTECO®

Stellantis lança lojas de peças das suas marcas na Shopee

A Stellantis amplia sua atuação no e-commerce com o lançamento das lojas de suas marcas Citroën, Fiat, Jeep, Peugeot e Ram na Shopee, marketplace que conecta vendedores e consumidores. A novidade foi apresentada durante evento que reuniu mais de 150 concessionários de todo o país.

A nova plataforma reúne um portfólio completo de produtos originais, incluindo peças, acessórios e lubrificantes Mopar, marca de peças genuínas e acessórios da Stellantis, itens bproauto voltados ao mercado de reposição independente (IAM) e componentes da Circular Autopeças, linha de peças remanufaturadas. O catálogo também inclui pneus e aditivos,

ampliando o acesso dos consumidores a produtos com qualidade e procedência certificadas, em um ambiente digital disponível 24 horas por dia.

“A expansão das vendas digitais para a Shopee reforça nossa estratégia de ampliar a proximidade com o consumidor, tornando a experiência de manutenção automotiva mais simples, acessível e confiável. Ao integrar nossa rede de concessionários ao ambiente digital, ampliamos o acesso a produtos originais com a garantia e a qualidade que caracterizam nossas marcas”, afirma Paulo Solti, vice-presidente sênior de Peças e Serviços da Stellantis América do Sul.

Programas como o Clube do Mecânico, um espaço dedicado na plataforma da Shopee para quem vive o universo automotivo, e iniciativas de afiliados ajudam a aproximar oficinas e consumidores do portfólio oficial das marcas, ampliando o alcance das lojas e tornando a jornada de compra mais eficiente.

A entrada na Shopee ocorre após resultados relevantes em 2025, quando a companhia

acumulou cerca de R\$ 200 milhões em vendas no e-commerce automotivo. Para 2026, a expectativa é superar esse patamar e alcançar R\$ 300 milhões, impulsionada pela expansão dos canais digitais. No período, as lojas oficiais das marcas Citroën, Fiat, Jeep, Peugeot e Ram somaram aproximadamente 20 milhões de visitas e enceraram o ano com mais de 380 mil compradores.



Com a iniciativa, montadora amplia estratégia digital de peças e serviços no Brasil

MAHLE passa a oferecer soluções de carregamento para veículos eletrificados no Brasil

A MAHLE lança no Brasil o chargeBIG, carregador de múltiplos pontos, que oferece uma infraestrutura de carregamento modular para veículos eletrificados com aplicações em larga escala. Reconhecida internacionalmente, a tecnologia já conta com cerca de 3.000 pontos de carregamento instalados na Europa e passa a integrar o portfólio da companhia no mercado brasileiro, representando

um avanço significativo para o desenvolvimento da eletromobilidade no país.

Como marco inicial de sua operação no país, o primeiro ponto de recarga com a tecnologia MAHLE foi inaugurado em 27 de março, em um posto de combustível na cidade de Jaguariúna, no interior de São Paulo. O modelo chargeBIG permite a instalação de até seis pontos de recarga a partir de uma única

central de gestão.

Projetada para otimizar o uso da rede elétrica, a solução reduz custos de infraestrutura e simplifica a operação. Com isso, a MAHLE oferece uma alternativa eficiente, inteligente e escalável para ambientes que demandam múltiplos pontos de carregamento de veículos elétricos.

O sistema também pode ser aplicado em ambientes coletivos, como condomínios e

garagens compartilhadas em hotéis, shopping centers e outros tipos de estabelecimentos comerciais. O equipamento é capaz de atender até seis veículos simultaneamente, de acordo com a capacidade da rede. O gerenciamento de carga distribui automaticamente a energia de forma equilibrada entre os pontos de recarga, garantindo eficiência e segurança para todos os usuários.

AUMOVIO é lançada oficialmente no Brasil

A AUMOVIO, empresa criada a partir do *spin-off* da antiga divisão Automotiva do grupo Continental, oficializou sua chegada ao mercado brasileiro, em evento realizado na Casa Bisutti, em São Paulo. O lançamento oficial contou com a presença da imprensa, representantes de montadoras (OEMs), do mercado de reposição, entidades do setor e autoridades. A empresa assume posição de destaque na transformação tecnológica do setor automotivo.

“A chegada da AUMOVIO ao Brasil marca o início de um novo ciclo, em que combinamos nosso legado industrial com uma visão clara de futuro, baseada em tecnologia, inovação e proximidade com o mercado local. Queremos ser um parceiro estratégico na evolução da indústria automotiva, apoiando montadoras e todo o ecossistema na transição para uma mobilidade cada vez mais digital, segura e conectada”, afirma Ricardo Rodrigues, country head da AUMOVIO no Brasil. Criada em setembro de 2025 como companhia independente, a AUMOVIO carrega uma forte herança tecnológica e industrial. Com sede em Frankfurt (Alemanha), a empresa reúne cerca de 82 mil colaboradores em

mais de 80 unidades globais e faturamento de € 18,5 bilhões, em seu primeiro ano fiscal. A operação teve início com base financeira robusta, sem endividamento, € 1,5 bilhão em caixa e acesso a uma linha de crédito de € 2,5 bilhões.

O foco está em tecnologias de alto crescimento e geração de valor para veículos definidos por software, impulsionando soluções que tornam a mobilidade mais autônoma e envolvente. O portfólio abrange aplicações completas para a mobilidade contemporânea, incluindo sensores, displays, sistemas de freios, tecnologias de conforto, além de software, plataformas eletrônicas e sistemas avançados de assistência ao motorista (ADAS), pilares centrais da nova arquitetura automotiva. “A AUMOVIO nasce com uma proposta clara: integrar hardware, software e conhecimento automotivo para entregar soluções mais inteligentes, eficientes e alinhadas à nova dinâmica da indústria. Essa combinação é o que sustenta nosso posicionamento em um setor cada vez mais orientado por tecnologia e inovação”, afirma Ricardo Rodrigues, country head da AUMOVIO no Brasil.

A chegada ao País representa um novo capítulo na estratégia global da companhia. O Brasil se consolida como um mercado-chave para o crescimento sustentável da AUMOVIO, tanto pela relevância da indústria local quanto pela maturidade e complexidade da cadeia automotiva. “O Brasil é um mercado de escala, diversidade e alta relevância industrial. Nossa estratégia é construir uma atuação consistente e de longo prazo, fortalecendo parcerias com montadoras e ampliando nossa presença no aftermarket com marcas já consolidadas, como VDO e ATE”, afirma Rodrigues.

A atuação da companhia será orientada por uma visão de longo prazo, com decisões estruturadas e não reativas a cenários pontuais, proximidade com os clientes e com o ecossistema automotivo local, além de foco em eficiência operacional e resiliência. A AUMOVIO reúne as marcas VDO e ATE em seu portfólio. “Manter e fortalecer essas marcas garantem a continuidade e também a evolução, ampliando nosso portfólio e nossa capacidade de atender um mercado cada vez mais exigente, com soluções que combinam tradição, tecnologia e performance”,

completa o country head da AUMOVIO no Brasil. Para o futuro próximo, a linha de atuação priorizará segmentos com mais valor agregado, disciplina financeira, geração consistente de caixa e investimentos, orientados por eficiência e escala.

Principais direcionamentos estratégicos da AUMOVIO

- desenvolvimento de veículos definidos por software
- conectividade e soluções digitais embarcadas
- sistemas avançados de segurança e assistência ao condutor
- mais eficiência em pesquisa e desenvolvimento



Ricardo Rodrigues, country head da AUMOVIO no Brasil

Foto: Divulgação

Pode contar

com bandejas,
terminais e
pivôs Nakata



Os preferidos pelos mecânicos
na pesquisa **Autop of Mind 2025**
não podem faltar na sua loja.



Mais uma vez a **Nakata** agradece a preferência e lembrança de reparadores de todo o Brasil pela conquista do primeiro lugar na pesquisa **Autop Of Mind 2025**, realizada pelo After.Lab, nas categorias bandejas de suspensão, pivôs e terminais. Resultado que só reforça nosso compromisso em continuar oferecendo componentes de alta precisão, durabilidade e segurança para o mercado de reposição continuar evoluindo e crescendo com a gente. Pode contar!

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





No trânsito, enxergar o outro é salvar vidas.

autop of mind
POWERED BY AFTER.LAB

NAKATA[®]
PODE CONTAR



Aprimoramento profissional e de gestão esteve entre os focos da feira

Organização comemora resultados da Automechanika Buenos Aires 2026

Evento recebeu mais 30 mil visitantes vindos de 42 países e contou com mais de 500 expositores em 33 mil metros quadrados de área ocupada

Com mais de 30 mil profissionais de 42 países e de todas as províncias argentinas, a exposição reafirmou seu alcance federal e internacional em um contexto que destaca o valor estratégico desses espaços para a indústria.

Com mais de 500 expositores de 30 países, 750 marcas e uma área superior a 33 mil m², a Automechanika Buenos

Aires voltou a se posicionar como um ambiente-chave para a geração de negócios, o intercâmbio profissional e a atualização tecnológica na indústria automotiva.

Em comparação com sua última edição, em 2024, o evento registrou crescimento de 46% na área de exposição e de 49% no número de expositores, refletindo uma expansão sustentada e um

maior nível de participação empresarial.

O presidente executivo da Associação de Fábricas Argentinas de Componentes (AFAC), Juan Cantarella, afirmou: “Vimos uma exposição 2026 muito dinâmica, com crescimento significativo em todos os indicadores. Com muitas atividades comerciais e de networking, que sem dúvida se traduzirão em

novos negócios. Após mais de 25 anos de relação com a Messe Frankfurt, nos orgulha poder colaborar com o grande profissionalismo dos organizadores para o sucesso do qual fomos testemunhas”. Na mesma linha, o presidente e CEO da Messe Frankfurt Argentina, Fernando Gorbarrán, destacou: “Automechanika Buenos Aires 2026 foi um sucesso absoluto. A

TAKAO

CURIOSO?

**ENTÃO VENHA NOS VISITAR
NA AUTOPAR!**



Estamos ansiosos para receber
você em nosso estande e mostrar
uma surpresa incrível.

QUEREMOS VOCÊ COM A GENTE
ESTANDE J87 - AVENIDA 4, ENTRE RUAS J E K



exposição alcançou um novo recorde de visitantes, com expositores provenientes de todos os continentes e de todas as províncias argentinas. Em um contexto global desafiador, esses eventos mantêm a indústria em movimento, permitem a troca de ideias, abrem conversas e, sobretudo, aproximam a inovação de quem transforma o mercado”.

A exposição contou com pavilhões exclusivos da Alemanha, Brasil, China e Turquia. Além disso, participaram empresas da Austrália, Camboja, Canadá, Chile, Croácia, Equador, Estados Unidos, Grã-Bretanha, Hong Kong, Índia, Itália, Lagos, Lituânia, Malásia, México, Países Baixos, Panamá, Peru, Polônia, Romênia, Singapura, Espanha, Suíça e Taiwan.

Sobre o tema, o Brand Manager da Automechanika da Messe Frankfurt, Michael Johannes, celebrou: “Toda a indústria automotiva se reuniu na exposição, com a participação de visitantes de todo o mundo. Hoje, o networking e a geração de contatos são aspectos-chave que devemos considerar, e isso pôde ser vivenciado em um evento repleto de propostas e conteúdo. Como em todos os nossos eventos, houve uma constante: foi um ponto de encontro”.

Atualização

Em paralelo à exposição, foram realizadas mais de 40 atividades. Entre elas, o Encontro da Indústria Automotiva, organizado pela AFAC, onde lideranças do setor debateram o presente e o futuro da indústria. O evento contou com a presença de 400 autoridades nacionais e regionais, que também participaram da cerimônia de abertura, entre elas: a União Industrial Argentina (UIA); a Associação de Fábricas de Automotores (ADEFA); o Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores do Brasil (SINDIPEÇAS); a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores do Brasil (ANFAVEA); e a Indústria Nacional de Autopeças do México (INA).

Por sua vez, dentro do ciclo Conferências dos Expositores, as empresas ofereceram palestras especializadas com lançamentos de produtos e demonstrações ao vivo. Entre os principais temas abordados estiveram o desenvolvimento de novas tecnologias, como robôs humanóides, a incorporação da inteligência artificial no setor, estratégias de mercado e serviços de pós-venda, entre outros.

Além disso, a Câmara de Comerciantes de Autopeças (CCRA), a Federação Argentina de Câmaras de Comerciantes

de Autopeças (FACCERA) e a Federação Argentina de Associações de Oficinas de Reparação de Automotores (FAATRA) promoveram diversas palestras e espaços de debate nos auditórios do evento.

Os jovens também tiveram espaço na Automechanika Buenos Aires: 413 estudantes visitaram a exposição e foram recebidos por diversas empresas. Entre eles, 75 alunos de escolas técnicas especializadas em automotores participaram do programa Futuros Profissionais, uma atividade educativa organizada pela Messe Frankfurt Argentina em conjunto

com o Ministério da Educação da Cidade de Buenos Aires, que contou com Salvador Lupo (presidente da FAATRA), Christian Castañer (presidente da FACCERA) e Pablo Ferrazzi (vice-presidente da AFAC Jovem) como palestrantes.

A oficina ao vivo do Projeto EQ foi outro destaque, reunindo centenas de entusiastas. Nesta edição, mais de 25 profissionais montaram um Ford Mustang Hardtop V8 1968 em tempo real e, após quatro dias de trabalho, no sábado ligaram o motor diante do público. Em seu estande, também ofereceram



Foto: Divulgação

Visitantes conheceram inovações apresentadas pelos fabricantes

palestras, treinamentos e compartilharam segredos de restauração.

Negócios

A Rodada Internacional de Negócios, promovida pela PromArgentina em conjunto com a Messe Frankfurt Argentina, marcou o ritmo do evento. Ao longo da exposição, foram realizadas 250 reuniões entre empresas nacionais expositoras e compradores do Equador, Peru, Chile, Guatemala, Brasil, El Salvador, Alemanha e Colômbia. A iniciativa buscou impulsionar oportunidades comerciais concretas e promover a expansão internacional de produtos e serviços argentinos.

Já nas Rodadas Comerciais entre Montadoras e Fornecedores, organizadas pela AFAC e pela ADEFA, importantes fabricantes se reuniram com autopeças com o objetivo de ampliar a integração local e fortalecer a cadeia de valor nacional. Participaram IVECO, Ford, Renault,

Prestige, Stellantis, Scania, Mercedes-Benz Caminhões, Volkswagen, General Motors e Toyota.

Outra atividade de forte perfil internacional foi o Congresso Latam One to One do Groupauto, uma das maiores redes globais de distribuição, serviços e reparação de autopeças. Com o tema "Groupauto: o futuro do aftermarket se constrói em rede", mais de 200 participantes discutiram temas como digitalização, acesso à informação, desenvolvimento de redes de oficinas e competitividade do setor.

A Automechanika Buenos Aires 2026 chegou ao fim, mas os profissionais ainda podem acessar os perfis e informações dos expositores por meio do catálogo digital, onde as empresas continuarão atualizando dados sobre seus produtos e serviços. Organizada pela AFAC e pela Messe Frankfurt Argentina, a Automechanika Buenos Aires retorna em abril de 2028 com mais tecnologia, novidades e oportunidades de negócios.

Brasil e Argentina anunciam agenda de convergências

No âmbito da Automechanika Buenos Aires 2026, as montadoras e empresas de autopeças da Argentina e do Brasil concordaram que o futuro da indústria está sendo decidido agora. Diante da sobreoferta global e da disrupção tecnológica, torna-se ainda mais importante que o Mercosul se posicione como uma plataforma exportadora, deixando de ser um mero administrador do comércio para se tornar um administrador da produção.

Quatro entidades se reuniram e firmaram um acordo para continuar e aprofundar o trabalho com uma visão integral público-privada, com o objetivo de atualizar e fortalecer a Política Automotiva Bilateral – ACE 14, em um contexto global desafiador de transformação tecnológica e crescente competição industrial e comercial.

Participaram do encontro Claudio Sahad, presidente da ABIPEÇAS/SINDIPEÇAS; Rodrigo Pérez Graziano, presidente da ADEFA; Juan César Cozzuol, presidente da AFAC; Igor Calvet, presidente da ANFAVEA, além das equipes técnicas das entidades.


Para não perder participação na atração de investimentos nas plataformas globais que estão sendo definidas, foram acordados princípios para fortalecer a competitividade da indústria automotiva regional, que abrange um mercado de 350 milhões de pessoas, com potencial de produção de 5 milhões de unidades e que, em conjunto, realizou investimentos superiores a US\$ 22 bilhões no último triênio.

Com participação de 20% no PIB industrial do Brasil e de 8,4% na Argentina, além de um comércio intrarregional que representa entre 55% e 70% das exportações de manufaturados industriais entre os países, o setor emprega, de forma direta e indireta, mais de 1,93 milhão de pessoas.

As entidades concordaram que trabalhar com uma visão pragmática é uma condição essencial para impulsionar a competitividade do bloco. O objetivo é claro: garantir que, antes de 2029, sejam estabelecidas novas regras do jogo para criar um ambiente favorável ao fluxo equilibrado de investimentos que a região necessita.

ANUNCIE

na mídia do **Aftermarket**
Automotivo

 comercial@novomeio.com.br



Nhm[®]

A **MAIOR FESTA** DA HISTÓRIA
DO MERCADO JÁ **ESTÁ MARCADA**

NOVOMEIO HUB DE MÍDIA

MAIORES & MELHORES
em distribuição de autopeças

MM30

25.11.2026

TEATRO SANTANDER JK IGUATEMI

TEATRO
 Santander

MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios

Semana de 06 a 10 de abril

A média nacional das vendas no varejo de autopeças apresentou na semana de 06 a 10 de abril discreta recuperação após uma sequência de resultados negativos. Conforme mostra a pesquisa MAPA - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios, o índice no período foi de 0,67%. O estudo é realizado semanalmente pelo After.Lab, núcleo

de inteligência de negócios da Nhm.

Nas cinco regiões do país, o desempenho de vendas foi o seguinte: 5% no Norte; 6% no Nordeste; -0,5% no Centro-Oeste; -0,78% no Sudeste; e -1% no Sul.

As vendas ficaram estáveis para 48% dos entrevistados, com variação positiva para 25% e negativa em 27% dos

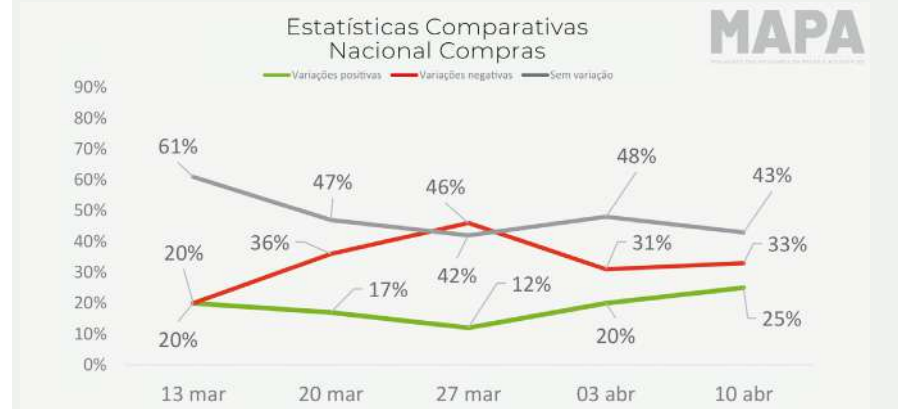
varejistas entrevistados.

O comportamento das compras por parte do varejo para repor estoques seguiu a movimentação das vendas e também teve alta: 0,53%.

Os índices regionais de compras apurados pelo After.Lab apontaram 5% no Norte; -1,15% no Nordeste; -7,22% no Centro-Oeste; 3,5% no Sudeste; e -2,87% no Sul.

Para 43% dos entrevistados não houve variação no volume de compras realizadas na semana, enquanto 25% compraram mais e 33% reduziram a reposição dos estoques.

Acompanhe os resultados semanais atualizados da pesquisa MAPA no site novovarejoautomotivo.com.br e em nossas mídias sociais.

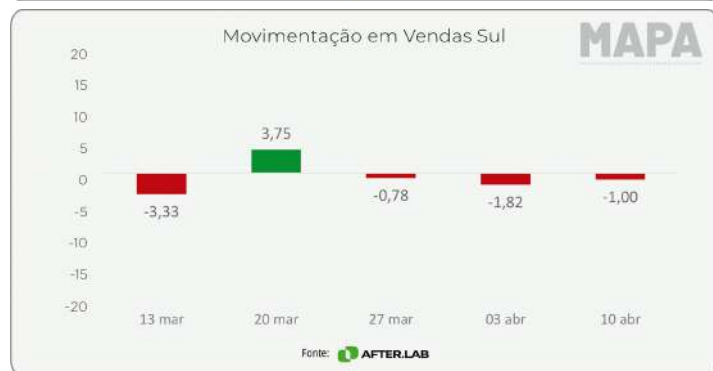
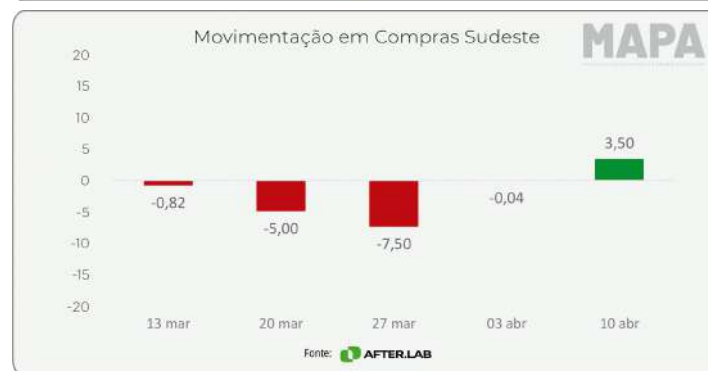
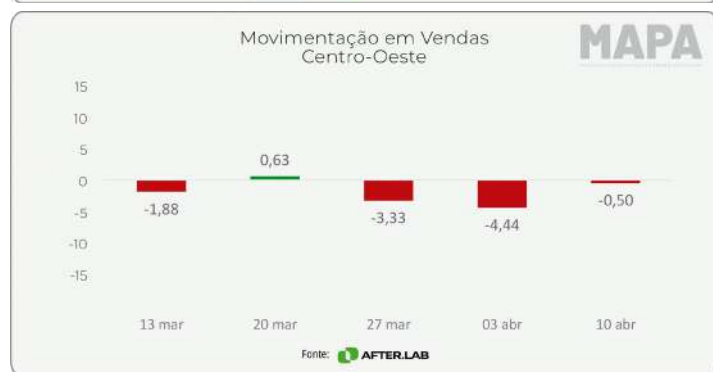
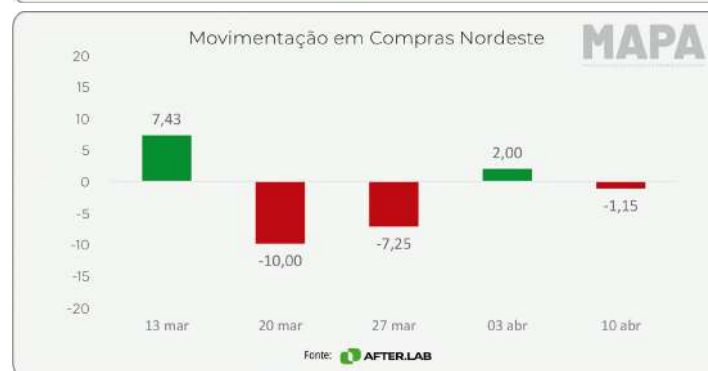


Realização:



Apoio:





ONDA - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços

Semana de 06 a 10 de abril

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

Na semana em análise, a média nacional de abastecimento

recente de quedas, fechando com índice de -5,81%.

Os gráficos comparativos de abastecimento nas cinco regiões do país mostraram: sem variação no Norte; -3,57% no Nordeste; -5% no Centro-Oeste; -6,63% no Sudeste; e -7,67% no Sul.

Componentes para o sistema de motor, sistema de suspensão e óleo lubrificante lideraram o desabastecimento

com 8,1% das citações.

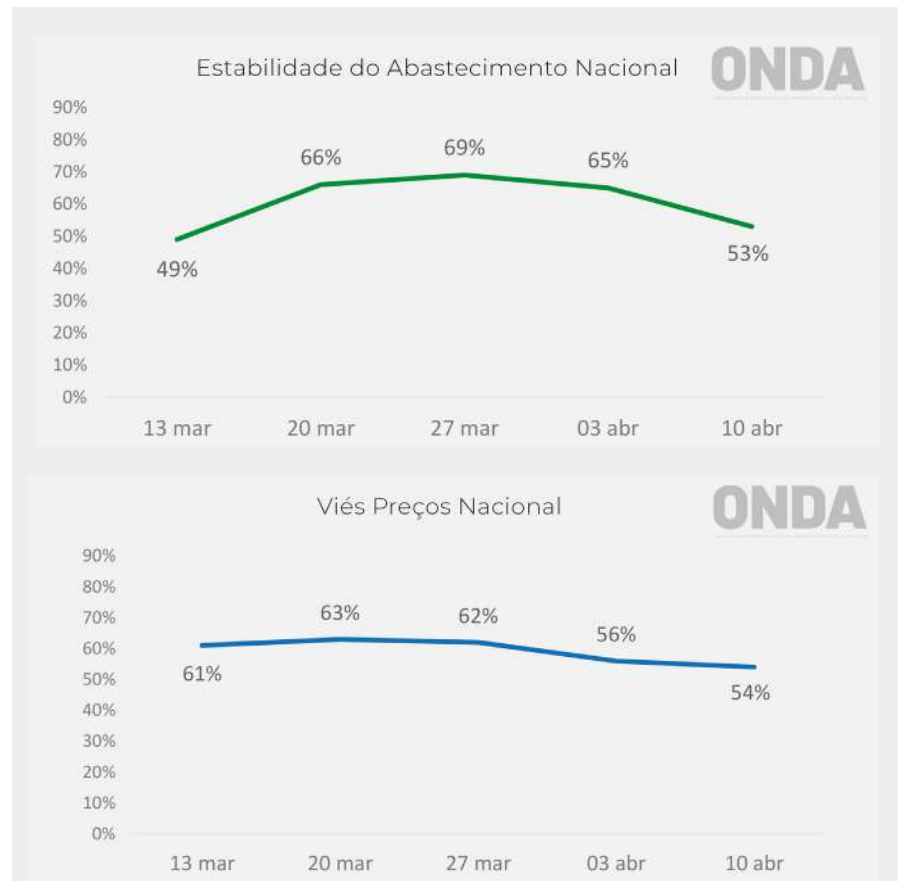
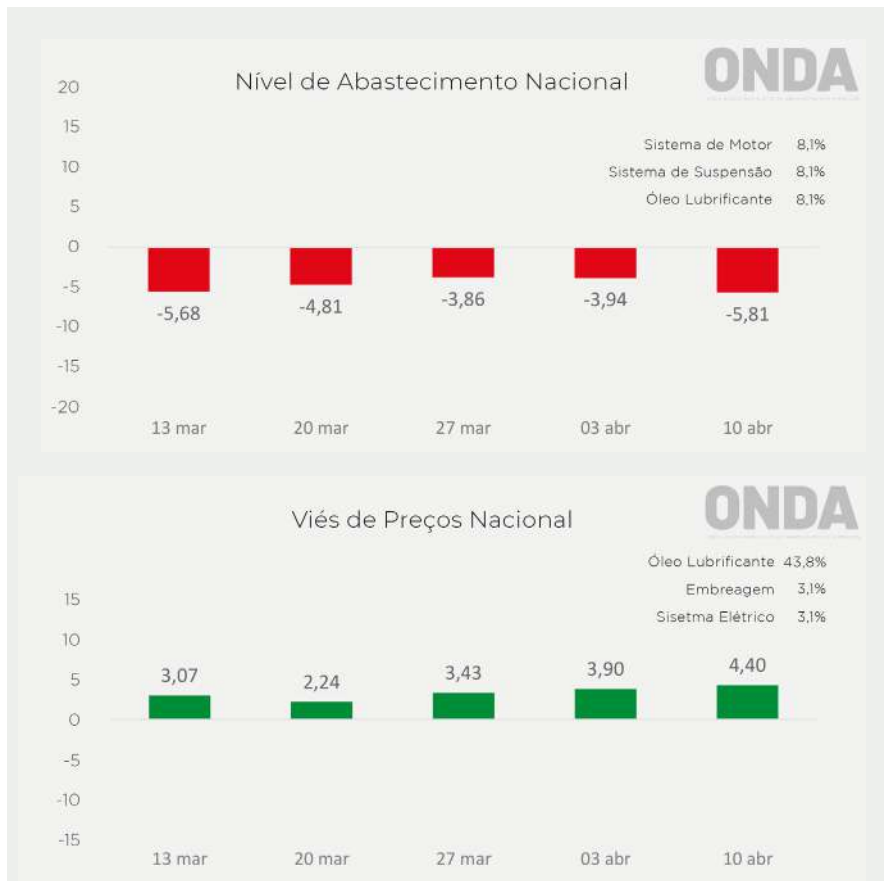
A variação dos preços para o varejo teve alta de 4,4% na média nacional. O índice é mero indicador de tendência, já que a metodologia não prevê a medição científica da inflação no segmento.

A percepção regional da variação nos preços foi a seguinte: 2,5% no Norte; 2,93% no Nordeste; 5,3% no Centro-Oeste; 5,5% no

Sudeste; e 3,08% no Sul.

Óleo lubrificante liderou a alta dos preços para 43,8% dos entrevistados, seguido por embreagem e sistema elétrico, com 3,1% das citações.

A estabilidade no abastecimento se manteve para 53% dos entrevistados ante 65% da semana anterior. Em relação aos preços, a curva recuou de 56% para 54% dos varejos ouvidos pelo After.Lab.



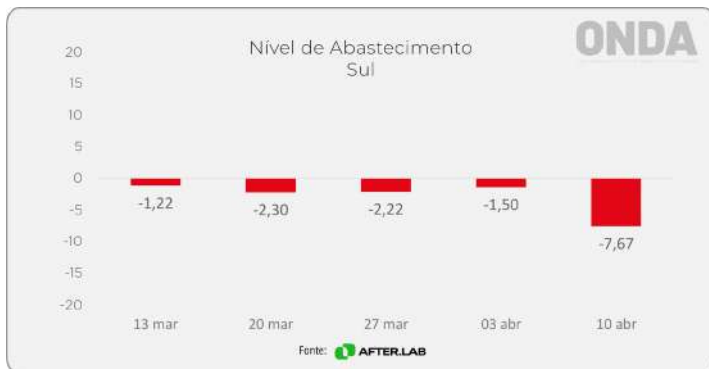
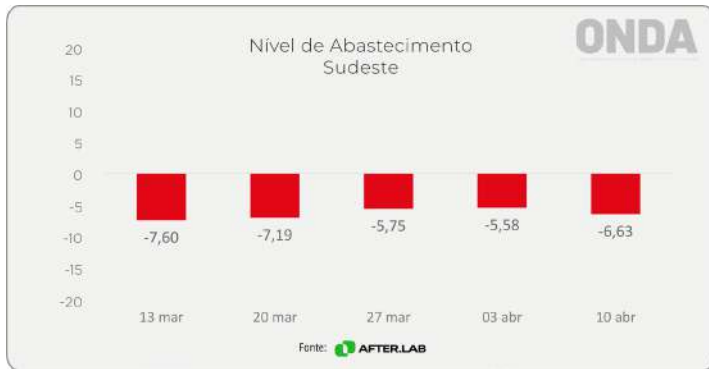
ONDA

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

Varição 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 fluído de freio em oficinas mecânicas independentes, uma pesquisa realizada mensalmente e consolidada semestralmente, com investigação sobre os serviços de troca de lubrificantes realizados, as marcas mais utilizadas e os volumes trocados por mês, enquanto para os varejos de autopeças a pesquisa pergunta sobre os tipos de produtos vendidos, o perfil dos clientes compradores, as marcas mais vendidas e os volumes comercializados a cada mês. **LUPA, um olhar inédito sobre o mercado de lubrificantes no Aftermarket Automotivo.**

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.**

 **AFTER.LAB**

 **aftermarket
automotivo**

 **novovarejo
automotivo**

 **MAIS
AUTOMOTIVE**

 **a.TV**

 **MAIORES & MELHORES
em distribuição de autopeças**

 **Prêmio
INOVA
POWERED BY AFTER.LAB**

 **AFTER
OF MIND**

Nhm[®]



Artigo

Por Sergio Favarin

Adeus ao “mil ao contrário”

Durante décadas, o CNPJ brasileiro foi uma sequência previsível de números. A partir de julho de 2026, com a entrada em vigor do CNPJ Alfanumérico – que passa a combinar letras e números – o país testemunhará uma das mudanças silenciosas mais profundas da infraestrutura digital que sustenta empresas, bancos e serviços financeiros. A alteração foi oficializada pela Instrução Normativa nº 2.229/2024 e responde a um problema concreto: o Brasil simplesmente está ficando sem combinações possíveis de CNPJ. Hoje, já existem dezenas de milhões de registros empresariais ativos no país e o crescimento da formalização, impulsionado por microempreendedores, startups e novos modelos de negócio, vem acelerando esse esgotamento. A Receita Federal estima que o sistema atual estava se aproximando de seu limite, o que levou à decisão de permitir letras nas primeiras posições do cadastro. A mudança parece trivial. Afinal, trata-se apenas de permitir letras onde antes havia números. Porém, para quem trabalha com tecnologia, é sabido que pequenas premissas estruturais costumam estar espalhadas por

milhares de linhas de código. Durante décadas, bancos de dados, sistemas de faturamento, plataformas de crédito e até aplicativos de e-commerce foram construídos assumindo que o CNPJ era estritamente numérico. Quando essa lógica muda, toda a cadeia precisa ser revisada – da validação de formulários até algoritmos de risco e compliance.

É por isso que muitos especialistas têm comparado o CNPJ Alfanumérico a um “micro bug do milênio”. No final dos anos 1990, o problema não era o calendário em si, mas a forma como sistemas inteiros haviam sido programados para interpretar datas. Agora, o desafio não está no CNPJ, mas na quantidade de sistemas que nunca imaginaram lidar com letras nesse campo. E o efeito dominó pode ser enorme: ERPs, sistemas de emissão de notas fiscais, APIs de cadastro, plataformas de Open Finance, motores antifraude e ferramentas de análise de crédito precisarão ser atualizados para reconhecer e validar o novo padrão.

Essa transformação já está acontecendo, ainda que de forma desigual. Algumas instituições financeiras e companhias

de tecnologia começaram a adaptar suas plataformas com antecedência. Outras, porém, seguem empurrando o tema para o futuro, esperando prazos adicionais ou regulamentações mais detalhadas. O problema é que, quando a mudança entrar definitivamente em produção, não haverá espaço para improviso. Um sistema incapaz de interpretar corretamente um CNPJ Alfanumérico pode simplesmente rejeitar um cadastro, bloquear uma transação ou impedir a abertura de uma conta.

E é aqui que o consumidor entra nessa história. Em um país onde praticamente todas as relações econômicas passam por algum tipo de validação de CNPJ – seja na abertura de um *marketplace*, no cadastro de um prestador de serviços ou na contratação de crédito – qualquer falha sistêmica tem impacto direto na experiência do usuário. Um pequeno erro de validação pode impedir um empreendedor de emitir uma nota fiscal, atrasar um pagamento ou travar uma operação comercial. A infraestrutura digital invisível que sustenta a economia precisa funcionar sem fricção.

Ao mesmo tempo, essa mudança abre espaço para avanços



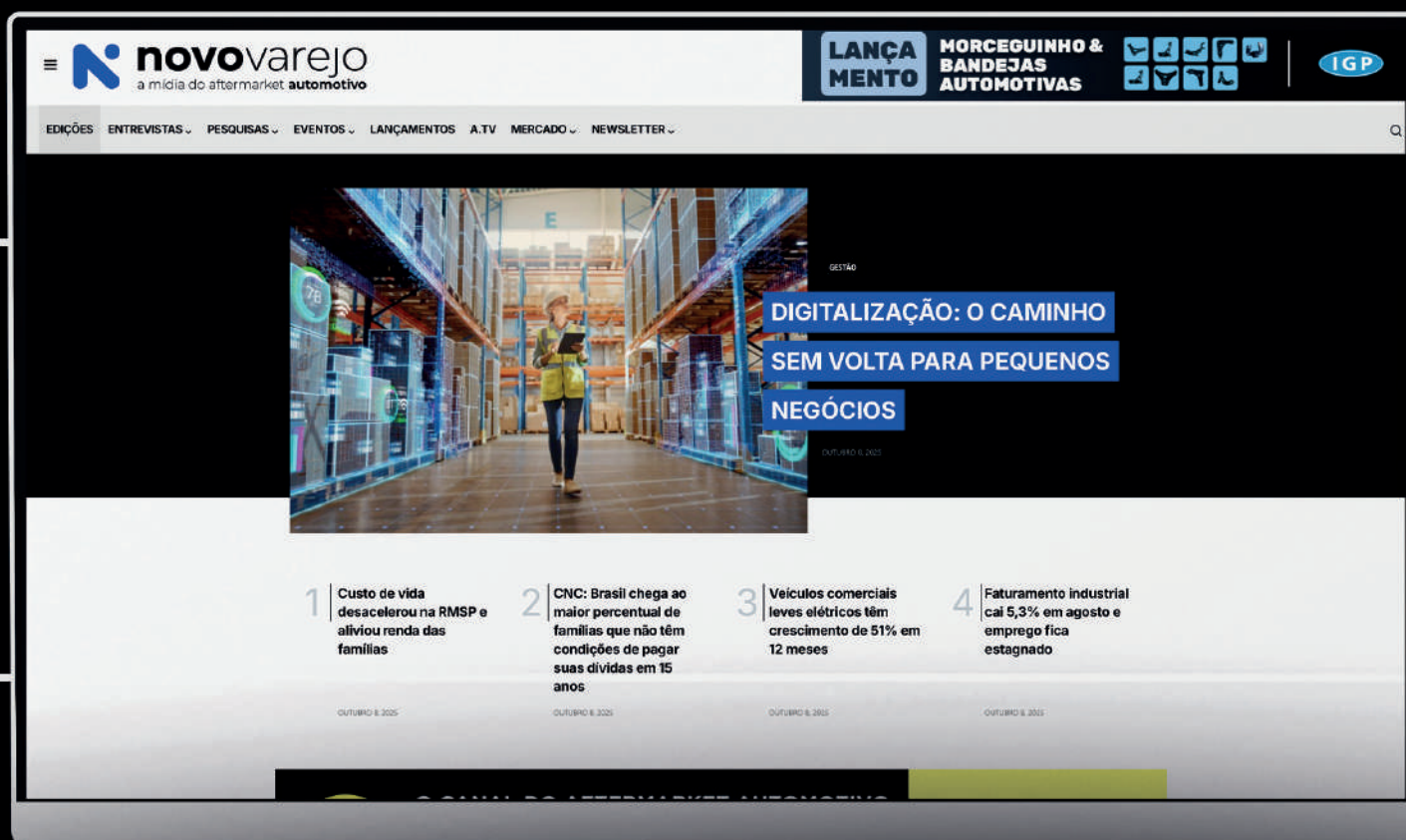
Sergio Favarin é Business Vice President da GFT Technologies no Brasil

Foto: Divulgação

importantes. O novo formato amplia exponencialmente as combinações possíveis, garantindo que o sistema de registro empresarial brasileiro continue sustentável por décadas. Além disso, o redesenho do identificador cria uma oportunidade rara: revisar arquiteturas tecnológicas, modernizar integrações e tornar os sistemas mais preparados para um ambiente de negócios cada vez mais digital e automatizado.

No fim das contas, o CNPJ Alfanumérico é um lembrete poderoso de algo que a tecnologia frequentemente nos ensina – mudanças aparentemente pequenas podem revelar fragilidades estruturais profundas, mas também criar oportunidades de evolução. O Brasil está prestes a trocar alguns números por letras. A questão real não é essa. A pergunta é: quem está preparado para o impacto que vem junto com elas?

Traga sua marca para nossos ambientes digitais



816 mil interações no site
+ de 166 mil usuários

270 mil impressões em redes sociais
+ de 135 mil contas alcançadas

Dados de março/25 a março/26

Clique e tenha acesso às nossas edições

Amplie sua visão sobre o presente e futuro
do Aftermarket Automotivo

Varejo tem queda na distribuição da inadimplência entre os brasileiros

Quatro em cada dez brasileiros que estão inadimplentes hoje estavam com nome negativado há uma década, segundo levantamento inédito sobre os 10 anos do Mapa da Inadimplência da Serasa, divulgado desde 2016. O dado de reincidência aparece em um cenário de avanço consistente da inadimplência no país. Ao longo dos últimos 10 anos, o número de brasileiros com contas em atraso cresceu 38,1%.

Na fotografia mais recente, referente a fevereiro de 2026, o país alcança 81,7 milhões de pessoas em situação de inadimplência. Ao todo, são mais de 332 milhões de dívidas — volume

43% superior ao registrado em 2016. Como consequência, a dívida média por consumidor avançou 12,2%, passando de R\$ 5.880,02 para R\$ 6.598,13, considerando valores corrigidos pela inflação entre os anos. “O avanço da inadimplência ao longo da última década reflete uma combinação de fatores econômicos e comportamentais”, afirma Aline Vieira, especialista da Serasa em educação financeira. “O período foi marcado por juros elevados e pressão inflacionária, que impactaram diretamente o orçamento das famílias. Ao mesmo tempo, houve ampliação do acesso ao

crédito, muitas vezes sem o devido planejamento, levando parte dos consumidores a utilizá-lo como complemento de renda, e não como um recurso pontual”.

O estudo também mostra transformações no perfil dos consumidores endividados, com destaque para o avanço da inadimplência entre a população com mais de 60 anos. Em 2016, esse grupo representava 12,23% do total de inadimplentes — a menor participação entre as faixas etárias. Dez anos depois, o cenário se inverte: enquanto os jovens de 18 a 25 anos reduzem sua participação em 4 pontos percentuais, os

consumidores acima de 60 anos ampliam sua fatia em 7 pontos percentuais. Outra mudança relevante é a de gênero. Ao longo da década, as mulheres passaram a ser maioria entre os inadimplentes. Em 2016, elas representavam 49,8% do total, ante 50,2% dos homens. Hoje, somam 50,5%, enquanto eles respondem por 49,5%. Em relação aos setores que concentram as dívidas dos consumidores brasileiros, os bancos e financeiras ampliaram a liderança, passando de 32,7% em 2016 para 47,1% em 2026. No sentido contrário, o varejo teve participação decrescendo de 12,2% para 8,2% no período.

2016 x 2026: o salto histórico da inadimplência em 10 anos



+ 38,1%
81,7 mi inadimplentes
(vs. 59 mi em 2016)



+ 12,2%
Valor médio por pessoa: R\$ 6.598,13
(vs. R\$ 5.880,02* em 2016)



+ 43,6%
332 mi dívidas
(vs. 231 mi em 2016)

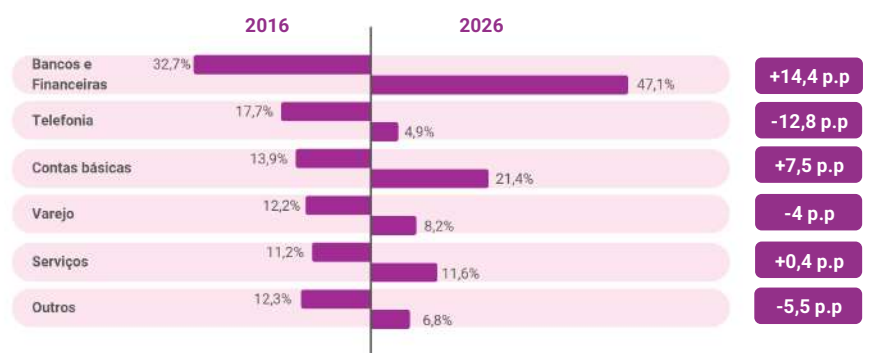


+ 7,9%
Valor médio de cada dívida: R\$ 1.623
(vs. R\$ 1.505* em 2016)



+ 54,9%
R\$ 539 bi dívidas
(vs. R\$ 348 bi* em 2016)

Como está distribuída a inadimplência dos brasileiros?



*Dados corrigidos pelo IPCA, com valores em termos reais, a preços de fevereiro de 2026

Fonte: Serasa Experian

CNI pede ao STF suspensão de MP do tabelamento do frete

A Confederação Nacional da Indústria (CNI) protocolou no Supremo Tribunal Federal (STF) ação em que pede a suspensão da Medida Provisória (MP) 1.343/2026, que instituiu um novo sistema de multas e sanções e ampliou a fiscalização do piso mínimo do frete rodoviário. O pedido foi apresentado na Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) 5.964, proposta pela CNI em 2018, na qual a entidade sustenta a inconstitucionalidade do tabelamento do frete. Como o processo ainda não foi julgado, a CNI requer sua apreciação com urgência.

A MP 1.343/2026 prevê multas elevadas, de até R\$ 10 milhões por operação, a possibilidade de suspensão ou cancelamento do registro de transportadoras e um mecanismo eletrônico que pode bloquear a emissão do Código Identificador da Operação de Transporte (CIOT) e do Manifesto Eletrônico de Documentos Fiscais (MDF-e) quando o valor do frete estiver abaixo da tabela da ANTT.

Desde outubro de 2025, quando teve início a fiscalização eletrônica, já foram registradas cerca de 192 mil autuações, gerando aproximadamente R\$ 2 bilhões em

multas, com projeção superior a R\$ 4 bilhões ao longo do ano de 2026.

Na petição, a CNI sustenta que o problema não é somente o descumprimento da tabela, mas a própria metodologia da ANTT, que não reflete vários modelos reais de contratação logística, especialmente em um país continental e com produtos transportados com características e valores diversos.

A CNI argumenta que as novas regras estão criando insegurança jurídica, aumento de custos logísticos e risco de paralisação de embarques. A instituição pede que o STF suspenda imediatamente essas normas e as penalidades associadas, até que a questão seja analisada no mérito ou haja eventual solução consensual.

“Ao impor uma metodologia de preço mínimo dissociada da realidade do mercado e ao associar seu cumprimento a sanções paralisantes, os atos questionados substituem a dinâmica concorrencial por uma uniformização compulsória de preços, com forte restrição à liberdade de contratar e à liberdade de organização da atividade econômica”, destaca o diretor Jurídico da CNI, Alexandre Vitorino.

“A coerção normativa se torna ainda mais intensa quando a divergência entre o valor contratado e o valor extraído da metodologia administrativa impede a geração do CIOT e compromete a emissão do MDF-e. Nessa hipótese, a restrição deixa o plano sancionatório e alcança diretamente a própria operacionalidade do transporte”, acrescenta.

Na petição, a CNI pontua que há uma “intervenção estatal excessiva” no caso em questão, por não corrigir falha de mercado demonstrada, não se apoiar em modelagem regulatória aderente à realidade e comprometer o funcionamento regular de setor essencial da economia

nacional, que responde por cerca de 62% da movimentação doméstica de cargas, percentual que chega a 86% quando excluídos produtos de baixo valor agregado, como minério e petróleo.

Para a CNI, a MP vai na contramão do desenvolvimento, da competitividade e da inserção do Brasil nas cadeias globais de valor. O novo modelo para punir embarcadores e transportadores pelo descumprimento da Política Nacional de Pisos Mínimos do Transporte Rodoviário de Cargas é inadequado, por reforçar o tabelamento do frete, e, em contexto de crise, pune ainda mais as empresas brasileiras.



Foto: Shutterstock

Entidade destaca insegurança jurídica do novo sistema, multas e sanções do piso mínimo do frete

Receita do RS deflagra operação contra fraude em créditos de ICMS no setor de autopeças

A Receita Estadual do Rio Grande do Sul deflagrou em 31 de março a Operação Lastro Zero com o objetivo de combater a sonegação de ICMS, a concorrência desleal e a transferência fraudulenta de créditos fiscais. A ação teve como alvo empresas do ramo de autopeças, localizadas na Região Metropolitana de Porto Alegre. As equipes de fiscalização analisaram aproximadamente R\$

160 milhões em operações, identificando indícios de simulação de entradas de mercadorias para geração de créditos fiscais inexistentes, além de operações simuladas de exportação com a finalidade de obtenção indevida de benefícios fiscais. Essas práticas geram a redução irregular do imposto a recolher, causando prejuízos aos cofres públicos e distorcendo a concorrência no setor.

A Operação Lastro Zero integra um conjunto de ações estratégicas da Receita Estadual, que vem ampliando sua atuação em diversos setores da economia com foco em promover a conformidade tributária dos contribuintes e o desenvolvimento econômico do Estado, de forma alinhada ao programa Receita 2030+.

Novas operações, neste e em outros setores, estão previstas

para os próximos meses. Além de recuperar os valores devidos aos cofres públicos, o objetivo é combater a sonegação fiscal e proteger os contribuintes que cumprem corretamente suas obrigações tributárias, coibindo a concorrência desleal entre empresas e promovendo um ambiente de negócios mais justo e competitivo.

Por Receita Estadual/Ascom Sefaz

Multas confiscatórias exigem atenção dos varejos

O avanço de multas consideradas confiscatórias no âmbito do ICMS tem acendido um alerta crescente no varejo brasileiro, que vê na escalada dessas penalidades um risco direto à operação, à previsibilidade financeira e até à sobrevivência de empresas — especialmente em um ambiente já pressionado por margens estreitas e alta carga tributária.

Na prática, o conceito de multa confiscatória está ligado à violação do princípio constitucional da vedação ao confisco, previsto no artigo 150 da Constituição. A jurisprudência consolidada do Supremo Tribunal Federal (STF) aponta que penalidades que

ultrapassam o valor do tributo — ou mesmo percentuais considerados desproporcionais — podem ser consideradas abusivas. Há decisões indicando que multas acima de 100% do imposto tendem a ser enquadradas como confiscatórias, enquanto multas moratórias deveriam se limitar a cerca de 20%.

Casos recentes mostram o impacto concreto sobre empresas. Em 2026, o Tribunal de Justiça de Goiás afastou penalidades que chegavam a 268% do valor do ICMS devido, reconhecendo que a soma das multas inviabilizava a atividade econômica do contribuinte. Em outras decisões, o Judiciário tem reduzido

ou anulado autuações justamente por considerar que o excesso compromete a própria lógica da tributação — arrecadar, não punir de forma desproporcional.

Para o varejo, o efeito é direto e sistêmico. Primeiro, há o impacto financeiro imediato: multas elevadas podem transformar passivos fiscais em dívidas impagáveis, afetando fluxo de caixa e capacidade de investimento. Em setores de alta rotatividade e margens comprimidas, como o comércio, uma autuação dessa natureza pode consumir rapidamente o capital de giro.

Segundo, surge o efeito sobre o ambiente de negócios. A

falta de uniformidade na aplicação das penalidades — com estados adotando critérios distintos — amplia a insegurança jurídica. Empresas passam a operar sob o risco de interpretações divergentes, o que dificulta planejamento tributário e decisões de expansão.

Há ainda um efeito menos visível, mas igualmente relevante: a distorção concorrencial. Empresas que conseguem judicializar e reduzir multas ganham fôlego frente àquelas que não têm estrutura para litígios longos. O resultado é um mercado menos equilibrado, onde o acesso ao Judiciário passa a ser, na prática, um diferencial competitivo.

Confiança do consumidor global tem primeira queda em um ano

O Índice de Confiança do Consumidor (ICC) apurado pela IPSOS em março traz um movimento de leve acomodação no início de 2026. No Brasil, o indicador recua 0,4 ponto na comparação mensal, após uma queda mais expressiva registrada em fevereiro, indicando uma relativa estabilização do índice (52,2) neste momento. As variações entre os subíndices são bastante contidas, sem movimentos significativos, o que reforça a leitura de um cenário mais estável do que propriamente deteriorado. Ainda assim, o componente de expectativas apresenta leve recuo no mês, sugerindo uma pequena correção após o avanço anterior, enquanto os demais indicadores praticamente não se alteram. No comparativo anual, no entanto, a confiança permanece acima do nível observado em março de 2025, sinalizando que, apesar das oscilações recentes, há uma melhora em relação ao ano anterior. No cenário global, o movimento é mais claro: o ICC recua 0,6

ponto em março e atinge 49,4, registrando a primeira queda em quase um ano. A desaceleração é puxada principalmente pelos subíndices de situação atual e investimento, ambos em queda de cerca de 0,9 ponto, enquanto expectativas e emprego permanecem praticamente estáveis. Esse comportamento indica que, embora o consumidor global mantenha uma visão relativamente estável sobre o futuro e o mercado de trabalho, há uma percepção mais cautelosa em relação às condições presentes, especialmente no que diz respeito ao consumo e à realização de investimentos. No cenário internacional os movimentos seguem heterogêneos. Os Estados Unidos permanecem em um patamar elevado de confiança, com 53,3 pontos, mantendo-se acima da média global e sem variações relevantes no período. Já na América Latina, o destaque é a queda expressiva da Argentina, que recua 4,4 pontos no mês, ocupando a penúltima posição entre todas as nações pesquisadas.

A Colômbia também registra uma queda expressiva este mês, de 2,9 pontos.

"O resultado de março interrompe a trajetória de queda mais acentuada que vimos em fevereiro e coloca o Brasil em um estágio de 'acomodação vigilante'. O dado mais relevante é a resiliência local: enquanto o Índice Global recuou para o campo do pessimismo pela primeira vez em quase um ano, o consumidor brasileiro manteve

sua confiança acima da linha de neutralidade, com 52,2 pontos. Vemos um momento de pausa estratégica; o brasileiro tirou o pé do acelerador, mas ainda não puxou o freio de mão. A manutenção desse patamar nos próximos meses dependerá agora de sinais mais claros da economia real que confirmem essa percepção de estabilidade", opina Rafael Lindemeyer, responsável pelo cluster de Experiência da IPSOS.



Foto: Shutterstock

Cenário global mostra consumidor retraído



**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**

Controil amplia portfólio com novas aplicações das linhas de componentes para freios hidráulicos

A Controil, referência e especialista em componentes para sistemas de freios hidráulicos, anuncia 14 lançamentos que contemplam cilindros de roda, cilindros mestre de embreagem, cilindros de freio, servo freio, atuador concêntrico de embreagem e reparo pinos guia da pinça para aplicação em veículos das montadoras Hyundai, Kia Motors, Mitsubishi, Nissan, Toyota, Volkswagen, Chevrolet, Citroën, Honda e Renault. Confira as novidades:

- **Cilindro de roda C-3585** – aplicado no Mitsubishi L200 3.2/2.4, modelos de 2008 a 2020;
- **Cilindro de roda C-3589** – para o Citroën C4 Cactus, a partir de 2018;
- **Cilindro mestre de embreagem C-2736** – para Toyota Etios 1.3/1.5, de 2011 a 2020;
- **Cilindro mestre de freio C-2281** – destinado ao Volkswagen Jetta TSI 2.0, de 2013 a 2017;
- **Cilindro mestre de freio C-2279** – para Volkswagen Jetta TSI 1.4, de 2018 a 2021;
- **Cilindro mestre de freio C-2280** – indicado para Nissan March/Versa 1.0/1.6, de 2011 a 2020;
- **Cilindro mestre de freio C-2278** – aplicado no Kia Sportage/Hyundai IX35 2.0, de 2010 a 2021 e 2010 a 2020, respectivamente;
- **Cilindro mestre de freio C-2275** – para Chevrolet Tracker, a partir de 2021;
- **Cilindro mestre de freio C-2276** – para Volkswagen Tiguan 1.4 TSI, de 2017 a 2021.
- **A linha de kits de reparo com os pinos guia da pinça recebeu as seguintes novas aplicações:**
 - **C-1715** – Hyundai IX35, de 2013 a 2020;
 - **C-1716** – Hyundai Creta, a partir de 2022;
- **C-1717** – Renault Duster, de 2010 a 2016.
- **Completando os lançamentos, o servo freio atende C-5689 atende o Honda Civic, de 2012 a 2016 e o atuador concêntrico de embreagem C-2710 é destinado ao Renault Master, de 2002 a 2020.**



Novas aplicações de cilindros de roda, cilindros mestre, cilindros de embreagem, servo freio, atuador concêntrico de embreagem e reparo pinos guia da pinça atendem veículos de 10 montadoras

Foto: Divulgação

Rainha das Sete amplia linha de abraçadeiras

A Rainha das Sete anuncia a ampliação de seu portfólio na linha de abraçadeiras com o lançamento de uma nova opção de embalagem contendo 10 unidades. A novidade complementa as tradicionais embalagens com 100 unidades, já consolidadas no mercado. As abraçadeiras em Nylon 6.6 agora contam com uma

maior variedade de medidas e espessuras, além de estarem disponíveis nas cores preta e branca. E tem mais novidade da Rainha das Sete: as embalagens agora são do tipo ZIP, trazendo ainda mais praticidade e facilidade para o dia a dia do aplicador. Com a nova configuração, a Rainha das Sete amplia as possibilidades de exposição

no ponto de venda, facilita a gestão de estoque e cria oportunidades para atender tanto demandas de reposição rápida quanto compras em menor volume. O lançamento integra a estratégia contínua de aprimoramento do portfólio e de fortalecimento da parceria com distribuidores em todo o Brasil. A nova embalagem com 10

unidades já está disponível para comercialização.



Abraçadeiras em Nylon 6.6 agora contam com uma maior variedade de medidas e espessuras

Foto: Divulgação

Cofap anuncia novos pivôs de suspensão para linha leve e pesada

A Marelli Cofap Aftermarket anuncia a ampliação de seu portfólio com o lançamento de novos códigos de pivôs de suspensão destinados aos modelos RAM Rampage e Iveco Daily equipados com motores 2.8 8V e 3.0 16V. Com a novidade, o catálogo da Cofap passa a contar com mais de 150 códigos de pivôs de suspensão, atendendo aproximadamente 90% da frota circulante no Brasil. A peça realiza a ligação entre a carroceria ou o chassi e

elementos como amortecedores e manga de eixo, permitindo o movimento angular das rodas. Essa função é essencial para garantir o correto esterçamento e o bom funcionamento do conjunto de direção e suspensão.

Quando apresenta desgaste ou danos, o pivô pode comprometer a conexão entre as rodas e o sistema de direção, impactando diretamente a estabilidade, a dirigibilidade e a segurança do veículo.



Foto: Divulgação

Com a novidade, a marca passa a contar com mais de 150 códigos de pivôs de suspensão



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



a.TV

Confiança do empresário do comércio recua graças à desaceleração das vendas e aos juros elevados

Queda da Selic e datas comemorativas devem estimular o otimismo no curto prazo, mas os efeitos do conflito no Oriente Médio podem limitar avanço

A confiança do empresário paulistano do Comércio recuou 0,4% em março, passando de 103,3 pontos, em fevereiro, para 102,9. Foi a segunda queda consecutiva do indicador, que registrou alta de 5% na comparação com o mesmo período de 2025. De acordo com a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), o cenário de desaceleração das vendas, juros elevados e inadimplência afetou o consumo, levando as empresas a adotarem uma postura mais cautelosa em relação a novos investimentos e formação de estoques.

O Índice de Confiança do Empresário do Comércio (ICEC) é elaborado mensalmente pela Federação, numa escala de 0 a 200 pontos, sendo 100 o limite que separa o pessimismo do otimismo. Dentre as três variáveis que fazem parte do indicador, apenas o Índice de Expectativa do Empresário do Comércio (IEEC) apontou alta (1,2%). O IEEC passou de 126,7 pontos, em fevereiro, para 128,3 pontos, em março. Na comparação com o ano passado, cresceu 5%. O índice que avalia as

condições atuais do comércio (ICAEC) recuou 3,1%, após quatro altas seguidas, saindo de 78 pontos, em fevereiro, para 75,6 pontos, no terceiro mês do ano. Na comparação com o mesmo período do ano passado, o indicador cresceu 2,4%, mas ainda é o item com pior avaliação no ICEC, sendo o 37º mês consecutivo em que fica abaixo dos 100 pontos. Segundo a FecomercioSP, embora as vendas tenham crescido nos últimos meses, os empresários não estão satisfeitos com a rentabilidade, a pressão de custos, os juros elevados e a política econômica do governo.

O quesito que mede o investimento do empresariado (IEEC), por sua vez, recuou 0,4%. Em março, o índice alcançou 105 pontos. Em relação ao mesmo mês de 2025, cresceu 6,9%. Para a Federação, os empresários estão sendo mais prudentes diante das incertezas. Em decorrência de um movimento sazonal mais otimista causado pelas vendas de fim de ano, o ICEC subiu quatro vezes consecutivas (entre outubro e janeiro), posicionando-se acima dos 100 pontos. Para os próximos meses, a expectativa

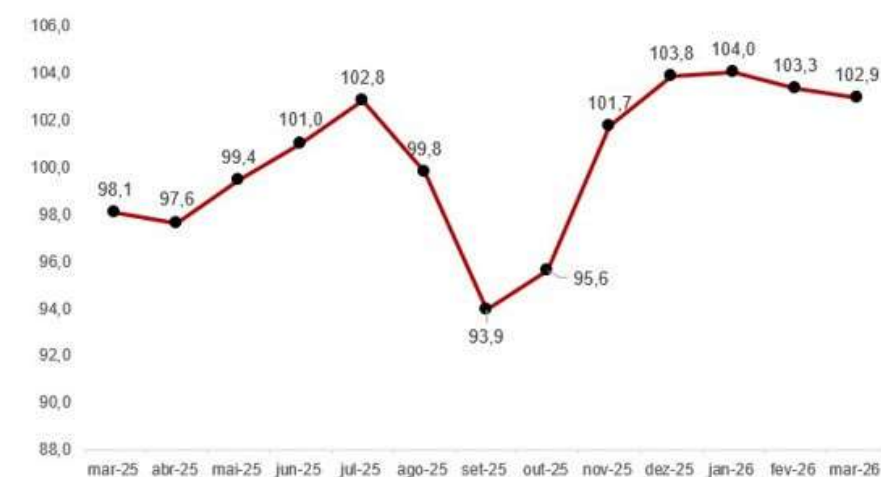
é de uma nova reação do indicador, considerando o início da queda da taxa Selic e a datas comemorativas, como o Dia das Mães. Contudo, o conflito no Oriente Médio e seus reflexos sobre o preço do barril do petróleo, além das dúvidas

quanto ao cenário internacional, deve impactar negativamente a confiança.

A FecomercioSP ressalta que o patamar do ICAEC mostra que a realidade das empresas ainda é desafiadora. As margens de lucro pressionadas continuam

Índice de Confiança do Empresário do Comércio (ICEC)

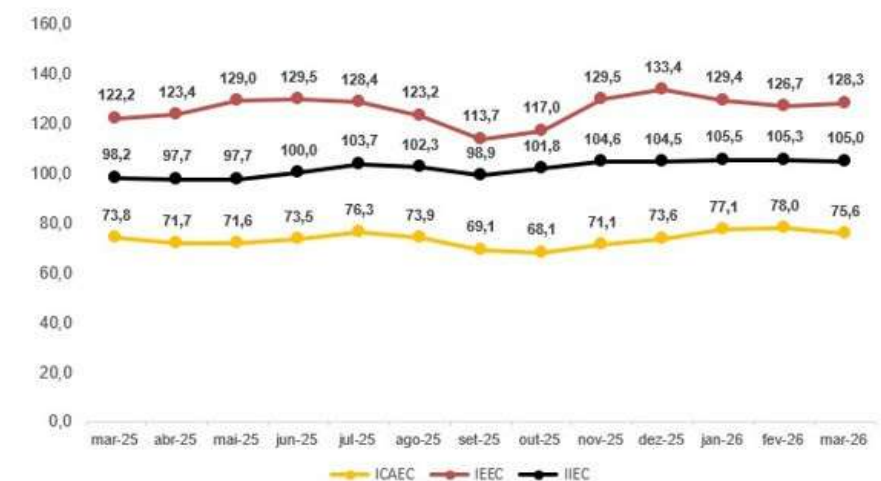
Março de 2025 a março de 2026



Fonte: FecomercioSP

Índices: ICAEC, IEEC e IIEC

Março de 2025 a março de 2026



Fonte: FecomercioSP

atingindo o caixa dos negócios, principalmente daqueles que já carregam dívidas.

Expansão

As expectativas de contratação mantiveram o Índice de Expansão do Comércio (IEC) na zona de otimismo, apesar da conjuntura de desaceleração da atividade econômica. O indicador sofreu queda de 0,5%,

passando para 107 pontos em março. Na comparação com o mesmo período do ano passado, o IEC cresceu 5,7%.

O motivo da queda mensal foi o desempenho da variável que mede a disposição dos comerciantes para investir em máquinas, equipamentos, reformas e expansão. O Nível de Investimento das Empresas (NIE) recuou 1,3%, passando de 95,2 pontos, em fevereiro, para 94

pontos, em março. Apesar da queda mensal, na comparação anual a variação ainda foi positiva (3,3%). De acordo com a FecomercioSP, o NIE tem flutuado entre 94 e 97 pontos desde julho, sendo o 16º mês consecutivo em que ficou abaixo dos 100 pontos.

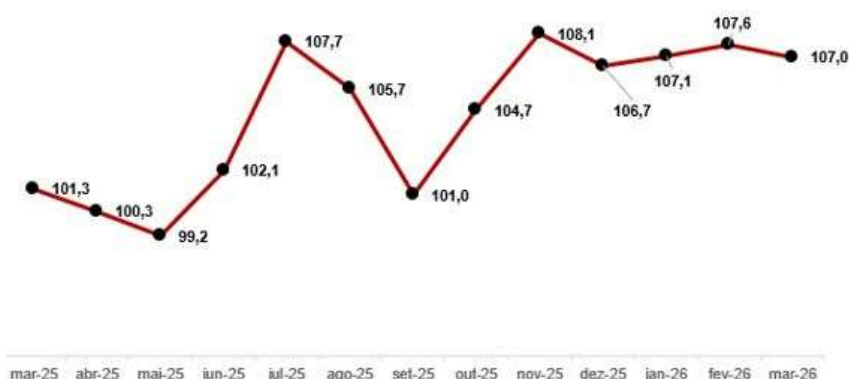
Já a expectativa de contratação de funcionários (ECF) ficou praticamente estável (0,1%), com 120,1 pontos.

Mesmo após o melhor período de vendas para o setor, a propensão a contratar segue alta, tanto que o ECF está 7,6% acima do registrado em fevereiro do ano passado.

Apesar disso, a Entidade avalia que o cenário atual, somado às eleições, deve segurar o otimismo dos negócios, inspirando mais cautela enquanto os empresários aguardam o futuro da política econômica.

Índice de Expansão do Comércio (IEC)

Março de 2025 a março de 2026



Fonte: FecomercioSP

Índices: ECF e NIE

Março de 2025 a março de 2026

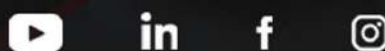


Fonte: FecomercioSP

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

mais
automotive

WWW.MAISAUTOMOTIVE.COM.BR



CONFIRA AS NOSSAS REDES SOCIAIS

NÚCLEO DE INTELIGÊNCIA DE DADOS 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?

MAIORES & MELHORES
em distribuição de autopeças

Prêmio
INOVA
POWERED BY AFTER.LAB

Autop of mind
powered by after.lab

MAPA ONDA VIES META LUPA iaa | Índice de Ações Automotivas

AUTOP OF MIND`26

Em abril serão anunciados os vencedores do PRÊMIO AUTOP OF MIND, realizado pelo After.Lab, núcleo de inteligência de negócios do Grupo Nhm Novomeio Hub de Mídia.

Há mais de 20 anos, o estudo apura as marcas de autopeças mais lembradas por reparadores e proprietários de veículos.

FINALISTAS ELEITOS PELOS REPARADORES

Marca de Autopeças BOSCH COFAP MONROE	Menos Defeitos BOSCH COFAP NGK	Cursos e Treinamentos BOSCH MONROE NGK	Junta e Retentor ELRING HENGST SABÓ	Sonda e Sensor BOSCH MTE THOMSON NTK
Rolamentos FAG INA SKF	Amortecedor COFAP KYB MONROE	Pastilhas e Lonas COBREQ FRAS-LE SYL	Embreagem LUK SACHS VALEO	Vela de Ignição BOSCH MAGNETI MARELLI NGK
Filtro MANN TECFIL WEGA	Disco de Freio FREMAX HIPPER FREIOS TRW VARGA	Mola de Suspensão COFAP FABRINI TIGRE	Bandeja de Suspensão COFAP NAKATA PERFECT	Bico injetor BOSCH MAGNETI MARELLI NGK
Anel e Pistão COFAP MAHLE METAL LEVE TAKAO	Borracha de Suspensão MOBENSANI MONROE AXIOS SAMPEL	Correia CONTINENTAL CONTITECH DAYCO GATES	Pivô e Terminal NAKATA PERFECT VIEMAR	Óleo Lubrificante BR LUBRAX MOBIL SHELL
Combustível BR PETROBRAS IPIRANGA SHELL	Bateria BOSCH HELIAR MOURA	Pneu CONTINENTAL MICHELIN PIRELLI	Escapamento MASTRA SCAPEX TUPER	Ferramenta GEDORE KING TONY RAVEN
Equipamentos de Oficina ELEVACAR RAVEN SUN	Marca mais Admirada BOSCH COFAP NGK	Veículo Popular CHEVROLET FIAT VOLKSWAGEN	Veículo Médio CHEVROLET TOYOTA VOLKSWAGEN	Veículo de Luxo BMW MERCEDES-BENZ TOYOTA

REALIZAÇÃO



DIVULGAÇÃO



Você encontra **2mc** na Bianchi



Desempenho de ponta, para uma experiência em outro nível!