



# novovarejo

automotivo



## Pesquisa Maiores e Melhores ganha edição regional

Chegou o novo serviço do after.lab para o mercado de reposição. A pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças Regional vai apurar a opinião dos varejistas sobre os serviços prestados por seus fornecedores com atuação local nas cinco regiões do Brasil.

**PENSOU EM PORTFÓLIO COMPLETO.  
PENSOU PELLEGRINO.**



# COM A COBRA, SEU NEGÓCIO NÃO PARA!

[www.cobrarolamentos.com.br](http://www.cobrarolamentos.com.br) | [sac@cobrarolamentos.com.br](mailto:sac@cobrarolamentos.com.br)

☎ 0800 016 3333 @cobrarolamentos



COM O MODELO DE RETIRA COBRA,

VOCÊ GARANTE SUAS  
COMPRAS EM ATÉ



E MANTÉM O SEU NEGÓCIO  
EM MOVIMENTO.

PROCURE A DISTRIBUIDORA COBRA  
ROLAMENTOS E AUTOPEÇAS MAIS PRÓXIMA.



15 minutos a partir do fechamento do pedido, podendo variar de acordo com a quantidade de itens. Consulte condições com a sua filial.

Faça revisões em seu veículo regularmente.



## Frota é diversidade e oportunidades

Um olhar diverso sobre a frota de veículos – brasileira ou não – é destaque desta edição digital do Novo Varejo Automotivo. Começando, nesta reflexão, pela a base de tudo: a radiografia daquilo que roda em nossas vias. A edição 2022 do Relatório da Frota Circulante, do Sindipeças e Abipeças, revela que a frota de veículos no Brasil atingiu a idade média de 10 anos e 3 meses e, portanto, envelheceu durante a pandemia.

Nenhuma surpresa. Ao longo dos últimos dois anos, as montadoras enfrentaram diversos problemas – entre os quais se destaca a crise dos semicondutores – e a produção de veículos caiu significativamente. Bom para o mercado de reposição, que atravessou a crise sanitária com crescimento em todos os seus elos. Agora, no período pós-pandemia – que esperamos estar vivendo, mas ainda atentos ao que ocorre no exterior – a questão é saber para onde vai o setor automotivo. E neste ponto vale citar pesquisa que acaba de ser divulgada pela Ernst & Young e que busca identificar a nova realidade e as tendências da mobilidade neste momento em que ensaiamos um retorno à vida normal. O estudo também é tema de matéria nesta edição e traz duas informações valiosas para os estrategistas: a primeira é o crescente interesse dos consumidores pelo carro próprio, algo que parecia ameaçado há dois anos com a ascensão do transporte compartilhado – essa tendência foi, pelo menos por ora, revertida pela pandemia. E a segunda constatação do estudo é que os consumidores que querem o carro elétrico já passam da metade.

Mas aqui cabe uma ressalva: embora feita em 18 países, a pesquisa não entrevistou ninguém no Brasil. É sabido que estamos alguns passos atrás na eletrificação da frota. Por outro lado, também é fato que as tendências do primeiro mundo chegarão aqui. No que se refere aos carros elétricos, convido você, leitor, a assistir ao episódio do programa Diálogo Automotivo com Gerson Prado, para quem não há futuro de longo prazo para os veículos a combustão interna. O vídeo você encontra no canal da A.TV no Youtube, no endereço <https://www.youtube.com/c/ATVmidia>

E, finalmente, dando um enorme salto para trás no tempo e na tecnologia, chegamos a épocas muito mais simples e românticas, onde os cromados, as cores vivas e os carburadores reinavam em nossa frota. Estamos falando do mercado brasileiro de carros históricos, ou antigos, que também é tema de reportagem desta edição. Mero entretenimento? Não. Você vai conhecer o volume extraordinário que o nicho movimento por ano. E metade deste dinheiro vai para peças, manutenção e restauração. Tem muita gente fazendo o pé de meia com esses carros.

E, assim, com uma frota tão diversa – dos antigos aos futuros elétricos – o aftermarket automotivo vai encontrando diferentes oportunidades para se manter fundamental para todos nós brasileiros, de hoje e amanhã.

NOVOMEIO

www.novomeio.com.br

**Publisher**Ricardo Carvalho Cruz  
(rcruz@novomeio.com.br)**Diretor Geral**Claudio Milan  
(claudio@novomeio.com.br)**Diretor Comercial e de Relações com o Mercado**Paulo Roberto de Oliveira  
(paulo@novomeio.com.br)**Diretor de Criação**Gabriel Cruz  
(gabriel.cruz@wpn.com.br)**Fale com a gente**Nosso endereço  
Al. Araguaia 2044 Torre II  
salas 1201 - 1214  
Centro Empresarial Alphaville  
CEP 06455-906  
Barueri – SP**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](http://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 29 - #362 1 de Junho de 2022

Distribuição para mailing eletrônico 35.000

Audiência estimada em views no site 45.000

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

www.novovarejo.com.br

www.facebook.com/novovarejo

instagram.com/jornalnovovarejo

linkedin.com/novovarejo

www.youtube.com/novovarejo

**Direção**

Ricardo Carvalho Cruz

**Jornalismo** (jornalismo@novomeio.com.br)

Claudio Milan

Lucas Torres

Christiane Benassi

**Publicidade** (comercial@novomeio.com.br)

Fone: 11 99981-9450

Paulo Roberto de Oliveira

**Arte**

José Ricardo

Lucas Cruz

**Marketing** (marketing@novomeio.com.br)

Elisa Juliano

**Audiovisual**

Phillip Spengler

Eduardo Grandizoli

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)

# PENSOU EM PORTFÓLIO COMPLETO. PENSOU PELLEGRINO.

Um portfólio diversificado, com as melhores marcas para as linhas leve, pesada, motos e acessórios.

Esse é o segredo que faz da Pellegrino uma das principais distribuidoras do Brasil.

São 29 filiais instaladas nos principais polos comerciais do país, para garantir mais eficiência no atendimento e qualidade na entrega.

Use sua câmera para acessar o portfólio online



Não pense duas vezes!  
Pensou em bons negócios,  
**PENSOU PELLEGRINO.**



Faça já o seu pedido!  
Compre Online.



Entre em contato com a filial mais próxima de você.



f i in  
pellegrino.com.br

Pellegrino 80 anos



Novo Meio, Novo Varejo Automotivo e after.lab apresentam mais um serviço inédito ao mercado de reposição brasileiro: chegou a pesquisa Maiores e Melhores Regional.

26

16 Frota brasileira de veículos em circulação ficou mais velha durante a pandemia. Quebra na produção das montadoras em razão da falta de matérias-primas e componentes é fator que explica o fenômeno.

Dois novos estudos apuram tendências que podem impactar a mobilidade: o interesse dos consumidores pelos veículos elétricos e o potencial do home office no Brasil.

40

Mercado de automóveis antigos movimentou 32,6 bilhões de reais por ano. A metade deste imenso volume de dinheiro é investida em manutenção, conservação e restauração.



30

08 Uma reflexão sobre o envelhecimento da frota e o meio ambiente na entrevista exclusiva com Carlos Lacava, diretor da Cetesb, e Davi Tsai, do IEMA.

## O varejo por ele mesmo em série de reportagens

Há 100 edições dávamos a largada para a série de reportagens 'O varejo pelo varejista', em que gestores das lojas avaliavam o setor como um todo a partir de quesitos específicos

O varejo de autopeças tem buscado se adequar diariamente às exigências e mudanças do mercado. Nessa jornada rumo à excelência, entidades e especialistas servem como guias para oferecer uma visão macro ao empresariado.

Entretanto, como alertam os ditados da sabedoria popular, nenhuma mudança de comportamento ocorre sem que antes haja uma autocrítica profunda, identificando e aceitando nossos próprios defeitos e qualidades.

Foi pensando nisso que o Novo Varejo iniciou na edição 262 a série 'O varejo pelo varejista', abrindo espaço para que gestores e empresários de todo o Brasil avaliem

atributos que fazem a diferença para o sucesso de loja de autopeças.

Assim, a cada edição era convidado um gestor de varejo referência no mercado de reposição brasileiro e, a ele, era apresentada uma série de atributos a fim de que ele próprio avaliasse o estágio desses diferentes processos no varejo de autopeças brasileiro como um todo, atribuindo-lhes as classificações BOM, RUIM ou REGULAR.

Os atributos submetidos à avaliação dos varejistas eram precisão administrativa, propaganda e marketing, ferramentas de vendas, qualidade no atendimento, trabalho em equipe, foco na estratégia e análise dos concorrentes.

## Seja Monroe Club

Fique por dentro de dicas e conteúdos exclusivos para a gestão de sua oficina!



Há mais de um século no mercado automotivo, a Monroe proporciona segurança aos veículos de todo o Brasil e garante uma sólida parceria com você.

Com o Monroe Club, tenha acesso a treinamentos especializados, prêmios exclusivos, acúmulo de pontos e prioridade em indicação.

Confira um pouco do que oferecemos por aqui:

- **CETEDEM** (Centro de Treinamento e Desenvolvimento Monroe e Monroe Axios): preparo e capacitação de profissionais, oferecendo conhecimento amplo sobre o mercado.
- **E-Learning**: aperfeiçoamento técnico e profissional por meio do nosso sistema de aprendizado on-line, onde você pode acessar o material a qualquer momento em seu dispositivo eletrônico.
- **Acúmulo de pontos**: na compra de produtos Monroe e Monroe Axios, você poderá trocar seus pontos por prêmios exclusivos da Monroe e, também, por milhares de produtos de marcas parceiras.

Entre em contato conosco e saiba mais sobre os benefícios do Monroe Club:

☎ 08000166004

✉ atmogif@driv.com





## Especialistas destacam impacto ambiental do envelhecimento da frota

*Diretores da Cetesb e do IEMA refletem sobre o atual cenário da sustentabilidade no campo da mobilidade*

Num período em que a pauta da sustentabilidade tem guiado as ações de inovação do mercado automotivo, dados da configuração da frota de veículos circulantes no Brasil colocam em evidência a incongruência entre as mobilizações industriais e o cenário real vivido no país.

Isto porque, de acordo com o estudo anual realizado pelo Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores (Sindipeças), os brasileiros têm tido cada vez mais dificuldade de manter uma atualização periódica de seus veículos.

A edição 2022 do Relatório da Frota Circulante, do Sindipeças e Abipeças, que acaba de ser divulgada – e é destaque deste Novo Varejo – mostra que a idade média dos automóveis leves brasileiros é de 10 anos e 5 meses – número que a posiciona como a mais velha em 26 anos.

Para vislumbrar com mais nitidez este progressivo envelhecimento, basta comparar o percentual de veículos com até cinco anos de uso existente em 2012 em relação ao atual. Há 10 anos, 43,1% dos carros que circulavam em nosso território tinham até meia década de vida. Hoje, este percentual é de apenas 23,5%.

O cenário não apenas aponta com clareza a dificuldade que o país terá para popularizar modelos de configuração mais sustentável ao longo dos próximos anos, mas também indica um agravante para as urgências de proteção ambiental.

Afinal, segundo advertem especialistas como o coordenador de projetos do Instituto de Energia e Meio Ambiente (IEMA), David Tsai, e o Gerente do Departamento de Apoio Operacional da Companhia Ambiental do Estado de São Paulo (CETESB), Carlos Lacava, quanto mais velho um automóvel, maior é a emissão de poluentes.

Em uma rodada de reflexões conduzida para o Novo Varejo, Tsai e Lacava aprofundaram pontos importantes sobre essa relação envelhecimento da frota e danos ambientais, bem como refletiram sobre as inovações e diretrizes nacionais e internacionais para a temática de mobilidade urbana.

**Novo Varejo - De acordo com levantamento do Sindipeças, a idade média da frota brasileira ultrapassou os 10 anos de idade em 2021. Qual é a relação entre o envelhecimento dos carros e a emissão de gases poluentes por parte destes automóveis?**

Campo Grande tem  
Obelisco e Parque Nacional.  
**E agora também tem RMP.**



**+ de 25.000**  
itens de autopeças  
à sua disposição.

Acesse nosso site:



[www.rmp.com.br](http://www.rmp.com.br)

[@rmpdistribuidora](https://www.instagram.com/rmpdistribuidora)

[@rmpdistribuidora](https://www.facebook.com/rmpdistribuidora)

Faça contato com a gente  
0800 701 1060 / 67 2107-6410  
Av. Dr. Olavo Vilella de Andrade,  
827 - Vila Albuquerque

**David Tsai** - Em primeiro lugar, veículos mais antigos emitem mais poluentes devido ao gradativo aperto nos limites de emissão para veículos novos ao longo dos anos exigido pelo Programa Nacional de Controle de Emissões Veiculares, o Proconve. Ou seja, os fabricantes de veículos são exigidos a colocar no mercado gerações de veículos cada vez menos poluentes de período em período, isso acontece desde a virada dos anos 80 para os anos 90. Em segundo lugar, as emissões poluentes de qualquer veículo aumentam com a sua idade, o que é chamado de deterioração de emissões, mesmo considerando a manutenção adequada do veículo. Isso acontece em razão do desgaste dos elementos ativos dos catalisadores.

**Carlos Lacava** - Os veículos possuem fatores de emissão de poluentes que variam conforme a época de sua fabricação. Notadamente isso se dá pela evolução das fases do Proconve (Programa de Controle da Poluição do Ar pelos Veículos Automotores), ou seja, veículos mais novos têm limites de emissão de poluentes mais restritivos. Evidentemente, esse ganho em termos de emissão total se dá pelo sucateamento dos veículos mais poluentes, que deixam de circular ou que circulam menos. É importante ressaltar que o Proconve (e o Promot para motocicletas) regulam somente a emissão de poluentes tóxicos, como monóxido de carbono, material particulado, óxidos de nitrogênio e hidrocarbonetos. Não há regulamentação para o controle de emissões de gases de efeito estufa (GEE), como o CO<sub>2</sub>. Os poluentes tóxicos têm efeito mais significativo sobre a saúde em ambientes urbanos onde há grande emissão, enquanto os GEE possuem efeito sobre o clima em escala global.

**NV - Estamos num momento em que a indústria automotiva mundial discute novas tecnologias para diminuir o impacto ambiental dos automóveis. Na sua visão, alguma delas, com destaque para a eletrificação, representam real alternativa para um transporte individual mais sustentável?**

**DT** - Apenas novas tecnologias para automóveis não resolverão os problemas de mobilidade urbana das cidades. O transporte individual motorizado é o menos sustentável entre os modos de transporte. A Política Nacional de Mobilidade Urbana acaba ao estabelecer a priorização dos modos ativos (caminhada e bicicleta) e os modos coletivos (ônibus, metrô e trem) sobre os modos individuais motorizados (automóveis e motocicletas). Mas também é preciso tornar o transporte individual motorizado mais sustentável. A eletrificação se destaca por não apresentar emissões da combustão, algo bastante interessante nos espaços urbanos densamente habitados.

**CL** - A indústria automotiva recebe forte pressão mundial para reduzir suas emissões tanto de poluentes tóxicos quanto de

gases de efeito estufa. Neste sentido, a tradicional tecnologia baseada em motores a combustão interna está sendo aos poucos substituída, sendo que muitos países já preveem metas para banimento da comercialização de veículos que utilizem combustíveis de origem fóssil, lembrando que globalmente os veículos a combustão utilizam majoritariamente combustíveis fósseis, principalmente diesel e gasolina. Essa tendência se aplica tanto aos veículos leves, de uso individual, como veículos de transporte coletivo e de carga. Os motores elétricos se consolidaram como a principal alternativa de substituição dos motores a combustão por não emitirem poluentes tóxicos nem gases de efeito estufa, além de possuírem uma eficiência energética até maior que os motores a combustão. Os veículos puramente elétricos são considerados veículos de emissão zero. Por certo, para que esses veículos possuam emissão zero de GEE em todo o ciclo, é importante que a energia elétrica que irá abastecer esses veículos tenha origem em combustível não fóssil, tais como hidrelétrica, solar, eólica etc.

Também no caso da micromobilidade, há uma forte tendência do avanço dos veículos elétricos no mundo, incluindo bicicletas e motocicletas elétricas. No Brasil, embora a introdução desses veículos ainda seja pequena, deve haver um forte crescimento nos próximos anos.

**NV - Como você vê o paradoxo entre a busca por novas tecnologias automotivas mais sustentáveis e a dificuldade de manter a frota nacional 'atualizada'? É preciso que haja políticas públicas de incentivo para a renovação da frota? De que maneira prática isso poderia ser feito?**

**DT** - A incongruência que mais me preocupa é a crescente elitização do automóvel e o sucateamento do transporte público coletivo. Ao mesmo tempo em que o transporte público enfrenta uma crise de financiamento da sua operação, o que temos visto é o desaparecimento da figura do carro popular, com a queda do poder de compra da maioria da população, restringindo a compra de automóveis de nichos mais elevados à pequena parcela mais rica apenas. Isso afeta negativamente a indústria brasileira, que produz menos e importa mais, fechando fábricas, gerando desempregos e desperdiçando habilidades e conhecimentos acumulados ao longo de décadas. É preciso que haja políticas públicas para transformar a indústria brasileira aos moldes de uma mobilidade sustentável, focando no atendimento a uma demanda pela expansão do transporte público e pelo resgate de um transporte individual acessível, ambos com tecnologias de baixo impacto ambiental. Para que isso faça sentido, é preciso que haja simultaneamente políticas públicas que efetivem a transformação das cidades conforme os princípios da Política Nacional de Mobilidade Urbana.

# DRIVE+



**CHEGOU**  
**DRIVE PLUS**

Mais desempenho, mais precisão e mais segurança. Chegaram as linhas de lubrificantes e bomba d'água Drive Plus. Produtos desenvolvidos sob os mais rigorosos padrões de qualidade **para você ir mais longe.**

**DRIVE PLUS É UMA MARCA NEXUS, EMPRESA QUE IMPULSIONA INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO NO MERCADO AUTOMOTIVO COM ATUAÇÃO EM 138 PAÍSES.**



Acesse aqui nossos canais de comunicação

U M A M A R C A

**N! | NEXUS**

driveplusbrasil.com

**CL** - Não existe uma incongruência de fato, pois sempre houve ganhos ambientais com a renovação da frota circulante e sempre houve avanços tecnológicos com a introdução de veículos menos poluentes. É evidente que a transição dos veículos para energias mais limpas é um processo mais complexo, pois requer investimentos em matriz energética, infraestrutura de abastecimento, substituição de tecnologias de propulsão, etc. Porém, esse processo não vai se dar de forma imediata e há soluções intermediárias e/ou que serão adotadas em situação de transição, a depender das características do país e de mercado. Acho importante que haja incentivos para a redução da emissão de poluentes e a descarbonização da frota de veículos. Esses incentivos podem ser direcionados à renovação de frota, trazendo inclusive ganhos em termos de segurança, mas do ponto de vista ambiental é importante haver incentivos também para viabilizar a introdução mais rápida de veículos menos poluentes e assim trazer resultados mais efetivos com a renovação de frota.

**NV - Alteração da configuração dos motores dos veículos ou mudança de paradigma, saindo do transporte individual para modelos mais compartilhados de mobilidade? Qual dos dois cenários você vê como mais promissor em termos de sustentabilidade ambiental?**

**DT** - Não são opções mutuamente excludentes. Para enfrentar a emergência climática no mundo, ambas são necessárias. Se apenas a alteração tecnológica acontecer, será um cenário de transição energética que não endereçará as injustiças hoje presentes no usufruto das cidades. É necessário que ambos os caminhos sejam percorridos, num cenário de transição energética justa.

**CL** - É difícil dizer ao certo como se dará a mobilidade no futuro, mas certamente caminha para a sustentabilidade ambiental. Entendo que os dois cenários são complementares e não concorrentes. A alteração dos motores é um fenômeno que deve ocorrer e a velocidade vai depender, sobretudo, do avanço da viabilidade técnica e econômica. A mudança de paradigma acredito que também vem ocorrendo, mas é de mais difícil mensuração, pois mesmo aparecendo alternativas tecnológicas ainda há influência grande de aspectos culturais e comportamentais.



Carlos Lacava lembra que não há regulamentação para o controle de emissões de gases de efeito estufa

**NV - Alguns especialistas com os quais conversamos destacam o uso do etanol e suas variações como soluções tão ou mais sustentáveis do que a eletrificação da frota, mas que têm sido negligenciadas pela indústria automotiva internacional. Gostaria de saber sua visão sobre o tema: deveríamos estar olhando mais para o etanol como uma alternativa ambientalmente viável?**

**DT** - A produção de etanol no mundo é bastante inferior à demanda total de combustíveis do ciclo Otto, além de ser localizada principalmente somente nos EUA e no Brasil. Assim, é difícil imaginar um cenário em que a indústria automotiva internacional aposte amplamente as suas fichas nesse combustível. Esse cenário poderia ser alterado talvez pela produção em escala comercial de etanol de segunda e terceira geração, ampliando as possibilidades de biomassa como matéria-prima. No entanto, a eletrificação vem caminhando a passos mais rápidos. No Brasil, temos a vantagem da produção local de etanol e da tecnologia flex já dominada, o que poderia contribuir com uma descarbonização mais rápida do que aquela baseada apenas na eletrificação.

**CL** - O Brasil possui uma condição privilegiada para uso de biocombustíveis como o etanol e isso deve influenciar bastante na evolução dos motores por aqui, sobretudo porque dispomos de tecnologia que já permite o uso nos veículos leves na maior parte da frota. Para o controle de gases de efeito estufa, os biocombustíveis são bastante efetivos, pois substituem em condição similar os combustíveis fósseis. Embora os veículos queimando biocombustíveis emitam CO2 pelo escapamento, ele é compensado pelo sequestro no cultivo dos vegetais. No entanto, o veículo utilizando etanol ou biodiesel em motores a combustão emite poluentes tóxicos em condições quase similares aos veículos a gasolina ou diesel. Desta forma, ainda que seja uma ótima solução para o controle dos GEE, não resolve o problema da contaminação nos grandes centros urbanos.

**NV - Existem pesquisas e até protótipos envolvendo o hidrogênio e a luz solar como forças motrizes automotivas. Você vê essas soluções como alternativas viáveis no médio prazo ou ainda estamos distantes de torná-las economicamente viáveis o suficiente para torná-las populares nas ruas, sobretudo as brasileiras?**

**DT** - Diversos estudos no mundo têm apontado o hidrogênio como uma solução para o transporte de cargas de longas distâncias, inclusive com uma viabilidade que precede a eletrificação nessa categoria. Mas não tenho visto movimentações da indústria brasileira relacionadas à tecnologia.

**CL** - As tecnologias têm avançado bastante rápido, então é possível que se tornem competitivas daqui alguns anos. No caso da energia solar, não há dúvida que terá um papel cada vez maior, se não diretamente coletada nos automóveis, mas certamente na geração de energia elétrica que deverá ser produzida para o setor de transportes.



Davi Tsai destaca o desaparecimento do carro popular, o que restringe o acesso da população aos automóveis



**UMA EXPERIÊNCIA INCRÍVEL PARA DUBAI  
COM UM DIA ESPECIAL NO CATAR!**

## Sama, 100 anos de tradição, evolução e crescimento.

A SAMA é **uma das mais completas e tradicionais distribuidoras de autopeças do país.**

Em 2022 chegamos aos **100 anos de história** com 29 filiais por todo o Brasil, oferecendo um portfólio com 64 mil itens de reposição para o segmento automotivo.

Para comemorar essa data tão importante, a SAMA lançou uma campanha muito especial, para celebrarmos juntos com os nossos clientes esses 100 anos. São 100 viagens sorteadas para Dubai com **um dia brasileiro no Catar em novembro de 2022.**

A cada **R\$ 5 mil em compras, ganhe 1 cupom** para participar dos sorteios.

São três sorteios trimestrais e um grande sorteio no final da campanha.

**Acompanhe nossas redes sociais e fique por dentro de tudo que acontece na campanha!**

# Frota brasileira envelhece na pandemia

As consequências da pandemia da covid-19 para o setor automotivo continuam aparecendo a cada novo estudo divulgado. A edição 2022 do Relatório da Frota Circulante, do Sindipeças e Abipeças, revela que a frota de veículos no Brasil atingiu a idade média de 10 anos e 3 meses.

Embora o envelhecimento dos veículos num primeiro momento favoreça o mercado de reposição, também é verdade que reflete as dificuldades enfrentadas pelas montadoras ao longo dos dois anos em que a crise provocada pelo novo coronavírus configurou situação de emergência sanitária no país.

Segundo análise do Sindipeças, apesar do avanço da imunização, a extensão da pandemia em 2021 fez emergir desafios que não estavam contemplados nas melhores análises. "A recuperação em 'V' no segundo semestre de 2020 alimentou expectativas de que o setor automotivo vivenciaria exuberante recuperação no ano seguinte. O mercado projetava crescimento de 25% para produção de autoveículos em 2021, sendo que o ano fechou com expansão de somente 11,6%", aponta o relatório.

O documento credita o resultado frustrante ao descompasso

logístico global e às restrições produtivas para fornecimento de matérias-primas, commodities e componentes, principalmente semicondutores, conjuntamente com o encarecimento dos fretes marítimos, somados a aumento das restrições nas concessões de crédito, decorrente da elevação da taxa Selic e aumento da inadimplência das famílias.

"Em meio aos problemas e desafios mencionados, a frota brasileira logrou singelo crescimento de 0,7% em comparação ao ano anterior. Contabilizaram-se 46,6 milhões de unidades em circulação, entre automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus, contra 46,2 milhões em 2020. A frota de motocicletas se manteve estável (-0,1%), registrando-se cerca de 12,8 milhões de unidades em vias públicas", detalha o estudo.

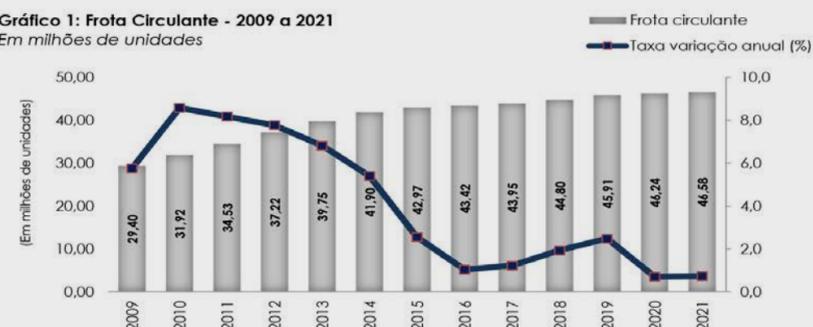
A relação entre a população residente e a frota circulante se manteve em 4,6 habitantes por veículo em 2021, abaixo da relação observada no início da década passada. Na comparação entre 2010 e 2020, essa relação declinou 1,5 ponto percentual, favorecida pelo período de auge do setor automotivo até 2013 e estagnada, a partir de 2016, por causa da desaceleração e crise.

Frota circulante (em unidades)<sup>1</sup>

Segmento	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Variação Anual (%)	
											20/19	21/20
Automóveis	30.898.766	32.992.248	34.712.948	35.621.014	35.996.611	36.430.823	37.098.282	37.970.401	38.149.197	38.235.585	0,5%	0,2%
Comerciais Leves	4.199.866	4.522.584	4.853.583	4.996.122	5.072.404	5.173.023	5.333.843	5.523.823	5.649.895	5.849.943	2,3%	3,5%
Caminhões	1.761.280	1.863.787	1.947.888	1.965.220	1.962.036	1.961.068	1.983.149	2.028.633	2.052.000	2.110.811	1,2%	2,9%
Ônibus	357.090	376.329	389.445	391.867	389.331	386.231	386.417	390.968	388.946	385.573	-0,5%	-0,9%
<b>Total Autoveículos</b>	<b>37.217.002</b>	<b>39.754.948</b>	<b>41.903.864</b>	<b>42.974.223</b>	<b>43.420.382</b>	<b>43.951.145</b>	<b>44.801.691</b>	<b>45.913.825</b>	<b>46.240.038</b>	<b>46.581.912</b>	<b>0,7%</b>	<b>0,7%</b>
Motocicletas	12.318.092	12.904.611	13.350.842	13.593.202	13.529.204	13.286.420	13.121.015	13.099.707	12.877.610	12.870.983	-1,7%	-0,1%
<b>Autoveículos + Motos</b>	<b>49.535.094</b>	<b>52.659.559</b>	<b>55.254.706</b>	<b>56.567.425</b>	<b>56.949.586</b>	<b>57.237.565</b>	<b>57.922.706</b>	<b>59.013.532</b>	<b>59.117.648</b>	<b>59.452.895</b>	<b>0,2%</b>	<b>0,2%</b>

Nota: 1. As frotas foram ajustadas conforme as informações agregadas de emplacamentos provenientes do Denatran.

Gráfico 1: Frota Circulante - 2009 a 2021  
Em milhões de unidades



Fonte: Sindipeças e Abipeças - Relatório da Frota Circulante 2022

## Campo Grande tem Morenã e Relógio Central. E agora, também tem Disape.

**+ de 60** fornecedores no portfólio.

Distribuidora de Autopeças

# »Disape

Acesse o site:

[www.disape.com.br](http://www.disape.com.br)  
 @disapedistribuidora  
 @disapedistribuidora

Faça contato com a gente: 0800 701 2060 / 67 2107-6420  
 Av. Dr. Olavo Vilella de Andrade, 827 - Vila Albuquerque



Idade média dos veículos brasileiros passa dos 10 anos

## Idade média da frota circulante

O Relatório do Sindipeças demonstrou que o processo de envelhecimento da frota brasileira teve continuidade em 2021. Além da idade média de 10 anos e 3 meses, o estudo apurou também que no período de 2013 a 2021 a frota ficou 1 ano de 10 meses mais velha.

“As possibilidades de reversão desse fenômeno dependem do aumento da taxa de crescimento das vendas de veículos novos vis a vis a taxa de sucateamento da frota existente e/ou de políticas públicas que exijam a retirada de circulação das unidades mais antigas, ou seja, de um programa de renovação

de frota. As discussões feitas pelo governo federal, entidades setoriais e transportadores de carga para estruturar um programa de reciclagem veicular, embora tragam como proposta que a primeira fase abranja caminhões, ônibus e implementos rodoviários, revelam-se uma excelente iniciativa para avançar na modernização e redução da idade média dos veículos no país. Em resposta à crise econômica provocada pela pandemia, várias nações definiram programas de incentivo para a comercialização de veículos elétricos e híbridos e a exclusão daqueles movidos à gasolina e diesel”, descreve o relatório.

### Idade Média da Frota de Veículos e Motos

Segmento	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Automóveis	8 anos e 6 meses	8 anos e 8 meses	8 anos e 11 meses	9 anos e 3 meses	9 anos e 6 meses	9 anos e 7 meses	9 anos e 10 meses	10 anos e 2 meses	10 anos e 5 meses
Comerciais Leves	7 anos e 3 meses	7 anos	7 anos e 3 meses	7 anos e 6 meses	7 anos e 9 meses	7 anos e 11 meses	8 anos e 2 meses	8 anos e 5 meses	8 anos e 7 meses
Caminhões	9 anos e 6 meses	9 anos e 7 meses	10 anos	10 anos e 6 meses	11 anos	11 anos e 4 meses	11 anos e 7 meses	11 anos e 7 meses	11 anos e 11 meses
Ônibus	8 anos e 11 meses	8 anos e 11 meses	9 anos e 3 meses	9 anos e 8 meses	10 anos e 1 mês	10 anos e 4 meses	10 anos e 7 meses	10 anos e 7 meses	11 anos e 1 mês
<b>Total</b>	<b>8 anos e 5 meses</b>	<b>8 anos e 6 meses</b>	<b>8 anos e 9 meses</b>	<b>9 anos e 1 mês</b>	<b>9 anos e 4 meses</b>	<b>9 anos e 6 meses</b>	<b>9 anos e 8 meses</b>	<b>10 anos</b>	<b>10 anos e 3 meses</b>
Motocicletas	5 anos e 8 meses	6 anos e 1 mês	6 anos e 5 meses	6 anos e 11 meses	7 anos e 4 meses	7 anos e 9 meses	8 anos	8 anos e 4 meses	8 anos e 5 meses

p = previsão da frota

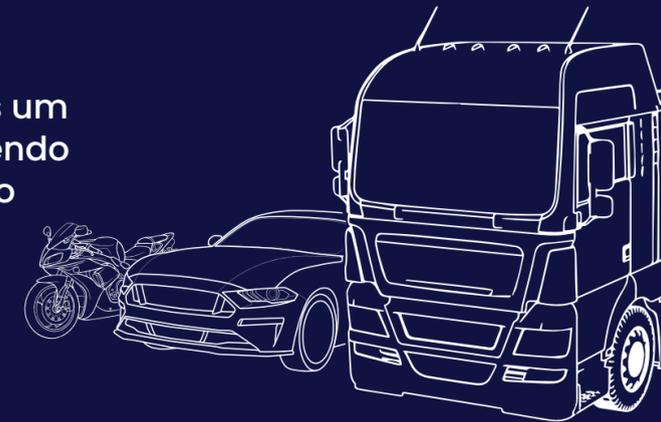
Fonte: Sindipeças e Abipeças - Relatório da Frota Circulante 2022

# AUTHOMIX

Qualidade Original

UM MIX DE SOLUÇÕES  
PARA SEU NEGÓCIO

A AuthoMix oferece aos seus clientes um portfólio com mais de **4.000 itens**, sendo uma excelente alternativa de negócio para o segmento de Autopeças (Leve e Pesada) e Motopeças.



### AUTOPEÇAS

ADITIVOS PARA RADIADORES	BIELETAS	BOMBAS D'ÁGUA	BRAÇOS OSCILANTES	CILINDROS DE RODA	COMPONENTES PARA FREIO	CRUZETAS	CUBOS DE RODA
DISCOS DE TACÓGRAFO	FILTROS	KITS DE AMORTECEDOR	KITS DE DISTRIBUIÇÃO	KITS DE REPARO DA JUNTA HOMOCINÉTICA	LÂMPADAS	METAL BORRACHA BUCHAS E COXINS	PALHETAS
PINOS E PONTAS DE EIXO	POLIAS, GUIAS E TENSIONADORES	REPAROS DE BOMBA D'ÁGUA	ROLAMENTOS	SAPATAS DE FREIO	SEMIEIXOS	TERMINAIS AXIAIS	TRIZETAS

### MOTOPEÇAS

CAIXAS DE DIREÇÃO	CÂMARA DE AR PARA MOTOCICLETAS	COXINS DE RELAÇÃO	KITS MOTOR DE MOTOCICLETA	LÂMPADAS	PASTILHAS DE FREIO	ROLAMENTOS



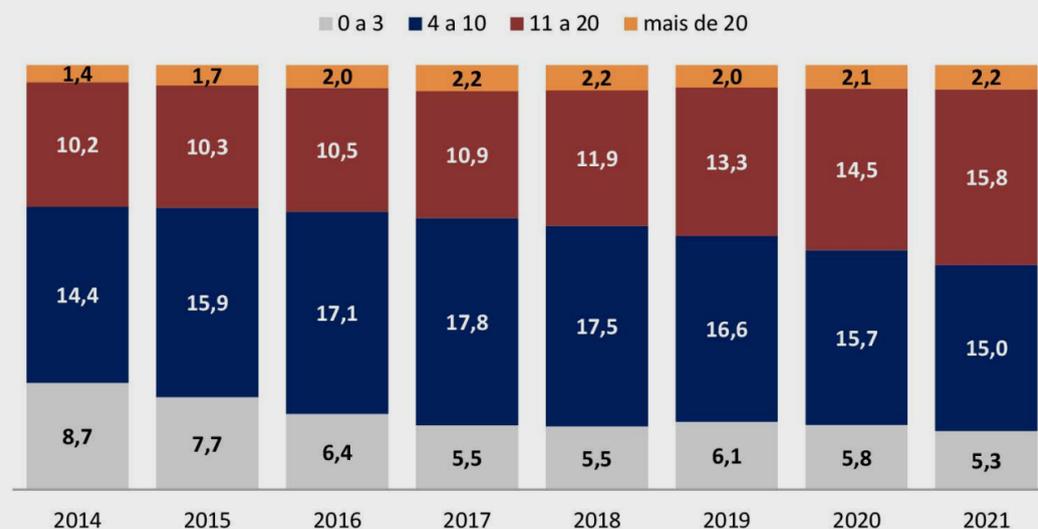
Acesse o site e confira  
**authomix.com.br**



A frota em circulação no Brasil compreendia pouco mais de 46,0 milhões de veículos em 2021. Desse volume, 24,2% apresentavam idade média de até 5 anos, compreendendo cerca de 11,3 milhões de veículos. Outros 57,4% – com contingente de 26,8 milhões –, entre 6 e 15 anos. Por fim, 18,3% com idade média acima de 16 anos (8,5 milhões de unidades). A frota de automóveis leves se manteve em patamar semelhante

ao de 2020, totalizando 38,2 milhões de unidades. Desse montante, 23,5% apresentavam idade média de até 5 anos, representada por 9,0 milhões de veículos; 57,1%, com idade entre 6 e 15 anos, conformava o maior grupo com 21,8 milhões. Os 19,4% restantes apresentaram idade média acima de 16 anos. Comparativamente a 2020, a frota de automóveis cresceu apenas 0,2%, estando marcada por nítido envelhecimento.

**Gráfico 5: Idade Média - Automóveis**  
em milhões



Fonte: Sindipeças e Abipeças - Relatório da Frota Circulante 2022



## São Paulo concentra 29% dos veículos em circulação

Os estados de São Paulo (29,1%), Minas Gerais (13,4%), Paraná (7,6%), Rio de Janeiro (7,2%) e Rio Grande do Sul (6,5%) abrigam em seus territórios 64% de todos os veículos em circulação no Brasil. Os 36% restantes se encontram distribuídos por 22 unidades da Federação, com participações que variam de 5,5% (Santa Catarina) a 0,19% (Roraima).

“O aumento da participação da frota habilitada em Minas Gerais e em outros estados parece exprimir o resultado de políticas tributárias

e tarifárias que objetivam incentivar o emplacamento nessas regiões. No caso da frota mineira, a participação subiu de 12,9% no ano anterior para 13,4% em 2021, sendo que em 2015 encontrava-se em 10,4%. Movimento congênere passou a ser notado em período recente com a decisão de alguns Estados de excluir os fabricantes de autopeças do regime de substituição tributária do ICMS. Santa Catarina, Espírito Santo e Minas Gerais já aderiram a essa prática”, justifica o Relatório divulgado pelo Sindipeças.

**Distribuição da frota nos estados**

Estado	Part. (%)	Estado	Part. (%)	Estado	Part. (%)
São Paulo	29,09%	Espírito Santo	1,98%	Sergipe	0,69%
Minas Gerais	13,36%	Mato Grosso	1,77%	Tocantins	0,53%
Paraná	7,56%	Pará	1,60%	Amapá	0,25%
Rio de Janeiro	7,16%	Mato Grosso do Sul	1,41%	Acre	0,23%
Rio Grande do Sul	6,51%	Maranhão	1,21%	Roraima	0,19%
Santa Catarina	5,49%	Rio Grande do Norte	1,11%		
Bahia	3,90%	Paraíba	1,07%	<b>Total geral</b>	<b>100%</b>
Goiás	3,40%	Amazonas	1,05%		
Distrito Federal	2,92%	Piauí	0,83%		
Pernambuco	2,85%	Alagoas	0,82%		
Ceará	2,25%	Rondônia	0,75%		

Fonte: Sindipeças e Abipeças - Relatório da Frota Circulante 2022





## Carros flex representam 72,7% da frota

A tendência de crescimento dos veículos movidos por motores multicomcombustíveis continuou em expansão no ano passado. Foram 72,7% ao mesmo tempo em que os carros exclusivamente a gasolina perderam mercado, passando de 17,4% em 2020 para 15,6% no ano passado. Como curiosidade, os veículos híbridos e/ou elétricos registraram 65,3

mil unidades em 2021, com participação de 0,1% em relação à frota total. O Sindipeças, no entanto, avalia que essa participação crescerá gradualmente conforme as montadoras forem colocando em prática os planos de extinção dos veículos movidos 100% por motores a combustão interna.

Gráfico 2 - Comparativo Combustíveis 1 - Maiores Participações  
(Automóveis; Comerciais Leves; Caminhões e Ônibus)

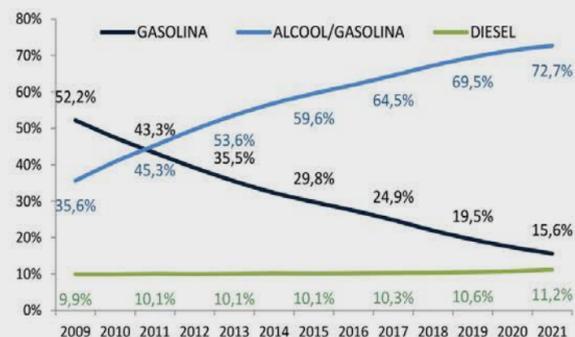
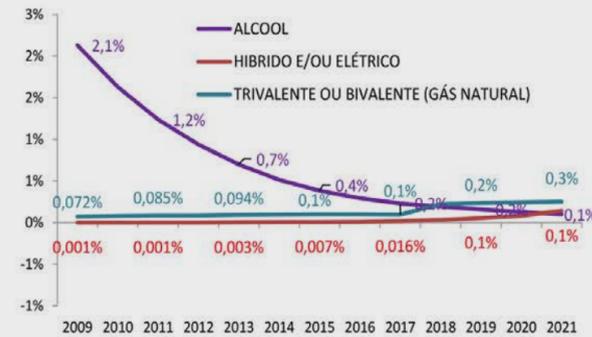


Gráfico 3 - Comparivo Combustíveis 2 - Menores Participações  
(Automóveis; Comerciais Leves; Caminhões e Ônibus)



## Novo som automotivo Multilaser transforma celular em multimídia



SmartLink é um aplicativo exclusivo compatível com Android e iOS

A Multilaser está lançando um novo sistema de som para automóveis no mercado brasileiro: o Evolve Connect. Entre seus recursos tecnológicos, vale destacar o SmartLink, um aplicativo exclusivo (compatível com Android e iOS), capaz de transformar o aparelho em uma central multimídia com o apoio de um smartphone. A partir desta conexão, o usuário tem uma visualização completa dos recursos do Evolve Connect por meio da tela do celular, podendo executar todos os comandos a partir desta tela. É possível, por exemplo, com poucos cliques, ou simplesmente via comando de voz, realizar chamadas telefônicas, se conectar com o GPS e checar mensagens, sempre de modo rápido e seguro.

## Cobreq lança pastilhas para a linha leve e kits para a linha moto

A Cobreq lança para o mercado de reposição, pastilhas de cerâmica, discos de embreagem e kit de cubo, platô e disco de embreagem, proporcionando mais possibilidades de manutenção nas oficinas, com maior cobertura da frota de veículos. Na linha de pastilhas cerâmicas para a linha leve, a novidade é para a Chevrolet Tracker turbo (código N-2095C) e Ford Fusion (código N-1786C). Recentemente a Cobreq lançou também dois códigos de pastilhas de freio (N-2102C e N-2104C) para o Fiat Pulse, com encaixe e desempenhos perfeitos. Para a linha moto, o lançamento são os dois kits de cubo, platô e disco de embreagem (códigos 0019-KE para motos Honda CG 160 Titan/Fan/Start e NXR 160 BROS e 0013-KE para Yamaha Fazer 250 E.D, XTZ 250 LANDER E.D e XTZ 250 Ténéré).



Novidades atendem modelos das marcas Chevrolet, Ford e Fiat

## ZF Aftermarket amplia portfólio de amortecedores TRW na reposição

A ZF Aftermarket amplia sua atual cobertura de amortecedores de suspensão para linha de veículos leves. Os novos produtos atenderão modelos das montadoras Chevrolet, Citroën, Fiat, Ford, Hyundai, Nissan, Renault, Toyota e Volkswagen.

# COMPRE COM QUEM VENDE QUALIDADE: **ROLES.**

## Por que comprar na Roles?

A resposta é fácil:  
pelo atendimento,  
pelo amplo portfólio  
de produtos, pelas  
melhores condições e  
pelo melhor preço,  
entre muitas outras  
vantagens.

## E por que utilizar o COMPRE ONLINE?

Pelos mesmos motivos,  
além da agilidade de  
comprar em qualquer  
hora e em qualquer lugar,  
consultar e acompanhar  
o estoque em tempo real,  
solicitar processos de  
garantia, e ainda, emitir  
a 2ª via do boleto.



**Roles. Porque juntos fazemos melhor,  
principalmente para você.**





# MAIORES & MELHORES em distribuição de autopeças REGIONAL

## Mercado ganha pesquisa Maiores e Melhores Regional

*Novo estudo do after.lab apura o desempenho dos distribuidores de autopeças com atuação local segundo a opinião dos varejistas de componentes para veículos leves*

O aftermarket automotivo está ganhando mais uma ferramenta inédita de avaliação das empresas de distribuição de autopeças, seguindo a tradição em pesquisas do grupo Novo Meio de comunicação.

Chegou a pesquisa Maiores e Melhores Regional, uma realização do after.lab que traz em sua essência a experiência de mais de 25 anos da pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças, que se tornou a referência de mercado na mensuração e avaliação do desempenho dos distribuidores de componentes automotivos pelos empresários dos varejos de autopeças, tanto em relação às categorias de produtos comercializadas quanto em relação aos serviços prestados ao mercado – que caracterizam o grupo Desempenho Empresarial.

Em função da dinâmica competitiva do mercado de reposição automotiva, os critérios de inclusão na pesquisa Maiores e Melhores em Distribuição de Autopeças incluem, dentre outros, a representatividade nacional que é identificada pela presença com pelo menos uma filial em cada região brasileira.

Mas é a partir da observação da realidade do mercado que nasce a Pesquisa Maiores e Melhores Regional, em que os distribuidores locais melhor classificados na etapa Nacional do estudo passam a ser a partir de agora avaliados pelos empresários do varejo de peças em suas praças locais, segundo os atributos de Desempenho Empresarial. Ou seja, nesta avaliação, os empresários são apresentados à relação dos finalistas regionais e avaliam o desempenho nos mesmos 21 atributos relativos à prestação de serviços da etapa Nacional (para detalhes ver Box Técnico).

Com este novo estudo, o Grupo Novo Meio mais uma vez sai na frente e antecipa as realidades e necessidade do mercado, oferecendo assim a correta avaliação e o justo reconhecimento dos principais distribuidores regionais.

Fique ligado! Em breve você vai conhecer a data do evento online em que serão revelados os vencedores da primeira pesquisa Maiores e Melhores Regionais.

## Conheça os finalistas da pesquisa Maiores e Melhores Regional

REGIÃO SUL	SUDESTE	REGIÃO NORTE	REGIÃO NORDESTE	REGIÃO CENTRO-OESTE
AUTO PRATENSE	AC ARAÚJO	CONAPE	AUTO NORTE	ATAG
DPS	BARROS	MELO	AUTOFORT	CASTRILLON
EMBREPAR	COMDIP	MILLANO	BEZERRA OLIVEIRA	COMANDO
ROLEMAR	COMPEL	PEMAZA	DAMPEÇAS	DK BORRACHAS
SCHERER	DISAPE	-	LIG PEÇAS	PECISTA
TOLI	G&B	-	MGR DISTRIBUIDORA	POLIFEÇAS
VESPOR	JAHU	-	PADRE CÍCERO	RENAVI

## Bem-vindo ao laboratório de inteligência do Aftermarket Automotivo.

O After.Lab é o núcleo de pesquisa e inteligência de mercado do grupo Novo Meio. Após 25 anos liderando estudos de grande relevância no setor, o After.Lab finalmente incorpora uma estrutura focada em pesquisas sob medida e consultoria de dados para indústrias, distribuidores, varejos e oficinas.

**Vamos fazer negócios mais inteligentes juntos?**

### BOX TÉCNICO

A Pesquisa Maiores e Melhores Regional (MMR) é realizada pelo **after.lab**, empresa de pesquisa e inteligência de mercado do Grupo Novo Meio. A partir da base de relacionamento do Novo Varejo Automotivo são escolhidos aleatoriamente 330 empresários por região brasileira, ponderada pelo percentual da frota circulante, que respondem a um questionário por telefone. Não há estímulo, sugestão ou premiação pela participação, que é feita de forma voluntária.

Os respondentes são inicialmente solicitados a avaliar o grau de importância, numa escala de 0 (nada importante) até 10 (muito importante), dos seguintes atributos: (1) qualidade das marcas comercializadas pelo distribuidor, (2) variedade de marcas comercializadas pelo distribuidor, (3) disponibilidade das marcas comercializadas pelo distribuidor, (4) atendimento do distribuidor, (5) entrega do distribuidor, (6) equipe de vendas do distribuidor, (7) apoio técnico oferecido pelo distribuidor, (8) política de garantia do distribuidor, (9) suporte promocional oferecido pelo distribuidor,

(10) a inovação apresentada pelo distribuidor, (11) evolução do distribuidor, (12) admiração pelo distribuidor, (13) frequência de compras com o distribuidor, (14) parceria do distribuidor com sua empresa, (15) confiança no distribuidor, (16) competência do distribuidor, (17) a comunicação do distribuidor, (18) o compromisso do distribuidor, (19) a legalidade do distribuidor, (20) a ética do distribuidor e (21) a transparência do distribuidor.

Em seguida é apresentada aos respondentes uma relação de distribuidores regionais e solicitado que indiquem, desta lista, quais os distribuidores de quem compra. Do rol elencado pelos respondentes é avaliado o desempenho de cada distribuidor em cada um dos atributos apresentados anteriormente. O vencedor é o distribuidor que apresenta a melhor média aritmética dentre o conjunto de respostas válidas.

O nível de confiança da amostra é de 95%, e o intervalo de confiança é de 5,25 pp (pontos percentuais), dentro das melhores práticas para este tipo de levantamento de dados.



# Mercado de carros históricos movimentada 32,6 bilhões por ano no Brasil

*Cada veículo antigo de coleção que roda no país representa um tíquete médio de mais de 13 mil em restauração e manutenção, gastos que superam 16 bilhões anuais*

No último feriado de Tiradentes, de 21 a 24 de abril, a cidade paulista de Águas de Lindoia recebeu um público estimado em 400 mil pessoas. Tamanha multidão se espremeu na charmosa estância turística por uma única razão: visitar a sétima edição do Encontro Brasileiro de Autos Antigos.

Para os menos atentos a este mercado, parece óbvio que o grande atrativo do evento – que é realizado anualmente, exceção feita ao período da pandemia – é a presença dos reluzentes carros de coleção que encantam com suas cores vibrantes e cromados reluzentes. Em 2022, nada menos do que 600 carros históricos expostos e um outro

tanto igualmente expressivo à venda saciaram a fome dos nostálgicos e saudosistas.

Mas não é apenas o desfile de clássicos que chama o público: milhares de pessoas se deslocam exclusivamente para garimpar no chamado 'mercado de pulgas'. É lá que a mágica da restauração ou simples manutenção de um carro antigo pode acontecer. São centenas e centenas de expositores oferecendo peças mecânicas, de lataria e acessórios para acabamento que podem fazer a diferença na conservação de um automóvel há décadas fora de linha. E quando aquela peça final para uma restauração 100% aparece, o céu é o limite do preço.

## EXPANSÃO

Sempre existiu um mercado de carros clássicos no Brasil. Nos últimos 30 anos ele vem crescendo de forma consistente. Porém, há cerca de uma década o segmento vem experimentando uma curva quase explosiva – e isso se reflete nos preços dos carros e das peças de reposição.

O esportivo brasileiro Dodge Charger R/T – que na década de 80 muitas vezes era trocado por televisores de 14 polegadas – hoje é encontrado por valores que partem dos 180 mil até 500 mil reais. Bem mais humilde, um Fusca Itamar da década de 1990 em bom estado pode valer até 65 mil reais. Um Opala duas portas seis

cilindros de qualquer ano não sai por menos de 85 mil reais. Mas não é só quem vende os carros que enche a carteira. A dificuldade em encontrar muitas das peças de reposição para restaurar e manter estes carros permite a este nicho fazer a alegria daqueles que perceberam o espaço para aplicar boas margens. E, ao contrário do que se pode imaginar, não é só de peças antigas que vive esse mercado. Ainda há, por parte da indústria, oportunidades de abastecer prateleiras dedicadas aos antigos. Mas, afinal, qual é o tamanho do mercado de antigos no Brasil? Ele é bem maior do que, provavelmente, você imagina.



# ACORDES PARA A VIDA

UMA REALIZAÇÃO INSTITUTO PEDRO MOLINA

## SONS E SENTIMENTOS SINGULARES

Um acorde é um conjunto harmônico de notas que tocadas ao mesmo tempo geram sons que podem ser consonantes ou dissonantes e são usados para dar estrutura para as músicas.

Assim como a humanidade se junta para a realização de coisas belas, a música agrega, através das suas notas, os sons mais fantásticos e suas vibrações nos arrebatam!

Você está convidado a conhecer um pouco mais sobre este conceito e celebrar na noite de 11 de junho em um espetáculo musical o primoroso legado de Pedro Molina. Uma convocação para quem está em sintonia com o compromisso de contribuir com os que servem a sua própria vida ao próximo.

O Instituto Pedro Molina, fundado em 2021, é inspirado e guiado por sua história, valores e atitudes praticadas em vida. Foi criado para apoiar projetos, participar de iniciativas ligadas a pesquisas científicas e levar conforto e apoio a pessoas acometidas por doenças neuromusculares.

No intuito de fomentar a captação de recursos para estimular e viabilizar a implementação de pesquisas e assistência médica de maneira autossustentável, e se apoiando no talento dos herdeiros desse legado, os netos e amigos de Pedro Molina, em parceria com o Centro Musical RMF, será realizado um concerto musical no espaço Tokio Marine Hall (Tom Brasil) em São Paulo.

Será uma noite de inspiração para todos que puderam testemunhar sua dedicação e que agora são convidados a ver bem de perto um pouco mais desse legado.

Seja bem vindo, traga a sua marca, a sua família, os seus amigos e o seu coração para se encher de emoção com os Acores para a Vida, através dos talentos de um legado deixado pelo marido, pai, avô, amigo e grande profissional Pedro Molina.

Prestigie essa noite de confraternização, reencontros e ajuda ao próximo.

**VENDAS DE INGRESSOS - CENTRO MUSICAL RMF - 11 5051 9400**

**INSTAGRAM - @INSTITUTOPEDROMOLINA**

**11 DE JUNHO DE 2022 - 20H30 - TOKIO MARINE HALL (TOM BRASIL)**

Apoio:



Delphi Technologies  
by BorgWarner





São cerca de 3,2 milhões de veículos com mais de 30 anos no país

# Pesquisa global revela o verdadeiro tamanho do antigomobilismo brasileiro

O mercado brasileiro de automóveis antigos movimenta anualmente estimados R\$ 32,6 bilhões em receitas diretas e indiretas. Os gastos diretos – que incluem serviços, manutenção, restauração, seguro, armazenamento e combustível – respondem por praticamente a metade deste imenso volume de dinheiro: R\$ 16,1 bilhões. A frota de veículos com mais de 30 anos – critério para um carro ser classificado como antigo – é estimada em 3,2 milhões de veículos – no entanto, nem todos podem ser considerados de coleção, a estimativa também contempla os carros velhos.

Os números foram trazidos pela Pesquisa Socioeconômica FIVA 2020/2021, divulgada em dezembro do ano passado pela FBVA – Federação Brasileira de Veículos Antigos, que integra a entidade mundial e tem uma cadeira na Câmara Temática de Assuntos Veiculares e Ambientais do Conselho Nacional de Trânsito, representando o setor frente ao Governo Federal. O estudo foi realizado pela consultoria britânica JDA com 55 mil entusiastas e proprietários de veículos antigos em todo o mundo, sendo 1.097 no Brasil. Os participantes da pesquisa foram solicitados a responder uma série de perguntas relacionadas a eles próprios e a seus veículos.

“Apesar da quantidade expressiva de veículos antigos no Brasil, podemos constatar que eles transitam quase que exclusivamente

para participar de eventos e possuem uma manutenção sempre em dia. Desta forma, eles não podem ser considerados vilões tanto na questão da poluição ambiental quanto em acidentes viários”, disse Roberto Suga, presidente do Conselho Consultivo da FBVA, por ocasião do anúncio dos resultados da pesquisa.

Os carros históricos que circulam no Brasil pertencem a 1,2 milhão de proprietários, pessoas de alto poder aquisitivo – segundo a pesquisa, o valor médio de cada automóvel é de R\$ 129 mil, sendo que as motos custam em média R\$ 34 mil. Os gastos diretos com manutenção, restauração e operação de cada veículo ficam na casa dos R\$ 13,4 mil por ano.

“Com os dados apresentados agora podemos constatar o tamanho e a relevância do mercado no setor antigomobilista brasileiro, que já se apresenta importante e crescente. Concluímos assim que a comunidade antigomobilista brasileira tem um potencial econômico importante, demonstrado através dos valores movimentados com a preservação de veículos antigos, potencial de consumo este que vai além das atividades específicas da preservação de veículos históricos. E que impacta em demais setores econômicos da sociedade além da cultura e do turismo”, finalizou Roberto Suga.

## NÚMEROS GERAIS DO ANTIGOMOBILISMO - BRASIL

- O levantamento mostrou as seguintes características gerais:
- Existem ao menos 3,2 milhões de veículos históricos (3% da frota de 108 mi de veículos);
  - Esses veículos pertencem a cerca de 1,2 milhão de colecionadores (média de 2,7 veículos por proprietário);
  - 79% dos colecionadores são associados a algum clube e 88% frequentam eventos de veículos históricos;
  - Em média, os proprietários ficam com seu veículo por 11 anos;
  - 4 em cada 10 veículos são das marcas VW e Chevrolet;
  - O veículo histórico percorre uma média de 779 km/ano, enquanto a motocicleta histórica percorre 361 km/ano;
  - Em média, um veículo histórico sai às ruas 18 vezes ao ano;
  - A idade média do antigomobilista brasileiro é de 52 anos.



FIVA JDA RESEARCH

## MERCADO ANTIGOMOBILISTA DADOS GLOBAIS

- O levantamento mostrou que o segmento do veículo histórico movimenta no Brasil:
- R\$ 16,1 bi em Gastos Diretos (incluem serviços, seguros, manutenção, restauração, armazenamento, combustível, etc.);
  - R\$ 12,3 bi em compra e venda de veículos históricos;
  - R\$ 3,5 bi em eventos de veículos históricos (incluem hotelaria, alimentação e inscrições/entradas);
  - R\$ 768 mi em Gastos Indiretos (incluem mensalidades de clubes, revistas especializadas, souvenirs, etc.);
  - Isso soma um mercado global de R\$ 32,6 bi por ano.



FIVA JDA RESEARCH

## MERCADO ANTIGOMOBILISTA MÉDIA DE GASTOS PER CAPITA

- O levantamento mostrou que proprietário de um veículo histórico gasta, em média:
- R\$ 13.400 por ano na restauração, manutenção e operação de seu(s) veiculo(s). Classificado como Gastos Diretos;
  - R\$ 2.900 na participação em eventos de veículos históricos (inscrição/entrada, hospedagem, alimentação, etc.);
  - R\$ 640 em outros itens relacionados ao seu interesse em veículos históricos, como mensalidades de clubes, revistas especializadas, souvenirs, etc.
  - Além de R\$ 10.250, que é o valor médio gasto na aquisição de veículos;
  - Isso soma uma despesa média total de R\$ 27.200 por proprietário, por ano.



FIVA JDA RESEARCH

## DEMAIS INFORMAÇÕES

- Apenas 3% dos veículos históricos se envolveram em algum tipo de acidente viário;
- 86% dos veículos históricos no Brasil são automóveis, 4% são motocicletas e 10% são outros (veículos militares, comerciais, agrícolas e demais veículos especiais);
- 87% dos veículos históricos são mantidos em sua originalidade, 13% receberam modificações;
- 77% dos veículos históricos estão licenciados e aptos a transitar;
- 10% estão impossibilitados de rodar por estarem passando por restauração;
- 45% dos colecionadores também possuem veículos entre 20 e 29 anos de fabricação (youngtimers).



FIVA JDA RESEARCH



Roberto Suga participou do Diálogo Automotivo, que você assiste na A.TV

### Saiba mais no Diálogo Automotivo

O Diálogo Automotivo, podcast da A.TV – o canal do mercado de reposição no Youtube – entrevistou o presidente do Conselho Consultivo da FBVA, Roberto Suga. Assista e conheça mais detalhes sobre este rico mercado inserido em um crescente nicho do Aftermarket Automotivo. Acesse <https://www.youtube.com/c/ATVmidia> e confira a programação da A.TV, que tem novidade todos os dias.

## Carburadores ainda equipam 2,5 milhões de veículos

Desde meados da década de 90 do século passado todos os carros fabricados no Brasil são equipados com sistema de injeção eletrônica de combustível. Mas isso não quer dizer que ainda não haja um bom mercado para quem trabalha com carburadores – inclusive nas oficinas mecânicas, já que é cada vez mais difícil encontrar profissionais capazes de realizar a manutenção e regulagem destes componentes.

Em entrevista ao programa Diálogo Automotivo, da A.TV – o canal de conteúdo em vídeo do aftermarket automotivo no Youtube ([youtube.com/c/ATVmidia](https://www.youtube.com/c/ATVmidia)) – o diretor da Urba Brosol, Luís Tocci estimou que a frota carburada circulante no Brasil responde por aproximadamente 2,5 milhões de veículos e os carros de coleção têm participação importante neste nicho. “Carburador é interessante. Antigamente você tinha o proprietário do veículo, que usava o carro, e depois entrou a moda no Brasil dos restauradores. É um mercado novo, que está indo muito bem. É um mercado ainda interessante”.

Outro ganho para a Brosol no caso dos carburadores está na exportação. “O mercado americano de veículo com motor a ar é um nicho, só que nos Estados Unidos tudo é gigante. Então, a nossa produção ainda conta com volumes bem atrativos, lógico que não nos mesmos níveis do passado”.

Segundo Tocci, a rede de distribuição da marca tem regularidade de compra e estoca os carburadores. “Às vezes falta um modelo ou outro, mas não é sempre por culpa dos distribuidores. Se você pegar um carburador 2E ou 3E aí são mais de 600 componentes, então para produzir é mais complexo, leva um pouco mais de tempo. E para vender também demora mais, então o estoque deles é menor, mas eles nos apoiam muito nisso”.

O diretor da Urba Brosol conta que a maior demanda por carburadores está relacionada mesmo aos motores Volkswagen a ar, que no Brasil equiparam modelos como Fusca, Kombi, Brasília, Variant, Karmann Ghia, TL, SP2 e os primeiros Gol, entre outros.



Maior demanda se concentra nos motores VW refrigerados a ar

## Linha para clássicos representa até 8% do faturamento da Ardeb

Fabricante de faróis e lanternas, componentes que ficam expostos às colisões traseiras e dianteiras, a Ardeb há algum tempo lançou a Linha Clássicos, específica para veículos nacionais mais antigos. Gustavo Souza, gerente de Marketing e Comercial, conversou com a reportagem do Novo Varejo e avaliou o retorno da iniciativa.

**Novo Varejo - Qual foi a motivação da Ardeb para oferecer uma linha de produtos destinada a carros nacionais antigos?**

**Gustavo Souza** - A Ardeb sempre permaneceu na liderança do mercado de iluminação automotivo brasileiro e sempre valorizou a paixão do brasileiro pelo automóvel e sua originalidade. Realizamos um trabalho de modernização dos ferramentais com o intuito de ofertar peças de qualidade para veículos mais antigos e clientes exigentes.

**NV - Quais são os principais itens disponíveis e os mais procurados do portfólio?**

**GS** - Faróis, faróis auxiliares de neblina e lanternas. Até pelo parque circulante mais importante, as linhas VW Gol, Voyage, Parati e Saveiro são as mais procuradas.

**NV - Qual é a avaliação da empresa sobre os resultados obtidos com essa iniciativa?**

**GS** - É uma linha específica para os veículos da época, mas que complementa o já amplo portfólio para o mercado de reposição, garantindo excelente cobertura da frota circulante.

**NV - De que forma a rede de distribuição e o varejo receberam a iniciativa?**

**GS** - A rede de distribuição acompanha as necessidades do mercado em que está inserida, por isso, dependendo da região e o tipo de frota predominante há um interesse ainda mais importante na Linha Clássicos.

**NV - Qual é a participação em vendas dessa linha de produtos no total da Ardeb para o mercado de reposição?**

**GS** - Atualmente, ainda é um percentual baixo, em torno de 6% a 8%, porém acreditamos que possa chegar a 10% do total.

**NV - Em termos de lucratividade, o que esses produtos representam em relação aos itens oferecidos na reposição para os carros novos?**

**GS** - Estes itens não são os mais lucrativos, porém têm um papel de complementar o portfólio e ofertar peças originais para uma fatia de mercado em que muitas vezes só tem como alternativa peças paralelas e de baixa qualidade.

**NV - Existe intenção de ampliar o portfólio?**

**GS** - Temos portfólio bem extenso para modelos, por exemplo, como Fusca, Brasília, Verona, Apollo, Escort XR3, Escort Hobby, Opala, D20, S10, Blazer, Santana, Elba, Premio, Vectra, Marajó, Chevette Monza, Kadett, Gol, Corsa e caminhões Agrale, Mercedes-Benz e GM.



Portfólio atende uma gama considerável de carros antigos nacionais





Ranieri Leitão é presidente do Sincopeças Brasil

## Sincopeças Brasil discute pauta do varejo para segundo semestre

Para além da exposição de novos produtos e serviços das marcas para o aftermarket, o retorno dos eventos presenciais do segmento tem no fortalecimento do relacionamento interpessoal uma de suas principais contribuições.

Na Autopar 2022 – feira realizada em maio no Paraná – esta perspectiva dos eventos presenciais como grandes fóruns de discussão foi reforçada pela reunião do Sincopeças Brasil.

Recepcionados pela diretoria do Sincopeças (PR), 25 executivos ligados à principal entidade representativa do varejo de autopeças nacional aproveitaram a ocasião para discutir as principais pautas para o segundo semestre de 2022.

De acordo com Ranieri Leitão, seu presidente nacional, a nova norma ABNT para os vendedores de autopeças esteve no centro das pautas discutidas pelos executivos dos Sincopeças na ocasião. “Discutimos diversos aspectos desta norma inédita. Planejamos, por exemplo, um curso a distância para capacitação dos vendedores do nosso varejo, bem como avançamos no debate em relação à criação de um certificado para estes profissionais junto ao Instituto da Qualidade Automotiva (IQA)”, relatou Leitão.

Além dos assuntos ligados aos nossos vendedores, a reunião do Sincopeças Nacional tratou ainda de temas como a criação de um site da entidade cujo objetivo principal é dar publicidade às ações de seus diversos braços regionais e ainda mais transparência à atuação da entidade como um todo.

Leitão contou que a ocasião avançou no detalhamento da elaboração do 1º anuário do Comércio de Autopeças do Brasil – documento que, segundo ele, deverá ser lançado na Autopar 2022.

## Controil faz 65 anos e comemora expansão dos negócios

A Controil, fabricante de componentes para freios hidráulicos e polímeros que faz parte da Fras-le, completa 65 anos de atuação no mercado brasileiro com perspectivas de expansão de negócios para os próximos anos.

A empresa recebeu investimentos em sua planta, localizada em São Leopoldo (RS), nos últimos anos, para implantação de modernos e eficientes sistemas de automação em operações que possibilitam ganhos em processos produtivos e agilidade no desenvolvimento de novos produtos, bem como garantia da qualidade e conformidade dos mesmos.

Outra inovação da empresa é o catálogo eletrônico para consulta no Autoexperts, permitindo assim que os clientes tenham a informação de aplicação de produto sempre em tempo real,

com identificação, inclusive, pela placa do veículo. “A partir da introdução do freio ABS, o cilindro mestre sofreu uma evolução técnica importante, tendo uma concepção muito mais complexa, assim como os cilindros de roda e de embreagem tiveram modificações em termos de tecnologia e a Controil vem acompanhando todas essas inovações nos produtos”, explica Marcos Afonso Crema Lovatto, Gerente Unidade Controil, que lidera todas essas mudanças na fábrica.

Para celebrar o aniversário de 65 anos em um momento tão promissor que a empresa vive, além do selo alusivo à data comemorativa e outros materiais de comunicação, estão programadas comemorações com colaboradores, clientes e fornecedores.



### Um pouco de história

- 1957 – É fundada a Metalúrgica Industrial para fabricação de kits de reparo para freio
- 1989 - Início da produção de cilindros de roda para caminhões e nova sede
- 2000 - Início da produção de cilindros de embreagem, servo freio e de mangueiras injetadas
- 2004 – Começa a comercialização para montadoras, implantação de centro tecnológico e recebe certificações ISO/TS 16949 e ISO 9001/2000
- 2012 – É adquirida pelo Grupo Fras-le das Empresas Randon
- 2018 – Investimentos com a implantação de novos equipamentos e automação de processos em manufatura

Com investimentos robustos nos últimos anos na fábrica, empresa obteve ganhos em escala de produtividade e também em desenvolvimento de novos itens



## Cresce interesse dos consumidores pelo carro elétrico

*Pesquisa global divulgada pela Ernst & Young revela também que consumidores estão rodando menos com os veículos*

Os últimos dois anos foram marcados por muitas transformações nos hábitos dos consumidores e a mobilidade foi um dos setores impactados pelas medidas de controle da pandemia da covid-19. A estas mudanças somam-se transformações que já vinham acontecendo, porém em menor velocidade, buscando modelos mais sustentáveis de transporte.

Agora o cenário parece entrar em um momento de estabilização – por muitos chamado de pós-pandemia, ainda que em alguns países o aumento do número de casos não permita cravar que a crise acabou – e é hora de recolher os cacos e enxergar com mais clareza o ponto em que chegamos.

Diferentes estudos têm sido apresentados para identificar a nova realidade e as novas tendências mais de dois anos após o início da maior turbulência dos últimos 75 anos.

Um deles foi recentemente divulgado pela Ernst & Young: trata-se da pesquisa EY Mobility Consumer Index (MCI) 2022, que apurou que os deslocamentos realizados pelos consumidores continuam menores que nos tempos pré-Covid-19 ao mesmo tempo em que o interesse pelo carro próprio – e os veículos elétricos (EVs) em particular – está crescendo fortemente.

O estudo foi realizado com quase 13.000 consumidores em 18 países – infelizmente o Brasil ficou de fora, o que não é exatamente uma novidade – e rastreou os padrões de mobilidade do consumidor e as intenções de compra desde o início da pandemia em 2020.

### TRANSPORTE

O número de consumidores que dizem que o acesso constante a um carro pessoal é muito importante aumentou e, pela primeira vez, mais da metade dos pesquisados, 52%, que pretendem comprar um carro dizem que a preferência será por um veículo totalmente elétrico, híbrido plug-in ou híbrido. Por outro lado, conforme revela o estudo da EY, os consumidores continuam evitando o transporte público sempre que possível – a utilização de veículos coletivos permanece em níveis inferiores aos registrados em 2020.

O sentimento do consumidor em relação à mobilidade compartilhada (carona, compartilhamento de carros e aluguel de carros) – prossegue o estudo –, que estava em franca ascensão no período que antecedeu a pandemia, também foi afetado pela crise sanitária. As viagens caíram 11% na América do Norte e 4% globalmente, resultado das precauções com higiene e em parte pelo aumento dos custos de viagem e disponibilidade reduzida.

E o crescimento do home office – assunto também tratado neste Novo Varejo – é outro fator a contribuir com a redução do número de deslocamentos. A pesquisa mostra que as jornadas mensais de trabalho dos dois modos mais populares – transporte público e carro – caíram 15% e 11%, respectivamente. O aluguel de carros é o único modo de transporte que mostra um aumento nos níveis pré-covid-19 de viagens relacionadas ao trabalho, com crescimento de 5% em 2022.

## Consumidor quer carro próprio

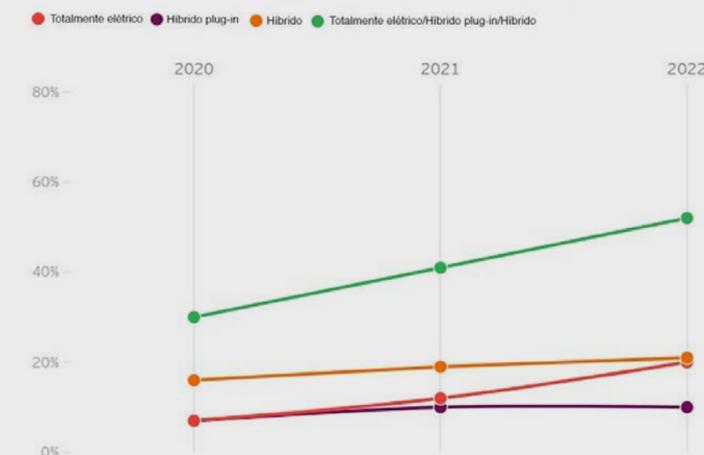
Se antes da pandemia a conversão do carro de produto para serviço era um debate forte, agora o interesse do consumidor pelo carro próprio vem crescendo em razão das vantagens que oferece contra contaminações.

A pesquisa EY Mobility Consumer Index (MCI) 2022 mostra que 63% dos consumidores dizem que o acesso constante a um carro pessoal é importante para eles, acima dos 57% em 2021. Em uma escala móvel onde o carro particular é considerado o modo mais seguro e higiênico, o transporte público é representado como o menos e a mobilidade compartilhada, como táxis e opções de carona, ocupam o meio-termo.

Como resultado desta tendência, o número de pessoas que planejam comprar um carro está aumentando: 45% dos consumidores dizem que pretendem comprar um carro nos próximos 24 meses, um aumento de 12% em relação à pesquisa de 2020. Quase dois terços deles (63%) pretendem comprar nos próximos 12 meses. E a maioria quer um carro novo: 32% contra 12% que pretendem comprar usado.

E nesta intenção de compra se destacam os carros elétricos. Pela primeira vez, mais da metade dos consumidores, 52%, que pretendem comprar um carro nos próximos 24 meses dizem que escolherão um veículo elétrico ou híbrido. Isso representa um aumento de 11% em relação

a 2021 e 22% em 2020. A crescente confiança do consumidor na tecnologia também se reflete no salto na preferência por veículos totalmente elétricos, de 7% em 2020 para 20% em 2022.



Fonte: Pesquisa EY Mobility Consumer Index (MCI) 2022



**a.TV**

## A.TV NEWS

Um jornal com duas edições semanais para abastecer o mercado com as informações mais importantes do momento

**HOST:** DREISSE OLIVEIRA

## DIÁLOGO AUTOMOTIVO

Um bate-papo com personalidades ligadas direta e indiretamente ao universo automotivo

**HOST:** CLAUDIO MILAN

## ANÁLISE

Programa analítico com dados colhidos pelo After.Lab

**HOST:** MARCELO GABRIEL

## FATOS AUTOMOTIVOS

Programa mais descontraído, com diversas curiosidades e histórias relacionadas ao carro.

**HOST:** EDUARDO MELLO

## SEJA BEM-VINDO

À TV DO AFTERMARKET AUTOMOTIVO



**YOUTUBE.COM/ATVMIDIA**

Vídeos todos os dias para informar, reportar e entreter o mercado de reposição em todos os seus elos.

POWERED BY  
**NMP**



## Trabalho remoto é viável para 20,4 milhões brasileiros

*Número representa 24,1% dos ocupados e corresponde a cerca de 40% dos rendimentos totais*

A aceleração brusca do trabalho remoto – também comumente chamado de home office – foi uma das primeiras consequências do isolamento social decorrente da pandemia do novo coronavírus, no Brasil a partir de março de 2020.

No período mais crítico em que as pessoas ficaram em casa, a circulação de carros particulares foi naturalmente reduzida, situação que impactou o aftermarket automotivo, que depende essencialmente de carros na rua.

A flexibilização e posterior extinção das medidas de isolamento social, situação que vivemos hoje, reverteu o quadro e já há algum tempo os congestionamentos voltaram às metrópoles brasileiras.

No entanto, muitos hábitos adquiridos durante a pandemia vieram para ficar. Um deles é a maior utilização do comércio eletrônico para realizar compras que antes eram presenciais para muitas pessoas, como, por exemplo, nos supermercados. Outro procedimento que ganhou espaço foi o trabalho remoto, que foi adotado em definitivo por um grande número de empresas, inclusive multinacionais que atuam no Brasil. E este novo hábito pode trazer futuras consequências para o mercado de reposição na medida em que recolhe os carros às garagens.

### POTENCIAL

Mas, afinal, quantas pessoas podem aderir a esta prática de sucesso já comprovado no país? A resposta está na pesquisa divulgada na última semana de maio pelo Instituto de Pesquisa

Econômica Aplicada. De acordo com a análise, cerca de 20,4 milhões de pessoas encontram-se em ocupações passíveis de serem realizadas de forma remota, o que representa 24,1% do total de pessoas ocupadas no mercado de trabalho brasileiro no horizonte da pesquisa.

O estudo mostrou que há um predomínio nas ocupações potenciais de trabalho remoto entre mulheres (58,3%), pessoas brancas (60%), com nível superior completo (62,6%) e na faixa etária entre 20 e 49 anos (71,8%). Mais da metade desses trabalhadores em teletrabalho potencial encontra-se na região Sudeste (que tem o maior percentual, 27,7%), seguida pela região Sul, com 25,7%, e Centro-Oeste, com 23,5%. Nas regiões Norte e Nordeste, o patamar é inferior, respectivamente de 17,4% e 18,5%.

Embora as pessoas em ocupações com potencial de serem realizadas de forma remota representem 24,1% da força de trabalho, esses trabalhadores são responsáveis por 40,4% da massa de rendimentos total. O recorte por região mostrou que a maior contribuição para esse montante vem da região Sudeste, puxada principalmente pelo estado de São Paulo, que tem 47,6% do total de rendimentos efetivos gerados por pessoas em teletrabalho potencial.

O contingente e o percentual de teletrabalho potencial no Brasil urbano supera o do Brasil rural. Ainda assim, haveria cerca de 650 mil pessoas em teletrabalho potencial no campo, o que corresponde a 6,4% do total de ocupados na zona rural.

### Pessoas ocupadas na zona urbana e rural de cada macrorregião

Região	Número potencial de pessoas em teletrabalho na zona urbana	Potencial de teletrabalho na zona urbana (%)	Número potencial de pessoas em teletrabalho na zona rural	Potencial de teletrabalho na zona rural (%)	Ranking de teletrabalho na zona rural	Ranking de teletrabalho na zona urbana
Sudeste	10.289.267	29,2	175.492	7,0	1	1
Sul	3.440.485	29,0	125.794	6,2	3	2
Centro-Oeste	1.666.696	25,5	38.524	5,4	4	3
Nordeste	3.275.343	21,2	243.981	6,7	2	4
Norte	1.139.845	20,5	68.609	4,9	5	5

Fonte: PNAD Contínua/IBGE – 1 tri/2021  
Elaboração: Os autores

### Região metropolitana de Florianópolis se destaca acima da média nacional

O Sudeste conta com o maior percentual de pessoas ocupadas potencialmente em home office em ambas as zonas (29,2% urbana e 7% rural). Em contrapartida, a região Norte, cujo contingente de teletrabalho potencial nas zonas urbana e rural corresponde a, respectivamente, 20,5% e 4,9% do total de ocupados, está no outro extremo. A região Nordeste, que apresenta o quarto maior percentual de teletrabalho potencial na zona urbana (21,2%), salta para a segunda colocação quando se observa a zona rural (6,7%).

O recorte por unidade federativa mostra que, enquanto o Distrito Federal apresenta teletrabalho potencial de 37,8%, no Pará esse percentual cai para menos da metade (15,3%). Em

todas as unidades federativas, as mulheres são maioria no teletrabalho potencial. Esse resultado é mais acentuado em Roraima, Maranhão e Piauí, onde essa participação oscila entre 64% a 66%. Por sua vez, Amapá, Santa Catarina e Ceará são os estados com resultados mais equilibrados – participação feminina variando de 52% a 54%.

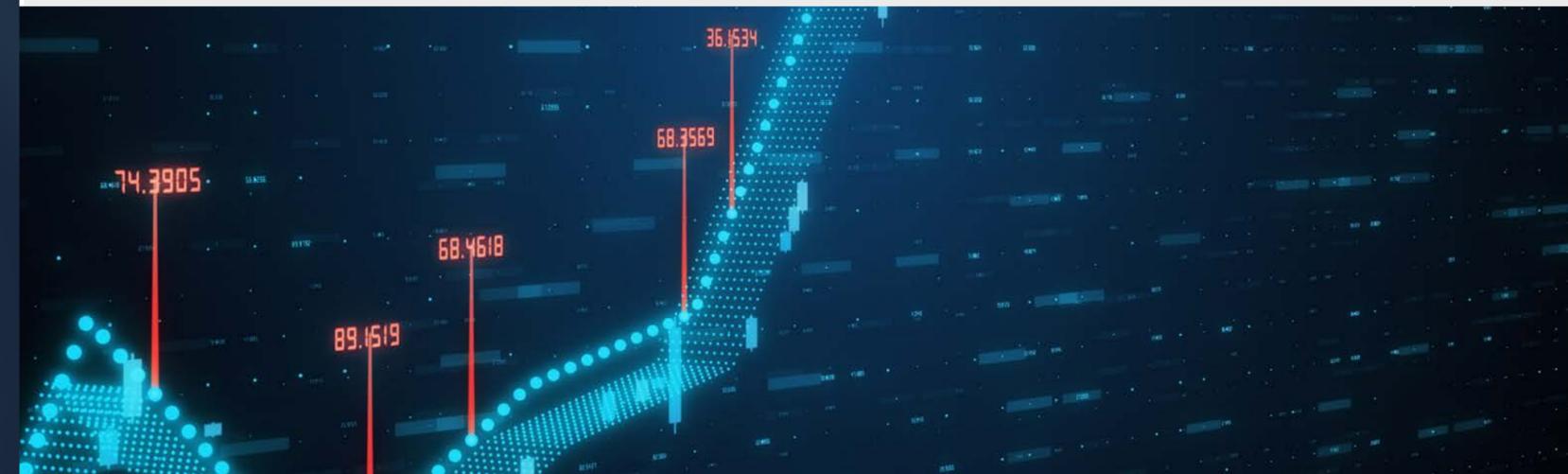
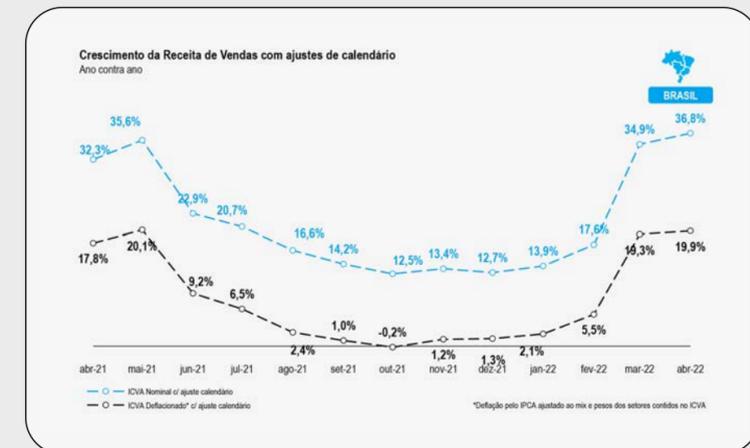
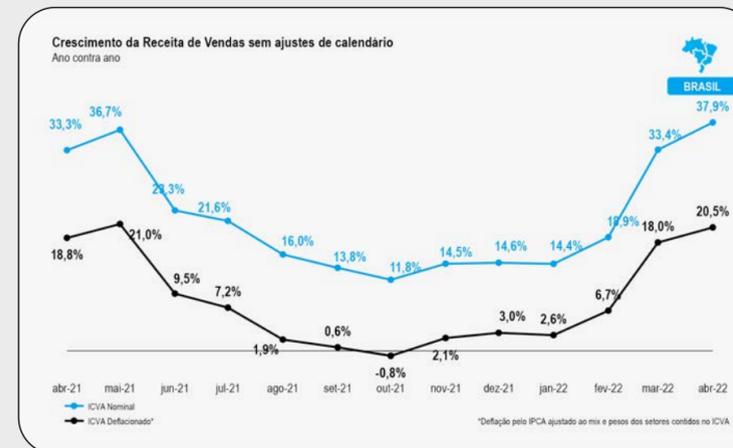
Ao analisar as regiões metropolitanas do país, a que mais se destaca é a de Florianópolis, com cerca de 40,4% das pessoas ocupadas em regime potencial de teletrabalho, apesar de Santa Catarina ser apenas o quinto estado no ranking de teletrabalho potencial, com 25,4% das vagas de trabalho.

# Vendas no Varejo crescem 20,5% em abril

Comércio operou com menos restrições comparado a abril do ano passado, mostra o ICVA. É o sexto mês seguido de alta

As vendas no Varejo em abril de 2022 cresceram 20,5%, descontada a inflação, em comparação com igual mês de 2021. Em termos nominais, que espelham a receita de vendas observadas pelo varejista, o Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA) apresentou alta de 37,9%. Assim como em meses anteriores, o crescimento significativo está associado à base comparativa. Em abril do ano passado, o comércio foi impactado por medidas de isolamento, fruto da pandemia da covid-19. Efeitos de calendário também beneficiaram o índice. Houve um sábado a mais, dia de forte comércio, e uma quinta-feira a menos, dia em que as vendas

costumam ser mais fracas que aos finais de semana, em relação a abril do ano passado. Os efeitos das mudanças dos feriados de abril – Páscoa e Tiradentes – contribuíram para resultados mais positivos em abril de 2022. Na opinião de Pedro Lippi, Head de Inteligência, da Cielo, o comércio segue apresentando sinais de recuperação. “Abril marcou o sexto mês seguido de crescimento nas vendas. Esse quadro está associado a um comércio com menos portas fechadas. A alta dos preços também influenciou no índice nominal. Os setores de serviços continuam puxando a retomada”, diz.



## INFLAÇÃO

O Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), apurado pelo IBGE, apontou alta de 11,3% no acumulado dos últimos 12 meses, com alta de 1,62% em março. O preço da gasolina, que subiu 6,95%, foi o que mais impactou o índice. Ao ponderar o IPCA pelos setores e pesos do ICVA, a inflação no varejo ampliado foi de 13,03% em março, acelerando em relação ao índice registrado no mês anterior.

## SETORES

Descontada a inflação e com o ajuste de calendário, os macrossetores de Bens Duráveis e Semiduráveis e de Serviços registraram aceleração nas vendas em relação a fevereiro. Já Bens Não Duráveis sofreu desaceleração. O destaque no macrossetor de Bens Duráveis e Semiduráveis foi o segmento de Vestuário.

No macrossetor de Bens Não Duráveis, um dos segmentos que mais colaboraram para a aceleração foi Turismo e Transportes. Já o macrossetor de Bens Não Duráveis, que desacelerou, foi impactado negativamente pelo segmento de Drogarias e Farmácias.

## REGIÕES

De acordo com o ICVA deflacionado e com ajuste de calendário, todas as regiões apresentaram crescimento em relação a março do ano passado. A região Sul registrou alta de 24,1%, seguida da região Centro-Oeste (+24,0%), Norte (+20,3%), Nordeste (+19,4%) e Sudeste (+18,2%). Segundo o ICVA nominal com ajuste de calendário na comparação com março de 2021, as vendas na região Centro-Oeste cresceram 39,1%, seguida da região Sul (+38,2%), Nordeste (+36,0%), Sudeste (+33,3%) e Norte (+31,5%).

## TRIMESTRE

As vendas no primeiro trimestre de 2022, descontada a inflação e sem ajustes de calendário, registraram alta de 8,8% ante igual período do ano passado. Em termos nominais, também sem efeitos de calendário, o crescimento foi de 21,9%.

### ENTENDA O ÍNDICE

**ICVA Nominal** – Indica o crescimento da receita nominal de vendas no varejo ampliado do período, comparando com o mesmo período do ano anterior. Reflete o que o varejista de fato observa nas suas vendas.

**ICVA Deflacionado** – ICVA Nominal descontado da inflação. Para isso, é utilizado um deflator que é calculado a partir do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), apurado pelo IBGE, ajustado ao mix e pesos dos setores contidos no ICVA. Reflete o crescimento real do varejo, sem a contribuição do aumento de preços.

**ICVA Nominal/Deflacionado com ajuste calendário** – ICVA sem os efeitos de calendário que impactam determinado mês/período, quando comparado com o mesmo mês/período do ano anterior. Reflete como está o ritmo do crescimento, permitindo observar acelerações e desacelerações do índice.

## Índice de Expansão do Comércio registra alta de 47% em maio

O Índice de Expansão do Comércio (IEC) – indicador da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) que mede a intenção dos empresários de expandir os negócios – registrou alta de 47% em maio, quando comparado ao mesmo período do ano passado. Por trás do resultado está a base bastante fragilizada de comparação, já que, há um ano, o cenário era ainda mais desafiador graças aos impactos da pandemia de covid-19 na economia.

Em comparação a abril, houve crescimento de 4,4% – chegando a 117,1 pontos. O que mais influenciou o resultado mensal foi o subíndice Nível de Investimentos das Empresas, com alta de 5,6%, passando de 98,1 pontos, no mês anterior, para os atuais 103,5. O subíndice que mede as Expectativas para Contratação de Funcionários subiu 3,6%, registrando 130,6 pontos. Na comparação interanual, o nível de investimentos e as perspectivas quanto às contratações demonstraram crescimentos de 72,5% e 31,6%, respectivamente.

Embora os impactos dos transtornos causados pela falta de abastecimento de insumos e matérias-primas no comércio ainda estejam presentes, o Índice de Estoques registrou, na passagem de abril para maio, 122,9 pontos – o melhor resultado desde dezembro de 2019 (124,3 pontos). Aparentemente, os empresários estão contando com um estoque maior. Assim, para aumentar as receitas, parecem mais propensos a investir em ações que vão ajudar a reduzi-los – por exemplo, a contratação de novos funcionários, entre outras iniciativas –, diante da contração do consumo provocada pela inflação.

A normalização das atividades após maior contenção da variante ômicron e mais equilíbrio no nível de estocagem no comércio sinalizaram, também, uma melhora discreta da confiança dos comerciantes. Contudo, inflação, juros elevados e todas as incertezas na economia limitam a recuperação da confiança no curto prazo. Desta forma, estas variáveis continuam imprimindo um cenário desafiador para o empresariado e tem se mostrado mais relevante do que as consequências do desabastecimento na cadeia de insumos.

O Índice de Confiança do Empresário do Comércio (ICEC) cresceu 2,3%, em maio, na comparação com abril, apontando 117,5 pontos. Na comparação anual, a alta é de 40,2%. O ICAEC, subíndice que avalia as condições atuais do comércio, obteve alta de 4,4% e registrou 100,4 pontos. O IECEC, que mensura a expectativa dos gestores, caiu 0,3%, chegando a 145,3 pontos. Já a última variável que compõe o indicador, o índice de investimento (IIEC) subiu 4%, passando para 106,8 pontos em maio. Na base de comparação anual, os três quesitos registraram crescimento: o primeiro avançou 88%; o segundo, 22,5%; e o terceiro, 34,4%.

Em maio, o Índice de Estoques (IE) avançou 2,3%. Em relação ao mesmo período do ano passado, o indicador cresceu 24%. A proporção dos empresários que consideravam a situação dos estoques adequada subiu 1,6 pontos percentuais (p.p.): de 59,4%, em abril, para os atuais 61%. Aqueles que relataram que a situação estava inadequada acima do desejado caiu 1,9 p.p. – passando de 27,9%, no mês anterior, para 26,1%.

### PRINCIPAIS NÚMEROS DOS INDICADORES EM MAIO

#### Índice de Confiança do Empresário do Comércio (ICEC)

Pontuação	Variação(abr/mai)	Variação (mai'21 – mai'22)
117,5	2,3%	40,2%

#### Índice de Expansão do Comércio (IEC)

Pontuação	Variação(abr/mai)	Variação (mai'21 – mai'22)
117,1	4,4%	47,0%

#### Índice de Estoques (IE)

Pontuação	Variação(abr/mai)	Variação (mai'21 – mai'22)
122,9	2,3%	24,0%



## Uso de tecnologia cresce na gestão das frotas

*Estudo da CNT mostra também que o combustível foi citado por 81,5% dos entrevistados como gasto de maior impacto, enquanto a manutenção dos veículos foi lembrada por 3,0% dos empresários*

A CNT – Confederação Nacional dos Transportes divulgou resultados de uma nova pesquisa elaborada com o objetivo de apresentar o perfil empresarial do segmento do transporte rodoviário de cargas (TRC) no Brasil, caracterizando os elementos componentes da sua gestão e operação. O estudo também identificou os entraves enfrentados pelas empresas. Para a consolidação do trabalho, que teve abrangência nacional, foram validadas 464 entrevistas com empresários do transporte rodoviário de cargas.

Uma das principais conclusões apresentadas diz respeito à importância da tecnologia para o aprimoramento das transportadoras, bem como sua crescente participação em diferentes setores, proporcionando integração, agilidade e aumentando a lucratividade das operações, bem como a redução dos custos de manutenção.

“O relatório mostrou como o perfil de gestão nas empresas tem mudado nos últimos anos e como os sistemas inteligentes de gestão têm sido um dos principais fatores na sobrevivência

dessas empresas”, diz Paulo Raymundi, CEO da Gestran, empresa curitibana que desenvolve ERP e softwares voltados à gestão de transportes.

Para entender o funcionamento de uma plataforma de gestão de frota, é preciso levar em consideração os diferentes níveis de atuação da tecnologia. Existem sistemas que atuam sobre partes específicas, como monitoramento e rastreamento, controle de consumo de combustível, controle de pneus, e até sistemas mais robustos, como ERPs completos, que integram todas as partes das transportadoras, desde o setor contábil e fiscal até a gestão de pessoas e índices de desempenho.

A pesquisa aponta que 91,6% das empresas fazem uso de softwares de rastreamento de veículos, enquanto 39,7% já têm utilizado softwares de roteirização, que permitem traçar as melhores rotas de entrega com base em uma série de análises que levam em conta o menor deslocamento, gastos com combustível e pedágios e até mesmo rotas mais seguras a fim de evitar locais com maior propensão ao roubo.

### RESULTADOS GERAIS

#### Caracterização das empresas

- Predominam as empresas com larga experiência no setor (59,3% têm mais de 20 anos) e sob gestão familiar (79,3% das empresas). Quanto ao porte, destacam-se as grandes (44,2%) e pequenas (27,4%) empresas.
- A maior parte das empresas não atua em nenhuma outra modalidade de transporte (88,6%) e opera em apenas uma área de abrangência geográfica (78,2%).
- As matrizes das empresas localizam-se em sua maioria nas regiões Sudeste e Sul, destacando-se os estados de MG (17,5%), SP (14,4%), SC (12,9%) e PR (11,0%). A maior parte (68,5%) delas possui filiais.
- Há dificuldades na contratação de mão de obra, em decorrência da falta de experiência (46,1%), de treinamento direcionado ao setor (31,5%) e de qualificação (30,8%). Há carência, em particular, de motoristas (em 65,1% das empresas) – e, não obstante o saldo positivo de contratações no setor nos últimos dois anos, as empresas (44,6%) ainda têm vagas disponíveis.

#### Caracterização da frota

- As empresas têm, em média, 78,7 caminhões e 74,1 caminhões-tratores em operação, com uma idade média, respectivamente, de 5,6 e 5,0 anos. Verifica-se que, quanto maior o porte da empresa, maior o número de veículos e implementos de carga e menor a idade média.
- 55,0% das empresas possuem locais próprios de abastecimento e 53,9% delas utilizam oficinas próprias para a manutenção dos veículos

#### Caracterização operacional

- A maior parte das viagens (89,2%) é realizada com a ocupação completa da capacidade dos veículos.
- O tempo médio para a entrega das cargas é de 59,7 horas e o tempo médio dispendido nas operações de carga e descarga dos veículos é de 5,2 horas.

#### Caracterização da segurança na operação

- 62,5% das empresas entrevistadas informaram que seus veículos já foram alvo de roubos de carga.

- 74,8% das empresas contratam seguro para toda a sua frota; 11,6% somente para parte da frota; e 12,9% disseram não contratar seguro.

#### Caracterização da gestão das empresas

- Os softwares de rastreamento são utilizados nos veículos em 91,6% das empresas, enquanto as cargas são rastreadas em 35,3% delas. Os softwares de roteirização são utilizados por 39,7% das empresas.

#### Caracterização da gestão ambiental

- 59,6% das empresas implementam algum tipo de ação ambiental em suas operações, destacando-se o monitoramento do uso de combustível (realizado por 39,0% das empresas).

#### Caracterização financeira

- A maior parte dos empresários (81,6%) utiliza ferramentas de precificação do frete. Em metade das empresas (50,0%) adota-se uma periodicidade variável para o reajuste desse preço, enquanto em 27,4% delas, tal periodicidade é anual.
- Foram citados, como custos operacionais de maior impacto nos gastos das empresas, o combustível (81,5% dos entrevistados), a mão de obra (11,2%) e a manutenção dos veículos (3,0%).

#### Opinião dos empresários

- 44,2% dos empresários são favoráveis à Política Nacional de Pisos Mínimos do TRC; 26,5% se dizem indiferentes; e 25,4% são contrários.
- 87,5% dos empresários têm opinião contrária à atual política de precificação do diesel pela Petrobras; outros 9,9% são favoráveis ou indiferentes em relação a essa matéria.
- Quanto à avaliação dos serviços prestados por órgãos públicos, a PRF foi o único órgão com uma avaliação predominantemente positiva (60,6%).
- As maiores dificuldades enfrentadas pelas empresas são o preço do diesel (82,3%), a carga tributária (56,5%), a dificuldade de reajustar o valor do frete (40,1%) e a burocracia para a operação do serviço (28,0%).



# Mercedes-Benz EQS chega ao mercado brasileiro com luxo, alta performance elétrica e 658 cv de potência

*Propulsão elétrica no Brasil ainda é incipiente, mas montadoras devagarinho vão marcando território com lançamentos para todos os bolsos. No caso da MB, bolsos muito largos*

A Mercedes-Benz confirma a chegada ao Brasil de seu segundo modelo elétrico no país. A partir da primeira semana de julho, as unidades iniciais do icônico e inovador Mercedes-AMG EQS 53 4MATIC+ começam a desembarcar nos concessionários da marca, demonstrando mais uma vez como a eletrificação é um objetivo real em todos os mercados. Com níveis de autonomia e performance superiores, o EQS 53 representa todos os valores da marca e traz para os dias atuais as tendências para o futuro dos veículos elétricos. "O EQS é mais que um novo produto. É o símbolo máximo dos valores de nossa marca, como conforto e luxo, aliado a mais avançada tecnologia que irá nos mover no futuro. Guiar o primeiro elétrico da AMG é uma experiência única e incomparável", afirma o Presidente e CEO da Mercedes-Benz Cars & Vans Brasil, Carlos Garcia. Para o Brasil, o modelo chegará em versão exclusiva: o Mercedes-AMG EQS 53 4MATIC+, que é equipado com dois motores elétricos,

gerando 658 cv de potência, distribuída por meio do sistema de tração integral 4MATIC+. Sua bateria de 107,8 kWh permite processos de carga AC/DC com uma autonomia de até 580 km com uma única carga (método WLTP de medição de consumo). Um dos destaques do seu interior futurista é a grande tela central chamada "Mercedes-Benz Hyperscreen". São três displays com tecnologia de alta definição que levam o conceito de interação e conectividade para novos níveis no mercado.

O pacote de tecnologia inclui o exclusivo eixo traseiro direcional, que é capaz de girar até 9° as rodas traseiras, melhorando a dirigibilidade. E ainda conta com os radares, câmeras e sensores para condução semiautônoma DISTRONIC Plus (SAE nível 2), os novos faróis LEDs DIGITAL LIGHT, navegação com realidade aumentada, o sistema de conectividade MBUX, entre outros equipamentos.



## Semana de 09 a 13 de maio

Chegou a hora de conhecer os resultados das pesquisas **MAPA** - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e **ONDA** - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços da segunda semana de maio, estudos que medem o desempenho em tempo real dos negócios no varejo para veículos leves em todo o país, trabalho do After.Lab, núcleo de pesquisas da Novo Meio.

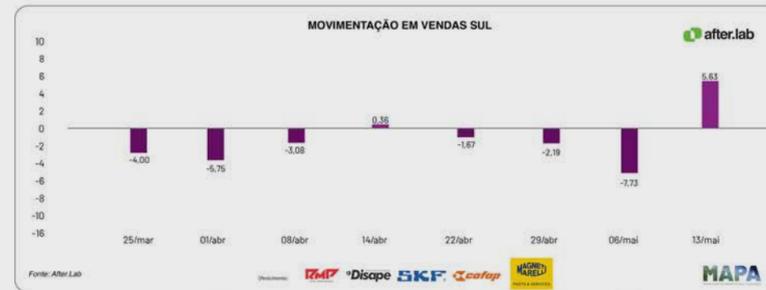
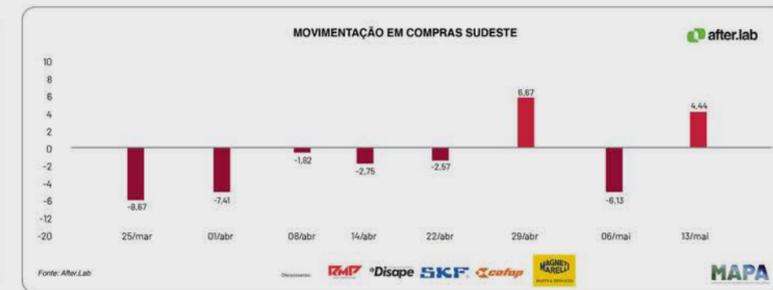
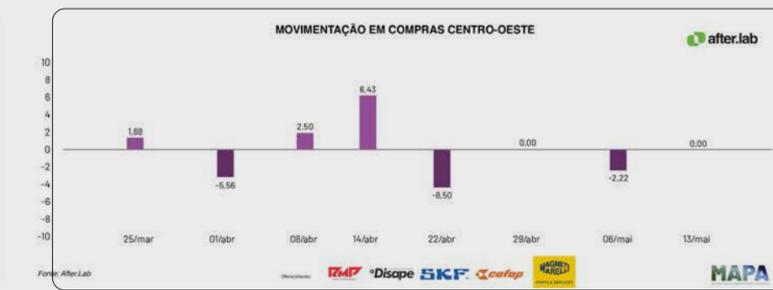
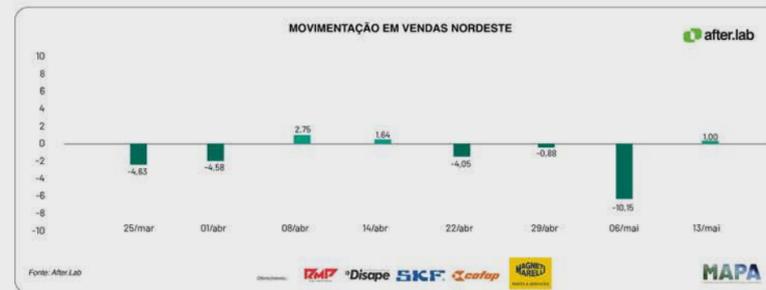
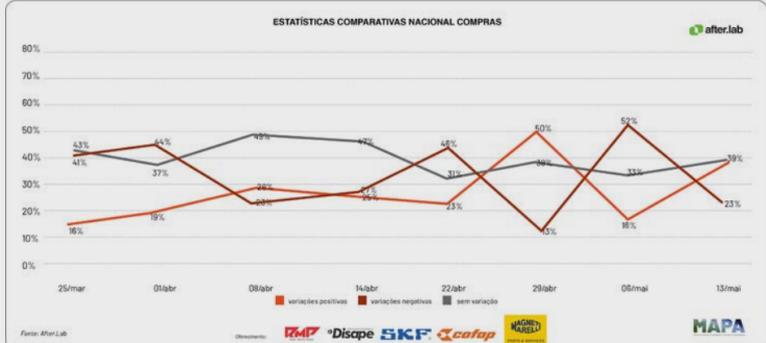
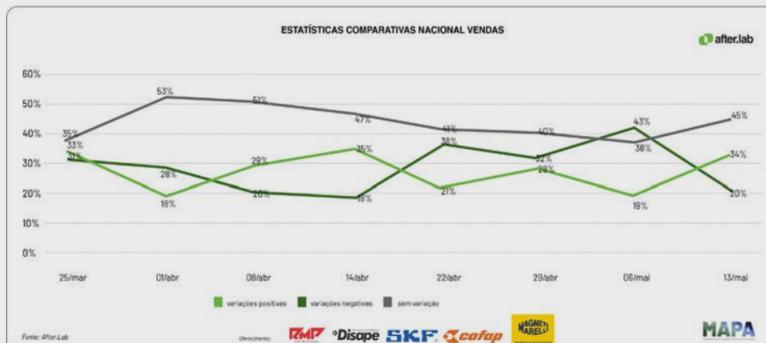
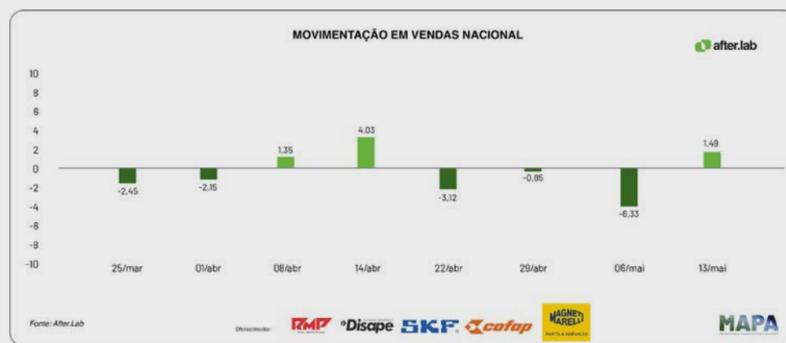
### MAPA

O MAPA registrou recuperação nas vendas após três semanas de queda. O índice médio nacional ponderado avançou 1,49% no período.

Os resultados nas cinco regiões do Brasil apontaram os seguintes índices de variação nas vendas: variação zero no Norte; 1% no Nordeste; -5% no Centro-Oeste, o pior resultado da semana; 1,4% no Sudeste; e 5,63% no Sul.

As estatísticas comparativas nacionais do MAPA mostram que, na segunda semana de maio, a estabilidade nas vendas subiu de 38% para 45%. 34% dos varejistas entrevistados venderam mais que na semana anterior e 20% anunciaram queda nas vendas. As compras acompanharam o movimento das vendas e também cresceram na semana, com média nacional ponderada de 1,15%. No MAPA regional de compras, 10% no Norte; -16,67% no Nordeste; variação zero no Centro-Oeste; 4,44% no Sudeste; e 6,88% no Sul.

Os gráficos de estatísticas comparativas mostram crescimento na estabilidade de compras, que passou de 33% para 39%. O percentual de entrevistados que compraram mais subiu de 16% para 39%, indicador que se revela positivo dada a constatação de que esse aumento veio da parcela de varejistas que compraram menos na semana, segmento que teve redução de 52% para 23%.



**ONDA**

A média nacional ponderada no abastecimento ao varejo permanece negativa. O índice na segunda semana de maio fechou em -13,33% na média nacional ponderada, apurou o After.Lab.

Os itens em geral responderam por 39,4% das citações dos varejos quanto à alta nos preços, seguidos por componentes elétricos, com 12,1%; e correias, com 9,1%.

Os gráficos comparativos de abastecimento continuam apontando para baixo nas cinco regiões do país: -15% no Norte; -20,17% no Nordeste; -15% no Centro-Oeste; -12% no Sudeste; e -9,38% no Sul.

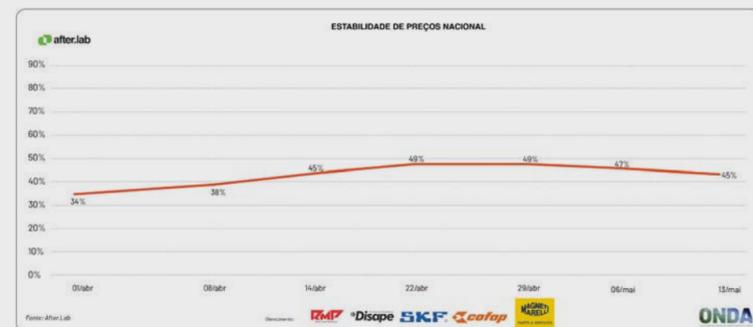
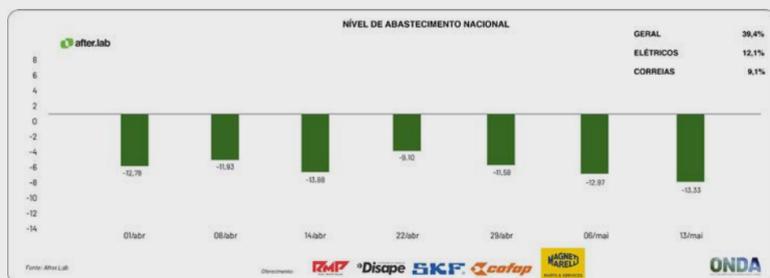
A percepção de aumentos de preços mantém histórico positivo. Os varejistas entrevistados continuaram apontando alta, com viés de 5,11% na média nacional ponderada. Lembrando que,

por ser esta uma avaliação apenas subjetiva por parte dos varejos, o índice é tratado na metodologia do After.Lab como indicador de tendência.

Os itens em geral responderam por 48,1% das citações de alta nos preços, seguidos por óleos lubrificantes, com 25,9%, e componentes elétricos, com 7,4%.

A percepção de alta prossegue em todas as regiões, com 5% no Norte; 8,33 no Nordeste; 10% no Centro-Oeste; 3,28% no Sudeste; e 4,5% no Sul.

A estabilidade nos preços caiu de 47% para 45%. Em relação ao abastecimento no varejo de autopeças para veículos leves, a estabilidade subiu de 31% para 34%.



## Semana de 16 a 20 de maio

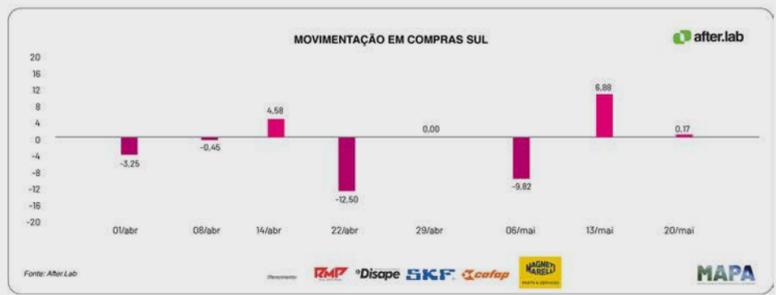
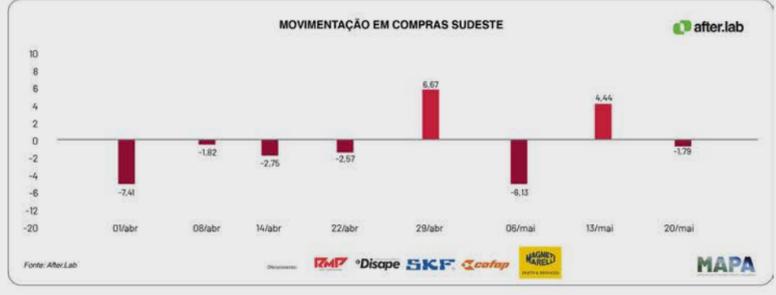
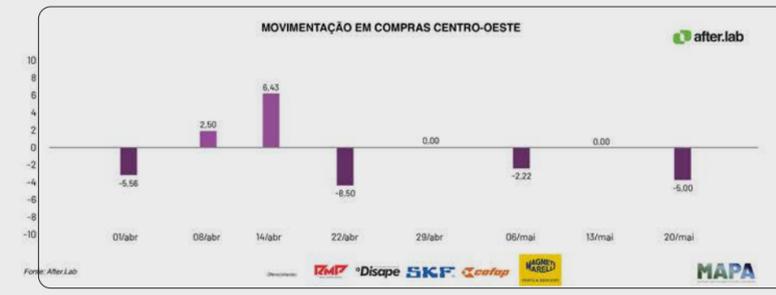
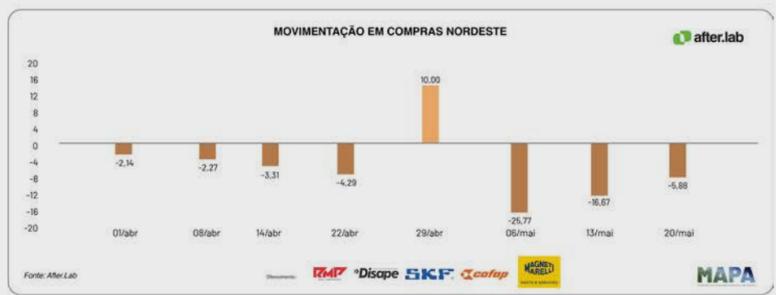
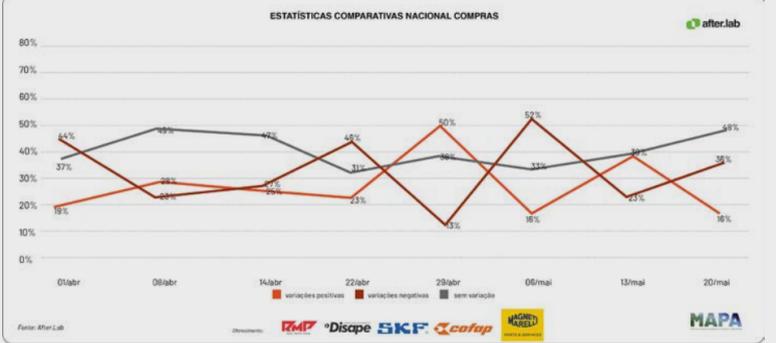
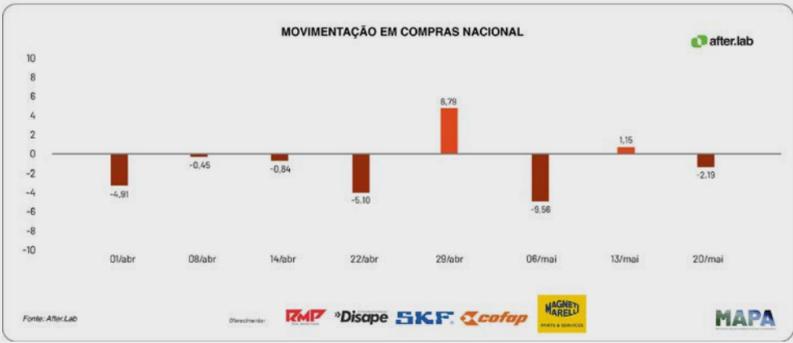
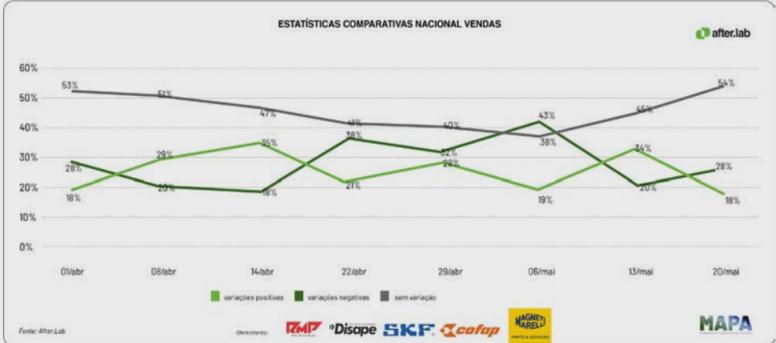
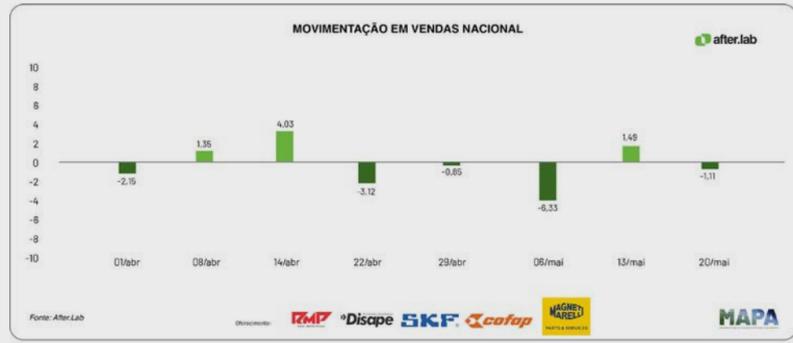
Aqui os resultados das pesquisas **MAPA** - Movimento das Atividades em Peças e Acessórios e **ONDA** - Oscilações nos Níveis de Abastecimento e Preços relativos ao período de 16 a 20 de maio. Os estudos medem o desempenho em tempo real dos negócios no varejo para veículos leves em todo o país e são realizados pelo do After.Lab, núcleo de pesquisas e inteligência de negócios para o mercado de reposição.

### MAPA

Após um breve respiro na semana anterior, as vendas no varejo de autopeças voltaram a cair na média nacional ponderada, que ficou em -1,11%. A movimentação das vendas em cada região do Brasil apontou os seguintes resultados: -5,75% no Norte; -4,5% no Nordeste; 2,14% no Centro-Oeste; -0,92% no Sudeste; e -0,92% no Sul.

As estatísticas comparativas nacionais do MAPA mostram que as lojas que não apresentaram variação no volume de vendas em relação à semana anterior responderam por 54% dos entrevistados. 18% dos varejos ouvidos pelo After.Lab venderam mais e 28% apontaram queda nas vendas em relação à semana anterior. Novamente o índice de compras acompanhou a retração nas vendas e voltou a cair, com média nacional ponderada de -2,19%.

Regionalmente, as compras variaram da seguinte maneira: -2,5% no Norte; -5,88% no Nordeste; -5% no Centro-Oeste; -1,79% no Sudeste; 0,17% no Sul. A estabilidade das compras em comparação à semana anterior prevaleceu para 48% dos varejistas, enquanto que 16% compraram mais e 36% compraram menos do que na semana anterior.



**ONDA**

Vamos agora aos resultados do ONDA, estudo do After.Lab que mede as variações semanais em abastecimento e preços no varejo de autopeças para veículos leves em todo o Brasil.

Na média nacional ponderada, o abastecimento fechou a semana em queda de 18,59%.

Os índices regionais permanecem negativos, com elevada queda de -33,75% no Norte; -22,95% no Nordeste; -18,57% no Centro-Oeste; -14,72% no Sudeste; e -20,29% no Sul.

Os chamados itens em geral, que por sua abrangência sempre lideram o ranking do desabastecimento, responderam por 41,4% das citações; tendo componentes elétricos em segundo lugar, com 12,9%; e velas de ignição na sequência, com 10%.

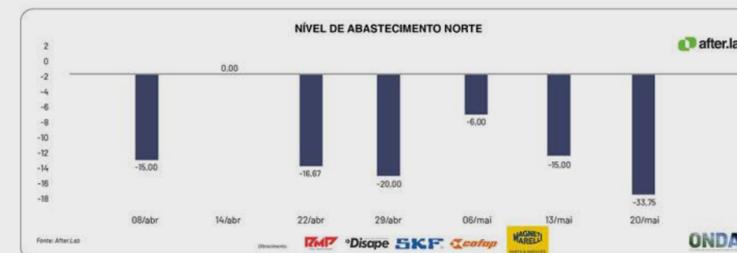
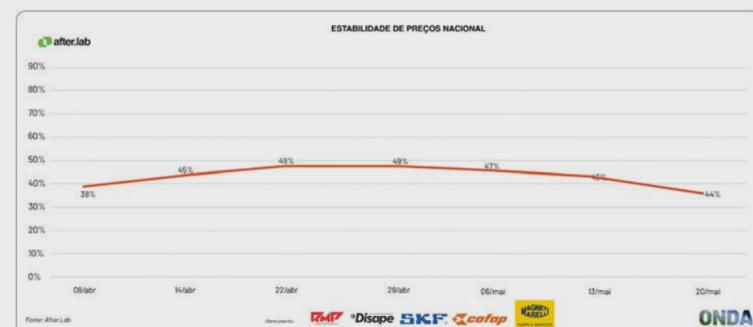
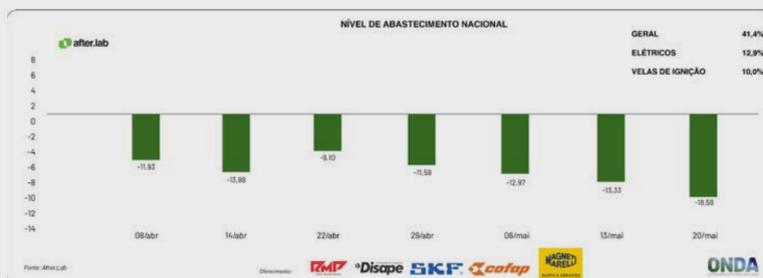
Os varejistas entrevistados pelos profissionais do After.Lab continuam apontando tendência de elevação nos preços. O viés

nacional ponderado ficou em 5% na terceira semana de maio, índice tratado pelo estudo como indicador de tendência apenas.

Nas cinco regiões do Brasil, alta de 7,5% no Norte; 5,14% no Nordeste; 7% no Centro-Oeste; 4,59% no Sudeste; e 4,29% no Sul. Os itens em geral responderam por 31,3% das citações dos varejos quanto à alta nos preços, seguidos por óleos lubrificantes, com 27,1%; e componentes para suspensão, com 10,4%.

A estabilidade nos preços caiu de 45% para 44% dos varejistas entrevistados, enquanto a estabilidade no abastecimento passou de 34% para 23%.

Acompanhe semanalmente nas plataformas digitais do Novo Varejo os resultados atualizados das pesquisas MAPA e ONDA.



# + QUALIDADE



A EXPRESSÃO UTILIZADA COMO ARGUMENTO DE VENDAS NA 2MC NÃO É UM DISCURSO, MAS UM COMPROMISSO, O DESAFIO DE NÃO SÓ INOVAR PELA MAIS COMPLETA LINHA DE PRODUTOS DO MERCADO MAS, SOBRETUDO, SE DIFERENCIAR PELA MAIOR QUALIDADE EM COMPONENTES DE FIXAÇÃO DO SISTEMA DE FREIOS AUTOMOTIVOS. CERTIFICAÇÕES, PROCESSOS, MATERIAIS, TECNOLOGIAS GARANTINDO QUE AS PEÇAS 2MC ESTEJAM DE ACORDO COM AS ESPECIFICAÇÕES ORIGINAIS DOS VEÍCULOS DA FROTA NACIONAL. **2MC 31 ANOS DE COMPROMISSO DE QUALIDADE QUE GERA ABSOLUTA FIDELIDADE DE DISTRIBUIDORES, VAREJISTAS E REPARADORES.**

