BALCÃO AUTOMOTIVO .COM

nº239
ANO XX | SET 2026

HÁ 19 ANOS LEVANDO INFORMAÇÃO DE QUALIDADE À REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA

Acompanhe nossa cobertura da **AUTOP 2026** e do **Workshop Vendedor de Alta Performance**



ICMS-ST: UMA MUDANÇA QUE VAI ALÉM DE SÃO PAULO

O fim da substituição tributária nas autopeças paulistas mexe com preços, margens e fluxo de caixa e pode antecipar um novo cenário para o setor em todo o Brasil.

Pág. | **8**

FORMAÇÃO

TÉCNICA E COMERCIAL PARA VENDEDORES DE AUTOPEÇAS

CAPACITE QUEM DECIDE A COMPRA NO BALCÃO.

INÍCIO 22 DE SETEMBRO ÀS 20H

COMEÇAMOS COM **FREIOS**

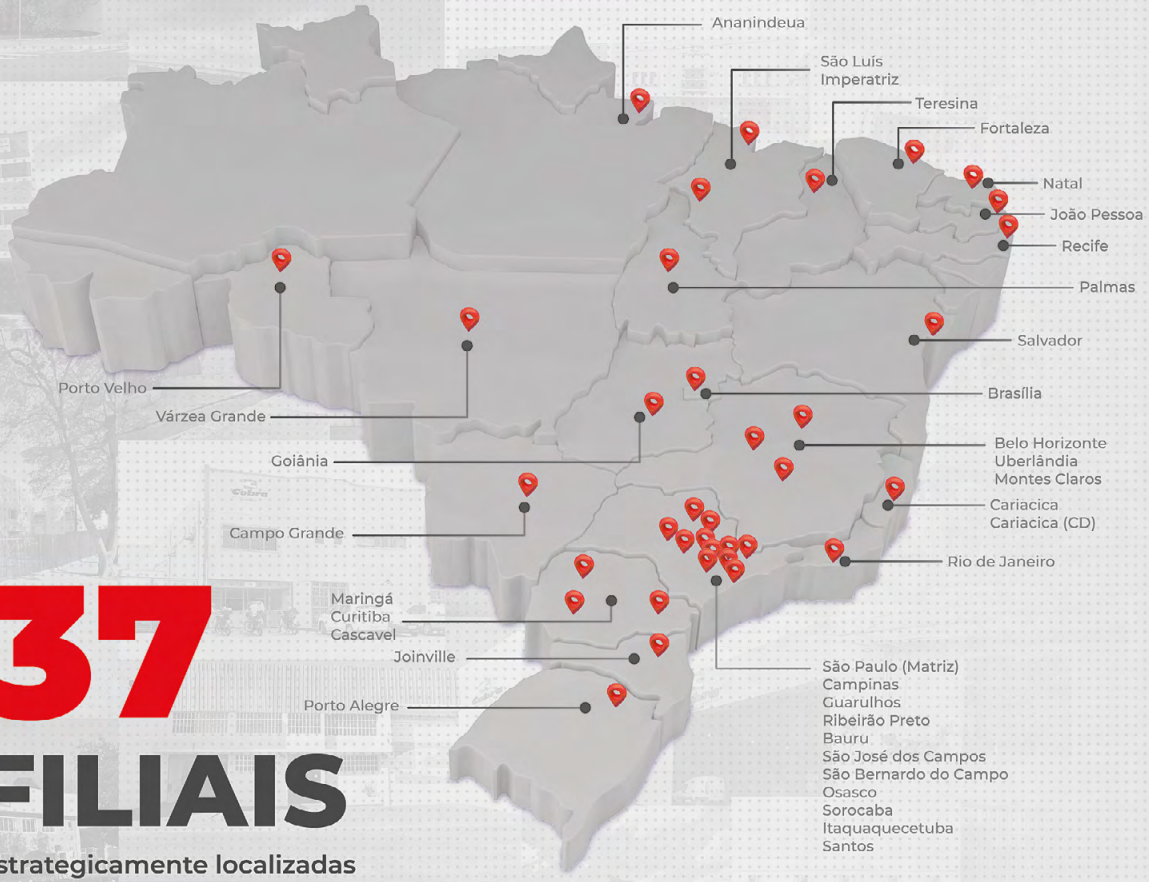
MÓDULO 1 COM O PATROCÍNIO DA FRAS-LE

AO VIVO NO YOUTUBE

PLATAFORMA EAD BALCÃO AUTOMOTIVO

Cobra

ROLAMENTOS E AUTOPEÇAS



37 FILIAIS

Estrategicamente localizadas para atender o seu negócio.

www.cobrarolamentos.com.br @cobrarolamentos sac@cobrarolamentos.com.br

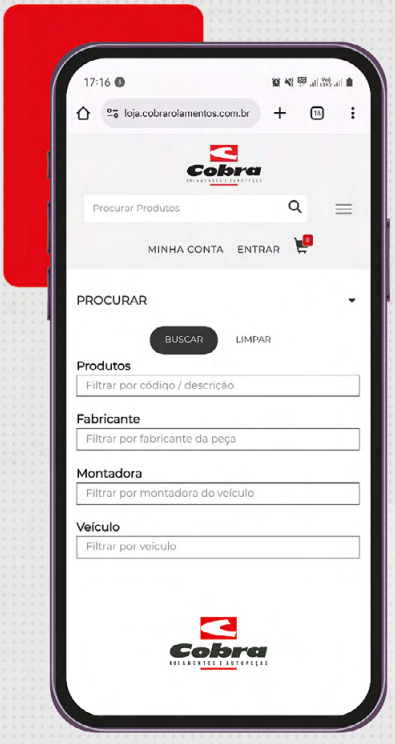
ALBARUS BANDO BILSTEIN BOSCH brembo BROSOL CHAMPION COBRA COBREQ compbrake Continental CONTROIL Hengst Hipper Freios IKS IMA Indisa JTEKT KYB LEVORIN Litens SCHAEFFLER FAG MAGNETRON MAHLE NTN OSRAM penfanaero PARAFLU RIFFEL SABÓ SACHS SAMPEL SKF SNR SPICER

RETIRA COBRA

15 MINUTOS

Seu pedido disponível para retirada em até **15 minutos**

COMPRAS ONLINE E TELEVENDAS



LOJA ONLINE COBRA

loja.cobrarolamentos.com.br

ACESSE E FAÇA O SEU CADASTRO

Faça revisões em seu veículo regularmente.

Cobra
ROLAMENTOS E AUTOPEÇAS

BALCÃO AUTOMOTIVO .COM

HÁ 19 ANOS LEVANDO INFORMAÇÃO DE QUALIDADE À REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA

Balcão Automotivo é uma publicação dirigida aos profissionais automotivos e tem o objetivo de trazer referências ao mercado, para melhor conhecimento de seus profissionais e representantes. 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.

NOSSA PLATAFORMA DIGITAL



NAVEGUE EM NOSSO SITE
www.BalcaoAutomotivo.com
90 MIL VISITAS POR MÊS

25,5 MIL SEGUIDORES

21,5 MIL SEGUIDORES

4 MIL SEGUIDORES

3 MIL INSCRITOS

1 MIL SEGUIDORES

Premiatta Editora & MKT Digital
Rua Miguel Haddad, 48 - Cursino -São Paulo - SP
04124-070 - tel (11) 5581-7030
contato@balcaoautomotivo.com
Assinaturas:
contato@balcaoautomotivo.com

Jornalista Responsável: Silvio Rocha – MTB: 30.375

TIRAGEM: 10 MIL IMPRESSOS E 50 MIL CADASTROS DIGITAIS

O BALCÃO ESTÁ MUDANDO. E QUEM ESTÁ NELE PRECISA ACOMPANHAR

Em plena AUTOP 2026, em Fortaleza, resolvemos fazer diferente. Em vez de colocar no centro apenas produtos, lançamentos e negócios, decidimos olhar para quem está todos os dias na linha de frente: o profissional do balcão.

Foi assim que realizamos o Workshop Vendedor de Alta Performance.

E o que aconteceu ali nos deu uma certeza: existe muita gente no mercado querendo aprender, trocar experiências e se preparar melhor.

Foram 147 participantes, de 32 lojas e 27 empresas ou grupos, vindos de sete cidades. Balconistas, lojistas, mecânicos, promotores de vendas. Gente que conhece a rotina do setor e sabe que as coisas estão mudando — e mudando rápido.

O consumidor chega mais informado. A tecnologia alterou a maneira de pesquisar, comprar e vender. Os veículos elétricos e híbridos já estão nas ruas. A reforma tributária vai trazer novos desafios para as empresas. E o cliente, naturalmente, está cada vez mais exigente.

Tudo isso chega ao balcão.

E é justamente por isso que o profissional que está ali ganhou ainda mais importância. Não basta conhecer a peça. É preciso saber ouvir, fazer as perguntas certas, entender a necessidade e ajudar o cliente a tomar uma boa decisão.

Pode parecer simples. Não é.

Foi sobre isso que conversamos no workshop. Lojistas falaram sobre o futuro de seus negócios. Profissionais de vendas dividiram experiências sobre comportamento, relacionamento e resultados. Indústria e varejo tiveram espaço para conversar. E apresentamos o EAD Balcão Automotivo, porque conhecimento não pode ficar restrito a um dia de evento.

Mas, para nós, uma das melhores partes aconteceu fora do palco.

Nas conversas entre uma palestra e outra. Nos encontros. Na troca de ideias. No fabricante ouvindo o lojista. No varejista conhecendo outras experiências. No profissional contando o que vive todos os dias.

É dessa proximidade que o setor também cresce.

Por isso, o Workshop Vendedor de Alta Performance não foi pensado para terminar em Fortaleza. Queremos levar esse projeto para outras praças e continuar criando oportunidades para quem está no balcão e para as empresas que fazem parte dessa cadeia.

Alta performance, para nós, não é uma fórmula para vender mais. É ter disposição para aprender, melhorar o atendimento, conhecer melhor o negócio e não ficar parado enquanto o mercado muda.

O futuro da reposição vai trazer novos produtos, novas tecnologias, novas regras e novos hábitos de consumo. Mas uma coisa não muda: **por trás de cada venda existe uma pessoa.**

E é nela que precisamos investir.

COMEÇAMOS NA AUTOP. Agora, é seguir em frente.

O EDITOR

DIRETORIA / COMERCIAL:
DIRETOR COMERCIAL - Edio Ferreira Nelson / edio@balcaoautomotivo.com

EXECUTIVO DE CONTAS - Richard Faria / richard@balcaoautomotivo.com

CONSELHEIRO CONSULTIVO: Carlos de Oliveira

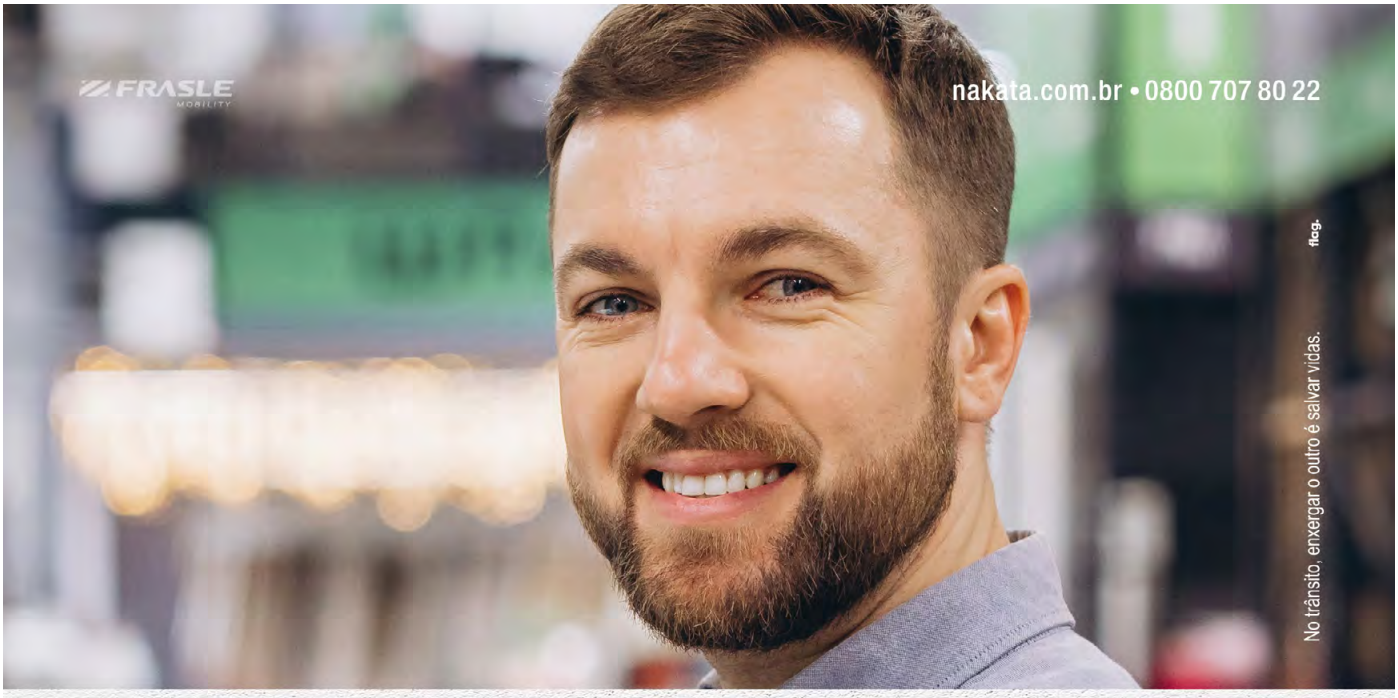
FINANCEIRO: Analista Financeira: Luciene Moreira / luciene@balcaoautomotivo.com

REDAÇÃO: Editor-chefe - Silvio Rocha / redacao@balcaoautomotivo.com | Karin Fuchs | Otavio Rocha / redacao2@balcaoautomotivo.com

DEPTO DE ARTE: Gerente de Produção e Arte/Proj. Gráfico - Fabio Ladeira/ fabio@balcaoautomotivo.com

COLABORADORES: Felipe Orban | Valtermário Rodrigues | Lucas Onisanti

MKT DIGITAL: Guilherme Nelson / guilherme@balcaoautomotivo.com



Junta Homocinética e Kit de Reparo Nakata. Alta performance também nas suas vendas. Pode contar.

Com Nakata, você oferece componentes que entregam máxima eficiência na transmissão de força do motor para as rodas, com alta durabilidade, resistência e a qualidade da marca líder em suspensão. Quer mais tranquilidade e segurança para seus clientes? Pode contar. É Nakata.

Pode contar



Blog EAD Catálogo Eletrônico

NAKATA®
PODE CONTAR

POR: REDAÇÃO | FOTO(S): DIVULGAÇÃO

ENFAUTO 2026 TERÁ TREINAMENTOS TÉCNICOS DA **BOSCH**

A Bosch será responsável pelos treinamentos técnicos da Enfauto 2026, que acontece de 24 a 26 de setembro, em São José (SC). Por meio do "Caminho Técnico Bosch", a empresa oferecerá 16 horas de capacitação para profissionais da reparação automotiva. A programação terá quatro cursos práticos sobre tecnologias como ADAS, baterias HV, turbo, Common Rail, DPF e sistemas de injeção Diesel, com turmas limitadas a 140 participantes por segmento.





ELRING LANÇA LOJA OFICIAL NO MERCADO LIVRE

A Elring Das Original lança sua loja oficial no Mercado Livre para ampliar a presença digital e facilitar o acesso aos produtos no mercado de reposição. O espaço reunirá itens das linhas leve e pesada comercializados exclusivamente por parceiros selecionados pela marca. A iniciativa amplia a visibilidade dos produtos e as oportunidades de venda dos parceiros em todo o Brasil, sem alterar o modelo tradicional de comercialização da empresa.

FORTBRAS REFORÇA RELACIONAMENTO E FIDELIZAÇÃO DE OFICINAS

A Fortbras realizou, em agosto, a quarta edição do Papai Mecânico, iniciativa voltada ao relacionamento com oficinas, mecânicos, fornecedores e famílias. Neste ano, os encontros aconteceram em Vila Velha (ES), no dia 22, e Manaus (AM), no dia 29. A ação integra a estratégia da empresa de fortalecer vínculos com oficinas independentes, ampliar a proximidade com parceiros e criar oportunidades de negócios no aftermarket automotivo.



MOBENSANI E ESCOLA DO MECÂNICO FIRMAM PARCERIA PARA CAPACITAÇÃO



A Mobensani firmou parceria com a Escola do Mecânico para contribuir com a formação e qualificação de profissionais do setor automotivo. A instituição recebe cerca de 1,5 mil alunos por mês e já formou mais de 100 mil profissionais. A iniciativa aproxima indústria e educação profissional, com foco em conhecimento técnico e preparação para as novas demandas das oficinas, em um cenário de escassez de mão de obra qualificada no aftermarket.

IRB AUTOMOTIVE LANÇA RADIADORES PARA VEÍCULOS ELÉTRICOS

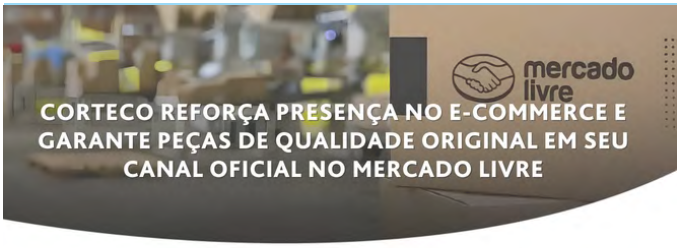
A IRB Automotive lança uma linha exclusiva de radiadores para veículos elétricos no mercado de reposição brasileiro. A iniciativa atende à crescente frota eletrificada, que já soma 815 mil veículos no país. A empresa oferece componentes para modelos de marcas como BYD, GWM, Volkswagen, Renault e Fiat, com distribuição nacional. Segundo a IRB, a linha busca ampliar a oferta de peças e atender a uma demanda ainda pouco explorada no aftermarket.



EATON PROMOVE SEMANA DE INCLUSÃO & DIVERSIDADE

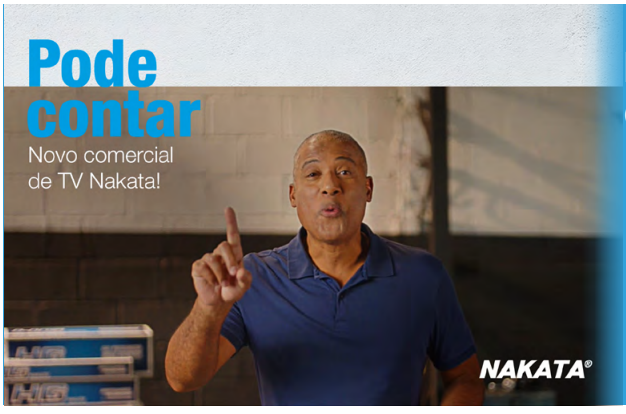
A Eaton promoveu a Semana de Inclusão & Diversidade 2026, reunindo colaboradores em palestras, painéis, campanhas e ações voltadas ao respeito, pertencimento e equidade. Conduzida pelos Grupos de Recursos para Funcionários (iERGs), a programação abordou diversidade geracional, LGBTQIA+, étnico-racial, acessibilidade e equidade de gênero. A iniciativa evidencia o compromisso da companhia em promover uma cultura inclusiva e valorizar diferentes perspectivas e trajetórias.





CORTECO FORTALECE PRESENÇA NO E-COMMERCE COM LOJA OFICIAL NO MERCADO LIVRE

A Corteco, marca do Grupo Freudenberg, amplia sua presença no e-commerce por meio de sua Loja Oficial no Mercado Livre. O canal oferece peças genuínas, qualidade de equipamento original e um amplo portfólio para o mercado de reposição. A iniciativa alia a credibilidade da marca à praticidade da compra online, com ambiente seguro, facilidade de navegação e entrega ágil para oficinas e consumidores de todo o Brasil.



NAKATA REFORÇA MARCA COM CAMPANHA DOS AMORTECEDORES HG

A Nakata destaca sua presença junto ao consumidor com campanha em TV e rádio para a linha de amortecedores HG, destacando o slogan "Nakata. Pode contar". A comunicação ressalta segurança, conforto e dirigibilidade, além do pioneirismo da marca no desenvolvimento do primeiro amortecedor pressurizado fabricado no Brasil, lançado na década de 1980. A campanha também consolida a liderança da Nakata em componentes de suspensão no mercado de reposição.



WEGA MOTORS AMPLIA TIME NA AMÉRICA LATINA

A Wega Motors amplia sua operação na América Latina com o fortalecimento da estrutura no México e a abertura de uma filial no Panamá. O movimento inclui aumento da equipe local, investimentos em logística e suporte técnico para atender à crescente demanda regional. As novas operações terão capacidade para mais de 7 milhões de peças. No Brasil, a empresa também avança com a aquisição da Autoimpact, ampliando seu portfólio e capacidade de atendimento.

DRiV APRESENTA NOVAS EMBALAGENS DOS AMORTECEDORES MONROE

A DRiV já comercializa no Brasil os amortecedores Monroe com novas embalagens, alinhadas à identidade global da marca. A mudança padroniza produtos nacionais e importados, facilita a identificação nos pontos de venda e consolida a presença da Monroe junto ao consumidor. A transição acontece gradualmente, conforme a renovação dos estoques, com uso do método PEPS para organizar a distribuição e reduzir a coexistência de diferentes embalagens.





FIM DO ICMS-ST EM SP MUDA FLUXO DE CAIXA E FORMAÇÃO DE PREÇOS

Por: Karin Fuchs | Foto(s): Divulgação

A partir de 1º de outubro, empresas de autopeças terão de se adaptar ao fim da substituição tributária em São Paulo, com impactos sobre estoques, fluxo de caixa, formação de preços e apuração dos impostos. A mudança também pode aumentar a competitividade paulista e antecipar uma discussão que ganhará força com a Reforma Tributária

> ***Hoje, a mercadoria entra no estoque com o imposto das vendas seguintes já pago, mesmo que permaneça parada por semanas ou meses. Com o fim da ST, esse dinheiro deixa de ser retirado do caixa antes da venda. A atenção se volta para a transição e para o crédito existente no estoque em 30 de setembro".***
>
> Anderson Souza, contador e tributarista; sócio e fundador da Arte Fiscal e da Equilíbrio Contábil

A partir de 1º de outubro de 2026, a Portaria SRE nº 34/2026 extingue a Substituição Tributária do ICMS para autopeças em São Paulo e revoga a Portaria SRE nº 16/2023. O imposto volta a ser apurado pelo regime normal de débito e crédito, em cada etapa da cadeia, substituindo a antecipação concentrada na indústria ou no importador.

Para distribuidores, varejistas e e-commerces de autopeças, isso significa o fim da antecipação do ICMS-ST nas novas aquisições e uma mudança direta no capital de giro da operação, conforme explicou Anderson Souza, contador, tributarista e sócio e fundador da Arte Fiscal e da Equilíbrio Contábil.

"Hoje, a mercadoria entra no estoque com o imposto das vendas seguintes já pago, mesmo que permaneça parada por semanas ou meses. Com o fim da ST, esse dinheiro deixa de ser retirado do caixa antes da venda. A atenção se volta para a transição e para o crédito existente no estoque em 30 de setembro", afirmou.



Anderson Souza, *contador e tributarista; sócio e fundador da Arte Fiscal e da Equilíbrio Contábil*

Segundo Nathan Gadelha, contador e sócio do escritório BCont Contabilidade, os impactos estarão no fluxo de caixa e na formação de preços. "Com a saída da ST, haverá toda a apuração de débito e crédito, uma mudança bem significativa. O empresário vai embutir no preço e repassar até o final da cadeia. A grande preocupação é o quanto chegará ao final da cadeia. Estamos falando hoje de empresas que têm uma margem de 18% e que talvez tenham que trabalhar com 14% para serem competitivas. Essas empresas têm, sim, uma redução de margem, pelo menos nos primeiros anos, porque o impacto do preço será considerado", alertou.

Fim da previsibilidade

Questionado se a mudança será benéfica ou não para o setor, Nathan Gadelha respondeu: "Nem tanto ao céu e nem tanto ao inferno, porque a previsibilidade do imposto no momento da compra dá uma maleabilidade na precificação, por já ter sido pago na entrada. Com a nova forma de apuração, quanto maior o preço, maior o imposto. Como eu disse anteriormente, será preciso um cuidado maior com a precificação. É claro que isso trará um benefício para as empresas que são mais organizadas e vai se destacar quem tem uma gestão melhor. Quem não está tão organizado sentirá um pouco mais, e o tempo para se organizar será determinante, até porque a mudança é para outubro", afirmou.

Anderson Souza explicou que, pela sistemática da ST, o distribuidor ou o varejista adquire a autopeça com o imposto calculado não apenas sobre a operação de compra, mas



Nathan Gadelha, *contador e sócio da BCont Contabilidade*



Edison da Matta, *diretor das áreas Fiscal, Tributária e Jurídica da Abipeças e do Sindipeças*

também sobre uma base presumida para a venda ao consumidor. "Nas vendas internas, a mercadoria pode ser comercializada por valor inferior àquele considerado na aplicação do IVA-ST. Nesse cenário, parte do imposto foi recolhida sobre uma margem que não se concretizou. Nas operações interestaduais, além do ICMS-ST suportado na aquisição, há a incidência do ICMS próprio sobre a saída destinada a outro Estado", explicou.

Recuperação

Nas hipóteses acima descritas por Anderson Souza, a legislação paulista assegura o ressarcimento. "Transformar esse direito em caixa exige rastrear cada item e conciliar estoque, compras e vendas. Diante do volume de códigos e transações, muitas empresas recolhem o ICMS da nova operação e não recuperam o valor antecipado. O direito existe. Por desconhecimento ou dificuldade operacional, o crédito acaba abandonado e a sobreposição financeira vira custo. Ao longo dos anos, esse descompasso ajudou a formar volumes expressivos de créditos e ressarcimentos não realizados no setor. Recursos que poderiam financiar estoque, tecnologia ou expansão permaneceram vinculados ao imposto", alertou.

Segundo ele, "para as empresas que nunca revisaram esse histórico, a mudança abre uma oportunidade importante. É o momento de levantar os últimos 60 meses e identificar o ICMS-ST passível de ressarcimento nas vendas internas abaixo do IVA-ST e nas operações interestaduais. Nestas últimas, também deve ser apurado, quando admitido, o crédito do ICMS próprio previsto na legislação", orientou.

Impactos no estoque e pontos de atenção

Distribuidores e varejistas, em conformidade com a Portaria CAT nº 28/2020, têm até 30 de setembro para fazer o inventário de seus estoques. A partir de 1º de outubro, as operações internas passarão a gerar débito mensal de ICMS.

"Créditos históricos efetivamente apurados e disponíveis para utilização poderão compensar esses novos valores. Dependendo do volume encontrado, a empresa poderá reduzir de forma relevante o recolhimento ou até neutralizá-lo por vários meses. Quem agir de maneira estratégica transformará um crédito esquecido em financiamento para a própria transição", disse Anderson Souza.

Ele acrescentou que "para negócios com estoques elevados, a mudança pode representar ganho relevante de liquidez: o recurso que hoje acompanha a mercadoria desde a compra permanece disponível até a venda. A nova sistemática também reduz a recorrência de créditos gerados por vendas abaixo da base presumida e por operações destinadas a outros Estados", explicou.

Nathan Gadelha chamou atenção para a necessidade de um levantamento correto do estoque. "No levantamento do estoque já há a composição do ICMS pago que vai gerar crédito na operação seguinte. Se o levantamento foi feito erroneamente para



Rodrigo Carneiro, *presidente da ANDAP*

um valor menor, o crédito será menor e o empresário terá prejuízo no médio ou longo prazo. Se for a mais, ele pode cair em uma situação de risco fiscal por creditar a mais. Por isso, este momento é delicado e o contador é essencial para dar um suporte assertivo, uma consultoria tributária. Existe uma grande probabilidade de perda financeira e, dependendo da situação, até de quebra da empresa", ressaltou.

Anderson Souza concorda que as empresas precisam de um planejamento tributário diferente. "O foco deixa de ser a administração dos efeitos da ST e passa a incluir o levantamento dos últimos 60 meses, a gestão dos créditos, a projeção do ICMS mensal, a revisão das vendas interestaduais e a análise dos regimes especiais. É uma direção coerente com a Reforma Tributária, que amplia a relevância dos créditos e reduz o espaço para presunções. Nesse contexto, o inventário de 30 de setembro será o saldo de abertura de uma nova fase. Ele definirá o crédito a recuperar, influenciará o caixa dos meses seguintes e servirá de base para reavaliar a estrutura tributária do negócio", afirmou.

Para o contador e tributarista, o fim da ST não reduz a importância do planejamento



L A N Ç A M E N T O

ADITIVO PARA COMBUSTÍVEL

SUPER DIESEL S-10

MAIS DESEMPENHO PARA GRANDES ROTAS.

O novo Super Diesel S-10 Radnaq foi desenvolvido para manter o sistema de injeção mais limpo, melhorar o desempenho do motor e contribuir para uma combustão mais eficiente.



SISTEMA MAIS LIMPO
Remove depósitos e impurezas.



MAIS DESEMPENHO
Contribui para uma combustão mais eficiente.



MAIS ECONOMIA
Aproveita melhor o seu combustível.



SAIBA MAIS:

RAD CAST PODCAST

RADNAQAUTOMOTIVE

www.radnaq.com.br

RADNAQ AUTOMOTIVE

busque sempre *mais.*



Heber Carvalho, *presidente do Sincopeças-SP*

tributário e é positivo para o setor. "O planejamento tributário muda o seu objeto: sai a gestão do imposto presumido e entra o controle preciso do crédito, do débito mensal e do capital de giro. E o fim da ST é positivo para o setor porque aproxima a tributação da realidade econômica de cada operação. Não há redução automática da carga tributária, mas há maior controle sobre o momento do pagamento e menor dependência de mecanismos posteriores de ressarcimento", descreveu.

Primeiros meses

Anderson Souza disse também que a transição pode pressionar o ICMS nos primeiros meses. "O ganho de longo prazo não elimina uma possível pressão de curto prazo. A partir de outubro, todas as vendas internas das autopeças excluídas da ST passarão a gerar débito de ICMS. Ao mesmo tempo, uma parcela relevante dessas vendas será realizada com mercadorias adquiridas antes da mudança, cujo imposto já foi antecipado na entrada. O encontro entre as duas sistemáticas ocorre no estoque existente no final de 30 de setembro. Esse inventário permitirá reconhecer o crédito relativo ao imposto já suportado nas mercadorias que serão vendidas sob a nova regra. Sem ele, a empresa iniciará a apuração dos novos débitos sem incorporar corretamente o valor trazido do regime anterior", explicou.

A Portaria CAT nº 28/2020 exige a identificação do estoque por mercadoria e a vinculação com os documentos fiscais de entrada utilizados no cálculo. Para as empresas submetidas ao regime normal de apuração, o crédito será apropriado em 12 parcelas mensais, iguais e sucessivas, com início em outubro. No Simples Nacional, a compensação segue procedimento próprio por meio do PGDAS-D.

Na avaliação de Anderson Souza, "o parcelamento produz um efeito que precisa ser considerado nas projeções financeiras: o débito das novas vendas será reconhecido integralmente a cada mês, enquanto o crédito acumulado no estoque será absorvido gradualmente. Dependendo do volume armazenado e da velocidade de giro, o desembolso de ICMS poderá crescer nos primeiros meses, mesmo que a nova sistemática seja mais favorável no horizonte mais longo. O levantamento, portanto, não se limita à contagem física. Será necessário reconciliar quantidades, documentos e registros antes da data de corte. Em empresas de autopeças, marcadas por substituições de códigos, itens equivalentes e múltiplos depósitos, a qualidade dessa base definirá o valor e a segurança do crédito", descreveu.

Redução de distorções

Há anos, o Sindipeças vem defendendo a simplificação do ICMS na cadeia de reposição automotiva. "Com foco na redução de distorções e na construção de sistema tributário mais simples, previsível e neutro, substituindo margens presumidas que nem sempre refletem a realidade das operações", disse o diretor das áreas Fiscal, Tributária e Jurídica da Abipeças e do Sindipeças, Edison da Matta.



Marco Flores, *fundador da 2D Consultores*

Segundo ele, a extinção da ST tende a produzir os seguintes efeitos positivos para um setor marcado por grande diversidade de produtos, marcas, preços e canais de distribuição: "Redução da antecipação financeira e da imobilização de capital de giro; restabelecimento da não cumulatividade pela apropriação de débitos e créditos em cada etapa; maior neutralidade e menor distorção entre margens presumidas e preços efetivamente praticados; mais transparência na formação dos preços; redução da complexidade, do contencioso e dos procedimentos de ressarcimento e complementação; maior eficiência operacional e logística, como também aumento da competitividade", pontuou.

Para produzir esses efeitos, disse ele, "as empresas devem adaptar sistemas, documentos, estoques e procedimentos, sem deixar de acompanhar as regras interestaduais. A medida também materializa uma agenda de simplificação tributária defendida pelo Sindipeças e por entidades parceiras", afirmou.

Em sua opinião, a decisão paulista reforça a tendência de revisão da ST em segmentos nos quais a antecipação do imposto e as margens presumidas geram distorções.

> ***São Paulo volta a um ambiente mais competitivo com o fim da substituição tributária".***
>
> Rodrigo Carneiro, presidente da ANDAP

Tecfil®

Indústria Brasileira

KIT DE FILTROS TECFIL

Proteção completa para veículos. Portfólio inicial com **5 Kits Linha Leve** e **5 Kits Linha Utilitário.**

ESCOLHA O ORIGINAL



O FILTRO ORIGINAL DO BRASILEIRO

Filtro de Ar
Filtro de Cabine
Filtro de Combustível
Filtro de Óleo

Acesse nossos canais oficiais e saiba mais!

tecfil.com.br | @tecfil | tecfil.filtros | @tecfilfiltros | Filtros Tecfil | filtrostecfil

"A iniciativa, acompanhada por medidas semelhantes no Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Goiás e Espírito Santo, pode servir de referência para outros Estados, favorecendo uma tributação mais simples, previsível e neutra, alinhada à realidade do mercado de reposição automotiva", explicou.

E alertou que a extinção da ST em São Paulo não elimina automaticamente obrigações relativas a operações destinadas a outros Estados. "É necessário verificar a legislação do destino e eventuais protocolos aplicáveis. Também devem ser observadas as regras específicas para empresas do Simples Nacional e os procedimentos de compliance tributário", finalizou.

Mais competitividade

Para Rodrigo Carneiro, presidente da ANDAP, a mudança significa maior competitividade para o Estado de São Paulo. "Quando o ICMS-ST foi instituído, havia uma preocupação com o nível de informalidade na cadeia e com a guerra fiscal, de forma que a ST poderia contribuir para o controle e a manutenção da arrecadação. Não resolveu todos os problemas, mas ajudou, e os Estados foram aderindo. Não foi um acordo nacional, foram decisões Estado a Estado. Ao longo do tempo, alguns Estados foram deixando a ST, São Paulo acabou ficando isolado e, na medida em que alguns Estados lançaram programas de benefícios legalmente, como o Espírito Santo, a competitividade de São Paulo foi se degradando", afirmou.

Com a extinção do ICMS-ST no Estado de São Paulo, disse Rodrigo Carneiro, "voltamos a ter um ambiente mais saudável, com custos reduzindo ao longo do tempo, pois havia custos adicionais que não incentivavam a demanda. Lamentavelmente, isso não significou ganho para o consumidor final. Agora, tenho certeza de que podemos prestar um serviço de melhor qualidade, com um ônus menor, porque voltamos ao regime que sempre foi, que é consagrado, de débito e crédito".



Marco Antônio Vieira Machado, *presidente do Sincopeças-RS*

Rodrigo Carneiro falou também sobre a principal mudança para o distribuidor. "Quem estocava os impostos era o atacadista. Então, você olha para o estoque do investidor, que é muito grande, às vezes de meses e meses, que só eram creditados na hora da venda. Isso também já foi acordado pelo Estado de São Paulo, que se comprometeu a fazer a devolução do que foi pago em doze parcelas. Estamos de fato confortáveis com a decisão do governo do Estado de São Paulo e o apoio é absolutamente geral", concluiu.

Apuração dos impostos

Presidente do Sincopeças-SP, Heber Carvalho destacou que as alterações são profundas. "Precisamos ter total atenção e cuidado na apuração dos impostos (ICMS, PIS e COFINS), já que, a partir de outubro, deverão ser apurados. As empresas deverão adequar seus sistemas ERP para o novo sistema, particularmente nos produtos sujeitos a recolhimento de impostos", orientou.

Na avaliação do executivo, a extinção do ICMS-ST é benéfica em parte para as autopeças. "A cadeia de apuração dos impostos seguirá uma regra normal. Porém, será necessário muito cuidado na forma de apuração dos impostos", finalizou.

IMPACTO DA COMPENSAÇÃO DO ICMS-ST NA TAXA DE RETORNO

A compensação do ICMS-ST dos estoques declarados em 30 de setembro de 2026 poderá gerar um grande impacto positivo nos resultados das empresas, favorecendo um melhor desempenho da taxa de retorno.

Segundo Marco Flores, fundador da 2D Consultores, foram considerados cinco cenários de dias de estoque, com hipóteses de 30, 45, 60, 75 e 90 dias, atribuindo um parâmetro de 75% de produtos nacionais e 25% de produtos importados.

Segundo ele, "pelo modelo atual (ICMS-ST), a cada R$ 1 milhão em estoque de



Rubens Campos, *vice-presidente Sênior de Aftermarket Automotivo da Schaeffler*

compra de SP para SP, em média R$ 150 mil são tributos da ST, que serão compensados em doze parcelas iguais consecutivas, de R$ 12.500,00. Para as empresas que têm uma taxa de retorno de 3,5% ao mês de venda, de cada R$ 1 milhão que ela vende, o resultado será de R$ 35.000,00 + R$ 12.500,00 de compensação, que extinguirá em parte o valor do ICMS a recolher a partir de outubro. Os impactos na taxa de retorno serão bem relevantes ao fazer a compensação do ICMS-ST, pois representa, efetivamente, ativos que deverão ser 'devolvidos' ao contribuinte por meio da compensação, evitando, assim, que o tributo seja extinto através de pagamento, mas sim através deste importante recurso, que deverá ser utilizado neste momento tão delicado da economia".

Em um cenário de estoque de 90 dias, "imagine uma empresa que tem um estoque de R$ 3 milhões, mas vende por mês R$ 1,4 milhão. Ela só consegue colocar no bolso 3,5% desta venda, R$ 49.000,00 por mês. Neste caso, a Fazenda precisa compensar quase R$ 450 mil em doze parcelas de R$ 37.500,00 por mês. Desta forma, a empresa aumenta a taxa de retorno acima de 75%, comparando a compensação mensal com o resultado esperado segundo a taxa de retorno economicamente prevista".

Marco Flores apresenta um quadro demonstrativo refletindo o quanto a compensação do ICMS-ST impactará positivamente nos resultados, conforme taxas de retorno estimadas.

Recolhimento

Com a extinção do ICMS-ST no Estado de São Paulo, Marco Flores falou também sobre o recolhimento do tributo por parte

EMPRESA 100% BRASILEIRA

PRODUTOS QUE A DISTRIBUIDORA CONFIA, O VAREJO RECOMENDA E O MECÂNICO APROVA.

APLIC RESOLIT

Indústria de autopeças com mais de 60 anos de experiência, reconhecida pela confiabilidade, qualidade e inovação, atendendo distribuidores em todo o Brasil e sendo referência na linha motor.

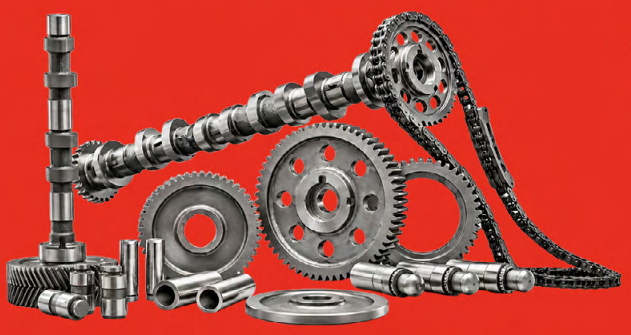
PRODUTOS EM DESTAQUE



COMANDO DE VÁLVULA • CÓD: 480 • Nº Original: MD 050.140 / MD 050.140 / 4D56
Aplicação: *HYUNDAI H100 (Todos) / MITSUBISHI L200, L300 e Pajero-Todos (OM.4D56)*



COMANDO DE VÁLVULA • CÓD: 481 • Nº Original: ME 001.701 / ME 001.701 / 4M40
Aplicação: *MITSUBISHI Pajero 2.8, Pajero Sport e Pajero Full (OM.4M40)*



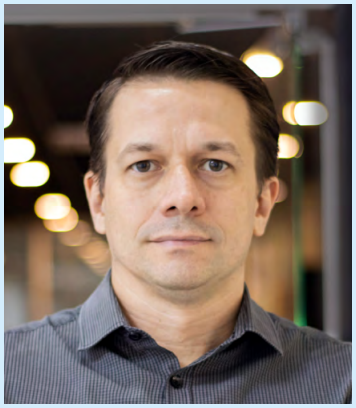
ENGRENAGENS • POLIAS • BALANCINS • TUCHOS
COMANDOS DE VÁLVULAS • TENSIONADORES

Você encontra nossa linha de produtos em um distribuidor próximo de você

aplic resolit

FABRICANDO PEÇAS DESDE 1963

AplicResolit | www.aplicresolit.com.br



David Angelo, *gerente de Marketing da PHINIA na América do Sul*

dos distribuidores e varejistas. "O que muda na cadeia é a dinâmica de preços. A partir de 1º de outubro, a cada R$ 1 milhão em operações fora da ST, o distribuidor recolherá aproximadamente 6,00% a 6,50% de sua receita, ou seja, de R$ 60 mil a R$ 65 mil por lote de R$ 1 milhão vendido. No varejo, a cada R$ 1 milhão vendido, o recolhimento sera próximo de R$ 90 mil, representando aproximadamente 9,00% da receita. Ainda que inicialmente o preço de aquisição pareça menor, haverá o recolhimento do ICMS por parte dos distribuidores e varejistas, afetando o preço final ao consumidor. Agora será preciso acompanhar os movimentos do mercado, mas a maior probabilidade é não haver qualquer redução no preço praticado ao consumidor final", esclareceu.

ESTADOS QUE NÃO TÊM O ICMS-ST PARA AUTOPEÇAS

Em 2017, o Estado de Goiás decidiu sair da sistemática do ICMS-ST para o setor de autopeças. Em 2020, foi a vez do Rio Grande do Norte e, mais recentemente, em 2024, do Rio Grande do Sul. Tanto Santa Catarina como o Espírito Santo decidiram não aplicar o ICMS-ST.

Marco Antônio Vieira Machado, presidente do Sincopeças-RS, disse que a retirada das autopeças do regime de substituição tributária no RS foi resultado da união de esforços de entidades ligadas ao setor automotivo, que levaram aos poderes públicos a realidade vivenciada pelos negócios. "O Sincopeças-RS esteve entre as entidades que encabeçaram esse movimento, mostrando que a ST teve seu momento e que, em determinado cenário econômico, fazia sentido para o Estado e para as empresas, mas já não contemplava mais as necessidades atuais", disse.

Considerando o cenário econômico atual, ele respondeu: "Entendemos que o fim da ST para as autopeças foi benéfico porque proporcionou um ambiente mais igualitário e competitivo para os negócios. O Rio Grande do Sul vinha convivendo com uma situação em que diversos outros Estados já não utilizavam esse mecanismo, o que criava diferenças nas condições comerciais e tributárias", relatou Marco Antônio Vieira Machado.

Adaptação das autopeças

"Com o fim da ST, surgiram dúvidas, especialmente durante o período de transição, mas gradativamente as empresas foram se adequando e percebendo os benefícios do novo modelo. Nesse processo, a informação foi fundamental. O Sincopeças-RS atuou como um filtro, levando aos seus representados orientações baseadas em fontes oficiais e ajudando a esclarecer as dúvidas do setor, assim como foi e é fundamental o trabalho de uma competente assessoria jurídica e contábil das próprias empresas. A questão tributária sempre esteve presente na agenda do sindicato", disse o executivo.

REFORMA TRIBUTÁRIA

Neste ano, iniciou-se a fase de testes operacionais da CBS (Contribuição sobre Bens e Serviços) e do IBS (Imposto sobre Bens e Serviços), com alíquotas de 0,9% e 0,1%, respectivamente. Em 2027, está prevista a extinção do PIS (Programa de Integração Social) e da COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social), com a cobrança da CBS e do Imposto Seletivo (IS). Entre 2029 e 2032, ocorrerá a redução gradual do ICMS (Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação) e do ISS (Imposto Sobre Serviços), que serão substituídos progressivamente pelo IBS até a vigência integral do novo sistema, em 2033.

Na avaliação de Nathan Gadelha, "a movimentação de São Paulo, com a extinção do ICMS-ST, se antecipou ao que a Reforma Tributária já traz, com a saída total do ICMS para a entrada do IBS. Vejo que outros Estados vão acompanhar esse movimento, mas há Estados que têm decretos e benefícios fiscais norteados pelo ICMS-ST. Quando falo do Ceará, temos o Decreto nº 30.419/2021, com alíquotas reduzidas para o segmento, pagas conforme a ST. Essa modificação em alguns Estados vai ser um pouquinho mais desafiadora, mas vai ocorrer. A tendência é que a substituição tributária realmente deixe de existir", previu.

Rodrigo Carneiro comentou que, mesmo com a Reforma Tributária, há Estado que quer manter o ICMS-ST. "Já entramos na Reforma Tributária neste ano e vai terminar em 2032. De acordo com especialistas, não faz sentido imaginar a substituição tributária, mas ela não acaba obrigatoriamente. Minas Gerais, primeiro Estado a usar este recurso, quer manter o regime da substituição mesmo após a Reforma. É um assunto extremamente polêmico, absolutamente complexo, como em nenhuma parte do mundo, e me preocupa muito mais quais serão as alíquotas do IPI aplicadas", ressaltou.

Em 2024 e 2025, o Sincopeças-RS acompanhou de perto a transição da ST. Agora, é a vez da Reforma Tributária. "Seguimos levando informação e orientação sobre a Reforma Tributária. O papel da entidade é justamente contribuir para que o empresário tenha segurança para tomar suas decisões. Além disso, estamos entrando em um novo momento com a Reforma Tributária, que promoverá uma transformação gradual do sistema brasileiro e deverá extinguir, ao longo da transição, mecanismos como a Substituição Tributária. Por isso, mais do



Fernando Petrolino, *gerente-geral da Elring Klinger*



Katarina Polido, *gerente Comercial da Radnaq*

que olhar apenas para o cenário atual, o empresário precisa estar atento às mudanças que vêm pela frente", orientou Marco Antônio Vieira Machado.

Heber Carvalho prevê que, provavelmente, a ST irá acabar pela concentração dos impostos IBS e CBS. "As empresas deverão avaliar o valor de aquisição dos produtos que, por lógica, deverão sofrer uma redução. Mas sempre avaliar a nova modalidade de pagamentos de tributos", afirmou.

Na visão de Edison da Matta, "a mudança aproxima a cadeia do modelo de débito e crédito que orienta a Reforma Tributária do consumo, baseada no IBS e na CBS, na não cumulatividade e na tributação no destino. Além de reduzir a complexidade durante a transição, permite que empresas e sistemas se adaptem desde já a uma apuração mais individualizada e transparente", especificou.

Como as empresas estão se adaptando

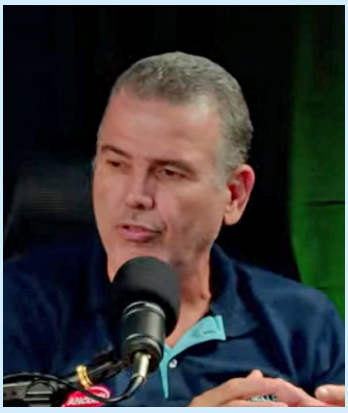
A tributação no Brasil é um assunto mais do que complexo e, a cada mudança, representa um desafio para as empresas. Para a Reforma Tributária, Rubens Campos, vice-presidente Sênior de Aftermarket Automotivo da Schaeffler, disse que os consultores da empresa estão trabalhando para entender quais são os principais impactos para a indústria e o distribuidor.

"Independentemente da situação fiscal, o consumo de peças continua igual. Então, tomamos a decisão de continuar produzindo normalmente até o final do ano, começo do ano que vem. Não vamos parar nossa produção. A Reforma Tributária tem impactos, mas temos que analisar com calma para que o distribuidor não tenha perda de venda, porque os carros continuam rodando e precisam de manutenção", defendeu.

Gerente de Marketing da PHINIA na América do Sul, David Angelo contou que a adequação à Reforma Tributária já vem sendo trabalhada com antecedência. "Agora, estamos buscando a aproximação dos nossos clientes para trabalharmos juntos essa mudança. Já estamos preparados e queremos suportar também os nossos parceiros para que ela possa ocorrer de forma suave e uma transição boa para todos em mais curto espaço de tempo. O que a gente precisa é estar próximo e capacitado para dar suporte aos nossos clientes", afirmou.

Fernando Petrolino, gerente-geral da Elring Klinger, respondeu: "Como somos originários, já estamos trabalhando no novo modelo da Reforma Tributária desde outubro do ano passado, uma exigência do Governo às grandes empresas. E estamos fazendo muitas lives, com grandes especialistas, tributaristas, explicando que não vai ser custo. Então, estamos tentando ajudar nisso, que é uma parte técnica", comentou.

Para Katarina Polido, gerente Comercial da Radnaq, a Reforma Tributária ainda é um tabu. "Ainda está todo mundo meio que perdido, não sabe o que faz e o que vai acontecer. Então, está todo mundo estudando, vendo as novidades, consultorias, tudo para a gente ver como vai ser este novo semestre e o novo ano em 2027", relatou.



Said Raidan de Sales, *CEO da Rede ANCORA*

Há dúvida também sobre a alíquota da CBS em vigor a partir de 1º de janeiro de 2027, substituindo o PIS e a COFINS, pagos pela indústria sobre seu faturamento ou receita bruta. Segundo Said Raidan de Sales, CEO da Rede ANCORA, durante o podcast Peça & Mecânico – "Reforma Tributária, o impacto no setor Automotivo": "A alíquota de PIS e Cofins é de 13,1% e não sabemos qual será a alíquota da CBS. A indústria terá que ser muito transparente. É um momento difícil para a indústria e a distribuição; é o momento de estarmos juntos. O mal disso é alguém querer ganhar vantagem nesse negócio", alertou.

Mesmo diante dos percalços e de vários pontos de atenção que ainda não estão esclarecidos, fato é que o mercado de reposição automotiva terá que se adaptar às novas regras e às mudanças que virão.



Foto(s): Divulgação / SSA-Ce/ George Lucas / Ricardo Gomes / Reinaldo Gomes /Erbete Gomes

Por: Silvio Rocha

AUTOP 2026 CONSOLIDA AVANÇOS E APONTA CAMINHOS PARA O AFTERMARKET



Foto 1 –Senador Cid Gomes participa da cerimônia de abertura | Foto 5 –A ex-jogadora de basquete Hortência foi uma das atrações do evento

Presidente do Sistema SSA, Ranieri Leitão faz um balanço da feira e fala sobre representação, sucessão, direito de reparar e os próximos passos do setor

Com mais de 40 mil visitantes, 500 marcas expositoras e R$ 800 milhões em negócios, a AUTOP 2026 encerrou sua 19ª edição em Fortaleza (CE) mostrando a força do mercado de reposição e reparação automotiva.

Além dos negócios, a feira reuniu indústria, distribuição, varejo, reparação e entidades em torno de temas como gestão, qualificação, novas tecnologias, evolução da frota e direito de reparar.

Nesta entrevista, Ranieri Leitão, presidente do Sistema Sincopeças/ Assopeças/ Assomotos (SSA) e do Sincopeças Brasil, faz um balanço da edição e fala sobre os desafios que estão no radar do aftermarket.

ENTREVISTA | RANIERI LEITÃO

Balcão Automotivo – O que mais surpreendeu você na AUTOP 2026 e como avalia o atual momento do setor?

Ranieri Leitão – A AUTOP 2026 superou nossas expectativas, mas o que mais me marcou foi perceber a força e a capacidade de mobilização do setor. Reunimos indústria, distribuição, varejo, reparação, entidades e profissionais de várias regiões do Brasil em um ambiente de negócios, conhecimento e relacionamento.

Mais do que os números, vimos empresários interessados em conhecimento, profissionais buscando qualificação, marcas

Estratégia, Disponibilidade e Confiança.

AUTOMOTIVE IMPORTS

A Automotive Imports transforma as demandas do mercado de reposição em soluções, por meio de um portfólio amplo de peças automotivas e uma operação voltada às **necessidades de fabricantes, distribuidores e lojistas.**



Iluminação



Componentes



Acabamento



Lataria

Email
comercial@zeene.com.br

Televendas
0800 770 7687

Site
www.zeene.com.br

Telefone
(11) 4652-3200

apresentando soluções e um mercado disposto a evoluir.

O setor vive mudanças no perfil da frota, novas tecnologias, modelos de negócios e um consumidor mais exigente. Isso traz desafios, mas também oportunidades.

A reposição brasileira tem uma frota ampla e diversificada, que continuará demandando manutenção, peças, serviços e profissionais qualificados. Temos um setor forte, mas precisamos transformar essa força econômica em mais união, qualificação e representatividade.



Ranieri Leitão *– Presidente do Sistema Sincopeças/Assopeças/Assomotos Ceará (SSA/CE) e do Sincopeças Brasil*

Balcão Automotivo – A posse do Sincopeças Brasil e a presença de lideranças como Cid Gomes reforçaram a importância institucional da AUTOP. O que isso representa para o setor?

Ranieri Leitão – Representa um amadurecimento da nossa representação.

A AUTOP nasceu com forte vocação para gerar negócios e conhecimento, mas hoje também é um espaço de representação institucional do aftermarket.

A posse da diretoria do Sincopeças Brasil reuniu lideranças empresariais, representantes de entidades e autoridades, entre elas o senador Cid Gomes. Isso mostra que o mercado de reposição precisa estar presente onde são discutidas decisões que afetam as empresas.

Nosso setor gera emprego e renda e garante que milhões de veículos continuem circulando com manutenção e segurança. Precisamos fazer com que essa dimensão seja compreendida pelo poder público.

A aproximação com o Congresso e outras instâncias é importante para defender os interesses da categoria e participar das discussões que afetam o ambiente de negócios.

Balcão Automotivo – A reunião do Sincopeças Brasil contou com cerca de dez Sincopeças e diversas entidades. Quais foram os principais temas e encaminhamentos?

Ranieri Leitão – Colocamos na mesma mesa representantes de diferentes estados e entidades da reposição automotiva.

Discutimos o fortalecimento do Sincopeças Brasil, a integração entre os sindicatos, o compartilhamento de experiências, capacitação, serviços e benefícios para as empresas. Também tratamos das pautas que interferem no ambiente de negócios.

Entre os temas ligados ao futuro da reposição estiveram a evolução tecnológica da frota, qualificação profissional, acesso à informação técnica, competitividade e direito de reparar.

O principal encaminhamento é atuarmos de forma conjunta. Cada estado tem suas particularidades, mas muitos desafios são nacionais. Não faz sentido enfrentar isoladamente questões que atingem toda a cadeia.

O Sincopeças Brasil tem esse papel: ouvir as bases, reunir as demandas dos estados, construir posições e levá-las aos espaços adequados.

Balcão Automotivo – Você também tem trabalhado na aproximação com os jovens. Como preparar essa nova geração para o futuro do setor?

Ranieri Leitão – Esse é um assunto importante para a continuidade do setor.

Temos muitas empresas familiares vivendo processos de sucessão e uma geração de jovens chegando com outra visão sobre tecnologia, gestão, comunicação e relacionamento com o consumidor.

Não podemos enxergar essa mudança como ameaça, mas como renovação. Não basta dizer aos jovens que eles serão o futuro. Precisamos trazê-los para o presente.

É preciso abrir espaço nas empresas e entidades, ouvir suas ideias, envolvê-los nas discussões e oferecer formação. Eles precisam conhecer a história de quem construiu o mercado, mas nós também precisamos estar abertos à maneira como essa geração pensa.

Se queremos empresas e entidades fortes daqui a dez ou vinte anos, precisamos começar a formar essas lideranças agora.

Balcão Automotivo – Qual a importância da defesa do direito de reparar e qual o principal legado da AUTOP 2026?

Ranieri Leitão – O Direito de Reparar é fundamental para o futuro da reposição independente. Com veículos cada vez mais tecnológicos, oficinas e profissionais precisam ter acesso às informações e ferramentas necessárias para realizar manutenção e reparação com qualidade e segurança, preservando a liberdade de escolha do consumidor.

Um avanço importante foi a apresentação do PL nº 5.092/2026, pela senadora Leila Barros, a partir de uma solicitação da ANFAPE, integrante da Aliança Aftermarket Brasil. É um exemplo de como a união das entidades pode fazer pautas estratégicas avançarem no Congresso.

Essa união representa, para mim, o principal legado da AUTOP 2026. A feira reuniu toda a cadeia, gerou negócios, conhecimento e aproximou empresas, profissionais e entidades.

O resultado continua depois da feira, nas parcerias, no conhecimento adquirido e no fortalecimento da representação do setor.

MDS FREIOS

Mais Tecnologia em cada Frenagem

Engenharia, precisão e tecnologia aplicadas ao que realmente importa: segurança e performance na frenagem. Há 40 anos, a MDS Freios desenvolve componentes com padrão original, alto desempenho e durabilidade comprovada para o aftermarket automotivo.

Discos de Freio • Tambores de Freio • Cubos de Roda • Qualidade certificada ISO 9001:2015

highcarbon *Maior teor de carbono para superior dissipação térmica e frenagens mais estáveis e eficientes.*

highchromium *Maior resistência ao desgaste para durabilidade prolongada e máxima confiabilidade.*

linearfinish *Acabamento de alta precisão que garante o assentamento perfeito das pastilhas e elimina vibrações.*

it'sclean *Produto pronto para instalar, sem necessidade de limpeza.*

blackpainted *Proteção anticorrosiva com acabamento premium, preservando estética e durabilidade ao longo do tempo.*



Nosso App
Mds Freios

Telefone
(48) 3436-6700

Website
mdsfreios.com.br

/mdsfreios

Endereço | Rod José Spillere, Criciúma-SC

VOZES DA AUTOP 2026

A AUTOP também reuniu diferentes visões sobre os caminhos do aftermarket. Gestão, qualificação, tecnologia e pessoas apareceram como pontos recorrentes nos depoimentos.

YAGO LEITE
Proprietário da Peça.com e palestrante



PROFISSIONALIZAÇÃO SERÁ DECISIVA

Para Yago Leite, o varejo de autopeças mantém forte potencial de crescimento, mas a disputa será maior.

"Vai prosperar quem investir em conhecimento, gestão, estoque, precificação, processos e entender de verdade os números do próprio negócio".

SANDRA NALLI
Fundadora da Escola do Mecânico e palestrante



PESSOAS NO CENTRO DA ESTRATÉGIA

Atrair, desenvolver e reter profissionais qualificados já afeta diretamente o crescimento e a rentabilidade das oficinas, segundo Sandra Nalli.

Para ela, o caminho passa por gestão de pessoas, capacitação, tecnologia e valorização dos profissionais.

ALEXANDRE XAVIER
Diretor-Superintendente do IQA – Instituto da Qualidade Automotiva

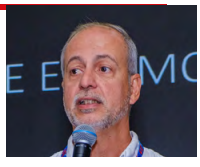


CAPACITAÇÃO ACOMPANHA A TECNOLOGIA

Mais de 100 profissionais participaram das provas de certificação realizadas pelo IQA durante a AUTOP.

A entidade reforçou a importância da qualificação e da atualização técnica diante da evolução dos veículos.

CLÁUDIO ARAÚJO
Idealizador do programa O Segredo das Oficinas e palestrante



GESTÃO GANHA PROTAGONISMO

Cláudio Araújo destacou a aproximação entre os diferentes elos da cadeia e o peso crescente da gestão.

Para ele, oficinas bem administradas ajudam a movimentar todo o mercado. Também chamou atenção para a preparação das empresas diante das mudanças tributárias.

PROFESSOR SCOPINO
Empresário da reparação automotiva e palestrante



CONHECIMENTO PARA A NOVA FROTA

Embaixador da AUTOP 2026, Scopino participou de palestras sobre híbridos e elétricos, gestão de oficinas e injeção direta.

A procura pelas apresentações mostrou, segundo ele, o interesse dos profissionais em acompanhar a evolução tecnológica.

CARLOS FORTES
Especialista em vendas e palestrante



O MECÂNICO SERÁ CADA VEZ MAIS TECNOLÓGICO

Para Carlos Fortes, a evolução da frota exige qualificação dos reparadores.

"O mecânico vai ser cada vez mais um TI do automóvel".

FLÁVIO PORTELA
Diretor Comercial da Mooven Distribuidora e palestrante



UM NOVO CICLO PARA O AFTERMARKET

Portela chama atenção para o avanço dos veículos eletrificados, sem perder de vista uma frota convencional que continuará movimentando o mercado por muitos anos.

Para ele, fabricantes e distribuidores precisam manter estoques atualizados e ampliar o treinamento técnico.

CONAREM
Conselho Nacional de Retíficas de Motores



José Arnaldo Laguna, presidente do CONAREM

ATUALIZAÇÃO PARA AS RETÍFICAS

O CONAREM levou à AUTOP palestras técnicas e atividades de atualização para retificadores. A entidade também apresentou uma análise da evolução da frota brasileira até 2040.

AMMA
Associação Brasileira das Mulheres do Mercado Automotivo



MAIS ESPAÇO PARA AS MULHERES

A AMMA participou da AUTOP com o Lounge AMMA e Talks sobre liderança, capacitação, vendas e empreendedorismo.

A entidade também participou da homenagem a Maria Eneida de Sá, uma das pioneiras do mercado automotivo.


FRASLE MOBILITY
AUTO EXPERTS
A plataforma de serviços que vai acelerar os negócios da sua loja.
Acesse a mais completa plataforma de serviços desenvolvida para facilitar o dia a dia do varejo de autopeças.
As melhores e mais rápidas ferramentas de busca:
Catálogo online
XYZ 000
Busca por placa
Onde encontrar
E mais:
EAD experts
Cursos online, gratuitos e com certificado.
APP Auto Experts
Para você ter tudo isso na palma da sua mão.
Clique aqui e comece a aproveitar agora mesmo
No trânsito, enxergar o outro é salvar vidas.
FRASLE
FREMAX
CONTROIL
NAKATA®

Na Zeene, você encontra o mais completo portfólio de peças automotivas para o mercado de reposição, com variedade e disponibilidade para impulsionar o seu negócio.

Trabalhamos com **milhares de itens** para diferentes marcas e modelos, oferecendo **soluções em peças de colisão**, iluminação, arrefecimento, acabamento e diversas outras linhas.

Com um **amplo estoque,** atendimento especializado e logística eficiente, entregamos a disponibilidade e a agilidade que sua empresa precisa para manter as prateleiras abastecidas, atender mais clientes e impulsionar o crescimento com **mais lucratividade**.

Variedade, disponibilidade e agilidade em cada entrega.



Televendas
0800 770 7687

Telefone
(11) 4652-3200

Email
comercial@zeene.com.br

Site
www.zeene.com.br

ZEENE





Iluminação

Faróis, lanternas e milhas com qualidade e ampla disponibilidade.



Peças de Colisão

Para-choques, grades, para-barros, molduras e suportes para milha.





Latarias

Capôs, portas e demais peças de lataria para diversas aplicações.

ESTANDES EM DESTAQUE

Os estandes dos expositores movimentaram a AUTOP 2026, reunindo lançamentos, produtos, tecnologias e muita interação com os visitantes.



2M PLASTIC / CENTRAFIX



AC DELCO



APEX



APLIC RESOLIT



ARCA



ATE VDO



AUTEL



BINS



www.dayco.com

Soluções **completas** de corrente de sincronismo **em uma caixa**.



Kit de corrente de sincronismo Dayco - KTC

DAYCO®

MOVE FORWARD. ALWAYS.™



CABOVEL



CAR 80



CESTARI



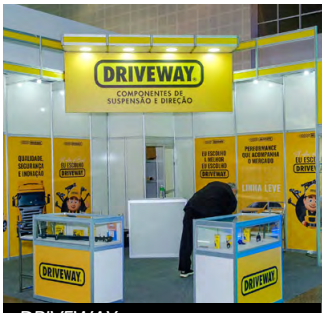
CONTINENTAL



DAYCO / NYTRON



DEITON



DRIVEWAY



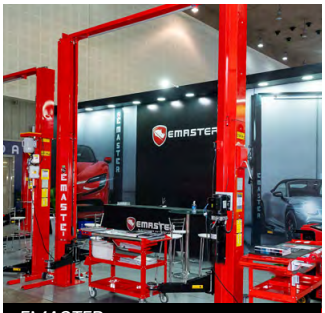
DS / IKRO / IGUAÇU



EATON



ELRING



EMASTER



EURUS



FERSA



FRUM



GAUSS / TC / VP



GONEL



HENGST



IABV



KOSTAL



KS KOLBENSCHMIDT



KYB



MAHLE



MAXON



MOBENSANI



MONROE



MULTQUALITA



MWM



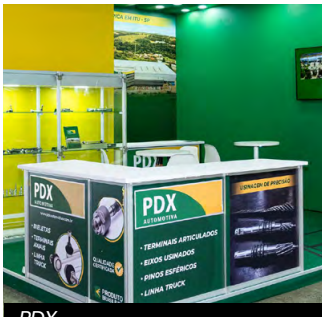
NTN



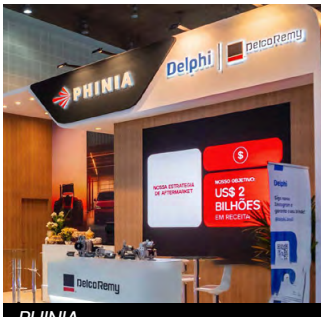
ORIGINAL FILTER



PARKER / 3RHO



PDX



PHINIA



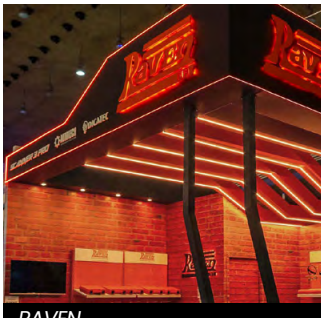
QUINELATO



RADNAQ



RAINHA DAS SETE



RAVEN



RECRIN / CGR



RESERPLASTIC



SABÓ



SAMPEL



SCHAEFFLER



TECFIL / VOX



TIRRENO/MOBIL



URBA



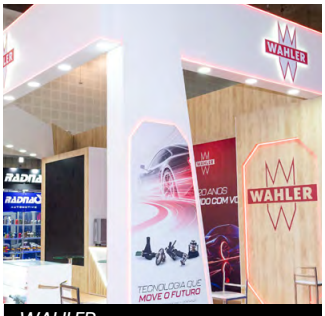
VALCLEI



VALPEC



VETOR



WAHLER



WEGA



YIMING PARTS



ZEN



ZM

AUTOP EM FOTOS

Um registro da movimentação, dos encontros e dos momentos que marcaram a 19ª edição da AUTOP 2026.













NISSAN

CHEGOU NISSAN VALUE ADVANTAGE®

A escolha certa para
a sua oficina: qualidade
com a marca Nissan,
que supera a expectativa
do seu cliente!

Escaneie
o QR Code
e saiba mais

IBAMA
PROCONVE
HOMOLOGADO

Desacelere.
Seu bem maior é a vida.



Foto(s): Divulgação / SSA-Ce/ George Lucas / Ricardo Gomes / Reinaldo Gomes /Erbete Gomes

Por: Silvio Rocha | Foto(s): Divulgação



WORKSHOP

VENDEDOR DE ALTA PERFORMANCE

PALESTRAS, PAINÉIS E NETWORKING REUNIRAM PROFISSIONAIS DO MERCADO EM UMA PROGRAMAÇÃO DEDICADA À CAPACITAÇÃO E À TROCA DE EXPERIÊNCIAS

O Workshop Vendedor de Alta Performance, realizado pelo Balcão Automotivo durante a AUTOP 2026, em Fortaleza (CE), reuniu conteúdo, varejo e indústria em uma programação voltada à capacitação e ao relacionamento. Foram 147 participantes, representando 32 lojas e 27 empresas ou grupos, com profissionais de sete cidades. O público foi formado principalmente por balconistas, além de mecânicos, promotores de vendas e proprietários.

O futuro das lojas em debate

A programação começou com o painel "O Futuro das Lojas de Autopeças", com Dedé Cavalcante, da Guaxinim Autopeças; Sebastião Lemos, da Autopeças Bom Jesus; e Rodrigo Tavares, da R&W Autopeças, após a abertura conduzida por Silvio Rocha, do Balcão Automotivo.

Sebastião Lemos contou que subir ao palco também foi um desafio pessoal. "Antes de subir ao palco, senti medo e insegurança, mas enfrentei o desafio. Ao olhar para o público, pensei em toda a evolução do setor: dos catálogos impressos à internet e, agora, aos carros elétricos, híbridos, à inteligência artificial e às novas formas de vender e atender. Acredito que a maior evolução está nas pessoas que têm coragem de aprender e mudar. O setor está evoluindo, e precisamos evoluir junto com ele".

Dedé Cavalcante chamou a atenção para a velocidade das mudanças no setor. "O Workshop Vendedor de Alta Performance foi um prazer e uma oportunidade de refletir sobre as mudanças do mercado. Tecnologia, inteligência artificial, internet e reforma tributária trazem novos desafios e exigem rapidez, conhecimento e capacidade de adaptação. No setor de autopeças, precisamos buscar novas soluções, fortalecer parcerias, investir em serviços e, principalmente, preparar nossas equipes. Nossa empresa tem 29 anos de história e seguimos acreditando no setor. O caminho é aperfeiçoar, treinar e entregar cada vez melhor ao cliente".

Na sequência, foi apresentado o EAD Balcão Automotivo, projeto voltado à capacitação dos profissionais do balcão. Rodrigo Tavares destacou a importância do conhecimento para o trabalho diário. "Apresentar o projeto de EAD durante o Workshop do Balcão Automotivo, dentro da AUTOP, foi uma experiência muito

gratificante. Tenho orgulho de fazer parte de uma iniciativa que contribui para a capacitação dos balconistas de autopeças, porque investir em conhecimento é investir na evolução do mercado. O balconista faz a ligação entre indústria, distribuidor, loja, reparador e consumidor. Quanto mais preparado estiver, melhor poderá atender, compreender as necessidades do cliente e contribuir para decisões mais assertivas. O EAD oferece justamente essa oportunidade de aprendizado acessível e contínuo".

O novo papel do vendedor

A palestra "Atitude que Move Resultados", de Francisco Gomes, consultor e instrutor do curso de Balconista de Alta Performance, tratou das mudanças no papel do vendedor diante de um consumidor cada vez mais informado.

"O vendedor de autopeças precisa entender que seu papel vai muito além de vender uma peça. Ele influencia diretamente a experiência do cliente e precisa saber ouvir, orientar e construir relações de confiança. O mercado mudou, assim como o cliente e a concorrência, e o vendedor também precisa mudar. Com a tecnologia facilitando a identificação das peças, será cada vez mais importante adotar uma postura proativa e ser útil ao cliente. O que mais me chamou a atenção foi a vontade de aprender dos profissionais, que entenderam que o diferencial está nas atitudes".

Quem está atrás do balcão

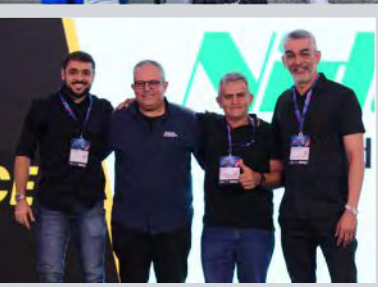
Fechando a programação de conteúdo, o painel "Muito Além do Balcão" reuniu James Lopes, da Padre Cícero; Jessifran Ferreira Sales, da Truckão; e Darlly Carvalho Sá, da Catatau Pneus, levando ao debate a experiência de quem atua diretamente no atendimento e nas vendas.

James Lopes destacou a disciplina e a busca por conhecimento. "Quero agradecer ao Balcão Automotivo pelo convite e pela oportunidade de participar do Workshop Vendedor de Alta Performance. Foi uma experiência memorável, de muito conhecimento e reflexão. Para ser um profissional de alta performance, não existe fórmula mágica: é preciso ter disciplina, dedicação, buscar conhecimento, ouvir, aprender todos os dias e não se acomodar. Também foi uma honra compartilhar nossa trajetória e perceber que cada desafio faz parte do caminho para grandes conquistas. Alta performance não é apenas vender mais, mas buscar fazer sempre o nosso melhor".

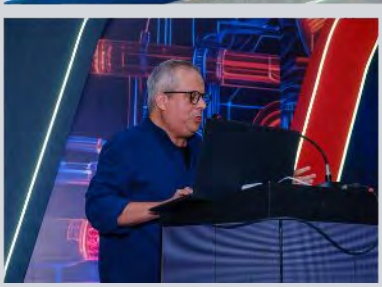
Balconista da Catatau Pneus, Darlly Carvalho Sá foi a única mulher participante do Workshop Vendedor de Alta Performance. Para ela, o encontro foi uma oportunidade de aprendizado, troca de experiências e novas perspectivas. "Participar do Workshop Vendedor de Alta Performance foi uma experiência muito importante,













1 –Público presente ao evento 2 –Lojistas participam do painel 3 –Rodrigo, Silvio, Dedé e Sebastião durante o evento
4 –Momento de confraternização entre os participantes 5 –Público acompanha atentamente o conteúdo







1 –Jessifran, Darlly, Silvio, James e Francisco durante o evento 2 –Francisco durante sua palestra
3 –Ganhadores dos brindes dos patrocinadores ao final do evento

tanto profissionalmente quanto pessoalmente. Com certeza, foi uma virada de chave, com muito conhecimento e a oportunidade de estar ao lado de pessoas altamente competentes. Saio daqui com outra visão de futuro, principalmente sobre inovação e tecnologia. Como balconista, acredito que buscar conhecimento faz toda a diferença no atendimento e na relação com o cliente. Também fiquei muito feliz em representar as mulheres que atuam no setor de autopeças e valorizar o profissional que está todos os dias na linha de frente".

Jessifran Ferreira Sales, da Truckão, também ressaltou a troca proporcionada pelo encontro. "Quero deixar meu agradecimento a todos que participaram do Workshop Vendedor de Alta Performance. Foi um evento muito marcante para mim e uma experiência que certamente vou levar comigo. O que mais me chamou a atenção foi a troca de experiências e o nível dos convidados, que trouxeram diferentes conhecimentos, histórias e visões sobre o mercado. Achei sensacional poder estar ao lado de profissionais tão preparados, compartilhando ideias e aprendendo. Foi um encontro que mostrou a importância de buscar conhecimento e estar sempre aberto a novas experiências".

Indústria mais próxima do varejo

Além dos painéis e da palestra, o workshop teve dois momentos de sorteio e interação com os patrocinadores, além do coquetel de recepção. Participaram da ação: Automotiva Cestari, BorgWarner, Cabovel, Cauplas, Continental, Elring, Feras da Venda, MDS Freios, Nidec, SEG Automotive e ZF Aftermarket.

As marcas estiveram presentes nos momentos de conteúdo, relacionamento, ativações e sorteios. Para os patrocinadores, o encontro também gerou uma base para contatos posteriores, com 139 WhatsApps, 40 e-mails e informações de 27 empresas ou grupos.

A edição de Fortaleza mostrou que o formato pode aproximar ainda mais indústria e varejo, reunindo profissionais em torno de três pontos centrais: capacitação, relacionamento e negócios. A próxima etapa prevê ampliar a participação de profissionais e empresas, criar novas possibilidades para os patrocinadores e levar o workshop a outras praças.

Para Francisco Gomes, o interesse demonstrado pelo público foi um dos pontos altos do encontro. "Foi uma experiência muito enriquecedora e especial. O Workshop Vendedor de Alta Performance foi pioneiro ao dedicar sua programação exclusivamente às vendas. Compartilhar conhecimentos, experiências e estratégias com balconistas e profissionais da área foi uma grande satisfação, especialmente em um mercado que exige cada vez mais agilidade e assertividade. O que mais me marcou foi o interesse e a vontade de aprender dos participantes. Saio com a certeza de que compartilhar conhecimento ajuda a desenvolver profissionais e fortalecer todo o mercado".

ONDE VOCÊ QUER CHEGAR HOJE?

Quando a escolha é certa, a sua única preocupação é aproveitar o caminho.

Há mais de uma década, o Grupo Tiger atua no mercado de reposição automotiva com um portfólio completo para diferentes veículos e aplicações. Unindo qualidade, eficiência e alto desempenho para entregar tudo o que seu carro precisa para rodar com segurança, precisão e tranquilidade, onde quer que a estrada te leve.

A escolha certa para você seguir sempre em frente.





SAIBA MAIS:

GRUPO TIGER
A melhor escolha.

EW auto | TIGER AUTO | VIPERTRON

www.grupotiger.com.br



Rodrigo Tavares também destacou o papel da qualificação. "Na minha visão, iniciativas como essa são fundamentais para o desenvolvimento e a profissionalização do mercado de reposição automotiva. O balconista está na linha de frente e tem papel decisivo na conexão entre a loja, o reparador e o cliente. Quanto mais preparado estiver, maior será sua capacidade de entender necessidades, orientar corretamente e oferecer soluções. A capacitação também desenvolve comunicação e atendimento. Um profissional mais preparado toma decisões assertivas, transmite segurança e contribui para melhores resultados. Investir nele é fortalecer toda a cadeia e preparar o setor para os desafios do mercado".

PATROCINADORES

AUTOMOTIVA CESTARI

BORGWARNER

CABOVEL
A MARCA DO CABO ORIGINAL

CAUPLAS BRASIL
Mangueiras automotivas

Continental
The Future in Motion

elring
Das Original

FERAS DA VENDA

MDS FREIOS

Nidec
All for dreams

SEG AUTOMOTIVE

ZF AFTERMARKET

REALIZAÇÃO

BALCÃO AUTOMOTIVO .COM

APOIO

AUTOP 2026

SSA Sistema Sincopeças Assopeças Assomotos

elring
Das Original

TECNOLOGIA ALEMÃ.
DESEMPENHO ORIGINAL.

JUNTE-SE A NÓS!
elring Das Original

CHEGOU A HORA !
LANÇAMENTO
OFICIAL

da loja Elring Das Original no Mercado Livre!

01 DE SETEMBRO DE 2026

Mais praticidade, confiança e qualidade para voçê, onde estiver. A Elring Das Original agora ainda mais perto de você

mercado livre

A ORIGINAL CHEGOU PARA FICAR.



QUALIDADE ORIGINAL EM CADA DETALHE. CONFIANÇA QUE GERA RESULTADOS

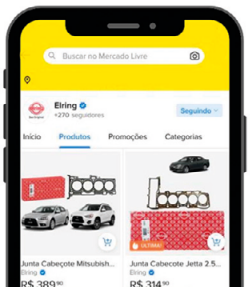
PRODUTOS ORIGINAIS
Peças com a mesma qualidade das montadoras. Segurança e durabilidade que você reconhece.

TECNOLOGIA ALEMÃ
Desenvolvimento e inovação que garantem máximo desempenho em cada aplicação.

QUALIDADE COMPROVADA
Testes rigorosos e padrões internacionais que só a Elring Oferece.

PRATICIDADE E CONFIANÇA
Compra segura, entrega rápida e supporte especializado.

JUNTE-SE A NÓS!
Participe do nosso programa de relacionamento e ganhe pontos, benefícios e muito mais.



ACESSO FÁCIL. QUALIDADE ORIGINAL AGORA NO MERCADO LIVRE.

Encontre toda alinha Elring Das Original com a confiança de sempre e a comodidade que você precisa.

ACESSE NOSSA LOJA OFICIAL NO MERCADO LIVRE!



O APOIO DAS INDÚSTRIAS AO VENDEDOR DE AUTOPEÇAS

Principal contato com os clientes e influenciador na decisão de compra, será que o vendedor de autopeças está bem assistido?

No balcão ou nas vendas pelo WhatsApp, o vendedor de autopeças precisa de todo o conhecimento técnico para orientar o cliente, seja o mecânico ou o consumidor final, na decisão de compra. É ele também quem indica as marcas e, para ter todo esse conhecimento, a aproximação com os fabricantes é fundamental.

Para Carlos André Birckholz, CEO da MDS Freios, as fabricantes precisam estar mais atentas a este profissional. "O vendedor de autopeças é uma categoria muitas vezes esquecida. As empresas focam no mecânico, se esquecem do balconista, e ele é uma pessoa-chave. Se ele tiver a informação, o conhecimento, é quem fará a venda acontecer; a venda correta para que o mecânico leve a peça indicada. O trabalho dele é fundamental", afirmou.



Carlos André Birckholz,
CEO da MDS Freios

Em Rio Branco (AC), o gerente da Reipel Auto Peças, Jonas Tadeu Gomes, sente falta de mais conhecimento para apresentar os produtos. "Trabalhamos com cerca de 25 indústrias e participamos de várias palestras on-line para obtermos informações técnicas, mas falta mais conhecimento para apresentação de produtos. Para uma aproximação maior com os vendedores, as indústrias poderiam criar mecanismos de participação nos lucros com promoções premiadas em determinado produto, por exemplo", sugeriu.

Por mais suporte

Gerente Comercial da Casa da Transmissão, Giuliano Martins de Rezende contou que as fábricas oferecem treinamentos e informações técnicas, principalmente por meio de materiais de apoio, apresentações de produtos e capacitações pontuais. "No entanto, ainda existe espaço para ampliar esse suporte, especialmente com treinamentos mais frequentes, práticos e direcionados à realidade do vendedor. Uma capacitação mais próxima do dia a dia comercial contribuiria para aumentar o conhecimento técnico, a segurança na argumentação e a assertividade na recomendação dos produtos ao cliente", comentou.



Giuliano Martins de Rezende, *gerente Comercial da Casa da Transmissão*

A Casa da Transmissão atua com peças e motores MWM e Cummins, caixas de câmbio completas e peças Eaton e ZF, e peças para diferencial Meritor. "O que mais sinto falta por parte das indústrias é de treinamentos mais voltados à prática para os vendedores de autopeças. Muitas vezes, conhecemos o produto, mas surgem dúvidas técnicas ou questionamentos durante a venda que poderiam ser respondidos com mais segurança se tivéssemos um conhecimento prático maior", explicou.

A sugestão dele é que treinamentos presenciais, demonstrações de produtos e situações reais do dia a dia ajudariam muito. "Isso aproximaria mais as indústrias dos vendedores e nos daria mais segurança, conhecimento e argumentos para apresentar os produtos e responder aos clientes de forma mais assertiva", reiterou.

Para Giuliano Martins de Rezende, a aproximação da indústria com os vendedores é estratégica, pois eles estão na linha de frente e exercem forte influência na decisão de compra do cliente. "Quanto maior o conhecimento sobre os produtos, diferenciais e aplicações, maior será a segurança do vendedor para recomendar a solução adequada e agregar valor à venda. Essa proximidade também fortalece o relacionamento entre indústria, distribuidor e varejo, contribuindo para maior confiança na marca, melhor argumentação comercial e, consequentemente, aumento das oportunidades de venda", finalizou.

Ponto de vista dos fabricantes

Sabrina Carbone, gerente Global de Marketing da Frasle Mobility, ressaltou a importância dos vendedores de autopeças. "Eles desempenham um papel estratégico na cadeia de reposição automotiva, conectando a indústria, os distribuidores, os reparadores e os consumidores. Pela proximidade com os reparadores e pelo conhecimento sobre produtos e aplicações, atuam como verdadeiros consultores, contribuindo diretamente para decisões de compra mais assertivas", descreveu.



Sabrina Carbone, *gerente Global de Marketing da Frasle Mobility*

Segundo ela, "a confiança construída nessa relação é essencial para garantir que a peça correta chegue ao reparador no momento certo, promovendo eficiência nos serviços, produtividade nas oficinas e satisfação para o consumidor final. Eles representam o elo da cadeia que mais conhece as necessidades do mecânico, e a realização de um atendimento de qualidade contribui significativamente para o caminho do reparador", afirmou.

Outro ponto colocado por ela é o alto grau de especialização e atenção aos detalhes que exige a comercialização de autopeças. "A frota circulante brasileira é uma das mais diversificadas do mundo, composta por centenas de modelos e versões de veículos, o que amplia significativamente a complexidade das aplicações. Nesse contexto, o vendedor precisa aliar conhecimento técnico, agilidade e capacidade consultiva para orientar corretamente cada negociação. Afinal, uma recomendação inadequada pode gerar devoluções, retrabalho, custos adicionais e atrasos que afetam toda a cadeia, do varejo à oficina, chegando ao proprietário do veículo", alertou.

Além disso, o comportamento do consumidor vem se transformando. "Hoje, a jornada de compra é cada vez mais digital, com consumidores e reparadores pesquisando informações, comparando alternativas e buscando respostas rápidas por diferentes canais. Por isso, o vendedor moderno precisa estar preparado para oferecer suporte tanto no ambiente físico quanto no digital, utilizando ferramentas como WhatsApp Business, plataformas de atendimento on-line e recursos de relacionamento que ampliem a qualidade e a eficiência das interações, sem perder a proximidade e a confiança que caracterizam o setor", explicou.

Na visão de Andreas Potenza, gerente de Marketing e Comunicação da ZF América do Sul, o marketing ficará cada vez mais próximo do negócio e cada vez menos preso ao formato. "A pergunta que importa deixou de ser 'qual campanha vamos fazer' e passou a ser 'qual problema do nosso cliente nós vamos ajudar a resolver'. Isso muda a forma de planejar, de medir e até de escolher os canais", afirmou.

A primeira transformação que merece atenção, de acordo com ele, é o uso de dados e de inteligência artificial. "A IA já está mudando a rotina das áreas: na produção de conteúdo, na análise de mercado, na personalização do relacionamento. Mas ela é uma ferramenta de escala, não de planejamento. Quem tiver repertório, senso crítico e clareza sobre o que quer dizer vai usar a IA como acelerador. A segunda é a valorização do conteúdo que realmente entrega algo para quem está do outro lado", mencionou.

Neste quesito, Andreas Potenza explicou que, em um setor técnico como o do mercado

de reposição, comunicar não é apenas divulgar produto. "É educar o mercado, apoiar o mecânico, o frotista, o distribuidor. O conhecimento vira um ativo de marca. Quem ajuda o profissional a trabalhar melhor constrói uma relação que nenhuma campanha compra. A terceira é, curiosamente, a volta da força do contato humano", citou.

Segundo ele, "quanto mais digital o mundo fica, mais valor tem o encontro presencial, a visita técnica, o evento, a conversa olho no olho. O digital dá escala; a presença dá confiança. As duas coisas precisam andar juntas. No fim, a tecnologia muda, o canal muda, o formato muda. O que não muda é a necessidade de entender profundamente as pessoas com quem você está falando", explicou.



Andreas Potenza, *gerente de Marketing e Comunicação da ZF América do Sul*

Ações da Frasle Mobility

Na Frasle Mobility, um dos principais recursos disponíveis para os vendedores de autopeças é o Auto Experts, plataforma da Frasle Mobility que reúne conteúdos, ferramentas e informações voltadas ao desenvolvimento profissional e ao aprimoramento do atendimento ao cliente.

"Por meio da plataforma, os vendedores têm acesso a cursos e certificações gratuitas pelo EAD Experts, incluindo o EAD Consultor de Vendas, que oferece uma trilha voltada ao desenvolvimento de técnicas de vendas e outras trilhas com foco técnico, abrangendo temas como suspensão, direção, transmissão e diversos outros sistemas automotivos. Além disso, a plataforma disponibiliza conteúdos técnicos e de mercado que ajudam a ampliar conhecimentos e tornar as recomendações ainda mais assertivas", contou Sabrina Carbone.

Outra iniciativa é o canal Feras da Venda, criado inicialmente pela Nakata e que hoje reúne conteúdos das marcas Fras-le, Fremax e Controil. O canal é um dos principais exemplos desse compromisso. "Com mais de 1.000 publicações e uma comunidade que supera 66 mil seguidores, a plataforma é uma das maiores iniciativas do mercado voltadas a esse público. Nela, são compartilhados conhecimentos sobre técnicas de vendas, atendimento, aplicações de produtos, pós-venda, ferramentas digitais e tendências do setor, contribuindo para o desenvolvimento contínuo dos profissionais", especificou.

De acordo com Sabrina Carbone, "todas essas iniciativas refletem o compromisso da Frasle Mobility com a geração de conhecimento, o suporte técnico e a proximidade com o mercado. Ao investir na capacitação e no desenvolvimento dos vendedores de autopeças, contribuímos para uma cadeia de reposição mais eficiente, tecnológica e preparada para os desafios do futuro, gerando valor para fabricantes, distribuidores, varejistas, reparadores e consumidores. Por isso, trabalhamos continuamente para apoiar a atualização e a qualificação desses profissionais por meio de conteúdos técnicos e comerciais disponibilizados em diferentes formatos, como e-books, cursos, vídeos, treinamentos e materiais especializados", finalizou.

Ações da ZF

Em 2017, a ZF lançou o ZF [pro]Amigo, consolidando-se como um dos principais programas de qualificação da cadeia de reparação automotiva no Brasil, segundo Andreas Potenza. "A plataforma foi criada com o propósito de apoiar os profissionais do setor da reparação automotiva por meio da disseminação de conhecimento e da atualização profissional de forma totalmente gratuita e acessível. Hoje o programa reúne mecânicos, vendedores de autopeças e outros profissionais da cadeia, com mais de 40 mil profissionais cadastrados, mais de 15 milhões de visualizações no YouTube e mais de 180 treinamentos disponíveis no Brasil", especificou.



MINUTO BALCÃO AUTOMOTIVO

Um giro rápido com os destaques da reposição automotiva.

Todas as Terças e Quintas


WEGA
ORIGINAL QUALITY
Quando você faz a revisão do seu veículo
TROCA TODOS OS FILTROS ?
AGORA TEMOS
KIT DE FILTROS
PARA TROCA COMPLETA
ÓLEO
COMBUSTÍVEL
AR
CABINE
WO-130
FCI-1650
KIT DE FILTROS
TROCA COMPLETA
WKU-441
WR 295
AKX 1993
FCI 1650
Conheça agora os KITS WEGA,
acesse nosso site:
www.wegamotors.com
KIT TROCA INTELIGENTE
REVISÃO COMPLETA = TROCA TODOS OS FILTROS
site WEGA
www.wegamotors.com
assistência técnica
+55 11 2219-6800
+55 11 2219-6801
facebook
wegamotorsbr
instagram
wegamotorsbr
catálogo eletrônico
consulte nosso site e aplicativos
SAC (Brasil)
0800 742 1000

Para os vendedores de autopeças, o ZF [pro]Amigo oferece conteúdos técnicos e práticos para apoiar a atualização e o desenvolvimento desses profissionais. "A trilha de vendas representa uma oportunidade de ampliar conhecimento e oferecer um atendimento cada vez mais qualificado no ponto de contato com o mercado. Para eles, já possuímos dezenas de treinamentos publicados e chegaremos a mais de 50 este ano. Além disso, junto a nossos clientes e parceiros, desenvolvemos todos os anos ações direcionadas aos vendedores, como visitas às fábricas da ZF, participações em feiras e eventos e campanhas voltadas ao público de vendas, uma oportunidade para que eles também se aproximem das nossas marcas e produtos", afirmou.

Andreas Potenza disse também que sempre há potencial para melhorias e para buscar continuamente novas formas, ideias e abordagens que reforçam sua atuação no aftermarket. "Ao mesmo tempo, a ZF já vem desenvolvendo uma série de esforços, programas e parcerias voltados à capacitação e ao aprimoramento dos profissionais que estão na linha de frente do setor, especialmente os vendedores de autopeças. Afinal, quem está no balcão tem um papel decisivo na jornada de compra: conhece as necessidades do cliente, orienta a escolha da peça e, muitas vezes, influencia diretamente a decisão por uma marca ou outra", descreveu.

Para finalizar, disse Andreas Potenza, "entendemos que é fundamental manter uma relação próxima com esses profissionais e oferecer conhecimento que contribua para o seu desenvolvimento. O ZF [pro]Amigo é um dos principais exemplos dessa estratégia. O programa vem evoluindo a partir da escuta do mercado e hoje reúne conteúdos de mecânica, vendas, logística e gestão. Ao investir em conhecimento e qualificação, a ZF não apenas fortalece o profissional, mas também estreita o relacionamento com o mercado e contribui para o desenvolvimento de todo o setor da reparação automotiva", finalizou.

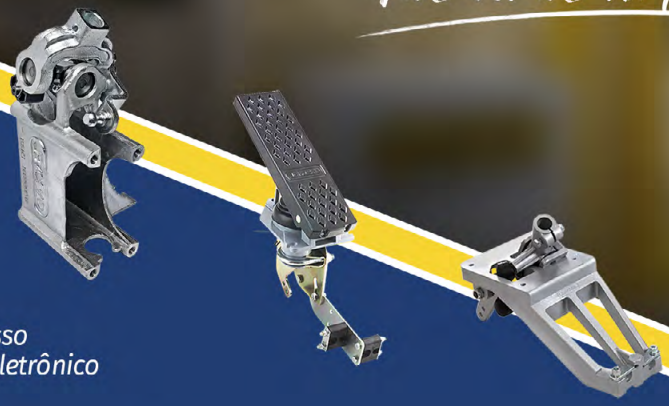


OBRIGADO
AUTOP 2026!

Encerramos mais uma participação na AUTOP com um sentimento que se repete a cada edição: muita alegria e satisfação em receber amigos, clientes e parceiros em nosso estande!

Agradecemos a cada pessoa que visitou o nosso estande, conversou com a nossa equipe e compartilhou esse momento conosco. A presença de vocês é muito importante para a Cabovel e nos motiva a continuar evoluindo.

Nos vemos na próxima!



CERTIFICAÇÕES:
ISO9001 / ISO14001
VDA 6.3 / ISO45001
e IATF16949

Acesse nosso catálogo eletrônico

LINHAS LEVE | PESADA | UTILITÁRIOS | AGRÍCOLA



CABOVEL

A MARCA DO CABO ORIGINAL

cabovel | www.cabovel.com.br

TEXTO: REDAÇÃO | FOTO(S): DIVULGAÇÃO

BYD LIDERA MERCADO DE ÔNIBUS ELÉTRICOS NO BRASIL EM 2026

A BYD liderou o mercado brasileiro de ônibus elétricos em agosto, com 126 dos 254 veículos emplacados no mês, alcançando 49,61% de participação. O volume foi superior ao registrado pela segunda e terceira colocadas somadas, que tiveram 75 e 31 unidades, respectivamente. No acumulado de janeiro a agosto, a empresa soma 301 ônibus elétricos e 32,30% de participação. No período, o mercado brasileiro cresceu 82%, com 932 unidades emplacadas, contra 512 no mesmo intervalo de 2025.



FENATRAN DESTACA PRESENÇA FEMININA NO TRANSPORTE DE CARGAS



A participação feminina no transporte rodoviário de cargas será tema da quarta edição do Fórum de Mulheres no Transporte e Logística, durante a Fenatran 2026. Dados da ANTT apontam que as mulheres já representam mais de 7% dos motoristas no País. O Índice de Equidade no TRC 2026 mostra que elas correspondem a cerca de 16% da força de trabalho do setor. O Fórum, marcado para 12 de novembro, reunirá profissionais e representantes do mercado para discutir desafios, oportunidades e caminhos para ampliar essa participação.

ZF AVANÇA COM VEÍCULOS COMERCIAIS DEFINIDOS POR SOFTWARE

A ZF apresenta na IAA Transportation 2026 tecnologias voltadas aos veículos comerciais definidos por software, com foco em disponibilidade, eficiência e segurança. A empresa desenvolve soluções que permitem atualizações remotas, diagnóstico, monitoramento de condições e integração entre sistemas do veículo. Entre os destaques está o Truck Trailer Link, que possibilita a troca de dados em tempo real entre caminhão e implemento. A ZF também trabalha em arquiteturas que ampliam a conectividade e o controle operacional ao longo do ciclo de vida dos veículos.



MARCOPOLO FORNECE 78 ÔNIBUS PARA EXPANSÃO DA RIO NEGRO

A Marcopolo forneceu 78 novos ônibus para a Rio Negro Transportes, ampliando as operações da empresa em Minas Gerais. O lote reúne 55 unidades Viaggio G8 800 e 23 Senior Fretamento, que serão incorporadas à frota para atender a novos contratos e à demanda por transporte corporativo. O investimento acompanha a expansão da infraestrutura da operadora, que inaugurou uma nova garagem em Itabirito (MG). Parte do Grupo Transmoreira, a Rio Negro atua em oito estados e possui 23 garagens próprias.



COFAP AMPLIA CATÁLOGO DE AMORTECEDORES DE CABINE PARA CAMINHÕES

A Marelli Cofap Aftermarket ampliou seu portfólio de produtos para veículos pesados com três novos códigos de amortecedores de cabine para caminhões Iveco e Scania. Os componentes, comercializados sob a marca Cofap, atendem a diferentes modelos das duas fabricantes, com aplicações em veículos produzidos a partir de 2007. O amortecedor de cabine atua na absorção de impactos e vibrações, contribuindo para o conforto do motorista, estabilidade e segurança durante a operação. A empresa também oferece outras linhas para caminhões e veículos comerciais.





CUMMINS CELEBRA 70 ANOS DA OPERAÇÃO DE EIXOS NO PAÍS

A Cummins comemora 70 anos da operação de eixos em Osasco (SP), marcada nos últimos anos pela modernização industrial e adoção de novas tecnologias. Entre 2020 e 2023, a unidade ampliou sua área produtiva em 12 mil m² e incorporou novos equipamentos e sistemas automatizados. A partir de 2023, avançou em digitalização, inteligência artificial, eficiência energética e segurança. Entre os resultados estão 203 alertas preventivos gerados por sensores de manutenção e redução de 13% no consumo de energia elétrica.

BRANSALES PNEUS LANÇA NOVO MODELO DE NEGÓCIOS NA BR-101

De olho no fluxo de cerca de 12 milhões de veículos que circulam anualmente pelo trecho catarinense da BR-101, a Bransales Pneus inaugurou, em Itajaí (SC), sua primeira unidade do projeto Bransales Box – Showroom de Fábrica. Instalada em um posto de combustíveis, a operação busca reduzir o tempo de parada de caminhoneiros, com venda de pneus e instalação realizada no próprio local. A empresa prevê 15 unidades até 2027 e estima elevar as vendas entre 20% e 30%.





RANDONCORP AMPLIA PRESENÇA NOS EUA COM SEMIRREBOQUES

A Randoncorp amplia sua presença no mercado norte-americano de implementos rodoviários por meio da Hercules Chassis, adquirida em 2023. Especializada em chassis para transporte de contêineres, a unidade já soma mais de 11 mil unidades em circulação nos Estados Unidos. Nos últimos três anos, a empresa modernizou processos industriais, robotizou etapas produtivas e ampliou o portfólio, passando a oferecer também semirreboques flatbed e soluções especiais. A operação é considerada estratégica para a expansão internacional da Randoncorp.

VOLKSWAGEN FECHA VENDA RECORDE DE 375 CAMINHÕES EM HONDURAS

A Volkswagen Caminhões e Ônibus realizou sua maior venda em Honduras, com 375 caminhões destinados ao governo do país. O negócio envolve 300 unidades do Constellation 17.250 e 75 do Constellation 17.280. Do total, 250 serão configurados como basculantes e 125 como caminhões-tanque, com capacidade para 9 mil litros de água. Os veículos serão distribuídos entre municípios para apoiar serviços de infraestrutura, manutenção de estradas e resposta a emergências, especialmente em períodos de enchentes e outros eventos climáticos.



VIPAL AMPLIA PORTFÓLIO COM MANCHÕES HÍBRIDOS HYBRID CURE

A Vipal Borrachas apresentou na Pneushow 2026 uma nova geração de manchões híbridos para reparos de pneus. A linha HYBRID CURE reúne 23 tamanhos e modelos para aplicações radiais e diagonais e pode ser utilizada tanto em processos a frio quanto a quente, com diferentes adesivos. A proposta é ampliar a flexibilidade de reformadoras e oficinas, além de facilitar a gestão de estoque. Os produtos também receberam melhorias no design, com estrutura mais uniforme e acabamento aprimorado.



DESEMPENHO DO MERCADO DE VEÍCULOS NOVOS E USADOS



Por: Karin Fuchs | Foto(s): Divulgação

De janeiro a agosto, os emplacamentos de leves e pesados expandiram 18,45% e as transações de usados, 6,4%. No início de setembro, a produção de veículos chegou à marca de 2.000.000 de unidades

Mesmo diante de um cenário de incertezas econômicas e custo do crédito elevado, o mercado de veículos novos e usados continua em alta. De janeiro a agosto, em comparação com o mesmo período de 2025, 12.532.488 unidades de usados foram transacionadas, incluindo automóveis, comerciais leves, comerciais pesados e motos, representando um crescimento de 6,4%, segundo a Fenauto.

Na mesma base de comparação, pelas contas da Fenabrave, o volume de emplacamentos de veículos leves e pesados aumentou 18,45%, impulsionado pelas vendas de automóveis e comerciais leves. No período, 1.511.916 automóveis foram emplacados (+22,67%) e 375.834 comerciais leves (+9,41%), enquanto os veículos pesados tiveram retração: de 4,76% para caminhões, com 68.819 unidades, e de 4,25% para ônibus, com um total de 18.119 unidades emplacadas.

USADOS

Começando pelo mercado de usados, de janeiro a agosto, o maior crescimento foi registrado nas vendas de seminovos, de 0 a 3 anos de uso, com alta de 13,5% em comparação ao



José Éverton Fernandes,
presidente da Fenauto



Arcelio Junior,
presidente da Fenabrave

mesmo período de 2025. Além disso, na média por dia útil, o volume de transações cresceu 7,7%.

Somente no mês de agosto, 1.699.519 veículos foram comercializados, 3,1% a menos do que no mês anterior. Porém, considerando os dias úteis, a média diária avançou 1,5%, ficando acima de 80.000 veículos transacionados.

De acordo com Everton Fernandes, presidente da Fenauto, "a variação para menos de 3,1% entre julho e agosto não significa um movimento preocupante de retração. Ao contrário, acreditamos que é um movimento normal, levando-se em conta o momento pelo qual o país passa, cada dia m ais próximo do pleito de outubro. A economia pode apresentar variações nesse período, refletindo no nosso segmento, mas ainda projetamos um excelente resultado até o final do ano, com a possibilidade de um novo recorde de vendas", afirmou.

EMPLACAMENTOS – FENABRAVE

No mês de agosto, a Fenabrave computou 212.876 automóveis emplacados e 50.178 comerciais leves, 23,6% e 18,88% acima de agosto de 2025, respectivamente. Quando comparado ao mês anterior, o número de automóveis expandiu somente 0,09%, enquanto os comerciais leves retraíram 5,33%.

No segmento de pesados, 9.603 caminhões foram emplacados em agosto, 9,05% a mais do que em agosto de 2025 e 14,2% a menos do que no mês anterior. Os ônibus, com 2.437 unidades emplacadas, avançaram 8,77% sobre agosto de 2025 e apresentaram queda de 9,44% em relação ao mês anterior.

Na avaliação do presidente da entidade, Arcelio Junior, "os resultados continuam positivos, mesmo em um ambiente no qual o custo do crédito ainda é elevado. A redução gradual da Selic e a manutenção de um mercado de trabalho aquecido são sinais favoráveis, embora ainda seja necessário acompanhar a evolução da economia nos próximos meses", ponderou.

Por segmento, no acumulado do ano, disse o executivo, "os automóveis e comerciais leves também tiveram os emplacamentos impulsionados pela alta concorrência entre marcas, que vêm realizando promoções interessantes ao consumidor", sintetizou.

Quanto ao resultado para caminhões no mês de agosto em relação ao mês anterior, com queda de 14,2%, Arcelio Junior disse que isso não interrompe a melhora na comparação com 2025. "Existe uma necessidade estrutural de renovação da frota, mas, como caminhão é investimento de longo prazo, fatores como nível dos fretes, custos operacionais e condições de financiamento precisam estar alinhados para o transportador", comentou.

Em relação ao Move Brasil, "agora será importante acompanhar a conversão das operações aprovadas em contratações e, posteriormente, em emplacamentos", afirmou o executivo.

Já no segmento de ônibus, Arcelio Junior falou que eles têm uma dinâmica diferente de mercado. "Com compras e entregas em lotes, o que pode causar certa volatilidade mensal. Por isso, considero mais importante observar a comparação anual e a redução da diferença acumulada em relação a 2025. Há uma recomposição em curso, favorecida pelo Programa Move, embora ainda não possamos falar em recuperação completa do segmento", avaliou.

MOVE BRASIL – TÁXI E APLICATIVOS

No mês de agosto, as condições para o programa foram ampliadas: o valor máximo do veículo elegível passou de R$ 150 mil para R$ 200



OS MODELOS MAIS PROCURADOS EM AGOSTO /2026

Fonte: FENAUTO

AUTOMÓVEIS		COMERCIAIS LEVES		COMERCIAIS PESADOS	
VW Gol	67.461	Fiat Strada	41.851	Volvo FH	3.039
GM Onix	41.591	VW Saveiro	24.652	Ford Cargo	2.465
Hyundai HB20	40.404	Toyota Hilux	20.440	M.Benz Atego	1.584



Igor Calvet,
presidente da Anfavea

mil, incluindo veículos híbridos que podem participar do programa, e o prazo de financiamento passou de 72 para 84 meses.

"Com condições mais abrangentes, o programa passa a alcançar um universo maior de veículos e consumidores. Seus efeitos sobre os emplacamentos devem aparecer de forma gradual, à medida que as propostas avancem pelas etapas de análise e contratação", afirmou Arcelio Junior.

EMPLACAMENTOS – ANFAVEA

Nos primeiros dias de setembro, a Anfavea registrou a marca de 2.000.000 de veículos emplacados, marca que havia sido atingida em outubro do ano passado. Já nos oito primeiros meses do ano, 1.975.000 unidades foram emplacadas, 18,4% acima do mesmo período de 2025, sendo 1.513.000 automóveis (+22,7%), 377.000 comerciais leves (+9,4%), 70.700 caminhões (-4,9%) e 14.500 ônibus (-7,6%).

Na avaliação da Anfavea, o Move Brasil reduziu o gap de queda do segmento de 31,5% em janeiro para 4,9% em agosto. No acumulado de 2026, os emplacamentos de caminhões atingiram 70.700 unidades, enquanto os ônibus acumulam 14.500 unidades, uma queda de 7,6%.

Somente em agosto, considerando todos os segmentos, 275.000 unidades foram emplacadas, 22,1% a mais do que em agosto de 2025 e com retração de 1,6% comparada ao mês anterior, que teve dois dias úteis a menos que em julho. A média diária de 13.100 emplacamentos foi a segunda maior do ano, atrás somente do mês de maio, com 13,7 mil/dia.

CARRO SUSTENTÁVEL

Entre os modelos inseridos no programa Carro Sustentável, na comparação entre 11/7/2025 e 31/8/2026 e 11/7/2024 e 31/8/2025, segundo a Fenabrave, o volume de emplacamentos cresceu 26,9%. No resultado da Anfavea, na mesma base comparativa, o crescimento foi de 27,2% nas vendas, sendo 439.000 unidades de vendas diretas (+18,1%) e 150.000 unidades no varejo (+64,3%).

VEÍCULOS ELETRIFICADOS

Os veículos eletrificados, entre automóveis e comerciais leves, continuam ganhando mercado. No acumulado do ano até agosto, a Fenabrave registrou 277.865 híbridos emplacados, crescimento de 91% em relação ao mesmo período de 2025. Em agosto, a alta foi de 108,72% na comparação com o mesmo mês do ano passado, com participação de cerca de 12% dos automóveis e comerciais leves emplacados no ano.

O crescimento foi ainda maior entre os modelos 100% elétricos. No acumulado do ano, a alta chegou a 217,90%, enquanto somente em agosto foram 27.155 unidades emplacadas, crescimento de 257,73% sobre agosto de 2025. No mês, os elétricos representaram mais de 10% dos emplacamentos de automóveis e comerciais leves.

Pelos dados da Anfavea, 372 mil veículos eletrificados foram emplacados de janeiro a agosto, alta de 125,8% sobre o mesmo período de 2025. Desse total, 227 mil foram importados, crescimento de 84,3%, enquanto 145 mil foram produzidos ou montados no Brasil, sendo 83 mil em sistemas CKD/SKD e 62 mil de fabricação nacional. Esse volume representa um crescimento de 249,9% em relação a 2025. Os eletrificados responderam por 24,4% dos emplacamentos de automóveis e comerciais leves no período.

PRODUÇÃO RECORDE

Em agosto, a Anfavea registrou a maior produção para o mês em sete anos e o maior volume em um mês desde outubro de 2019, sendo dois terços do crescimento provenientes de modelos CKD/SKD. 271.200 unidades saíram das fábricas, 6,8% acima de julho, que teve dois dias úteis a mais, e 9,4% acima de agosto de 2025.

No acumulado do ano, a produção chegou perto de 1.900.000 unidades, 8,5% acima do mesmo período de 2025. Segundo o presidente da entidade, Igor Calvet, "é uma produção que deve ser comemorada, pois reflete o aquecimento do mercado interno, a despeito da queda nas exportações. Contudo, vale ressaltar que dois terços das quase 150 mil unidades produzidas a mais neste ano são compostos por modelos em SKD e CKD, e apenas um terço por modelos com produção plena no País", afirmou.

QUEDA NAS EXPORTAÇÕES

Ainda que as exportações tenham tido, em agosto, o segundo mês seguido de discreta recuperação, com 39.800 unidades embarcadas, 2,2% acima do mês anterior e 31,7% abaixo do mesmo mês de 2025, no acumulado do ano, com um total de 294.200 unidades exportadas, a retração foi de 22,9%, influenciada principalmente pela queda dos embarques para a Argentina (-36,6%).

Por outro lado, as importações avançaram 29,8%, na mesma base comparativa, com 406.700 veículos importados até agosto, principalmente provenientes da China, que avançaram 109,9%, chegando a 221.000 unidades neste ano. Já as importações da Argentina, principal parceiro comercial na década de 2010, recuaram 14,8%, chegando a 114.800 unidades no País.

Oráculo da Sabedoria da Mídia



Impresso e digital, cada um com sua força. Juntos, sua marca é vista e lembrada.

O digital leva sua marca longe: alcance amplo, mensuração precisa e presença onde o público navega todos os dias. O impresso trabalha por outro caminho — um anúncio bem posicionado é visto por 70% a 90% dos leitores, e cada exemplar de revista passa por 2 a 6 pessoas, gerando presença, credibilidade e memória. O digital dá alcance. O impresso dá permanência. A campanha completa usa os dois.

BALCÃO AUTOMOTIVO .COM

Transformamos informação em conexões, aproximando marcas dos profissionais que movimentam o aftermarket brasileiro com credibilidade, relevância e alcance nacional.

Por: Carla Nórcia | Foto(s): Divulgação



DIVERSIDADE DEIXOU DE SER PAUTA. VIROU ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO

Imagine uma reunião de uma empresa do varejo automotivo. Na mesa estão os responsáveis por vendas, compras, comercial, marketing e operação. Profissionais experientes, que conhecem produto, preço, aplicação e concorrência como poucos. Agora olhe para essa mesa e faça uma pergunta menos confortável: quantas maneiras diferentes de enxergar o cliente existem ali?

Essa, para mim, é a discussão mais interessante sobre diversidade hoje. Durante muito tempo, tratamos o tema como representatividade, inclusão e igualdade de oportunidades. Tudo isso continua importante, mas o varejo exige que a conversa avance. Diversidade deixou de ser apenas uma pauta sobre pessoas. Virou estratégia de negócio.

E há uma razão muito prática para isso: o cliente mudou.

Quem trabalha no varejo de autopeças sabe que vender já não é simplesmente ter a peça certa, pelo preço certo, atrás de um balcão. O cliente chega depois de pesquisar no Google, comparar preços em marketplaces, assistir a um vídeo, perguntar em um grupo de WhatsApp e, muitas vezes, já sabendo a marca que procura. Ao mesmo tempo, convivemos com mecânicos tradicionais, novos profissionais, gestores de oficinas, frotistas e consumidores finais com níveis

completamente diferentes de conhecimento.

O balcão ficou mais diverso antes de muitas empresas perceberem.

Pense em uma situação simples. Uma mulher entra em uma loja de autopeças procurando um componente para seu carro. Se o vendedor automaticamente pergunta se "o marido ou o mecânico passou a referência", pode parecer apenas uma frase inocente. Mas talvez aquela cliente administre uma oficina, seja compradora de uma frota ou simplesmente conheça muito bem o próprio veículo. Antes mesmo de descobrir quem ela é, a empresa já decidiu quem acredita que ela seja.

Isso é diversidade transformada em resultado — ou em perda de resultado.

O mesmo raciocínio vale para dentro das empresas. Se queremos compreender clientes diferentes, precisamos de repertórios diferentes participando das decisões. Não porque mulheres necessariamente vendam melhor, sejam mais empáticas ou tenham alguma característica especial. Essa seria outra forma de estereótipo. O ponto é muito mais empresarial: experiências diferentes fazem perguntas diferentes.

E perguntas diferentes podem revelar oportunidades.

Talvez a loja que sempre vendeu para o mecânico descubra que existe um consumidor final querendo orientação. Talvez o distribuidor perceba que seu próximo grande cliente não quer uma visita comercial, mas integração digital. Talvez uma empresa descubra que está se comunicando há vinte anos com um perfil de comprador que já não representa sozinho o seu mercado.

Diversidade, portanto, não deveria ser medida apenas pelo número de mulheres contratadas. Uma empresa pode ter muitas mulheres no atendimento, no financeiro ou no administrativo e nenhuma participando das decisões sobre expansão, compras, comercial, tecnologia ou sucessão. A fotografia pode ser diversa enquanto a mesa de decisão continua exatamente igual.

Na AMMA, trabalhamos para ampliar a presença das mulheres no mercado automotivo, mas nossa ambição precisa ir além da presença. Queremos mulheres preparadas para vender, empreender, liderar equipes, assumir negócios, participar de sucessões e ocupar os espaços em que o futuro do varejo está sendo decidido.

Porque o varejo automotivo está mudando rapidamente. Digitalização, inteligência artificial, novos canais de venda, novas marcas, novos hábitos de consumo e uma nova geração chegando aos negócios vão exigir mais do que experiência acumulada. Vão exigir capacidade de enxergar aquilo que ainda não conhecemos.

Por isso, na próxima reunião da sua empresa, em vez de perguntar apenas quem está sentado à mesa, experimente perguntar: quem não está?

A resposta talvez revele um cliente que você ainda não entendeu, uma oportunidade que ninguém percebeu ou até o próximo mercado que sua empresa ainda não aprendeu a vender.



Carla Nórcia,
Ceo da Insight Trade e presidente da AMMA

Comportamento

*por: Valtermário Rodrigues**



Tudo Amarelo

Por definição, o amarelo é uma cor situada, no espectro solar, entre o verde e o alaranjado. É a cor do ouro.

Por sua maior visibilidade, o amarelo é muito utilizado em placas de advertência, coletes de segurança e táxis em várias cidades do mundo.

Datas importantes são comemoradas no mês de setembro, a exemplo da Independência do Brasil, em 7 de setembro; do Dia do Cliente, em 15 de setembro; do Dia Nacional do Trânsito, em 25 de setembro; e do Setembro Amarelo, campanha nacional de conscientização sobre a prevenção ao suicídio e a valorização da vida.

O amarelo está presente em nossas vidas. Para contextualizar, uma história fictícia:

Levantou-se, tomou o café da manhã, no qual estavam presentes o amarelo do cuscuz de milho e do ovo com gemas bem amarelas, a manteiga, as bananas, o suco de laranja, o mamão, entre outros itens.

Saiu de casa para participar de um evento sobre o Setembro Amarelo. No caminho, aproximou-se do semáforo e o sinal estava no amarelo. Na estrada, ficou admirado com o campo tomado por girassóis amarelos. Precisou fazer uma ultrapassagem, mas aguardou o momento certo, até aparecerem as linhas tracejadas em amarelo.

"Numa folha qualquer, eu desenho um sol amarelo"**, disseram

Toquinho e Vinicius de Moraes nos versos iniciais da música "Aquarela".

No coração de quem faz a guerra

Nascerá uma flor amarela

Como um girassol

Como um girassol

Como um girassol amarelo, amarelo.

Trecho da música "Girassol", interpretada pela banda Cidade Negra

Nem tudo são flores. Um vírus transmitido por picadas de mosquitos infectados — Aedes aegypti, no ciclo urbano, e mosquitos dos gêneros Haemagogus e Sabethes, no ciclo silvestre — causa a febre amarela, doença infecciosa que ocorre principalmente em regiões tropicais da África e da América do Sul. Entre suas manifestações mais graves estão a icterícia, que deixa a pele e os olhos amarelados, e as hemorragias.

CURIOSIDADES SOBRE O AMARELO

A cor da gema do ovo: a alimentação das galinhas, especialmente quando rica em carotenoides — pigmentos naturais solúveis em gordura —, é um dos principais fatores responsáveis pela intensidade da cor da gema.

A cor da flor do girassol: a presença de pigmentos denominados carotenoides dá o tom amarelo às pétalas do girassol. Esses pigmentos refletem a luz amarela e absorvem outras cores do espectro solar.

A cor da urina: a urobilina é um pigmento natural resultante da degradação da hemoglobina. A tonalidade da urina pode variar de acordo com o nível de hidratação e outros fatores. Em geral, o amarelo-claro indica uma boa hidratação, enquanto o amarelo mais escuro pode estar associado à necessidade de ingerir mais água. Já o amarelo mais intenso ou fluorescente pode ocorrer após o consumo de suplementos ou vitaminas do complexo B.

A camisa da Seleção Brasileira: é amarela desde 1954, quando substituiu a camisa branca. A equipe ficou conhecida como Seleção Canarinho, em referência à cor do pássaro.

O amarelo estimula o apetite: essa é uma associação bastante difundida, especialmente na comunicação visual de restaurantes e marcas de alimentos. A ideia de que o amarelo pode estimular o apetite ganhou força a partir de estudos e observações sobre psicologia das cores, embora seus efeitos não possam ser considerados universais.

A relação entre o TDAH e o amarelo aparece em duas discussões diferentes: de um lado, pesquisas sobre possíveis efeitos de corantes artificiais amarelos, como a tartrazina, sobre sintomas de hiperatividade em algumas pessoas; de outro, a relação simbólica com o Setembro Amarelo, campanha voltada à saúde mental e à prevenção do suicídio.

O cérebro trava uma batalha diária na vida de quem convive com TDAH. Não é fácil lutar para manter o foco, organizar tarefas e controlar impulsos. Essa luta pode gerar um esgotamento mental profundo e constante.

"O que seria do azul se todos gostassem do amarelo?" é um ditado popular que representa a diversidade e a diferença de opiniões. Caso contrário, o mundo seria monótono, meio sem graça, sem a individualidade do ser humano e sem a beleza da variedade.

Muitas pessoas gostam de vestir amarelo no Réveillon por acreditar que a cor atrai riqueza, sucesso financeiro e prosperidade.

O amarelo na bandeira do Brasil tem, no imaginário popular, um sentido simbólico que representa o ouro e as riquezas minerais do país.

No trânsito, o fluxo de veículos é separado pela faixa amarela. Em vias de mão dupla, a linha contínua proíbe a ultrapassagem; a tracejada permite, desde que respeitadas as condições de segurança; e a mista, formada por uma linha contínua e outra tracejada, permite a ultrapassagem apenas para quem está do lado da linha tracejada.

O cartão amarelo, no futebol, é uma advertência aplicada pelo árbitro em situações nas quais um jogador ou membro da comissão técnica comete uma infração ou apresenta uma conduta antidesportiva.

Por que o Sol é amarelo? Na verdade, o Sol não é amarelo. Ele emite luz de todas as cores do arco-íris ao mesmo tempo, e essa mistura forma a luz branca. Fora da nossa atmosfera, o Sol brilha em branco. Ele nos parece amarelo por causa da atmosfera terrestre, que espalha a luz azul em várias direções e deixa chegar aos nossos olhos uma quantidade maior de tons amarelos, alaranjados e avermelhados, especialmente quando o Sol está mais baixo no céu.

Uma expressão popular utilizada na região Nordeste e na Bahia, "menino amarelo", caracteriza uma pessoa inocente ou sem experiência.

Dentro da palavra "amarelo", encontramos os termos "amar" e "elo" — am-amar-elo. Nesse trocadilho poético, o escritor Paulo Leminski escreveu: "amar é um elo entre o azul e o amarelo".

"É preciso amar as pessoas como se não houvesse amanhã" é um famoso verso da música Pais e Filhos, da banda Legião Urbana, lançada em 1989.

Na composição da música Nem um Dia, Djavan escreveu:

"E tudo nascerá mais belo

O verde faz do azul com o amarelo

O elo com todas as cores

Pra enfeitar amores gris."

Espero que vocês, caros leitores, tenham amado este artigo e que ele sirva de elo para a leitura dos próximos textos publicados em nossa coluna "Comportamento", da Revista Balcão Automotivo.

Até a próxima edição!



Valtermário Rodrigues

**Coordenador Regional Administrativo das Filiais das Regiões Norte/Nordeste e Centro-Oeste da Companhia Brasileira de Distribuição Automotiva S/A – Filial Salvador | Escritor | Administrador de Empresas com Ênfase em Marketing | MBA em Gestão de Empresas e MBA em Liderança e Coaching*

Por: Nonô Figueiredo*

Foto(s): Divulgação

COLUNA DO NONÔ



** Piloto, profissional do automobilismo, fundador e diretor técnico-esportivo da Cobra Racing Team, atuante na TCR South America*

NEM TODO PÚBLICO É IGUAL

Quem já esteve em uma corrida de automobilismo sabe que a arquibancada nunca reúne um único tipo de torcedor. Tem quem vá pelo piloto, quem torça pela equipe, quem acompanhe uma marca, quem se interesse pela tecnologia ou simplesmente quem queira viver uma experiência diferente. Ao longo da minha carreira, correndo no Brasil e em outros países, aprendi a conviver com essa diversidade. Hoje, como chefe de equipe na TCR South America, continuo percebendo como cada público chega ao autódromo por uma razão. E essa experiência traz uma reflexão que vale também para o mercado de reposição: será que conhecemos de verdade quem está do outro lado do balcão?

No automobilismo, essa diferença é clara. Na Argentina, por exemplo, há muitos fãs da parte técnica, interessados em saber qual câmbio é usado, qual a potência do carro e quais marcas estão envolvidas. No Brasil, encontramos também quem acompanhe um piloto, quem tenha uma relação familiar com o esporte ou quem simplesmente queira ver um carro sendo levado ao limite. O carro é o ponto de conexão, mas a motivação de cada pessoa é diferente.

Por isso, conhecer o público é tão importante. Uma equipe precisa criar oportunidades para que as pessoas se aproximem, façam perguntas e tenham uma boa experiência. Isso vale para crianças, adultos, homens e mulheres. E vale também para o mercado de reposição.

Temos mecânicos, donos de oficinas, balconistas, vendedores, varejistas, distribuidores e consumidores finais. Cada um tem um nível de conhecimento e uma expectativa. O consumidor que chega ao balcão nem sempre entende de peças e sistemas. Ele procura no vendedor justamente a informação que não tem. E precisa receber uma explicação clara, sem sair dali com a sensação de que não entendeu nada.

Na minha opinião, esse é um dos desafios do setor: encontrar uma linguagem transparente, que permita ao público compreender o que está sendo feito e por quê. Quando a informação faz sentido, vem a confiança. E confiança leva à compra, ao retorno e à indicação. Quando não acontece, o cliente simplesmente procura outro lugar.

Para conhecer melhor esse público, uma das melhores ferramentas continua sendo a pesquisa. Saber quem entrou na loja, o que procurava, como chegou até o negócio e se foi bem atendido ajuda a entender comportamentos e expectativas. A tecnologia pode tornar esse processo cada vez mais simples.

No fim das contas, seja na arquibancada de uma corrida ou no balcão de uma loja de autopeças, a regra é a mesma: **não existe um público único. Existem pessoas diferentes, com necessidades diferentes. Entender isso pode ser a diferença entre apenas atender e realmente criar uma relação.**

ESTA COLUNA É UM PATROCÍNIO DE:



FORMAÇÃO

TÉCNICA E COMERCIAL PARA VENDEDORES DE AUTOPEÇAS



CAPACITE QUEM
DECIDE A COMPRA NO BALCÃO.

NOSSOS INSTRUTORES



FRANCISCO GOMES
Instrutor e fundador do Balconista de Alta Performance



RODRIGO TAVARES
Engenheiro mecânico e empresário do varejo de autopeças



SILVIO ROCHA
Balcão Automotivo
Editor-chefe

INÍCIO
22 DE SETEMBRO ÀS 20H

COMEÇAMOS COM
FREIOS

MÓDULO 1 COM O PATROCÍNIO DA

FRAS-LE

AO VIVO NO YOUTUBE

PLATAFORMA EAD BALCÃO AUTOMOTIVO

MAIS VENDAS
TÉCNICAS QUE GERAM RESULTADOS.

ATENDIMENTO MAIS TÉCNICO
CLIENTES CONFIAM E VOLTAM.

FORTALEÇA SUA MARCA
DIFERENCIE SEU BALCÃO DA CONCORRÊNCIA.

TREINAMENTO COMPLETO PARA QUEM QUER **IR MAIS LONGE.**

BALCÃO AUTOMOTIVO ead

LINHA PESADA

SOLUÇÕES COMPLETAS PARA GRANDES DESAFIOS

Desempenho, durabilidade e proteção para motores, transmissões e sistemas de veículos pesados.

A linha pesada da Radnaq foi desenvolvida para manter sua frota rodando com máxima confiabilidade, mesmo nas condições mais severas de trabalho.

QUALIDADE QUE MOVE O SEU NEGÓCIO.



SAIBA MAIS:

RAD CAST PODCAST

RADNAQAUTOMOTIVE

www.radnaq.com.br

RADNAQ AUTOMOTIVE

busque sempre *mais*.