BALCÃO AUTOMOTIVO .COM
nº236
ANO XX | JUN 2026
HÁ 19 ANOS LEVANDO INFORMAÇÃO DE QUALIDADE À REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA



A FORÇA DA FROTA

Envelhecimento dos veículos sustenta a demanda por manutenção e mantém o aftermarket em movimento.

Pág. | 10

SAÚDE MENTAL EM ALERTA
Pressão no trabalho amplia afastamentos e coloca o bem-estar dos profissionais em evidência. Pág. 38

INOVAÇÃO SEM FRONTEIRAS
Fras-le combina tecnologia, inovação, sustentabilidade e presença global. Pág. 28

NOVO MARCO EM PIRACICABA
Produção de injetores GDi fortalece a operação da PHINIA e amplia sua capacidade industrial. Pág. 32

NA COBRA VOCÊ ENCONTRA AS PRINCIPAIS MARCAS DE ROLAMENTOS

Nº 1 EM ROLAMENTOS



A&S · COBRA AUTOMOTIVA · FERSA · IMA · KBC · Koyo · JTEKT · MERITOR · SCHAEFFLER · INA · FAG · NTN · SNR · EER · PFI FERSA · PRO AUTOMOTIVE · SKF · TIMKEN

ALBARUS · BANDO · BILSTEIN · BOSCH · brembo · BROSOL · CHAMPION · COBRA AUTOMOTIVE · COBREQ · compbrake · Continental · controil · Hengst · Hipper Freios · IKS cobtec · IMA · Indisa · JTEKT · KYB · LEVORIN · Litens · SCHAEFFLER · INA · FAG · MAGNETRON · MAHLE · NTN · OSRAM · panfaneiro · PARAFLU · VISCONDE · RIFFEL · SABÓ · SACHS · SAMPEL · SKF · SNR · SPICER · SIL

LOJA ONLINE COBRA

ACESSE E COMPRE

ESCANEIE
O QR CODE
E FAÇA SEU
AUTOCADASTRO

loja.cobrarolamentos.com.br



CATÁLOGO DIGITAL

CATÁLOGO BUSCA POR PLACA
catalogo.cobrarolamentos.com.br

@cobrarolamentos | www.cobrarolamentos.com.br

Faça revisões em seu veículo regularmente.

Control Flex · Corteco · Dandrea · Diafrag · Driveway · Dyna · Erbs · Fersa · Frasle · Fremax · Mann Filter · Mazzicar Freios · Meritor · Monroe Amortecedores · Monroe Axios · Motul · Nachi · Nakata · NGK · NTK · Tecfil · Timken · TRW · Urba · Valeo · Varga · Vedamotors · Viemar · Vini OEM Parts · Vipal

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 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

TEMPO DE DESAFIOS E OPORTUNIDADES

Enquanto o Brasil se prepara para a estreia na Copa do Mundo Masculina da FIFA*, o ambiente de negócios segue cercado de desafios. Juros elevados, custos pressionados, conflitos internacionais, oscilações cambiais e um calendário político movimentado mantêm a economia em estado de atenção. Para muitos setores, o momento é de cautela. No mercado de reposição automotiva, porém, os sinais continuam positivos.

A explicação passa pelo envelhecimento da frota brasileira, que mantém aquecida a demanda por manutenção. Independentemente do cenário econômico, veículos precisam de revisões, reparos e substituição de componentes. Essa necessidade permanece presente todos os dias, mesmo em períodos de maior instabilidade.

Isso não significa que o setor esteja livre de dificuldades. O aumento dos custos de matérias-primas, os desafios logísticos e o crédito mais caro exigem planejamento, eficiência e capacidade de adaptação. Ao mesmo tempo, o avanço da tecnologia abre espaço para novos modelos de negócio, maior produtividade e serviços mais conectados às necessidades do mercado.

Nesta edição, mostramos exemplos de empresas que seguem investindo e ampliando sua competitividade. A Fras-le abre as portas de sua matriz, em Caxias do Sul (RS), e revela os bastidores de uma operação que reúne tecnologia, qualidade e sustentabilidade. Já a PHINIA celebra os 35 anos da planta de Piracicaba (SP) com o início da produção de injetores GDi de 350 bar, reforçando a importância da unidade brasileira em sua estratégia global.

O varejo também demonstra capacidade de renovação. Em São Paulo, Matrocar e Comercial Alemão investem em novas estruturas, conveniência e autoatendimento para melhorar a experiência dos clientes e ampliar oportunidades de negócios.

Outro tema que merece atenção é a saúde mental no ambiente de trabalho. O crescimento dos afastamentos por transtornos emocionais reforça a necessidade de empresas e lideranças olharem com mais atenção para os riscos psicossociais e para a qualidade de vida dos profissionais.

Por fim, a coluna de Nonô Figueiredo lembra que a manutenção preventiva continua sendo um dos investimentos mais inteligentes quando o assunto é segurança, economia e confiabilidade.

Agora é hora de acompanhar a Copa, seguir trabalhando e aproveitar as oportunidades que surgirem pelo caminho. Boa leitura, bons negócios e até o próximo mês!

O EDITOR

**Esta edição foi fechada antes da estreia da Seleção Brasileira na Copa do Mundo*

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 | Lary Dias / larissa@balcaoautomotivo.com



Peças para carro, moto ou caminhão é Nakata. Pode contar.

Quem exige qualidade e confiança, sabe com quem pode contar: líder em componentes de suspensão e preferida pelos mecânicos, a **Nakata** oferece o maior portfólio em peças de suspensão, transmissão, motor e até motopeças, para sua loja não perder nenhum negócio e garantir cliente satisfeito que não acaba mais. Pode contar. E continua contando. É Nakata.



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

BLOG
Tudo o que você precisa saber para alavancar seus resultados.

EAD
Cursos online, gratuitos e com certificado.

INSTAGRAM
Imperdível para quem trabalha com vendas de autopeças.

CATÁLOGO ELETRÔNICO
A ferramenta de busca mais completa, moderna e fácil de usar.

NAKATA®
PODE CONTAR

POR: REDAÇÃO | FOTO(S): DIVULGAÇÃO

ELRINGKLINGER RECEBE CLASSIFICAÇÃO MÁXIMA DA TOYOTA EM AVALIAÇÃO GLOBAL DE FORNECEDORES

A ElringKlinger do Brasil foi reconhecida pela Toyota como fornecedora Rank A no Supplier Evaluation Program, alcançando a classificação máxima em critérios como qualidade, entregas, competitividade, sustentabilidade e governança. A empresa também recebeu o prêmio Growth & Development Supplier of the Year da TEMOT International, durante evento realizado na Turquia. As conquistas ratificam sua atuação global baseada em excelência, inovação e parcerias de longo prazo.



ZM LANÇA ALICATE AMPERÍMETRO DIGITAL COM TECNOLOGIA TRUE RMS PARA DIAGNÓSTICOS AUTOMOTIVOS

A ZM amplia seu portfólio com o lançamento do Alicate Amperímetro/ Multímetro Digital, desenvolvido para diagnósticos elétricos automotivos, industriais e elétricos. O equipamento oferece medições AC/DC de até 600A e 600V com tecnologia True RMS, função NCV para detecção de tensão sem contato, medição de temperatura, resistência e frequência. Compacto e versátil, o produto chega ao mercado para proporcionar mais precisão, segurança e agilidade aos profissionais da reparação.



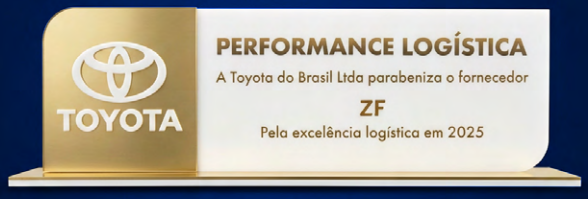
LITENS RATIFICA COMPROMISSO ESG COM APOIO A PROJETO SOCIAL E AMBIENTAL

Como parte de seu acordo com a sustentabilidade, a Litens anunciou apoio à Associação Copaíba, dedicada ao desenvolvimento social e à conservação da Mata Atlântica. A iniciativa integra a estratégia ESG da empresa e prevê o plantio e a restauração de 1.500 árvores, com potencial de compensar cerca de 244,5 toneladas de CO^2. A parceria destaca o compromisso da companhia com a sustentabilidade, a preservação ambiental e o fortalecimento das comunidades nas regiões atendidas pela associação.



ZF AMÉRICA DO SUL É DUPLAMENTE RECONHECIDA PELA TOYOTA POR EXCELÊNCIA EM PERFORMANCE OPERACIONAL E LOGÍSTICA

A ZF foi reconhecida pela Toyota por seu desempenho operacional e logístico em 2025, consolidando pelo segundo ano consecutivo a excelência da unidade de Sorocaba (SP). A empresa recebeu o prêmio "Outstanding Suppliers", da Toyota Latin America & Caribbean, destacando-se em critérios como segurança, qualidade, entrega, meio ambiente, gestão e custo. Também foi premiada pela Toyota do Brasil por realizar 100% das entregas no prazo e sem ocorrências logísticas.



EMPLACAMENTO DAS ASSOCIADAS À ABEIFA CRESCE 16,8% EM MAIO

ABEIFA
Associação Brasileira das Empresas Importadoras e Fabricantes de Veículos Automotores

As marcas associadas à Abeifa registraram 23.789 veículos licenciados em maio, resultado 16,8% superior ao de abril e 107,6% acima do mesmo mês de 2025. No acumulado dos cinco primeiros meses do ano, os emplacamentos somaram 87.693 unidades, crescimento de 75,9%. Os veículos eletrificados responderam por 96,1% das vendas das associadas no mês, reforçando a relevância do segmento no mercado automotivo brasileiro.

60 anos

MOBENSANEANDO O BRASIL

PRODUZINDO CONFIANÇA. PEÇA POR PEÇA. PESSOA POR PESSOA.

Há **60 anos**, a confiança é a matéria-prima mais importante da nossa história.

Foi ela que nos permitiu **crescer, inovar e nos tornar a maior indústria brasileira de metal-borracha.** A mesma confiança que construímos diariamente por meio da qualidade dos nossos produtos, da proximidade com nossos parceiros e do respeito que cultivamos em cada relacionamento.

São seis décadas produzindo peças para o mercado automotivo e construindo uma **trajetória marcada por compromisso, trabalho e conexões** que seguem avançando conosco ao longo da estrada.

Isso é MOBENSANEAR.

Assista ao nosso **filme de 60 anos**

#SOMOSTODOS MOBENSANI

MOBENSANI
Borrachas Automotivas

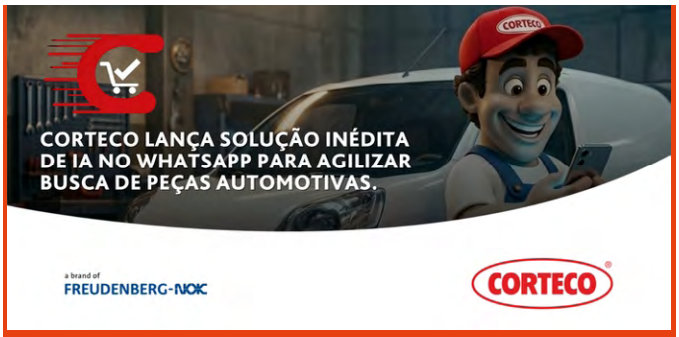


MOBENSANI BORRACHAS
www.mobensani.com.br

NGK E **NTK** VENCEM O PRÊMIO AUTOP OF MIND E LIDERAM ENTRE AS MARCAS MAIS LEMBRADAS POR REPARADORES

As marcas NGK e NTK, da Niterra do Brasil, conquistaram destaque no prêmio Autop of Mind 2026, figurando entre as mais lembradas pelos reparadores automotivos. A NGK liderou as categorias "Velas de Ignição" e "Menos Defeitos", enquanto a NTK foi eleita a melhor marca em "Sondas e Sensores". O reconhecimento fortalece a confiança dos profissionais na qualidade, confiabilidade e desempenho dos produtos das duas marcas no mercado de reposição.





DA DÚVIDA À PEÇA CORRETA: CORTECO APOSTA EM NOVA TECNOLOGIA PARA AGILIZAR CONSULTAS NO WHATSAPP

A Corteco lançou o Corteco Busca Fácil, serviço de atendimento via WhatsApp com Inteligência Artificial que agiliza a busca por peças e aplicações. A ferramenta permite consultar códigos, identificar componentes compatíveis e acessar links para compra de forma rápida e gratuita. Com a novidade, a marca reforça seu compromisso com a mudança e o suporte aos profissionais da reparação e do mercado de reposição automotiva.



COBREQ LIDERA LEMBRANÇA DE MARCA ENTRE REPARADORES NA PESQUISA AUTOP OF MIND 2026

A Cobreq foi eleita, mais uma vez, a marca mais lembrada pelos reparadores automotivos brasileiros na pesquisa Autop of Mind 2026, realizada pelo After.Lab. O levantamento ouviu 464 profissionais em nove capitais do País e avalia a lembrança espontânea de marcas do mercado de reposição. O reconhecimento ratifica a confiança dos reparadores na qualidade dos produtos, na tradição e na proximidade da Cobreq com as oficinas e profissionais da reparação.



Lideranças do IQA: Elias Mufarrej, Cláudio Moysés e Alexandre Xavier

IQA APONTA TRANSFORMAÇÃO DA INDÚSTRIA AUTOMOTIVA ATÉ 2028

O IQA apresentou o estudo "Cenário da Qualidade Automotiva no Brasil 2026-2028", que analisa os impactos da eletrificação, inteligência artificial, conectividade e digitalização no setor. Entre os principais desafios apontados estão a escassez de mão de obra qualificada, a competitividade internacional, a transição energética e o Custo Brasil. O levantamento reuniu 36 entidades e lideranças que representam cerca de 2.300 empresas da cadeia automotiva.

MELHOR FORNECEDOR TOYOTA 2025: **SEG AUTOMOTIVE** CONQUISTA RECONHECIMENTO MÁXIMO

A SEG Automotive América Latina foi reconhecida pela Toyota do Brasil com o prêmio Melhor Fornecedor Toyota 2025. Entre 160 empresas avaliadas, a companhia foi a única a alcançar a pontuação máxima, destacando-se em critérios como segurança, qualidade, confiabilidade no fornecimento, competitividade, cibersegurança e ESG. A conquista reforça o acordo da empresa com a excelência operacional, inovação e atendimento aos mais altos padrões da indústria automotiva.



LINHA DE
LIMPEZA E ACABAMENTO

PRESENÇA QUE COMEÇA NAS RODAS

Produtos desenvolvidos para **limpar, proteger e realçar o brilho** de pneus e rodas com acabamento **profissional e duradouro.**

BRILHO INTENSO
Acabamento que valoriza seu veículo.

PROTEÇÃO PROLONGADA
Ação que protege contra ressecamento e rachaduras.

FÁCIL APLICAÇÃO
Praticidade e alto rendimento.

ACABAMENTO PROFISSIONAL
Resultado de detalhe, como você merece.



SAIBA MAIS:

RADCAST PODCAST

RADNAQAUTOMOTIVE

www.radnaq.com.br

RADNAQ AUTOMOTIVE

busque sempre *mais*.



O MERCADO SEGUE RODANDO

Por: Karin Fuchs | Foto(s): Divulgação

Entre juros elevados, pressão sobre custos e incertezas econômicas, a reposição automotiva continua sustentada pela necessidade de manutenção da frota. O desafio agora é transformar eficiência e planejamento em vantagem competitiva

> ***A frota envelhecida continua em circulação e demandando peças, o que mantém a procura aquecida. Os reflexos desse movimento podem ser observados de diferentes formas, mas uma coisa é clara: o mercado de reposição segue firme, mesmo diante de um cenário macroeconômico desafiador"***
>
> Gustavo Santos, gerente de Inteligência de Mercado da Kaizen

O ano de 2026 tem sido marcado por fatores que geram incertezas para a economia global e brasileira. Conflitos no Oriente Médio pressionam os preços de combustíveis e matérias-primas, enquanto o Brasil convive com juros elevados, redução do poder de compra da população, Copa do Mundo que será realizada no segundo semestre e expectativas em torno das eleições presidenciais.

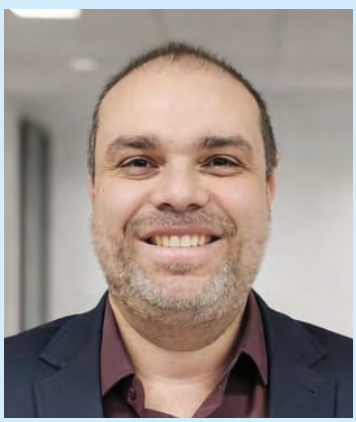
Para Marcelo Gomes, vice-presidente de vendas da divisão Mobility Aftermarket da Bosch América Latina, o ambiente econômico global continua marcado por incertezas geopolíticas. "O que exige reconhecer uma realidade mais volátil e desafiadora para o mercado. Nesse contexto, fatores conjunturais, como a Copa do Mundo para a realidade brasileira, também tendem a gerar efeitos locais de instabilidade e oscilações de demanda, trazendo desafios adicionais no curto prazo", afirmou.



Marcelo Gomes, *vice-presidente de Vendas da divisão Mobility Aftermarket da Bosch América Latina*

Gomes acrescentou que o setor passa por uma transformação estrutural, impulsionada por mudanças tecnológicas que devem se consolidar nos próximos anos, como o avanço da digitalização e da inteligência artificial. "Diante desse cenário, o mercado de reposição automotiva hoje combina movimentos pontuais de adaptação com a necessidade de acompanhar as transformações de longo prazo", analisou.

Bruno Inácio da Maia, gerente de Marketing da RIO – Riosulense, destaca que os conflitos internacionais têm provocado disrupções nas cadeias de suprimentos e aumento dos custos de commodities e matérias-primas. E que no Brasil, as taxas de juros elevadas permanecem pressionando o setor automotivo e elevando o custo do crédito. "Diante dessa volatilidade, a estratégia para o mercado é basear-se na diversificação das linhas de negócio, foco contínuo em eficiência operacional, inovação e sustentabilidade", orientou.



Bruno Inácio da Maia, *gerente de Marketing da RIO – Riosulense*



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

Frota envelhecida

O envelhecimento da frota circulante continua sendo um fator positivo para o setor. "A frota circulante segue envelhecendo, o que sustenta uma demanda consistente por manutenção e reparo. Mesmo em um ambiente econômico mais cauteloso, o setor continua ativo. De maneira geral, observamos estabilidade, com leve crescimento e um comportamento de compra mais consciente", comentou Rubens Campos, vice-presidente Sênior Aftermarket Automotivo da Schaeffler.

Na mesma linha, destacou Ana Paula Machado, diretora de Vendas e Marketing da SABÓ, "mesmo diante das incertezas geopolíticas que impactam a economia global, o mercado de reposição no Brasil continua demonstrando resiliência e segue impulsionado pelo crescimento da frota circulante. Até o momento, o comportamento do setor está alinhado às nossas expectativas e seguimos confiantes na continuidade do crescimento previsto para este ano", afirmou.

Um mercado mais cauteloso

Na visão de Carlos Eduardo Monteiro de Almeida (Cacai), diretor da Auto Norte, os clientes estão mais atentos a preço, prazo e disponibilidade, mas reforçou que a importância do veículo para trabalho e mobilidade mantém a força do aftermarket. "O mercado ainda opera com bastante atenção ao cenário econômico, juros altos e instabilidade global. No nosso caso, percebemos um cliente mais seletivo, porém muito mais conectado à eficiência operacional e parceria de longo prazo", comentou.

Já Marcos Antonio Nunes Bezerra, diretor Comercial da Bezerra Oliveira, apontou o conflito no Oriente Médio como o principal motivo de preocupação, especialmente para o mercado de lubrificantes. "Já está tendo uma falta grande de mercadoria e insumos. 20% do petróleo do mundo passam pelo Estreito de Ormuz", afirmou.

Para Ana Paula Cassorla, diretora da Pacaembu, o segmento de peças para veículos comerciais continua aquecido graças à demanda dos setores de transporte rodoviário, agronegócio e mobilidade urbana. "Porém, no nosso segmento, o principal motor continua sendo a necessidade de manutenção preventiva e corretiva da frota em operação", relatou.

A executiva também chamou atenção para os efeitos da Reforma Tributária. "Ela deverá provocar mudanças importantes na dinâmica operacional e financeira das empresas. A expectativa é de impactos relevantes na formação de preços, gestão fiscal, logística de distribuição e estrutura de margens ao longo de toda a cadeia automotiva", explicou.

A Reforma Tributária também preocupa Jesse Teixeira, diretor Comercial da Perim Autopeças. "Ela tem tirado o sono de muita gente. Embora 2026 ainda seja um período de adaptação e aprendizado, todos sabem que o impacto maior começa em 2027. E o mercado tem medo do que não conhece. Isso acaba gerando cautela nas decisões e preocupação em praticamente todos os setores da economia, inclusive no mercado de autopeças", descreveu.

Autopeças sentem os efeitos do cenário econômico

No varejo de autopeças, a avaliação predominante é de que o setor continua resiliente, embora os consumidores estejam mais cautelosos. Para Levino Malachias, gerente geral da Malachias Autopeças, os juros elevados e o alto custo dos veículos novos favorecem a manutenção da frota em circulação. "As pessoas mantêm o carro por mais tempo e a manutenção necessária não pode ser adiada. O cliente está mais cuidadoso, compara preços e compra apenas o necessário. A Copa do Mundo pode até deixar alguns dias mais parados, mas não



Ana Paula Machado, *diretora de Vendas e Marketing da SABÓ*

muda quem precisa do carro rodando", comentou.

Na mesma linha, Ubiratan Caselani Kintschner, CEO da Qualität Autopeças, observa um mercado mais prudente. "Os clientes continuam comprando, mas estão mais atentos ao fluxo de caixa e evitando ao máximo formar estoques. Em momentos de maior incerteza, as decisões acabam sendo mais racionais e planejadas", afirmou.

Para Gustavo Santos, gerente de Inteligência de Mercado da Kaizen – A Casa da Autopeça, diversos fatores têm influenciado o setor. O aumento do preço do petróleo, tensões internacionais, juros elevados e o calendário com menos dias úteis pressionam o mercado. "A frota envelhecida continua rodando e precisando de peças, logo, a demanda persiste. O produto disso pode ser percebido de diferentes formas, mas é bem claro que a reposição continua firme, mesmo em um cenário macro desafiador", relatou.

Já Ernani Luiz Lussani, comprador e vendedor da Gringo Auto Peças, disse que a Copa do Mundo não tem gerado impacto comercial. "Realmente este ano está atípico. Aquela tensão de Copa do Mundo, clima de vendas e agito, e talvez de promoções para torcer para o Brasil e fazer boas vendas, para o nosso ramo de comércio de peças está estagnado", sintetizou.

Flávio Costa, vendedor da Casseb Auto Peças, reforçou que a manutenção dos veículos continua impulsionando a demanda. "Em momentos de maior cautela econômica, muitos consumidores tendem a prolongar o ciclo de vida dos veículos, o que favorece a demanda por manutenção e reposição de

Tecnologia para a vida

BOSCH

Compressores de Ar-Condicionado

O coração do ar-condicionado agora é Bosch

LANÇAMENTO

Desenvolvido para facilitar o trabalho do reparador e otimizar o tempo de manutenção.



Imagem meramente ilustrativa.

- Instalação rápida e prática
- Óleo de aplicação já incluso
- Ampla cobertura de frota
- Integração com equipamentos Bosch
- Qualidade Bosch

Procure seu distribuidor Bosch.

A maior fabricante de autopeças do mundo.



Carlos Eduardo Monteiro de Almeida (Cacai), *diretor da Auto Norte*

peças. Ao mesmo tempo, fatores globais e a volatilidade econômica mantêm as autopeças, inclusive a Casseb, atentas ao planejamento e à gestão de custos", comentou.

Impactos na operação e nas vendas

Entre fabricantes e distribuidores, o consenso é que o cenário atual tem exigido maior eficiência operacional. Rubens Campos falou que os consumidores estão mais seletivos e focados em itens essenciais para manter os veículos em funcionamento. "Do ponto de vista operacional, houve aumento da necessidade de previsibilidade e eficiência logística, com maior atenção à disponibilidade dos produtos certos, no momento certo, evitando rupturas e melhorando o nível de serviço", explicou.

Bruno Inácio da Maia apontou que: "O cenário macroeconômico atual gera uma inflação de custos devido ao aumento significativo nos preços das principais commodities e matérias-primas, o que impacta diretamente a operação. Nas vendas, o cenário de taxas de juros elevadas atua como um fator de pressão para o setor automotivo, elevando o custo de crédito e gerando reflexos negativos na projeção de faturamento", expressou.

Marcelo Gomes afirmou que o mercado vem sofrendo os efeitos de um ambiente econômico mais restritivo e volátil. Apesar disso, a empresa registra desempenho acima da média do setor, impulsionado por investimentos em competitividade e ampliação do portfólio. "Esse movimento está relacionado a uma estratégia de investimento em competitividade e ampliação de presença em diferentes categorias, como filtros, freios e iluminação", afirmou.

Por outro lado, Ana Paula Machado disse que a companhia não identificou impactos relevantes até o momento. "Temos um planejamento estruturado que nos permite absorver oscilações pontuais de mercado e manter a estabilidade do negócio. Seguimos monitorando indicadores de forma próxima", sintetizou.

Desafios na distribuição

Na distribuição, os desafios envolvem oscilações nos custos logísticos, câmbio e matérias-primas. Ana Paula Cassorla observa que os clientes estão mais atentos ao custo operacional das frotas e ao retorno dos investimentos em manutenção. "Em vendas, o comportamento continua positivo em itens de alta demanda e manutenção essencial, principalmente em caminhões, ônibus e aplicações agrícolas. Por outro lado, existe maior seletividade na compra e uma busca crescente por eficiência e disponibilidade imediata", comentou.

Ela também destacou que a Reforma Tributária já provoca revisões em processos fiscais, sistemas, políticas comerciais e estratégias logísticas. "O setor de distribuição de autopeças deverá passar por adequações significativas. O que naturalmente gera um ambiente de maior cautela e planejamento", descreveu.

Carlos Eduardo Monteiro de Almeida, da Auto Norte, acrescentou que a pressão sobre custos e margens exige maior eficiência operacional, inteligência comercial e agilidade logística para aproveitar oportunidades em um ambiente mais cauteloso. "Por outro lado, quem consegue operar com proximidade, tecnologia e gestão mais eficiente acaba encontrando oportunidades mesmo num cenário mais cauteloso", afirmou.

Petróleo e custos preocupam varejo

Entre as autopeças, uma das maiores preocupações é a alta dos preços dos lubrificantes. Ernani Lussani relatou dificuldades de abastecimento de lubrificantes e aumentos expressivos nos preços, reflexo direto da crise do petróleo. "Para se ter uma noção, óleos que vendíamos em abril por R$ 18,00 o litro, hoje comercializamos o mesmo produto por R$ 30,00", comparou.



Marcos Antonio Nunes Bezerra, *diretor Comercial da Bezerra Oliveira*



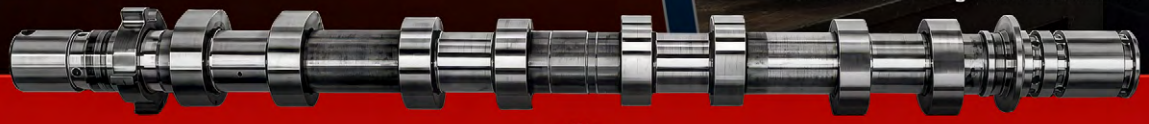
APLIC RESOLIT

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

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.

LANÇAMENTO 2026

COMANDO DE VÁLVULA RENAULT - ADMISSÃO
CÓD: 838 / Nº Original: 130.208.235R





COMANDOS DE VÁLVULAS • TUCHOS • TENSIONADORES

ENGRENAGENS • POLIAS • BALANCINS • VARETAS

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

aplic resolit

FABRICANDO PEÇAS DESDE 1963

EMPRESA 100% BRASILEIRA

AplicResolit

www.aplicresolit.com.br



Ana Paula Cassorla, *diretora da Pacaembu Autopeças*

Assim como Ernani, Gustavo Santos contou que os impactos mais perceptíveis sobre o dia a dia derivam, principalmente, do aumento dos preços do petróleo e do calendário com menos dias úteis. "Por mais que os aumentos sejam diretos no mercado de lubrificantes, os efeitos também existem nas embalagens e nos fretes, que expandem para outras linhas. Isso resulta em uma pressão sobre o cliente, com preferência por custo e benefício. Existe uma preocupação nesse ano para adaptação da operação para a Reforma Tributária. O prático disso é que as adversidades geram também oportunidades e o faturamento fica com quem melhor se preparar", otimizou.

Jesse Teixeira contou que desde o final de outubro de 2025 perceberam alguns sinais de desaceleração. "Depois de um período de crescimento consistente, passamos a observar uma pequena queda nas vendas. Não é uma queda forte, mas ela existe e vem se confirmando ao longo dos últimos meses", explicou.

Flávio Costa e Levino Malachias observam um consumidor mais seletivo, sensível a preços e com ciclos de compra mais longos. Em resposta, as empresas têm investido na otimização de processos, redução de desperdícios e maior previsibilidade das vendas. "Não é uma queda nas vendas, é o cliente mais cauteloso. Ele compra o necessário e pesquisa mais antes de fechar. E o juro alto encarece o crédito tanto para ele quanto para gente", disse Malachias.

"Em alguns momentos isso pode resultar em ciclos de venda mais longos e maior sensibilidade a preços. Mudamos a operação, o foco está em otimizar processos, reduzir desperdícios e melhorar a previsibilidade de vendas tanto no balcão como nas vendas pelo app", revelou Costa.

Ubiratan Caselani Kintschner respondeu que até o momento não perceberam impactos relevantes nas vendas. "Elas continuam constantes e em crescimento. No entanto, administrar o fluxo de caixa continua sendo um desafio, especialmente em uma empresa em franca expansão, onde o crescimento exige investimentos constantes em estoque e estrutura", descreveu.

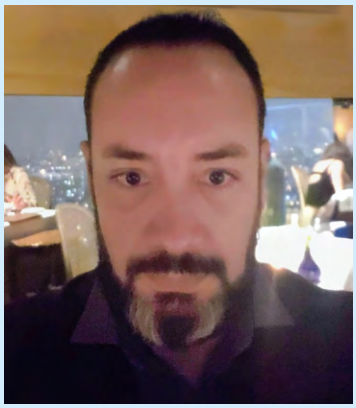
Gestão de estoque ganha protagonismo no aftermarket

Diante dos juros elevados, do aumento do custo do capital e da necessidade de preservar o fluxo de caixa, a gestão de estoque tornou-se ainda mais estratégica em toda a cadeia do aftermarket. "A gestão do estoque ganha cada vez mais força. Esse movimento é impulsionado pelo alto custo do capital e pela necessidade de otimizar o fluxo de caixa. Embora o mercado como um todo ainda busque maior integração de dados, o controle físico tornou-se rigoroso, focando no giro rápido das linhas de alta rotação (Curva A) e no saneamento de itens obsoletos", afirmou Bruno Inácio da Maia.

"Hoje existe uma gestão muito mais estruturada, com foco em giro, cobertura adequada e redução de complexidade. O uso de ferramentas analíticas e a maior integração entre áreas permitem decisões mais rápidas e assertivas, garantindo equilíbrio entre a disponibilidade de produtos e a utilização eficiente de recursos", orientou Rubens Campos.



Jesse Teixeira, *diretor Comercial da Perim Autopeças*



Levino Malachias, *gerente-geral da Malachias Autopeças*

Marcelo Gomes observa que a preocupação com estoques se intensificou desde 2025, impulsionada pelo aumento do custo do capital. "Esse movimento tem levado distribuidores e parceiros a adotarem controles mais rigorosos, com foco em giro e eficiência. O ponto central está no equilíbrio entre a gestão de estoques e a disponibilidade de peças no mercado. O foco da Bosch tem sido garantir um balanço saudável; a peça certa, no lugar certo e no momento adequado, em linha com a dinâmica de cada mercado. Para o segundo semestre, esse tema ganha ainda mais relevância diante dos desafios associados à implementação da Reforma Tributária", alertou.

Para Ana Paula Machado, a evolução tecnológica permitiu uma gestão mais inteligente e preditiva dos estoques, considerando fatores como regionalidade, sazonalidade e comportamento de consumo. "Quando isso acontece, toda a cadeia se beneficia: a indústria ganha eficiência, os distribuidores e varejistas conseguem otimizar seus estoques e o reparador encontra o produto disponível quando precisa. Uma gestão de estoque bem estruturada contribui para aumentar a competitividade e garantir um atendimento mais eficiente ao mercado", afirmou.

digigrow

Transforme seu estoque em vendas online.

Venha fazer parte!



A Digigrow conecta sua loja ao maior **marketplace do Brasil**, ampliando sua visibilidade e criando novas oportunidades de negócio todos os dias.

Benefícios Digigrow!

Cadastro Ilimitado

Liberte o potencial do seu negócio com cadastros ilimitados de produtos.

Plataforma Intuitiva

Gerencie suas vendas com facilidade usando nossa plataforma personalizada.

Modelo Ganha-Ganha

Com a Digigrow, você só paga comissão sobre o que vende. O seu sucesso é o nosso!

e muito mais...

(11) 4655-0989 @digigrow.br @digigrow.br contato@digigrow.com.br



Ubiratan Caselani Kintschner, *CEO da Qualität Autopeças*

Distribuição busca equilíbrio

Na distribuição, a preocupação é garantir disponibilidade sem comprometer recursos financeiros. Na Bezerra Oliveira a estratégia é manter estoques equilibrados em diferentes curvas de produtos. "90% das nossas vendas são casadas, é aquela venda de produtos que muitas vezes os nossos concorrentes não têm, produtos da curva B, C e E, que acabam pinçando itens de curva A. Procuramos ter uma equalização consciente de todos os níveis (curvas) de estoque", descreveu Marcos Antonio Nunes Bezerra.

Carlos Eduardo Monteiro de Almeida reforçou que o mercado passou a acompanhar mais de perto o giro dos produtos e o capital investido em estoque. "Na distribuição, precisamos equilibrar disponibilidade com inteligência de compra. Não adianta apenas ter produto. É preciso ter o produto certo, no lugar certo e no momento certo", afirmou.

Ana Paula Cassorla destacou que a gestão eficiente dos estoques é fundamental, especialmente no segmento de veículos comerciais. "Hoje, o desafio não é apenas ter produto disponível, mas ter o item certo, na quantidade correta e no momento adequado. No segmento de veículos comerciais, onde a parada do veículo representa perda direta de produtividade para o cliente, a gestão eficiente do estoque é fundamental. Por isso, trabalhamos fortemente com inteligência de demanda, análise de giro e reposição mais dinâmica", informou.

Estoque sob controle nas autopeças

No varejo, o controle de estoque também ganhou força. Ubiratan Caselani Kintschner comentou que, no segmento de veículos importados, a gestão é ainda mais importante. "Peças para veículos importados costumam permanecer mais tempo em estoque do que peças para veículos nacionais. Além disso, o estoque representa uma parcela significativa do capital da empresa. Com o crescimento da operação, controlar melhor o que compramos e o que efetivamente gira tornou-se ainda mais importante", relatou.

Ernani Luiz Lussani falou sobre o custo de manter mercadorias paradas por longos períodos. "Hoje, a compra de uma peça de forma equivocada ou por impulso, parada no estoque por mais de 30, 40 dias já é prejuízo muito grande. O que ajuda muito é ter um sistema que aponta sempre os itens de maior giro na loja", afirmou.

Levino Malachias concorda e destacou que o alto custo do dinheiro exige acompanhamento constante dos produtos que realmente vendem. "Com o dinheiro caro, não dá para deixar mercadoria parada. A gente acompanha de perto o que realmente vende e evita encher a prateleira do que gira pouco", respondeu.

Flávio Costa resumiu o cenário ao afirmar que o estoque passou a ser tratado como "dinheiro vivo" na prateleira. "O controle de estoque ganhou ainda mais relevância. A empresa está buscando equilíbrio entre disponibilidade de produtos e capital investido em estoque, utilizando ferramentas de previsão de demanda e acompanhamento mais rigoroso dos níveis de reposição", disse.



Gustavo Santos, *gerente de Inteligência de Mercado da Kaizen – A Casa da Autopeça*

Para Jesse Teixeira, o momento exige revisão constante dos estoques. "Estamos analisando com muito mais atenção, revisando famílias de produtos, identificando itens de baixo giro e entendendo por que determinados produtos perderam desempenho. É um momento de reflexão e ajuste. O objetivo é manter o estoque saudável, reduzir capital parado e garantir que os investimentos estejam concentrados nos produtos certos", orientou.

Segundo Gustavo Santos, a gestão de estoque sempre foi importante, mas ganha ainda mais destaque em períodos de pressão sobre margens e fluxo de caixa. "Quando o custo do dinheiro aumenta é normal que haja uma preocupação maior com o ajuste, já que estoque nada mais é que caixa imobilizado. O alerta mais importante é que essa eficiência deve ser um foco a todo momento e não apenas quando a situação exige", orientou.

Mercado aposta em eficiência, tecnologia e planejamento para manter resultados

Apesar do cenário econômico mais cauteloso, o aftermarket segue buscando alternativas para preservar produtividade e rentabilidade. As estratégias convergem para eficiência operacional, uso de tecnologia, controle de custos e maior proximidade com o mercado. Confira:

"Temos trabalhado em frentes complementares para sustentar produtividade e rentabilidade. Isso passa por uma revisão de processos, pela reorganização do nosso setup de mercado e pelo fortalecimento da competitividade do portfólio", ***Marcelo Gomes, Bosch América Latina***

VAI ESPERAR O TEMPO FECHAR?

Tecfil® max VISION PLUS

*As palhetas **Tecfil Max Vision Plus** garantem visibilidade e segurança.*

- MONTAGEM RÁPIDA
- PALHETA SILENCIOSA
- MÁXIMA VISIBILIDADE



No trânsito, enxergar o outro é salvar vidas.



MODELO
TPC
TECFIL PALHETA CONVENCIONAL



MODELOS
TPB/1
TECFIL PALHETA BLADE
TPBL/1
TECFIL PALHETA BLADE LOCK



MODELO
TPT/1
TECFIL PALHETA TRASEIRA

TECNOLOGIA E QUALIDADE PARA UMA DIREÇÃO MAIS SEGURA!

Acesse nossos canais oficias e saiba mais!

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

"A busca por produtividade e rentabilidade (proteção de margens e eficiência) é feita através dos pilares estratégicos da companhia: Eficiência Operacional e Inovação Tecnológica; Gestão Financeira Responsável e Monitoramento Diário e Repasses Conscientes", ***Bruno Inácio da Maia, RIO - Riosulense***

"Produtividade e rentabilidade sempre fizeram parte da trajetória da SABÓ. Ao longo dos nossos 84 anos de história, passamos por diferentes cenários econômicos e aprendemos que o segredo para atravessar momentos desafiadores está em manter o foco no cliente e agir com planejamento e disciplina. Por isso, valorizamos muito a proximidade com o mercado", ***Ana Paula Machado, SABÓ***

"A estratégia está fortemente baseada em eficiência operacional e em uma tomada de decisão orientada pela cobertura de mercado. Temos trabalhado na revisão contínua do portfólio das marcas LuK, INA, FAG e Schaeffler Vitesco, na simplificação de processos, no aumento da produtividade em toda a cadeia e fortalecendo o relacionamento com clientes", ***Rubens Campos, Schaeffler***

"Estamos focados, principalmente, em produtividade operacional, tecnologia e inteligência comercial. Investimos bastante em BI, CRM e digitalização dos processos para ganhar velocidade na tomada de decisão e melhorar a leitura do mercado em tempo real; e trabalhando muito próximos das equipes comerciais e dos fornecedores", ***Carlos Eduardo Monteiro de Almeida (Cacai), Auto Norte***

"Estamos focados em eficiência operacional, tecnologia e inteligência comercial. Buscamos ampliar o mix estratégico para linha pesada e agro, fortalecer o relacionamento com clientes profissionais e atuar de forma muito próxima às necessidades das frotas, priorizando disponibilidade, agilidade e suporte técnico", ***Ana Paula Cassorla, Pacaembu***

"Somos uma empresa que foca muito em serviço, não entramos em guerra de preços, sacrificando as margens, pois se eu não tiver rentabilidade não consigo repor produtos. A nossa estratégia é a abertura de novas frentes de vendas, novas filiais, para estarmos próximos ao cliente, viabilizando a aquisição de peças e a fluidez da logística", ***Marcos Antonio Nunes Bezerra, Bezerra Oliveira***

"Não tem milagre. Somos uma empresa familiar de 40 anos de história e sucesso em Canoas (RS). Muito trabalho, sempre buscando as melhores ofertas na hora da compra para lá na ponta vender com preços competitivos, e criar laços com os clientes de confiança, sendo um diferencial no mercado", ***Ernani Luiz Lussani, Gringo Auto Peças***

"A gente foca em trabalhar bem e controlar custo. Time produtivo, processo enxuto e atenção ao que dá resultado. É menos sobre crescer a qualquer custo e mais sobre fazer bem-feito", ***Levino Malachias, Malachias Autopeças***

"Temos focado em aumentar a eficiência das compras e da gestão dos estoques. Hoje, crescer com rentabilidade é tão importante quanto crescer em faturamento", ***Ubiratan Caselani Kintschner, Qualität Autopeças***

"É muito comum que em cenários adversos, torneiras de desconto se abram e é nesse momento em que se perde o controle, muitas vezes ficando sem estoque de produtos distribuídos ao mercado com pouco lucro. O uso rotineiro e processual da inteligência artificial é o grande diferencial para as empresas buscarem aumento de produtividade", ***Gustavo Santos, Kaizen - A Casa da Autopeça***



Ernani Luiz Lussani, *comprador e vendedor da Gringo Auto Peças*



Flávio Costa, *vendedor da Casseb Auto Peças*

"Trabalhamos fortemente na redução de despesas e no aumento da eficiência. Aproveitamos movimentações naturais da empresa e deixamos de repor algumas posições, reduzindo nossa estrutura em torno de 8% a 9%, sem necessidade de demissões. Também revisamos processos e despesas em diversas áreas. Isso ajudou a equilibrar a empresa e compensar parte da desaceleração das vendas", ***Jesse Teixeira, Perim Autopeças***

"A produtividade tem sido buscada com mais digitalização, automação de processos, análise de dados e revisão constante de indicadores de desempenho. A rentabilidade depende de uma combinação entre eficiência operacional, gestão de custos, mix de produtos e fortalecimento do relacionamento com clientes e parceiros, que são os nossos mecânicos, para agilizar as vendas", ***Flávio Costa, Casseb Auto Peças***

O consenso entre os entrevistados é que o aftermarket continua resiliente, mas exige cada vez mais planejamento, gestão profissional e capacidade de adaptação para transformar desafios em oportunidades de crescimento sustentável.

VETOR
AUTOMOTIVOS

DIREÇÃO

Tecnologia e **engenharia** se encontram na linha de direção Vetor.

Terminais e **caixas de direção** desenvolvidos sob rigoroso controle de qualidade, garantindo **respostas precisas** ao volante e **máxima confiabilidade.**

Mais **estabilidade**, mais **segurança** e um **desempenho** que não decepciona!



FAÇA REVISÕES NO SEU VEÍCULO REGULARMENTE | IMAGENS MERAMENTE ILUSTRATIVAS

GRUPO VETOR

VETOR AUTOMOTIVOS · TESLLA ILUMINAÇÃO · E-KLASS · LYTHIUM

FIQUE POR DENTRO DAS NOVIDADES
WWW.**VETORAUTO**.COM.BR

Ilumine cada **oportunidade**

Linha completa em **itens de iluminação automotiva**

Na Automotive Imports, você encontra uma ampla variedade de faróis, lanternas, milhas e componentes de iluminação para diferentes marcas e modelos.

Produtos com qualidade, disponibilidade e agilidade para atender oficinas, distribuidores e centros automotivos em todo o Brasil.

Qualidade que ilumina seus resultados

Televendas
0800 770 7687

Telefone
(11) 4652-3200

Email
comercial@zeene.com.br

Site
www.zeene.com.br

AUTOMOTIVE IMPORTS



















Diogo Sturaro, *diretor da Cobra Rolamentos e Autopeças*

Foco na gestão do mix

Perante o cenário econômico global e brasileiro, Diogo Sturaro, diretor da Cobra Rolamentos e Autopeças, disse que o mercado está mais cauteloso, mas continua ativo. "O consumidor pode adiar a troca do carro, mas não consegue deixar de fazer manutenção. O que percebemos é uma cadeia mais disciplinada, comprando melhor e planejando mais. Na Cobra, seguimos observando demanda consistente, principalmente nas linhas de maior giro, mas com clientes muito mais atentos à gestão de estoque e ao capital investido", afirmou.

Os clientes estão agindo de forma mais racional, evitando excessos de estoque e acompanhando mais de perto o próprio fluxo de caixa. Sturaro explicou que isso exige que distribuidores como a Cobra sejam ainda mais eficientes em disponibilidade, logística e velocidade de atendimento. "Quem consegue entregar rápido e manter um estoque equilibrado ganha relevância nesse cenário", acrescentou.

O executivo falou também que a produtividade sempre foi importante, mas, em momentos como este, ela se torna ainda mais necessária. "Na Cobra, investimos constantemente em tecnologia, análise de indicadores e melhoria de processos. O objetivo é fazer mais, de forma eficiente. Além disso, buscamos crescimento sustentável, priorizando a rentabilidade e a saúde do negócio".

Margens

Questionado sobre a pressão nas margens, Sturaro respondeu que "o mercado está cada vez mais competitivo e o cliente está mais atento ao preço. Ao mesmo tempo, os custos operacionais continuam pressionando as empresas. Por isso, acredito que a margem hoje está muito mais ligada à eficiência da operação do que à política comercial. Empresas eficientes conseguem proteger melhor seus resultados", destacou.

Giro e eficiência

Para operar com foco em giro e eficiência, na Cobra eles têm trabalhado fortemente a gestão de mix. "Acompanhando indicadores e promovendo o abastecimento inteligente das filiais", sintetizou.

Por terem uma estrutura nacional, Sturaro contou que isso lhes permite monitorar de perto o comportamento de cada região, ajustando estoques e oportunidades de forma muito rápida. "Nosso foco é garantir disponibilidade para o cliente, alto giro dos produtos e uma operação cada vez mais eficiente", finalizou.



Por que anunciar no balcão automotivo?

› REFERÊNCIA DE CREDIBILIDADE
Quase duas décadas de experiência sólida, sinônimo de confiança e qualidade no setor automotivo.

› DISTRIBUIÇÃO NACIONAL
Levamos sua mensagem mensalmente a todo o Brasil, alcançando um público amplo e diversificado.

› AUDIÊNCIA QUALIFICADA
Fabricantes, distribuidores, atacadistas e varejistas de autopeças, além de profissionais do segmento.

› PRESENÇA EM GRANDES EVENTOS
Participamos de eventos como Automec, Autopar, Autonor e Autop, ampliando a exposição da sua marca.

› CONTEÚDO RELEVANTE
Nossa equipe acompanha consistentemente as tendências e necessidades do setor automotivo.

› VISIBILIDADE PROLONGADA
Produzida em papel couchê, garantindo uma longa vida útil para a publicação e seu anúncio.

› DESIGN ENVOLVENTE
Destacamos sua marca e engajamos os leitores em um ambiente de leitura visualmente atraente.



- *Mercado*
- *Fique por Dentro*
- *Vendedor Automotivo*
- *Pesados & Comerciais*
- *Artigos*

BALCÃO AUTOMOTIVO .COM

www.balcaoautomotivo.com

TEXTO: REDAÇÃO | FOTO(S): DIVULGAÇÃO

CORTECO ALIA TECNOLOGIA SUSTENTÁVEL E PERFORMANCE PARA VEÍCULOS PESADOS



A Corteco reforça sua atuação no segmento de veículos pesados com a linha Ecojuntas, desenvolvida para atender a caminhões e ônibus de diversas montadoras. Disponível em kits Superior, Inferior e Completo, a solução reúne juntas e retentores produzidos com tecnologia OEM, garantindo qualidade, durabilidade e praticidade na manutenção. Além de facilitar o trabalho das oficinas, a linha se destaca pelo custo-benefício e pelo processo de fabricação alinhado a práticas sustentáveis, fortalecendo o compromisso da marca com inovação e responsabilidade ambiental.

PHINIA SE DESTACA COM PRIMEIRO VEÍCULO COMERCIAL H2ICE HOMOLOGADO, NA ACT EXPO 2026

Na ACT Expo 2026, realizada nos Estados Unidos, a PHINIA apresentou suas mais recentes tecnologias para mobilidade de baixa emissão, incluindo seu primeiro veículo comercial leve homologado para circulação em vias públicas equipado com motor a combustão movido a hidrogênio (H2ICE). Desenvolvido em parceria com a Aramco, o modelo pode reduzir em até 99% as emissões de CO^2 em comparação aos motores diesel convencionais, mantendo desempenho semelhante e autonomia de até 500 km. A novidade intensifica a aposta da empresa em soluções de baixa emissão para acelerar a descarbonização do transporte comercial.



MARELLI COFAP AFTERMARKET FORTALECE PRESENÇA NO AGRONEGÓCIO COM AMPLO PORTFÓLIO

A Marelli Cofap Aftermarket reforça sua atuação no agronegócio com uma ampla linha de componentes das marcas Cofap e Magneti Marelli para máquinas agrícolas. O portfólio inclui amortecedores, molas a gás, compressores de ar-condicionado e mangueiras de arrefecimento, desenvolvidos para suportar condições severas de operação e garantir maior produtividade, durabilidade e segurança. Com forte estrutura logística e cobertura nacional, a empresa assegura agilidade no fornecimento de peças para o campo.



RANDONCORP E FRASLE MOBILITY AVANÇAM EM JORNADA DE SUSTENTABILIDADE E ATINGEM METAS EM TRÊS COMPROMISSOS PÚBLICOS

A Randoncorp e a Frasle Mobility alcançaram importantes metas da sua Ambição ESG em 2025, com destaque para o reaproveitamento integral do efluente tratado, o fim da destinação de resíduos para aterros industriais e a duplicação da participação feminina em cargos de liderança, que passou de 11% para 22%. Os avanços refletem investimentos em sustentabilidade, inovação e gestão de pessoas, reforçando o acordo das companhias com uma mobilidade mais responsável, eficiente e alinhada às demandas do futuro.





FORD COMEMORA A PRODUÇÃO DE 20.000 UNIDADES DA TRANSIT NA AMÉRICA DO SUL

Fabricada pela Nordex, a Transit chegou à marca de 20 mil unidades produzidas, no Uruguai, enfatizando o sucesso da linha na América do Sul desde seu lançamento, em 2021. Integrante do portfólio da Ford Pro, a van se destaca pela versatilidade, tecnologia, segurança e baixo custo operacional. Disponível em sete versões e mais de 200 configurações especiais, a Transit oferece conectividade embarcada, avançados sistemas de assistência ao motorista e motorização turbodiesel eficiente, consolidando sua posição entre os principais veículos comerciais do mercado.

SCHULZ
AUTOMOTIVA

DESEMPENHO SUPERIOR NA **LINHA DE RODAS**

REDUÇÃO DE **TEMPERATURA**

Conforme o case da Schulz Tech, a roda de alumínio apresentou resfriamento **70% mais eficiente** e dissipação de calor até **três vezes mais rápida** do que a roda de aço*

*O monitoramento da Schulz Tech foi realizado em condições de operação severas, relacionadas a uma frota de ônibus urbano.



816.7400-0

RODA DE ALUMÍNIO ALTO BRILHO
22.5" X 8.25" - 10 FUROS

A Schulz traz ao mercado automotivo pesado uma linha completa de rodas desenvolvida para quem não abre mão de **máxima segurança, durabilidade e design.**



816.7401-0
RODA DE AÇO 22.5" X 8.25"
10 FUROS



816.7402-0
RODA DE AÇO 22.5" X 7.5"
10 FUROS



816.7403-0
RODA DE AÇO 17.5" X 6"
6 FUROS

@schulzautomotiva (47) 99971 3520 sac.automotiva@schulz.com.br **schulzautomotiva**.com.br

Por: Otavio Rocha | Foto(s): Divulgação / Cesar Lopes



DO SUL PARA O MUNDO: FRAS-LE ALIA INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE EM SUA OPERAÇÃO

Entre laboratórios, linhas de produção e centros de desenvolvimento, a companhia demonstra sua cultura de modernização na prática

Quem adquire uma pastilha ou sapata de freio da Fras-le não imagina o trabalho por trás desses produtos. Do desenvolvimento da peça à aplicação no veículo, existem inúmeras etapas de qualidade e segurança que são seguidas à risca pelos colaboradores da companhia. A convite da Fras-le, fomos conhecer de perto toda a estrutura da matriz, localizada em Caxias do Sul (RS).

Durante a visita, fomos recebidos por André Incerti, diretor de Negócios de Linha Leve da Fras-le, que falou sobre a expansão da marca, desenvolvimento e produção fabril, mercado do aftermarket e iniciativas em ESG.

UMA MARCA GLOBAL

Com mais de 70 anos de atuação, a Fras-le, empresa do grupo Frasle Mobility, sustenta o status de uma das maiores fabricantes de materiais de fricção do mundo. Gaúcha, a empresa possui unidades fabris em cinco países diferentes (Brasil, Argentina, Estados Unidos, China e Índia), além de exportar para outros 125 países.

Para Incerti, o investimento na internacionalização da marca se tornou necessário para que a empresa pudesse alcançar outros mercados. "A Fras-le, ao longo dos últimos 10 anos, investiu muito em expandir a sua presença internacional. Somos



André Incerti destaca as estratégias da Fras-le para o mercado de linha leve



Unidade de Caxias do Sul reúne tecnologia, engenharia e produção

uma empresa brasileira com muito orgulho e conquistamos uma posição de liderança nesse mercado que lutamos todo dia para manter. Entendemos que era necessário expandir globalmente para continuarmos crescendo, principalmente para seguirmos na vanguarda do que fazemos".

Esse movimento também se mostrou fundamental para antecipar tendências no segmento local. "Sabemos que existem mercados mais maduros do que o Brasil quando se fala em setor automotivo, que estão seguidamente lançando tendências e tecnologias, e o fato de participarmos ativamente desses mercados nos ajuda, inclusive, a antecipar mudanças que possam acontecer mais adiante nos nossos principais mercados, que hoje são Brasil, América Latina e América Central. Então, esse é um ponto bem relevante para nós", concluiu Incerti.

ONDE TUDO COMEÇA

O processo de desenvolvimento de todos os produtos da empresa tem início no Movetech, o maior centro de engenharia avançada em materiais de fricção da América Latina. Com três laboratórios integrados, o espaço é responsável pela criação de novos materiais, seguindo uma série de testes rigorosos que visam garantir máxima qualidade e segurança.

"Quando o cliente adquire um produto do grupo Frasle Mobility, ele tem a certeza de que está adquirindo um produto com mais de 70 anos de história, DNA original, com horas de testes de laboratório, de pista, de campo, para que assim, possamos ter a certeza que o produto atingiu os patamares necessários", ressaltou o executivo.

DO LABORATÓRIO À PRODUÇÃO

Na fábrica, os produtos ganham forma e são produzidos em grande escala para o mercado nacional e mundial. Da prensa ao acabamento, centenas de operários trabalham de forma sincronizada para que todos os processos sejam executados dentro dos rígidos padrões de qualidade da companhia.

De acordo com Incerti, o grande desafio



Laboratório realiza testes para garantir qualidade e segurança



Embalagens preparadas para atender mercados nacionais e internacionais

é manter a fábrica atualizada em relação às tecnologias adotadas no exterior. "Um grande desafio que temos hoje no Brasil é conseguir manter tecnologias de fabricação de ponta em comparação aos mercados mais maduros. Temos constantemente buscado formas de nos manter atualizados com processos de fabricação que hoje encontramos na Europa, nos Estados Unidos e, principalmente, na Ásia".

DE OLHO NO FUTURO DA MOBILIDADE



Produção de pastilhas voltadas ao segmento de veículos leves

Com forte atuação no aftermarket, a Fras-le reúne mais de 12 mil referências em seu portfólio, atendendo desde veículos leves até aplicações voltadas às novas tecnologias de mobilidade. Entre elas, a linha Advanced se destaca pela ampla cobertura da frota circulante. Completam o catálogo a Ceramaxx, linha premium em cerâmica, e a EHnergy, focada em veículos híbridos e elétricos.

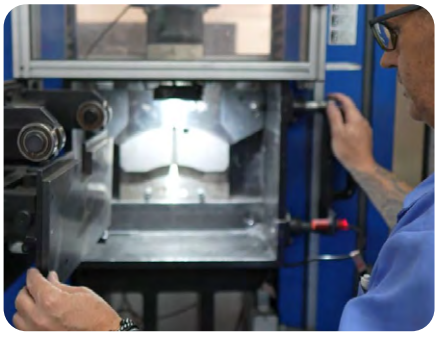
Sobre a diversidade de produtos da marca, Incerti ressaltou a tecnologia inserida nestas linhas. Segundo ele, a combinação entre conhecimento e inovação mantém a Fras-le entre as referências globais em materiais de fricção."Essa combinação de conhecimento e inovação sempre manteve a Fras-le entre as referências globais em materiais de fricção. Somos um player que não atua só no Brasil. A tecnologia que hoje fornecemos para os nossos produtos de fricção em qualquer lugar do mundo está no mesmo nível de todos os grandes players globais de fricção".

Acompanhando as tendências da mobilidade, o executivo ainda reforçou as características específicas da linha EHnergy, que precisa de um cuidado maior com relação ao barulho e desgaste. "As formulações que pensamos para a linha EHnergy levam ainda mais em consideração a importância da redução dos níveis de ruído na aplicação, porque isso fica mais evidente. Outro ponto é a corrosão. O fato de você utilizar menos o freio, utilizar menos a pastilha, pode, em alguns ambientes, trazer um problema de corrosão mais acelerado. Então, é necessária uma pintura diferenciada, com características específicas que prolonguem a vida deste produto".

CALDEIRA VERDE: A APOSTA SUSTENTÁVEL DA FRAS-LE

Um dos destaques da visita foi a Caldeira Verde, que é a geração de energia sustentável da empresa. Introduzida em 2024, a tecnologia utiliza cavacos de madeira de reciclagem para gerar gás de biomassa, que após um processo de gaseificação é transformado em vapor utilizado nas operações da fábrica. Com investimento de R$ 17 milhões, o projeto tem previsão de retorno em aproximadamente quatro anos, considerando a economia gerada nas operações.

"Temos bastante orgulho desse projeto, porque realmente não só em função do tamanho do investimento, mas principalmente pelo ganho que ele traz em redução de pegada de carbono. É um projeto transformador para nós, e esperamos conseguir evoluir com projetos similares em outras operações mais adiante também", afirmou Incerti.



Testes rigorosos asseguram desempenho e confiabilidade

O ELO COM O BALCONISTA

Além da tecnologia embarcada nos produtos, a Fras-le também investe na capacitação e no acesso à informação para quem está na linha de frente das vendas: o balconista. Sobre o contato com o profissional, Incerti comentou a dificuldade do acesso à informação enfrentada pela classe e ressaltou as iniciativas que a empresa disponibiliza para preencher essa lacuna. "A Fras-le tem investido cada vez mais em soluções e ferramentas. A exemplo do Auto Experts, que é uma plataforma que utilizamos e procuramos entregar para o balconista também como uma solução. Temos procurado investir cada vez mais em garantir que a plataforma esteja, antes de mais nada, 100% atualizada, para que o balconista procure o que precisa e encontre na mesma hora".

A visita à unidade de Caxias do Sul mostrou que, por trás de cada pastilha ou sapata de freio que chega ao mercado, existe um amplo trabalho de engenharia, desenvolvimento, manufatura e sustentabilidade. Uma estrutura que ajuda a explicar por que a Fras-le se consolidou como uma das principais referências mundiais em materiais de fricção e soluções para sistemas de freio.

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*

MANUTENÇÃO PREVENTIVA: A LIÇÃO DAS PISTAS PARA AS RUAS

A maioria dos motoristas sabe que pneus, freios e suspensão são itens fundamentais para a segurança do veículo. No entanto, a manutenção preventiva ainda não faz parte da rotina de muitos brasileiros. Geralmente, o carro só vai para a oficina quando apresenta algum problema, o que aumenta custos e riscos.

No mundo do automobilismo, as coisas funcionam de forma diferente. Nenhuma equipe entra na pista sem revisar cuidadosamente todos os componentes do veículo. Isso inclui freios, pneus, transmissão, suspensão e motor, que passam por inspeções constantes. Muitas vezes, peças são substituídas antes mesmo de apresentarem sinais de desgaste, para evitar falhas que possam comprometer uma corrida inteira.

Embora a realidade das pistas seja diferente da das ruas, a lição é a mesma. Ninguém quer ficar parado no acostamento por uma pane mecânica ou enfrentar uma situação de risco causada por um componente que poderia ter sido revisado antecipadamente. Por exemplo, freios e pneus são itens críticos. O motorista normalmente só percebe a importância desses itens quando surge uma situação de emergência, como um pneu desgastado que pode comprometer a aderência em uma pista molhada, ou uma pastilha de freio sem manutenção que pode causar danos maiores ao sistema.

Além disso, outros componentes como amortecedores, rolamentos e limpadores de para-brisa também influenciam diretamente a segurança e a confiabilidade do veículo. No entanto, essas peças raramente recebem atenção até que algum sintoma apareça. O problema é que a manutenção corretiva quase sempre custa mais caro do que a preventiva. Quando uma falha acontece, ela costuma afetar outros componentes, gerar despesas extras e até interromper uma viagem.

Portanto, é importante mudar a forma de enxergar a manutenção. Em vez de considerá-la uma despesa, ela deve ser vista como um investimento. Assim como ninguém questiona a necessidade de abastecer o carro, também deveria ser natural reservar recursos para trocar o óleo, revisar os freios e verificar os pneus. O automobilismo nos ensina que toda corrida começa muito antes da largada. Com os carros de passeio, acontece exatamente a mesma coisa: toda viagem começa antes de ligar o motor. Dedicar alguns minutos à prevenção pode representar não apenas economia, mas também tranquilidade e segurança para todos que estão dentro e fora do veículo.

ESTA COLUNA É UM PATROCÍNIO DE:



Por: Silvio Rocha | Foto(s): Divulgação



PHINIA CELEBRA 35 ANOS DA PLANTA DE PIRACICABA E INICIA PRODUÇÃO DE INJETORES GDI DE 350 BAR

Unidade passa a integrar o seleto grupo de fábricas globais da companhia aptas a produzir a tecnologia e reforça sua importância estratégica para a PHINIA

A PHINIA, líder global em sistemas de combustível, sistemas elétricos e soluções para o mercado de reposição, comemora 35 anos de sua planta em Piracicaba, no estado de São Paulo. Essa planta é uma das operações mais importantes da companhia em todo o mundo. Inaugurada em 1991, a unidade acompanhou a evolução da indústria automotiva brasileira, desde a transição dos carburadores para a injeção eletrônica até o desenvolvimento de tecnologias para motores flex fuel e sistemas de injeção direta de combustível.

Em mais de três décadas de operação, a planta participou da introdução de soluções pioneiras no Brasil, como o sistema E100 para veículos movidos a etanol. Além disso, a planta fortaleceu sua atuação em engenharia, crescimento e manufatura. Para Giovani Benato, gerente-geral da planta e do aftermarket, essa data evidencia o papel



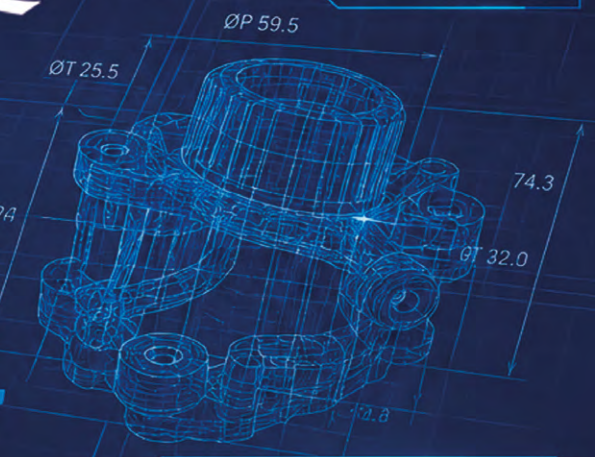
Injetores GDI produzidos com tecnologia e qualidade de origem

YIMING PARTS®

QUALIDADE
DURABILIDADE
DESEMPENHO

PRECISÃO QUE MOVE O MERCADO.

Componentes desenvolvidos com tecnologia, rigor e os mais altos padrões de qualidade para levar **mais longe o seu negócio.**





ESTAREMOS NA

AUTOP 2026

19 A 22 DE AGOSTO DE 2026

QUARTA A SEXTA-FEIRA:
15H ÀS 21H

SÁBADO:
14H ÀS 19H

CENTRO DE EVENTOS
DO CEARÁ

STAND 141

YM PARTS
EXCELÊNCIA EM CADA DETALHE

FABRICAMOS PRODUTOS DE ALTA QUALIDADE PARA O MERCADO DE REPOSIÇÃO DESDE 1996

INMETRO

CONHEÇA NOSSO CATÁLOGO E LANÇAMENTOS ▶

yimingparts.com.br

CERTIFICAÇÃO INTERNACIONAL

ALTA TECNOLOGIA

PARCERIA QUE GERA RESULTADOS

Yiming.parts

da operação brasileira dentro do plano global da companhia.

"Os 35 anos da operação no Brasil representam muito mais do que uma data comemorativa. Eles simbolizam um caminho de solidez, inovação e compromisso com o mercado. A inauguração da linha de produção GDI em Piracicaba reforça essa visão de longo prazo e confirma a importância estratégica da planta brasileira para a PHINIA Global. Isso é válido tanto pela criação de novas tecnologias quanto pelas exigências do mercado atuais e futuras da mobilidade", diz.

> ***Unidade passa a integrar o seleto grupo de fábricas globais da companhia aptas a produzir a tecnologia de injetores GDi de 350 bar***

Atualmente, a planta de Piracicaba é a única fábrica do Brasil a produzir injetores GDi de 350 bar e possui exclusividade global na fabricação dos injetores aquecidos HTI. A unidade emprega cerca de mil colaboradores, opera em três turnos e produz aproximadamente 11 milhões de componentes por ano para mercados da América Latina, América do Norte, Europa e Ásia.

Além da produção, a planta abriga iniciativas de capacitação técnica, como o Centro de Treinamento Delphi e a Delphi Academy. A planta também mantém ações ambientais, com uso de energia 100% renovável e certificação Zero Landfill desde 2020.

A empresa também ampliou sua oferta de produtos e a produção local. "Estamos vivendo um momento de forte expansão do portfólio, com lançamentos constantes e presença crescente em categorias importantes para a reposição automotiva. Esse avanço, aliado à força



Nova linha de produção de injetores GDI Delphi



Giovani Benato destaca os avanços da operação

que já temos no segmento diesel e ao aumento da produção local, destaca nosso compromisso de acompanhar a evolução da frota brasileira e oferecer ao mercado soluções cada vez mais completas, competitivas e alinhadas às novas demandas dos reparadores e distribuidores", destaca Benato.

A unidade acumula premiações de montadoras globais e certificações como Great Place to Work. Para a companhia, a planta continuará contribuindo para o desenvolvimento de tecnologias voltadas à eficiência energética e aos combustíveis alternativos.



Colaboradores homenageados pelos anos de dedicação à empresa

Essa visão é compartilhada pela liderança global da empresa. Segundo Brady Ericson, presidente e CEO da PHINIA, o Brasil continuará sendo um mercado importante para a criação de novas tecnologias de propulsão. "O Brasil é uma referência mundial em combustíveis alternativos e estamos investindo para fazer parte dessa trajetória de longo prazo. Acreditamos que etanol, gás natural e, futuramente, hidrogênio de baixo carbono terão papel decisivo na mobilidade das próximas décadas. A eletrificação avançará de forma significativa em diversos mercados, mas os combustíveis líquidos e gasosos continuarão desempenhando papel importante na descarbonização do transporte, sustentando oportunidades tanto para as montadoras quanto para o aftermarket", conclui.

FORMAÇÃO

TÉCNICA E COMERCIAL PARA VENDEDORES DE AUTOPEÇAS



CAPACITE QUEM
DECIDE A COMPRA NO BALCÃO.

INÍCIO
JUNHO
ÀS 20H

COMEÇAMOS COM
FREIOS

AO VIVO
NO YOUTUBE

PLATAFORMA EAD
BALCÃO AUTOMOTIVO

PARTICIPAÇÃO GRATUITA

MAIS VENDAS
TÉCNICAS QUE GERAM RESULTADOS.

ATENDIMENTO MAIS TÉCNICO
CLIENTES CONFIAM E VOLTAM.

FORTALEÇA SUA MARCA
DIFERENCIE SEU BALCÃO DA CONCORRÊNCIA.

EMPRESAS INTERESSADAS EM PARTICIPAR DO PROJETO, ENTRAR EM CONTATO COM O COMERCIAL DO BALCÃO AUTOMOTIVO.

BALCÃO ead AUTOMOTIVO

Por: Silvio Rocha | Foto(s): Divulgação

VAREJOS RENOVAM OPERAÇÕES PARA AMPLIAR ATENDIMENTO E ATRAIR NOVOS CLIENTES

Inaugurações realizadas em maio mostram como Matrocar e Alemão Autopeças estão investindo em estrutura, conveniência e exposição de produtos para acompanhar as novas demandas do mercado



Novo conceito segue o modelo adotado com sucesso pela Jaçacar, em São Paulo

Maio foi um mês especial para duas empresas de destaque no varejo de autopeças paulista. Em Guarulhos (SP), a Matrocar comemorou 30 anos sob a gestão da família Lima com uma ampla reformulação de sua loja. Já em Valinhos (SP), a Alemão Autopeças colocou em operação uma nova estrutura de autoatendimento. Em comum, as duas iniciativas refletem a busca por mais comodidade para clientes, oficinas e aplicadores, além da ampliação das oportunidades de venda.

Matrocar Autopeças

A nova loja da Matrocar foi inaugurada em 23 de maio e representa mais um capítulo na trajetória da empresa. A unidade passou por uma completa reestruturação, ganhando ambiente climatizado, autosserviço e maior exposição de produtos.

Fundada na década de 1950 pela família Matroni e adquirida pela família Lima em 1996, a Matrocar tornou-se uma das referências do setor em Guarulhos. O novo



Reforma foi realizada sem interromper as operações da loja



Fundada em 2005, a empresa conta hoje com duas unidades e cerca de 80 colaboradores

conceito segue a linha adotada na Jaçacar, na capital paulista, outra empresa da família.

Para Felipe Lima, a mudança era necessária. "A loja precisava dessa atualização. Hoje temos uma operação mais confortável, organizada e preparada para atender melhor o consumidor."

O projeto foi executado sem interromper o funcionamento da loja, exigindo um cuidadoso planejamento para preservar a qualidade do atendimento. Atualmente, Matrocar e Jaçacar reúnem mais de 100 colaboradores.

Com 46 anos de atuação no mercado de reposição, Simão Lima divide a gestão dos negócios com o filho Felipe. "A combinação entre experiência e renovação foi fundamental para chegarmos até aqui", destaca.

Alemão Autopeças

Nos dias 22 e 23 de maio, a Comercial Alemão inaugurou a nova estrutura da unidade de Valinhos, ampliando sua atuação junto ao consumidor final.

Fundada em 2005 por Rodrigo Eduardo Juliani, a empresa iniciou suas atividades em Campinas (SP) e hoje conta com duas unidades e cerca de 80 colaboradores.

Até então voltada principalmente ao atendimento de oficinas mecânicas, a unidade de Valinhos passa a contar com um espaço de autosserviço, oferecendo mais praticidade na escolha dos produtos e contato direto com o consumidor.

"Estamos muito satisfeitos com o resultado. Conseguimos alcançar um novo público com uma loja bem estruturada e um portfólio diversificado", afirma Rodrigo.



Unidade de Valinhos ganha espaço de autosserviço e amplia a experiência do cliente

Com o novo investimento, a expectativa é ampliar a participação da empresa no mercado regional e estreitar ainda mais o relacionamento com oficinas, aplicadores e consumidores.



ACESSE NOSSO PORTAL!
Mais de 90 mil acessos mensais com notícias e conteúdos exclusivos.
www.balcaoautomotivo.com

Texto: Karin Fuchs | Foto(s): Divulgação



VENDEDORES LIDERAM AFASTAMENTOS POR SAÚDE MENTAL NO PAÍS

Pressão por resultados, cobranças constantes e desgaste emocional estão entre os fatores que ajudam a explicar o cenário. Com a atualização da NR-1, empresas passam a dedicar mais atenção aos riscos psicossociais no ambiente de trabalho

Segundo dados do Ministério Público do Trabalho (MPT) e da Organização Internacional do Trabalho (OIT), coletados com base em informações do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), em 2025, 546 mil pessoas precisaram se afastar do trabalho por motivos de saúde mental. Entre mais de duas mil profissões analisadas, vendedores do comércio varejista lideraram a lista.

A pressão por metas e produtividade, aliada à menor estabilidade contratual, é frequentemente associada ao desgaste psicológico. A ansiedade e a depressão lideram os diagnósticos relacionados aos afastamentos. No dia 26 de maio deste ano, entrou em vigor as alterações na NR-1, do Ministério do Trabalho e Emprego. Ela estabelece disposições gerais e requisitos para a segurança e saúde no trabalho, com o objetivo de promover um ambiente seguro, prevenindo acidentes

e doenças ocupacionais.

De acordo com Leonardo Abrahão, psicólogo, professor, palestrante e escritor, e criador da Campanha Janeiro Branco sobre saúde mental (Lei Federal 14.556/23), desde que foi criada a campanha houve avanços importantes. "O Brasil fala hoje sobre saúde mental de uma forma que não falava há dez, doze anos. Quando o janeiro Branco nasceu, em 2014, ainda havia muito silêncio, vergonha, desconhecimento e improviso em torno desse tema. Hoje, a pauta entrou nas escolas, nas famílias, nas empresas, na imprensa, nas políticas públicas e nas normas de saúde e segurança do trabalho", avaliou.



Leonardo Abrahão, *psicólogo, professor, palestrante, escritor e criador da Campanha Janeiro Branco*

Por outro lado, ele disse que o avanço ocorreu na consciência, mas não o suficientemente nas práticas. "Muitas empresas já compreenderam que saúde mental não é assunto periférico, mas ainda tratam o tema como campanha, palestra, ação pontual ou benefício de RH. O passo seguinte — e mais difícil — é transformar essa consciência em cultura, gestão, prevenção, liderança responsável, organização saudável do trabalho e compromisso real com a vida das pessoas. Saúde mental não melhora apenas porque uma empresa fala sobre ela. Melhora quando a empresa muda aquilo que, dentro dela, adoece pessoas", afirmou.

O vendedor no topo do ranking

Sobre os dados do Ministério Público do Trabalho (MPT), que colocam o vendedor do comércio varejista no topo do ranking de afastamentos em 2025, Abrahão disse que esta estatística não nasce do acaso. "O vendedor do comércio varejista está, muitas vezes, no ponto de maior atrito entre a meta da empresa, a pressão da liderança, a impaciência do cliente, a instabilidade econômica e a própria necessidade de sobrevivência", comentou.

De acordo com ele, "é um trabalhador exposto a metas permanentes, cobrança por desempenho, longas jornadas em pé, baixos salários, medo de perder o emprego, atendimento simultâneo, excesso de informação, mudanças rápidas de preço, produto, sistema e política comercial. Há também um sofrimento muito invisível no varejo: a exigência de disponibilidade emocional constante. Ele precisa sorrir quando está exausto, ser cordial diante da agressividade alheia, controlar emoções o tempo todo e ainda transformar tudo isso em venda", relatou.

Além disso tudo, conta Abrahão, "o vendedor não vende apenas produtos; ele administra humores, expectativas, frustrações, reclamações e pressas de outras pessoas. Quando essa realidade



se combina com gestão despreparada, metas abusivas, pouco reconhecimento e ausência de canais reais de escuta, o adoecimento deixa de ser exceção e passa a ser consequência", afirmou.

Como reverter esse cenário

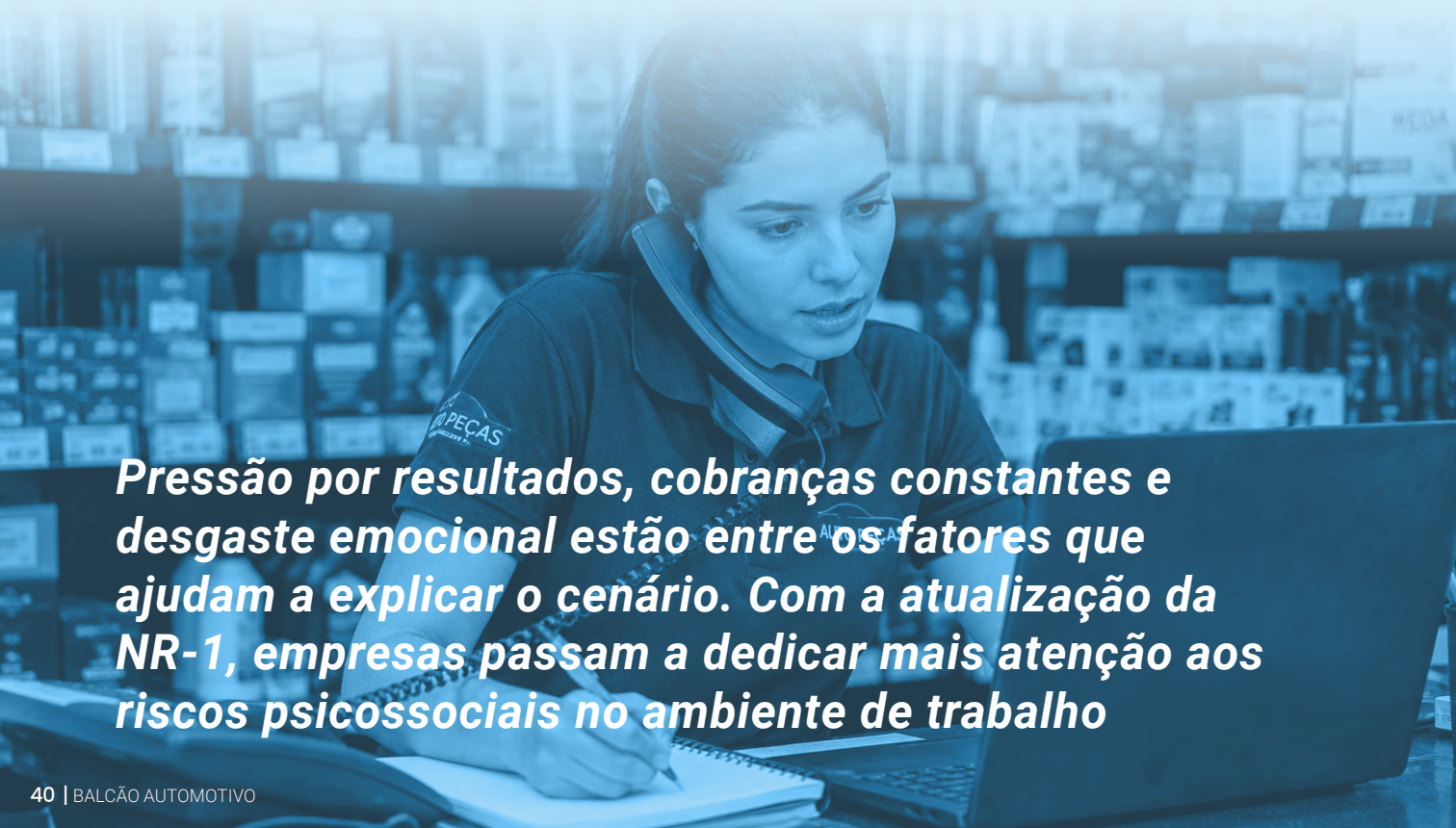
Para que as empresas do comércio varejista revertam esse cenário, Abrahão respondeu que falta parar de tratar o sofrimento dos vendedores como problema individual e começar a enxergá-lo como indicador de gestão. "O comércio varejista precisa compreender que saúde mental não se resolve apenas com palestra motivacional, ginástica laboral ou frase bonita na parede. É preciso revisar metas, escalas, formas de cobrança, modelos de liderança, pausas, comunicação interna, treinamento emocional das equipes, canais seguros de acolhimento e políticas claras contra abusos, humilhações e violências cotidianas", explicou.

Também falta formar lideranças. Segundo ele, "muitas vezes, o vendedor adoece menos pelo cliente difícil e mais pela forma como é cobrado por quem deveria orientá-lo. Chefias despreparadas transformam pressão comercial em violência psicológica. E ambientes assim podem até vender por algum tempo, mas cobram um preço humano alto demais. O varejo precisa entender uma coisa simples e profunda: quem cuida mal de quem atende, também compromete a experiência de quem compra", ressaltou.

Sobre a NR-1

As atualizações da NR-1 incluem a gestão de riscos ocupacionais, com destaque para a adoção do PGR (Programa de Gerenciamento de Riscos), e riscos psicossociais, abrangendo elementos como estresse, assédio moral, demandas excessivas e condições que possam prejudicar a saúde mental do trabalhador. Na visão de Abrahão, as mudanças representaram um avanço histórico. "A NR-1 colocou no campo da gestão aquilo que durante muito tempo foi empurrado para a conta da fragilidade individual. Ao reconhecer os riscos psicossociais, a norma ajuda o País a admitir que o trabalho também pode adoecer quando é mal organizado, malconduzido, mal comunicado e desumanamente cobrado. Isso muda o jogo", alertou.

Na prática, ele destacou que a empresa não pode mais fingir que ansiedade, depressão, burnout, assédio, sobrecarga e sofrimento emocional não têm relação com a forma como o trabalho é estruturado. "A NR-1 coloca luz sobre o que sempre existiu, mas muitas vezes era tratado como drama pessoal do trabalhador. O avanço, porém, não está apenas na norma. Está na possibilidade de mudança de mentalidade. Se for levada a sério, a NR-1 pode ajudar empresas a saírem do teatro documental e entrarem na prevenção real: diagnóstico, escuta, análise de riscos, plano de ação, monitoramento e transformação de práticas", afirmou.



Pressão por resultados, cobranças constantes e desgaste emocional estão entre os fatores que ajudam a explicar o cenário. Com a atualização da NR-1, empresas passam a dedicar mais atenção aos riscos psicossociais no ambiente de trabalho

Redução das estatísticas

Para Abrahão, a NR-1 pode ajudar a reduzir os afastamentos, mas ela não fará milagre sozinha. Norma nenhuma transforma cultura se for tratada apenas como obrigação burocrática. Ela pode produzir resultados importantes se as empresas entenderem que riscos psicossociais não se resolvem com formulário preenchido, laudo engavetado ou treinamento protocolar. "É preciso olhar para a rotina real do trabalho: como as metas são cobradas, como os conflitos são tratados, como as lideranças se comportam, como as equipes descansam, como os vendedores são protegidos diante de clientes agressivos e como a empresa responde aos sinais de sofrimento", comentou.



Jane Gonçalves, *gerente Administrativa e de RH do Grupo Pelegrini*

Especificamente no comércio varejista, inclusive nas pequenas empresas, Abrahão disse que a NR-1 pode ser uma oportunidade preciosa. "Não é necessário ter uma grande estrutura para começar a cuidar melhor das pessoas. Pequenos negócios também podem organizar melhor jornadas, qualificar lideranças, criar conversas mais honestas, evitar abusos, respeitar pausas e construir ambientes menos adoecedores", relatou.

Para finalizar, Abrahão ressaltou que a redução dos afastamentos virá quando a norma sair do papel e entrar na cultura. "Saúde mental no trabalho não depende apenas de cumprir regras. Depende de compreender que todo CNPJ é também um território humano", sintetizou.

Nas autopeças

Distribuidores e fornecedores de autopeças originais das principais montadoras do País, nas linhas pesada, média e leve, e serviços de concessionária e posto de serviço autorizado, o Grupo Pelegrini, em Uberlândia (MG), conta com uma equipe de 12 vendedores. "Nunca tivemos casos de afastamentos de vendedores por saúde mental. Entre as nossas ações em relação à segurança e saúde dos vendedores, proporcionamos ambiente agradável, climatizado, sinalizado, cadeiras, bancadas e equipamentos de uso individual na empresa sempre adequados e quando necessários substituídos, tudo para uma melhor qualidade de trabalho", afirmou Jane Gonçalves, gerente Administrativo e RH do Grupo Pelegrini.

Outras ações acrescentadas por Jane, incluem: "café da manhã na empresa, convênio médico, seguro de vida, feedbacks constantes, sempre de olho na manutenção de equipamentos, comemoração mensal de aniversariantes, confiança nos profissionais, Gympass (academia) e estacionamento para veículos dos funcionários, o que não deixa de ser benefício, pois, na região, um estacionamento mensal custa em torno de R$ 300,00", descreveu. Quanto às adaptações da NR-1, ela respondeu, "não tivemos que nos adaptar", finalizou.

A Rocha Autopeças, com lojas em Campinas (SP) e região, possui uma equipe de 43 vendedores. A empresa encomendou um levantamento junto à consultoria responsável pela saúde ocupacional dos colaboradores para avaliar a necessidade de adequações à NR-1. Como o estudo foi entregue após o fechamento desta edição, o RH enviou uma nota informando que "não houve nenhum afastamento de vendedores por saúde mental. Atualmente, a empresa mantém um ambiente de trabalho estruturado e seguro, com instalações adequadas às atividades desempenhadas pelos vendedores, atendendo às normas de saúde e segurança", dizia o relato.

NEWSLETTER
BALCÃO AUTOMOTIVO
Patrocine nossa NEWS:
são quatro edições por mês.
BALCÃO AUTOMOTIVO .COM



Comportamento

*por: Valtermário Rodrigues**



Preço, pressa, pressão

O calendário parece estar com pressa! O ano mal começou e rapidinho chegamos ao mês de junho. Ou somos nós que estamos com pressa? O tempo é muito relativo. Na academia, por exemplo, percebo que cinco minutos na esteira ergométrica parecem uma "eternidade", enquanto cinco minutos na cadeira de massagem parecem passar à velocidade da luz.

O tempo está relacionado ao prazer. Você já teve a impressão, ao assistir a uma boa partida de futebol, de que o tempo passou e, de repente, veio o apito final: noventa minutos e o jogo acabou.

Bons momentos ao lado das pessoas que amamos, um projeto que queremos muito realizar, uma viagem de férias, são coisas que fazem bem ao corpo e à alma.

Sugiro a leitura deste artigo, sem pressa e sem pressão de tempo. Destinar momentos do nosso tempo para uma boa leitura, a prática de um hobby, uma meditação ou um happy hour são atitudes que fazem bem à nossa saúde mental.

Conhecido mundialmente por marcar a chegada do solstício e das Festas Juninas, junho é o 6º mês do ano e, no Brasil, especialmente no Nordeste, é época de intensa valorização cultural, com forró e comidas típicas, além da celebração de tradições religiosas.

As principais características e datas que se destacam em junho são:

• Corpus Christi em 04 de junho; Dia Mundial do Meio Ambiente, celebrado em 05 de junho; Dia dos Namorados, comemorado em 12 de junho; Santo Antônio (dia 13), São João (dia 24) e São Pedro (dia 29), além da campanha de saúde Junho Vermelho,

de incentivo à doação de sangue. Em 2026, de forma especial, acontece nos meses de junho e julho a disputa da Copa do Mundo de Futebol.

O nome junho é derivado da deusa romana Juno, protetora das mulheres e do casamento. Historicamente, é considerado um período muito popular para enlaces matrimoniais.

Vamos imaginar a seguinte situação:

"A pressa é inimiga da perfeição"

Sr. Jailton tem "pressa". Ele precisa almoçar rápido, pois tem uma importante reunião agendada exatamente para acontecer durante seu horário de almoço.

A pizzaria mais próxima da empresa não seria a melhor opção, tanto por conta do preço quanto pela qualidade do produto. Porém, por conta do curto espaço de tempo até o horário da reunião, o Sr. Jailton decidiu fazer o pedido com entrega por delivery.

Por sua vez, a pressão do tempo também faz parte da rotina da pizzaria. Ela tem o compromisso de atender cada cliente em "X" tempo.

Tudo precisa acontecer no momento certo, caso contrário podem surgir problemas para um dos atores desse processo de compra e venda e, consequentemente, para a satisfação do cliente final: o horário da reunião, o horário de almoço do Sr. Jailton, a performance da equipe da pizzaria, a entrega pelo motoboy; enfim, tudo precisa estar alinhado em prol de um mesmo objetivo: atender o cliente no tempo certo e com qualidade.

"Tempo é dinheiro". O Sr. Jailton precisa cumprir o horário da reunião; a pizzaria precisa cumprir seu compromisso, caso contrário perde clientes e perde dinheiro; o motoboy precisa correr para realizar a entrega do Sr. Jailton e ainda tem a preocupação de bater sua meta do dia, com a realização de "X" entregas. Caso contrário, não cumpre sua meta diária e deixa de ganhar dinheiro.

Preço, Praça, Produto e Promoção são os quatro P's do marketing e estão presentes nessa história

Se observarmos, sempre tem alguém com pressa: se o trânsito trava; o carregador de celular precisa ser turbo; o filme no cinema não é interessante se tiver mais de duas horas de duração; existe a impaciência para ouvir uma mensagem de áudio no celular e ela é colocada na velocidade 1,5 ou 2,0; daqui a pouco, os proprietários de carros elétricos exigirão carregadores de bateria turbo.

A escala 6x1

Você, leitor, é contra ou a favor da escala 6x1? De junho até dezembro serão sete meses. Porém, quero lhe fazer uma proposta para aderir à escala 7x0, no seguinte sentido:

• Ler e refletir sobre cada tema dos meus sete artigos que serão publicados até dezembro, contando com este de junho;

• Aproveitar esses quase sete meses que faltam até o final do ano para trabalhar em prol da conquista dos seus objetivos e sonhos.

Com base no tema deste artigo, você está disposto a "pagar o preço" por conta da pressa ou da pressão do tempo?

O tempo urge e a expressão "pagar o preço" não é um ditado fechado, mas sim uma forma de dizer que precisamos assumir as consequências de nossas escolhas ou realizar o esforço necessário para alcançar um objetivo.

Preço é a quantia em dinheiro ou o valor monetário exigido, oferecido ou pago por um produto ou serviço.

Pressa é um substantivo feminino que indica a necessidade de realizar algo rapidamente, urgência ou falta de calma e paciência.

Pressão, no sentido figurado, é a sensação de tensão, angústia ou exigência intensa, relacionada à imposição de prazos, cobranças ou expectativas externas e internas que geram estresse e afetam a saúde mental.

NR-1 – Norma Regulamentadora nº 1 – Base do Sistema de Segurança e Saúde no Trabalho (SST)

A pressa e a pressão por resultados têm um preço. A norma exige que as empresas atuem na prevenção dos riscos psicossociais, tais como estresse, assédio moral e sexual, burnout e sobrecarga no ambiente de trabalho, mediante uma gestão contínua, com demonstração de ações práticas, canais de escuta protegida e participação ativa dos empregados.

Agradeço a você, leitor, por ter lido este artigo sem pressa. Espero que tenha sido uma leitura prazerosa e que tenha possibilitado boas reflexões.

Vou pensar com calma, sem pressa e sem pressão, em um tema interessante para a próxima edição.

Até breve!



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: Karin Fuchs | Foto(s): Divulgação

EMPLACAMENTOS DE VEÍCULOS LEVES CRESCEM ACIMA DE DOIS DÍGITOS

O destaque no acumulado do ano ficou com as filiadas da Abeifa, com alta de 75,9% entre janeiro e maio, enquanto o segmento de usados se manteve aquecido

Entre janeiro e maio deste ano, a Fenauto registrou 7.492.976 veículos transacionados, 8,4% acima do mesmo período de 2025. Analisando a média por dia útil, o crescimento é ainda mais expressivo, de 10,6%. Somente no mês de maio, 1.584.806 unidades foram transacionadas, representando um crescimento de 3,6% em comparação com o mês de abril e de 2,9% sobre maio de 2025.

Na avaliação de Everton Fernandes, presidente da entidade, "o comportamento do consumidor tem se mantido firme, mesmo diante de um calendário atípico. Havia uma expectativa natural sobre o comportamento do mercado neste período pré-Copa do Mundo, mas as vendas não foram afetadas e o setor seguiu aquecido. A entidade mantém uma perspectiva muito otimista de bons resultados até o final do ano", afirmou.

Para o segundo semestre, ele foi mais cauteloso. "Sabemos que as eleições de outubro sempre mexem com o humor da economia e geram certas incertezas no mercado. Mesmo assim, os números acumulados até agora nos dão a confiança de que o setor de seminovos e usados fechará 2026 com um saldo altamente positivo", descreveu.

Associadas à Abeifa

A Abeifa conta com 14 marcas associadas, sendo 11 importadas com a entrada mais recente da Denza. No acumulado do ano, elas totalizaram 87.693 unidades licenciadas, 75,9% superior às 49.840 unidades no mesmo período do ano anterior. O maior volume foi para modelos produzidos no País, tanto que os importados somaram 50.912 unidades licenciadas, 3,1% acima de janeiro a maio de 2025. Com este resultado, as associadas à Abeifa representaram 8% de participação do mercado interno.

No mês de maio, a entidade computou 23.789 unidades licenciadas, 16,8% acima do mês anterior e 107,6% superior às 11.458 unidades licenciadas em maio de 2025. A maior procura foi por veículos eletrificados,



José Éverton Fernandes,
presidente da Fenauto

representando 96,1% do total de licenciamentos da Abeifa, com um total de 22.876 unidades, equivalente a 44,3% das 51.596 unidades comercializadas no mercado interno.

Ainda em maio, os modelos importados tiveram um avanço de 8,7% na comparação com o mês anterior e de 15,7% sobre maio de 2025. Ao todo foram 13.189 unidades licenciadas. Somando as unidades produzidas no Brasil e importadas, a participação das associadas à Abeifa foi de 9% do mercado total de autos e comerciais leves.

De acordo com Marcelo de Godoy, presidente da Abeifa, "o desempenho de emplacamentos das associadas à entidade melhorou bem com a chegada da Denza no mês de maio. Agora, estamos na expectativa de adesão de mais novos entrantes no mercado brasileiro nos próximos meses", afirmou.

Nas concessionárias

A Fenabrave deverá revisar suas projeções para este ano em breve. Em janeiro, a entidade estimava um crescimento de 3% no volume de emplacamentos para este ano, no entanto, no acumulado do ano até maio, a alta foi de 18,2% sobre o mesmo período de 2025, com cerca de 1.100.000 veículos leves emplacados. Somente em maio, os emplacamentos registraram alta de 23,1% na comparação com o mesmo mês de 2025, somando 264.000 unidades.

Vale destacar que em maio, as vendas diretas representaram 52,3% dos emplacamentos de automóveis e comerciais leves. No segmento de automóveis, a maior participação é do varejo, com 51,5% do total e entre os comerciais leves, a venda direta abocanhou uma fatia de 68,2%.

Na avaliação do presidente da entidade, Arcelio Junior, "o setor segue em trajetória positiva e demonstra o resultado dos programas como Carro Sustentável e Move Brasil. A demanda permanece consistente e responde a incentivos que reduzam preços e taxas de juros para financiamentos, uma vez que o nosso setor é extremamente dependente de crédito, renda, confiança do consumidor, além da previsibilidade para investimentos. Acreditamos que os segmentos que apresentam queda poderão se beneficiar desses programas e apresentar recuperação", comentou.

Desde que foi implementado o programa Carro Sustentável, os modelos participantes do programa tiveram uma expansão de 31,4% nas vendas, na comparação de 11 de julho de 2025 a 31 de maio de 2026, ao período anterior equivalente.

Segundo a Fenabrave, o segmento de leves tende a ter uma expansão ainda maior com o lançamento do Move Brasil Táxi e Aplicativos, que deve acrescentar mais de 250 mil veículos neste ano.



Arcelio Junior,
presidente da Fenabrave

Pesados – No segmento de pesados o cenário não foi benéfico. Em maio, 8.200 caminhões foram emplacados, 5,32% abaixo do mês anterior. E com 38.611 unidades emplacadas no acumulado do ano, a queda foi de 13,64%. Para ônibus, maio representou uma retração de 14,86% em comparação com o mês anterior, somando 2.074 unidades emplacadas, e no acumulado do ano, a queda foi de 11,45%, fechando o período com 10.410 unidades emplacadas.

Segundo a Fenabrave, a queda registrada nas vendas de caminhões, ônibus e implementos rodoviários reflete o compasso de espera do mercado pela segunda etapa do MOVE BRASIL, que prevê mais R$ 21,2 bilhões para a aquisição de veículos desses segmentos e começou a ser operado em 29 de maio.

Balanço da Anfavea

O balanço da Anfavea reflete o desempenho dos emplacamentos de veículos leves e pesados retratado pela Fenabrave, alta para os leves e queda para os pesados. Em maio foi registrado 274.700 unidades emplacadas, 10,6% superior ao mês anterior e 21,7% acima de maio de 2025.

Desse total, o segmento de leves atingiu a marca de 254.700 unidades, sendo 214.700 automóveis, 14,6% acima do mês anterior e 28,1% na comparação com o mesmo mês de 2025. Enquanto as 50.000 unidades de comerciais leves emplacadas avançaram 6,3% sobre maio de 2025, mas com uma ligeira queda em comparação ao mês anterior, de 0,3%.

No acumulado do ano, a Anfavea registrou 874.200 automóveis emplacados, 21,5% acima do mesmo período de 2025, e 226.700 comerciais leves, resultado 7,7% superior ao mesmo período do ano passado. Juntos, superaram a marca de 1.000.000 de unidades.

Eletrificados – Em maio, os veículos eletrificados tiveram um recorde de 19,5% de participação de mercado, com 21.000 unidades emplacadas de elétricos puros e 30.700 unidades de híbridos.

Importados – No mês de maio, a Anfavea registrou 55.000 veículos importados vendidos, 11,9% acima do mês anterior e alta de 38% sobre maio de 2025. No acumulado do ano o total chegou a 222.900 unidades,



Igor Calvet,
presidente da Anfavea

17,4% acima de janeiro a maio de 2025. Deste total, 108.400 são provenientes da China, com um aumento de 86,6% em relação a janeiro e maio de 2025, enquanto no mesmo período, a participação da Argentina declinou 16,8%, com um total de 71.300 unidades.

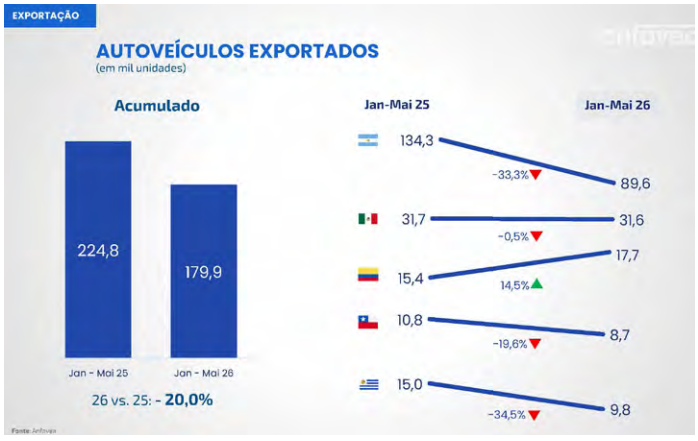
Pesados - Na contramão, os pesados seguem em queda. Em maio 8.400 caminhões foram emplacados, 4,6% abaixo do mês anterior e 7,9% inferior a maio de 2025. No acumulado do ano foram 39.200 unidades emplacadas, 15,1% a menos do que em janeiro a maio de 2025. No mesmo período, ônibus retraíram 16,3% com 8.100 unidades emplacadas e somente no mês de maio, 1.600 unidades foram emplacadas, 21,8% abaixo do mês anterior e 17,5% a menos do que no mesmo mês de 2025.

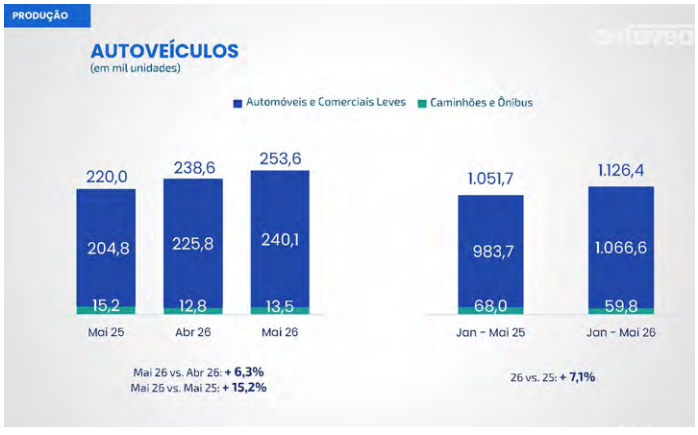
Produção em alta – Impulsionada pelas vendas de veículos leves, a produção superou a marca de 1.000.000 de unidades no acumulado do ano, 7,1% acima do mesmo período de 2025. Saíram das fábricas 826.440 automóveis, alta de 9,9% sobre janeiro a maio do ano passado, 204.200 comerciais leves, 2,5% acima da mesma base de comparação e 13.900 ônibus, 7,1% a mais do que janeiro a maio de 2025. Somente caminhões tiveram queda, de 16,7% quando comparados ao mesmo período do ano anterior.

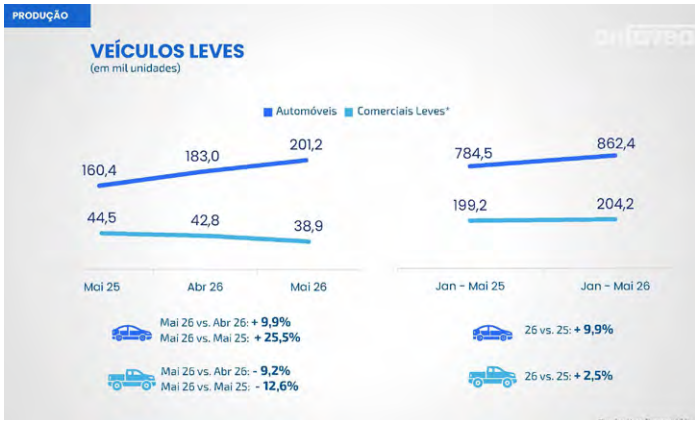
Considerando apenas o mês de maio, 201.200 automóveis foram produzidos, 9,9% acima do mês anterior e 25,5% a mais do que em maio de 2025. Comerciais leves tiveram retrações de 9,2% sobre abril e de 12,6% comparado ao mesmo mês de 2025. Caminhões avançaram 8,4% em maio em relação a abril, totalizando 10.500 unidades produzidas, porém, com uma queda de 14,9% comparada a maio de 2025. Com 3.000 unidades produzidas em maio, ônibus tiveram uma queda de produção de 3,9% ante abril e aumento de 1,9% em comparação com maio de 2025.

Exportações em queda – O mês de maio representou o segundo mês consecutivo de queda de embarques, com 37.400 autoveículos, 13,4% abaixo do mês anterior e 29,9% a menos do que em maio de 2025. No acumulado do ano, 179.900 unidades foram exportadas, representando uma queda de 20% quando comparado com o mesmo período do ano passado. O crescimento das exportações foi apenas para a Colômbia, de 14,5%. Para a Argentina, a retração foi de 33,3%, de 34,5% para o Uruguai e de 19,6% para o Chile no acumulado deste ano.









QUEM VIVE O BALCÃO, LÊ O BALCÃO.

Informação que antecipa, análise que orienta
e leitura de mercado para quem
decide todos os dias.



Em 2026, conte com o Balcão Automotivo.

Antes da decisão, a informação certa.

BALCÃO® AUTOMOTIVO .COM

Por: Carla Nórcia* | Foto(s): Divulgação



A PRÓXIMA TENDÊNCIA IRREVERSÍVEL DO SETOR AUTOMOTIVO NÃO ESTÁ SOB O CAPÔ

Existe uma característica curiosa das grandes transformações: elas não pedem autorização.

Quando surgem, quase sempre encontram resistência. Alguém diz que não vai funcionar. Outro garante que é modismo. Um terceiro afirma que o mercado não está preparado.

Foi assim com o fax.

Foi assim com o computador.

Foi assim com o celular.

Foi assim com a internet.

Foi assim com a injeção eletrônica.

Foi assim com a digitalização dos negócios.

Foi assim com a adoção de novas matrizes energéticas.

E está sendo assim, agora, com a Inteligência Artificial.

Em algum lugar, existe alguém dizendo que a IA é exagero, que não vai substituir ninguém ou que não passa de uma onda passageira. Da mesma forma que, no passado, houve quem acreditasse que o celular jamais substituiria o telefone fixo ou que a internet seria apenas uma curiosidade tecnológica.

A história costuma ser implacável com quem confunde desconforto com

impossibilidade.

As grandes tendências não dependem da nossa opinião.

Elas simplesmente avançam.

E existe uma transformação igualmente irreversível acontecendo dentro do setor automotivo que, curiosamente, ainda desperta resistência em algumas mesas de reunião.

A ascensão das mulheres aos espaços de liderança.

Não estamos falando de cotas.

Não estamos falando de discursos.

Não estamos falando de politicamente correto.

Estamos falando de competência.

Estamos falando de resultados.

Estamos falando de negócios.

Durante décadas, o setor automotivo acostumou-se a enxergar a liderança sob uma única perspectiva, um único perfil, uma única forma de pensar. E talvez esse tenha sido um dos seus maiores limitadores.

Mercados evoluem quando novas visões entram na sala.

Quando diferentes experiências participam das decisões.

Quando a diversidade deixa de ser apenas um conceito e passa a representar inteligência competitiva.

Mas o mercado mudou.

Os clientes mudaram.

As empresas mudaram.

As relações de trabalho mudaram.

A forma de vender mudou.

A forma de comprar mudou.

E a forma de liderar também mudou.

Hoje encontramos mulheres liderando áreas industriais, comerciais, financeiras, de compras, tecnologia, pós-vendas, logística, marketing, estratégia e recursos humanos. Mulheres conduzindo negociações complexas, liderando transformações digitais, comandando operações, ocupando conselhos de administração e tomando decisões que impactam milhares de colaboradores e bilhões de reais em negócios.

A pergunta já não é mais se elas podem ocupar esses espaços.

A pergunta é por que demoramos tanto para reconhecer que sempre puderam.

Talvez porque toda mudança relevante desafie alguma zona de conforto.

A Inteligência Artificial desafia quem acredita que informação, por si só, é diferencial.

As novas matrizes energéticas desafiam quem acredita que existe apenas um caminho para a mobilidade do futuro.

E a ascensão feminina desafia quem ainda associa liderança a gênero.

Nenhuma dessas crenças parece compatível com o futuro que já começou.

Porque o mercado não recompensa apenas tradição.

O mercado recompensa adaptação.

Enquanto alguns ainda discutem se mulheres devem liderar, outras já estão liderando.

Enquanto alguns debatem a teoria, elas entregam resultados.

Enquanto alguns enxergam uma pauta, elas enxergam oportunidades.

E talvez seja exatamente esse o ponto.

As maiores transformações não acontecem quando todos concordam.

Elas acontecem quando a realidade se impõe.

Hoje, ninguém pergunta se a internet veio para ficar.

Poucos questionam se a Inteligência Artificial continuará avançando.

E é difícil imaginar o futuro da mobilidade sem a presença de novas matrizes energéticas.

Da mesma forma, em poucos anos ninguém discutirá se mulheres devem ocupar posições estratégicas no setor automotivo.

Será simplesmente natural.

Porque a próxima revolução do setor automotivo não está apenas na tecnologia.

Ela está nas pessoas.

E uma parte cada vez mais importante dessa transformação atende por um nome que o mercado deveria ter aprendido a valorizar há muito tempo:

LIDERANÇA FEMININA

Não porque o futuro exige.

Mas porque o presente já demonstra seu valor.

A questão é que tendências irreversíveis costumam fazer uma pergunta incômoda aos que insistem em ignorá-las:

Quando você perceber que ela chegou para ficar, sua empresa estará liderando essa transformação ou correndo atrás dela?

E, antes de responder, vale uma reflexão ainda mais simples:

Quantas mulheres ocupam hoje posições de liderança na sua empresa?

E quantas poderiam ocupar?



Carla Nórcia,
presidente da Amma
Associação Brasileira das Mulheres do Mercado Automotivo
www.ammaoficial.com.br
*@amma.oficial_*

Por: Karin Fuchs | Foto(s): Divulgação

EDIÇÕES DA COPA DO MUNDO E OS VEÍCULOS MAIS PROCURADOS

Dos anos em que a seleção brasileira foi campeã, um estudo do **Webmotors Autoinsights** revela os veículos clássicos mais procurados na plataforma por ano/modelo entre maio de 2025 e abril de 2026



1958
1º TÍTULO



CHEVROLET CORVETTE

2º Porsche 356
3º Chevrolet Bel Air
4º Ford F-100
5º Willys Rural

Brasil 5 x 2 Suécia

1962
2º TÍTULO



VOLKSWAGEN FUSCA

2º Ford F-100
3º Willys Jeep
4º FNM Brasil
5º Toyota Bandeirante

Brasil 3 x 1 Tchecoslováquia

1970
3º TÍTULO



VOLKSWAGEN FUSCA

2º Volkswagen Karmann-Ghia
3º Chevrolet Opala
4º Dodge Charger
5º Ford Mustang

Brasil 4 x 1 Itália

1994
4º TÍTULO



VOLKSWAGEN GOL

2º Fiat Uno
3º Ford F-1000
4º Chevrolet Kadett

Brasil 0 (3) x (2) 0 Itália (nos pênaltis)

2002
5º TÍTULO



HONDA CIVIC

2º Chevrolet Corsa
3º Chevrolet Astra
4º Volkswagen Golf
5º Toyota Corolla

Brasil 2 x 0 Alemanha

A seleção brasileira é a maior vencedora da Copa do Mundo, com cinco títulos conquistados. No entanto, há 24 anos não levanta a taça. Com o início de mais uma edição do Mundial, cresce a expectativa dos torcedores para que o Brasil volte ao topo do futebol e alcance o tão sonhado hexacampeonato.

Em clima de Copa do Mundo, um estudo do Webmotors Autoinsights revela quais foram os veículos clássicos mais procurados pelos usuários da plataforma nos últimos 12 meses, entre maio de 2025 e abril de 2026. O levantamento considerou os modelos produzidos nos anos em que a Seleção Brasileira conquistou seus cinco títulos mundiais.

Chevrolet Corvette

Na primeira conquista brasileira, em 1958, a Seleção venceu a Suécia por 5 a 2 e conquistou seu primeiro título mundial. Entre os veículos daquele ano/modelo, o Chevrolet Corvette lidera o ranking dos mais procurados na plataforma, seguido por Porsche 356, Chevrolet Bel Air, Ford F-100 e Willys Rural.



Lançado em 1953, o Chevrolet Corvette foi o primeiro carro esportivo produzido integralmente nos Estados Unidos. Inicialmente, foram fabricadas apenas 300 unidades. Apesar da proposta inovadora, o modelo enfrentou dificuldades comerciais nos primeiros anos devido ao preço elevado, à forte concorrência dos esportivos europeus e ao desempenho limitado proporcionado pelo motor de seis cilindros.

Em 1953, apenas 183 unidades foram vendidas. No ano seguinte,

cerca de um terço dos 3.640 exemplares produzidos permaneceu nas concessionárias. A situação mudou com a chegada do motor V8 e das atualizações de estilo, que impulsionaram as vendas para aproximadamente 9 mil unidades em 1958.



Volkswagen Fusca

O Brasil conquistou o bicampeonato mundial em 1962 ao derrotar a Tchecoslováquia por 3 a 1. Entre os veículos daquele ano/modelo, o Volkswagen Fusca aparece na liderança do ranking, seguido por Ford F-100, Willys Jeep, FNM Brasil e Toyota Bandeirante.

A produção em série do Fusca no Brasil começou em 1959, na fábrica Anchieta, em São Bernardo do Campo (SP). Apenas três anos depois, o modelo tornou-se líder de vendas no País, com mais de 38 mil unidades emplacadas em 1962.

Durante 21 anos consecutivos, o Fusca manteve a liderança do mercado brasileiro e conquistou gerações de consumidores. Ao longo de sua trajetória, mais de 3 milhões de unidades foram vendidas no Brasil e cerca de 21,5 milhões em todo o mundo. Em homenagem ao sucesso do modelo, o Dia Mundial do Fusca é celebrado em 22 de junho.

Mais uma vez, o Fusca

Na Copa do Mundo de 1970, disputada no México, o Brasil conquistou o tricampeonato ao vencer a Itália por 4 a 1 na final. Naquele período, o Fusca seguia como o veículo mais vendido do País, com destaque para a versão equipada com motor 1.3.

No levantamento do Webmotors Autoinsights, o Volkswagen Fusca também lidera o ranking dos modelos 1970 mais procurados pelos usuários da plataforma. Na sequência aparecem Volkswagen Karmann-Ghia, Chevrolet Opala, Dodge Charger e Ford Mustang.

Volkswagen Gol

Em 1994, ano da conquista do tetracampeonato mundial, o Brasil



venceu a Itália nos pênaltis após empate sem gols no tempo regulamentar e na prorrogação. Entre os veículos daquele ano/modelo, o Volkswagen Gol lidera o ranking dos mais procurados pelos usuários da plataforma, seguido por Fiat Uno, Ford F-1000 e Chevrolet Kadett.

Lançado oficialmente em maio de 1980 para substituir o Fusca, o Volkswagen Gol tornou-se um dos maiores fenômenos da indústria automotiva brasileira e o carro mais vendido da história do País.

Em 1994, o modelo registrou 226.468 unidades emplacadas, volume que garantiu sua liderança no mercado nacional, superando o Fiat Uno, principal concorrente da época, que contabilizou 221.786 emplacamentos.

Honda Civic



A última conquista da Seleção Brasileira em Copas do Mundo aconteceu em 2002, quando o Brasil derrotou a Alemanha por 2 a 0 na final e conquistou o pentacampeonato.

Entre os veículos daquele ano/modelo, o Honda Civic lidera o ranking do estudo do Webmotors Autoinsights. Na sequência aparecem Chevrolet Corsa, Chevrolet Astra, Volkswagen Golf e Toyota Corolla.

Importado inicialmente para o mercado brasileiro em 1992, durante sua quinta geração, o Honda Civic passou a ser produzido no País em 1997, na fábrica de Sumaré (SP). Em 2002, o modelo estava em sua sétima geração e destacava-se pelo assoalho traseiro plano, acabamento interno refinado e suspensão independente. Naquele ano, também recebeu duas novas opções de cores perolizadas: Verde Vermont e Azul Adriático.

Com 20.507 unidades emplacadas em 2002, o Civic consolidou sua posição entre os sedãs médios mais desejados do mercado brasileiro, reforçando a reputação construída ao longo de sua trajetória no País.




LINHA DE
LIMPEZA E
ACABAMENTO
BRILHO QUE
COMEÇA NA
PRIMEIRA LAVAGEM
A Linha de Limpeza e Acabamento Radnaq foi desenvolvida para proporcionar limpeza profunda, brilho intenso e proteção para todas as superfícies do seu veículo.
RADNAQ AUTOMOTIVE
CERA PROTETORA TRADICIONAL
PESO LIQ. 200 g
LIMPA PNEUS
PREMIUM
Protege, Conserva e Da Brilho.
CONTEÚDO 500 ml
LAVA AUTO
Facilita o enxague; Maior rendimento; pH Neutro.
LIMPA, DA BRILHO E DESENGORDURA.
CONTEÚDO 500 ml
LIMPA VIDROS
VIDGLASS
CONTEÚDO 500 ml
CERA COLORIDA
CONTEÚDO 200ml
SILICONE
FINALIZADOR
100ML
LIMPEZA EFICIENTE
BRILHO INTENSO
PROTEÇÃO DA PINTURA
ACABAMENTO PROFISSIONAL
SAIBA MAIS:
RAD CAST
PODCAST
RADNAQAUTOMOTIVE
www.radnaq.com.br
RADNAQ
AUTOMOTIVE
busque sempre mais.