

Auto

Revista

PERNAMBUCO

IVECO 17-280
CUSTO
BAIXO E ALTA
RESISTÊNCIA

Ano 17 - nº 98



NSI
NÚCLEO DE SERVIÇOS
INTEGRADOS



HYUNDAI i20

UM NOVO RUMO PARA OS HATCHES

- SEMINOVOS ELETRIFICADOS TRANSFORMAM A TABELA DE PREÇOS
- COMO O REPRESENTANTE COMERCIAL FORTALECE O MERCADO
- INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO AFTERMARKET AUTOMOTIVO

CADERNO SINCOPEÇAS PERNAMBUCO

CONFIANÇA NÃO SE GANHA, SE CONQUISTA NA PRÁTICA.

Você conhece o som de um problema antes mesmo do carro parar no elevador. Sabe que tempo é dinheiro e que cada peça instalada leva junto o seu nome e a sua reputação. Nas estradas, o desafio é real, e é por isso que você não arrisca. Com Monroe Amortecedores, você entrega o padrão das montadoras e a segurança que o seu cliente exige. Sem retrabalho, sem dor de cabeça.

MONROE
AMORTECEDORES

Na prática, a diferença aparece.



A CASA DAS
GRANDES MARCAS



ÍNDICE

14



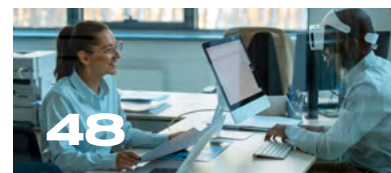
Hyundai i20: mais espaço, novos horizontes técnicos e uma inédita versão aventureira desenvolvida para o mercado nacional. Descubra os detalhes do hatch que chega para ditar novas regras no segmento.

De simples tirador de pedidos a consultor estratégico, entenda como o representante comercial evoluiu para conectar a indústria ao varejo, impulsionar o pós-venda e liderar a transição tecnológica.

26

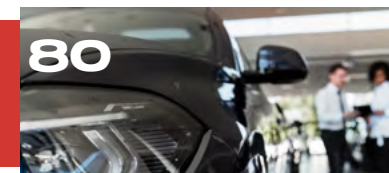


48



A Inteligência Artificial chegou ao setor não como ficção científica, mas como um colega de trabalho rápido e eficiente

80



Entenda como os seminovos e elétricos importados redefinem os preços no Brasil, criando oportunidades para compradores e exigindo novos critérios de avaliação de baterias e tecnologia para revendedores.

74



O chassi da Iveco vem conquistando frotistas cearenses ao aliar a força do motor FPT N67 de 280 cv a um excelente custo de propriedade (TCO). Analisamos a ficha técnica, os valores de mercado e as inovações tecnológicas que eliminam paradas desnecessárias na oficina.

EXPEDIENTE

Colaboradores - Cláudio Araújo, Haroldo Ribeiro, Izabel Bandeira, Janayna F. Rodrigues, Arison Rafael F. Machado, José Carlos de Santana e Nonô Figueiredo.

Contato para anunciar na AUTO REVISTA PERNAMBUCO: Zap (81) 98637.2046 | (85) 3038.5775 ou através do e-mail autorevistape@gmail.com

Fale com a gente, envie e-mail, fotos, notícias para a redação. A sua opinião é fundamental para a melhoria de nosso produto. AUTO REVISTA PERNAMBUCO é uma publicação bimestral da Editora Núcleo de Serviços Integrados Ltda. As opiniões dos artigos assinados não representam necessariamente as adotadas pela revista. Não é permitida a reprodução parcial ou total dos textos.

CONTATOS

[autorevistape](https://www.instagram.com/autorevistape)

autorevistape@gmail.com

Auto Revista Pernambuco

(81) 98637 2046

Canal WhatsApp: Auto Revista

Behr lança linha de aditivos Icemax para veículos leves e pesados

A Behr apresenta a linha de aditivos orgânicos Icemax, desenvolvida para veículos leves e pesados nas versões concentrada e pronta para uso (1L e 5L). Formulada com monoetilenoglicol (MEG) e livre de fosfatos, a novidade oferece proteção anticongelante, antiferrugem e anticorrosiva de alta performance. “Nossos aditivos asseguram controle de temperatura e alta eficácia na prevenção de corrosão e cavitação, contribuindo para maior confiabilidade e durabilidade do sistema”, destaca Fernanda Pires, Analista de Desenvolvimento de Produto da Mahle. A vida útil alcança até 1,6 milhão de km em aplicações pesadas.



Cummins celebra 70 anos da operação de eixos e reforça legado de inovação no País

Completando 70 anos de operação em Osasco (SP), a divisão de eixos da Cummins consolida um amplo ciclo de modernização fabril. O complexo industrial recebeu tecnologias de manufatura inteligente, inteligência artificial preditiva e projetos sustentáveis

alinhados à estratégia Destino ao Zero. Para Kleber Assanti, gerente geral da divisão, o marco reforça a transformação contínua: “Ao longo de sete décadas, a unidade acompanhou diferentes ciclos da indústria, incorporando processos inovadores para seguir evoluindo com nossos parceiros”. A planta segue como polo estratégico para a mobilidade comercial.

DRiV estreia no setor de duas rodas durante a AUTOP

Ao avaliar a expansão da marca, Bruno Gomes, diretor da DRiV Brasil, ressalta: “Ingressamos no mercado de motocicletas para ampliar nossa presença no aftermarket e gerar novas oportunidades aos parceiros de distribuição”. Com essa estratégia, a empresa aproveitou a feira em Fortaleza para lançar linhas dedicadas de pastilhas e discos Ferodo, além de velas Champion para motos. A fabricante também reforçou seu catálogo para a linha leve com as novas molas a gás Monroe e palhetas Monroe Axios.



Elring destaca vedações e capacitação técnica na Autop 2026

Presente na 19ª edição da Autop, em Fortaleza, a Elring Das Original exibiu suas soluções completas de vedação, com ênfase na linha Dirko™ de juntas líquidas de silicone de alta temperatura. Conforme pontua Fernanda Barros, chefe de marketing da marca, “a feira é uma grande oportunidade de

fortalecer o relacionamento no Norte e Nordeste, levando conhecimento técnico com tecnologia de equipamento original para quem está na oficina”. O estande promoveu palestras práticas para reparadores e contou com a presença de embaixadores do setor automotivo.



flag.

No trânsito, enxergar o outro é salvar vidas.

HG Nakata é alta performance para quem aplica e para quem usa. Pode contar.

Conte com a força, conforto e segurança do 1º amortecedor pressurizado do Brasil e não pare de contar; só ele conta com a confiança da marca líder em suspensão, que oferece sempre a certeza de clientes bem atendidos. **Amortecedor HG Nakata. Pode contar.**

Pode contar



APROVEITE E ACESSE OS CONTEÚDOS FEITOS PARA VOCÊ, MECÂNICO.



YOUTUBE
Dicas técnicas que fazem diferença no seu dia a dia.



INSTAGRAM
Fique por dentro dos lançamentos, das promoções e dos treinamentos.



BLOG
Tudo sobre carreira, tecnologia, manutenção e peças.



EAD
Cursos online, gratuitos e com certificado.



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

NAKATA®
PODE CONTAR

Sabó leva interatividade e capacitação técnica para a Autop

A Sabó marcou presença na Autop com ativações interativas e foco na valorização do aplicador. Em seu estande, mecânicos gravaram dicas técnicas para a campanha “Equipe Sua Oficina”, além de consultarem o catálogo eletrônico da marca em totens digitais. Para Carolina Santos, coordenadora de Marketing da Sabó, o evento reforçou a proximidade com o mercado local: “O Nordeste é estratégico e estar na feira nos permitiu entender de perto as demandas dos reparadores da região”. A empresa também realizou palestras técnicas sobre vedação e boas práticas.



Schaeffler apresenta inovações e portfólio expandido na Autop

“O aftermarket passa por forte transformação e a evolução veicular exige atualização constante. A Autop é a oportunidade ideal para discutir esses desafios com os reparadores”, afirma Rubens Campos, Vice-Presidente Sênior da Schaeffler VLS América do Sul. Com essa visão, a marca levou a Fortaleza novas soluções integradas com a Vitesco Technologies, incluindo unidades de controle de transmissão (TCU), sensores de NOx e injetores diesel de padrão original. Pela plataforma REPERT, a companhia também ofereceu palestras técnicas e reforçou suas linhas tradicionais LuK, INA e FAG.

Phinia amplia portfólio no aftermarket

A Phinia marcou presença na Autop destacando as marcas Delphi e Delco Remy, impulsionada pela marca de 371 novos códigos lançados na América do Sul até agosto. A expansão abrange componentes para direção, suspensão, injeção e soluções elétricas para a linha pesada. Segundo David Angelo, Gerente de Marketing da PHINIA Aftermarket América do Sul, o objetivo é a cobertura completa: “Acelerar o lançamento de novas aplicações atende diretamente às necessidades dos reparadores”. O evento fortaleceu a conexão da fabricante com os mercados do Norte e Nordeste.



ZF apresenta portfólio modular para descarbonização de veículos comerciais

Na IAA Transportation 2026, a ZF destaca sua estratégia aberta à tecnologia para a redução de emissões no transporte pesado. A fabricante combina transmissões híbridas, como a TraXon 2 Hybrid, com plataformas elétricas dedicadas, a exemplo dos eixos AxTrax 2 e acionamentos CeTrax 2. A abordagem modular permite a montadoras e frotistas realizarem uma transição gradual e economicamente viável, integrando softwares inteligentes, sistemas de frenagem regenerativa e compressores e-comp Scroll sem óleo. As inovações aumentam a eficiência operacional e preparam o setor para as futuras exigências ambientais globais, incluindo as normas Euro 7.

OBRIGADO AUTOP 2026!

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

Durante os quatro dias de feira, apresentamos nossos lançamentos em cabos flexíveis de comando, com a qualidade original que você já conhece e confia. Também tivemos a oportunidade de conhecer profissionais de diferentes elos do setor, que fazem a cadeia automotiva acontecer todos os dias.

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

Nos vemos na próxima! 😎

CERTIFICAÇÕES:
ISO9001 / ISO14001
VDA 6.3 / ISO45001
e IATF16949



Acesse nosso
catálogo eletrônico


LINHAS LEVE | PESADA | UTILITÁRIOS | AGRÍCOLA

CABOVEL
A MARCA DO CABO ORIGINAL

 cabovel | www.cabovel.com.br



Comitiva do Sindirepa-PE realiza visita técnica durante a Autop 2026

A realização da Autop 2026 foi marcada não apenas pelas novidades em produtos e serviços, mas também pelo forte intercâmbio de conhecimento e gestão entre diferentes polos automotivos do país. Durante a feira, uma comitiva de destaque liderada pelo Sindirepa-PE realizou uma enriquecedora visita técnica às instalações da oficina Beto's Car, em Fortaleza. A iniciativa reuniu uma delegação de mais de 50 profissionais, entre proprietários e gestores de oficinas mecânicas vindos de Pernambuco e do Acre. O encontro contou com o apoio e a condução estratégica de Claudio Araújo, especialista e idealizador do método "O Segredo das Oficinas Lucrativas". O objetivo central da ação foi proporcionar uma imersão prática em processos modernos de gestão, produtividade, atendimento ao cliente e rentabilidade no setor de reparação automotiva



Illinois alerta sobre os riscos de reutilizar parafusos de cabeçote

A evolução dos motores modernos exige fixadores projetados para atuar sob torque angular na chamada zona plástica. Como adverte Fernando Torre, gerente da Illinois, "reutilizar um parafuso que sofreu deformação estrutural compromete a vedação da junta, podendo causar quebra do componente e vazamentos graves". A perda de força de fixação pode empenar o cabeçote e contaminar fluidos, gerando prejuízos elevados. Por isso, a substituição obrigatória do jogo e o respeito aos manuais técnicos são fundamentais.

Adonai Representações reúne indústrias e clientes

Aproveitando a movimentação da Autop em Fortaleza, a Adonai Representações reuniu, no dia 21 de agosto, indústrias parceiras, clientes distribuidores e colaboradores para um encontro exclusivo focado em networking e geração de novas oportunidades de negócios. O evento contou com a presença de marcas de peso do setor automotivo, como 3M Segvel, Filtros Brasil, Maxon Oil, NSK, SLY Parts, Tekbond, Vclean, WD-40 e Wir. A ocasião proporcionou um ambiente estratégico para a troca de experiências e o fortalecimento de parcerias comerciais no mercado regional. Para coroar o momento especial, a empresa celebrou oficialmente seus 11 anos de trajetória, reafirmando sua sólida atuação e o compromisso contínuo com o desenvolvimento do setor de reparação automotiva na região.



YPF Lubrificantes lança aplicativo gratuito Buscador de Óleo

A YPF Lubrificantes expandiu sua presença digital no mercado brasileiro com o lançamento do Buscador de Óleo, uma plataforma gratuita disponível para dispositivos Android e iOS. Desenvolvida para apoiar oficinas, distribuidores, frotistas e consumidores, a ferramenta simplifica a identificação do lubrificante ideal para as frotas de veículos leves e pesados por meio da placa ou do modelo do automóvel. O aplicativo reúne ainda fichas técnicas completas, módulos de treinamento, materiais educativos atualizados e um canal direto de comunicação para suporte técnico e esclarecimento de dúvidas sobre especificações e aplicações automotivas.



A INOVAÇÃO
ESTÁ EM
**NOSSO
DNA**

MAIS DE 3.800 ITENS

EM NOSSO PORTFÓLIO — O MAIS
COMPLETO DO MERCADO.



ISO9001 / IATF 16949

www.sampel.com.br

Qualidade Original

Israel Trindade assume a Diretoria Comercial da Maringá Auto Peças

A Maringá Auto Peças anunciou Israel Trindade como seu novo Diretor Comercial. Com duas décadas de atuação no mercado de reposição e passagens por grandes distribuidoras dos setores automotivo, industrial, agrícola e duas rodas em diversas regiões do Brasil, o executivo acumula ampla bagagem em gestão e novos negócios. Na nova função, Trindade terá como missão liderar a expansão de mercado da empresa, fortalecer parcerias estratégicas e intensificar o relacionamento com clientes em âmbito nacional.



Motorservice apresenta lançamentos da KS, Pierburg e BF na Autop

A Motorservice marcou presença na 19ª edição da Autop destacando as inovações de suas marcas premium KS Kolbenschmidt, Pierburg e BF para o mercado de reposição. O principal atrativo do estande

foi a nova linha de eixos de comando da KS, além dos kits de corrente de distribuição e itens mecatrônicos voltados aos segmentos de veículos leves, utilitários e pesados. Durante o evento em Fortaleza, a equipe técnica e comercial ofereceu atendimento especializado aos reparadores e distribuidores, reforçando o suporte técnico da fabricante e compartilhando tendências em manutenção preventiva para motores modernos de alta performance.

Lounge AMMA destaca liderança feminina e gestão na AUTOP

A Associação de Mulheres do Mercado Automotivo marcou presença na AUTOP com o Lounge AMMA, espaço dedicado a conexões, aprendizado e valorização do protagonismo feminino. A programação trouxe palestras sobre saúde emocional, sucessão empresarial, estratégias digitais e projetos socioeducativos do setor. Um dos momentos mais marcantes da feira foi a homenagem prestada a Maria Eneida de Sá por sua relevante trajetória na cadeia automotiva. O ciclo de debates e troca de experiências reuniu lideranças e especialistas de destaque, incluindo Carla Norcia, Talita Peres, Vanessa Martins, Simone de Azevedo, Karine Santos, Barbara Brier, Sandra Nalli, Riteli Pereira, Monique Chaves, Elisamar, Deize Vieira, Merille Batista, Erica Rocha, Niela Marques, Thuanney Castro, Ranieri Leitão e Silvia Cavalcante.



Valvoline registra alta de 45,6% nas vendas no primeiro semestre de 2026

A Valvoline superou as projeções para a primeira metade do ano com um avanço de 45,6% no faturamento no Brasil. O resultado reflete a expansão da linha de sintéticos nacionais, que saltou 217%, e das famílias

ATF e coolants. Segundo Alberto Freitas, head de Vendas no país, “a presença na Copa do Mundo acelerou a credibilidade da marca, ampliando nossa relevância junto a distribuidores e reparadores”. O desempenho fortalece as parcerias comerciais com autocenters e garante fôlego para manter o ritmo de expansão até o fim do ano.

RANALLE®

POLIAS, TENSORES, BOMBAS D'ÁGUA E KITS DE DISTRIBUIÇÃO.

Siga:



@ranalle.poliasetensores
ranalle.com.br



**NÓS SOMOS POTÊNCIA.
NÓS SOMOS TECNOLOGIA.
NÓS SOMOS A RANALLE!**

ranalle.com.br

ANIVERSÁRIO PRIMAPARTS

CONSTRUINDO CONFIANÇA,
PEÇA POR PEÇA.

Há 4 anos, nasceu a nossa marca própria do **Grupo Auto Norte**.

De lá para cá, o portfólio cresceu, novas aplicações chegaram e a PRIMAPARTS conquistou cada vez mais espaço no

Celebramos o que construímos até aqui e seguimos prontos para os próximos passos da PRIMAPARTS.

ACESSE E COMPRE COM FACILIDADE:
KKI.AUTONORTE.COM.BR



ANOS
PRIMAPARTS



QUÍMICOS



FREIOS



TENSORES E POLIAS



METAL-BORRACHA



SUSPENSÃO



FILTROS E MUITO MAIS.



HYUNDAI TRAZ O i20 AO BRASIL

Sofisticação inédita, plataforma global e o início de uma nova era para os compactos.

A Hyundai acaba de inaugurar uma fase de reposicionamento estratégico bastante interessante no mercado automotivo brasileiro com a chegada oficial do i20. Posicionado em uma faixa superior de preço e refinamento, o modelo desembarca no país não com a missão de substituir o consagrado HB20, mas sim de complementar o portfólio da marca sul-coreana. A proposta é oferecer uma alternativa de nível elevado para os consumidores que buscam mais espaço interno, acabamento aprimorado e um pacote tecnológico robusto, sem que precisem migrar obrigatoriamente para a categoria dos SUVs compactos. Essa convivência pacífica entre os dois hatches na mesma rede de concessionárias sinaliza uma maturidade da marca em diversificar sua atuação no país. Uma das maiores curiosidades que envolvem os bastidores deste lançamento reside na parte estrutural do veículo. O i20 é o responsável por estreitar no Brasil a moderna plataforma global K3 da Hyundai. Muito mais do que uma simples

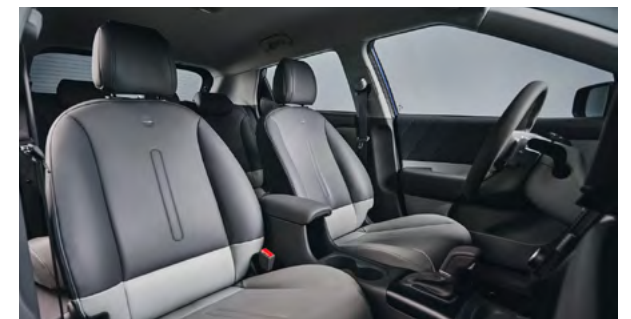
base estrutural rígida e segura, essa arquitetura foi desenvolvida para ser extremamente modular. No futuro bem próximo, ela servirá de espinha dorsal não apenas para os próximos lançamentos da própria Hyundai, mas também para modelos inéditos de outras fabricantes parceiras da marca no cenário global, incluindo novos projetos de entrada da Chevrolet. No aspecto visual, o i20 adota uma filosofia de design que se distancia das linhas puramente fluidas e cheias de vincos do HB20. A aposta aqui é em uma estética mais madura e retilínea, marcada por superfícies limpas, faróis integrados à grade frontal e molduras bem delimitadas nos para-lamas, o que confere ao veículo um porte visualmente mais largo e assentado. Quando analisamos a parte mecânica, a engenharia da Hyundai seguiu duas receitas muito bem calibradas para a realidade do motorista brasileiro. As configurações voltadas ao custo-benefício e frotistas saem de fábrica equipadas com o motor Kappa 1.0 de três cilindros aspirado (MPI). Esse

propulsor desenvolve 80 cv de potência máxima e 10,2 kgfm de torque, sempre associado a uma transmissão manual de cinco velocidades — um conjunto focado estritamente na economia de combustível no tráfego urbano cotidiano. Para quem busca uma condução mais esperta e fôlego extra em rodovias, as versões superiores trazem o conhecido e eficiente motor Kappa 1.0 TGD I Turbo Flex, também de três cilindros. Com injeção direta de combustível, ele entrega 115 cv a 6.000 rpm e um torque de 17,5 kgfm disponível logo aos 1.500 giros. Essa agilidade em baixas rotações trabalha em parceria direta com uma transmissão automática de seis marchas, garantindo retomadas seguras e baixo nível de ruído na estrada.

“As dimensões externas do i20 traduzem-se em um dos melhores aproveitamentos de cabine da categoria atual de compactos.”



Com 4,04 metros de comprimento, 1,77 metro de largura e uma altura equilibrada, o grande trunfo do modelo está na distância entre-eixos de 2,58 metros. Esse entre-eixos generoso amplia consideravelmente a área destinada aos joelhos de quem viaja no banco traseiro, corrigindo uma das reclamações comuns em hatches compactos tradicionais. No porta-malas, a capacidade de carga declarada é de 352 litros, um volume muito próximo ao de alguns utilitários esportivos compactos e que atende sem dificuldades às necessidades de bagagem de uma família pequena. No habitáculo, a experiência a bordo é comandada pela digitalização. O painel de instrumentos digital configurável de 12,3 polegadas faz par com a central multimídia também de 12,3 polegadas posicionada de forma flutuante no console central. O sistema é intuitivo e conta com conexão sem fio para sistemas de espelhamento de smartphones. No quesito segurança ativa, o pacote SmartSense reúne recursos importantes de auxílio à condução, como o alerta de colisão frontal com frenagem autônoma de emergência, assistente de permanência em faixa com correção ativa no volante e sensores de ponto cego nos retrovisores.



“A linha nacional do Hyundai i20 é composta por seis versões diferentes.”

O modelo de entrada, batizado de Comfort com câmbio manual, inicia os preços em **R\$ 99.990**. No topo da tabela, a versão mais refinada e recheada de opcionais chega ao valor de **R\$ 139.990**. Entre as grandes novidades pensadas de forma exclusiva para o público brasileiro está a versão X Line, tabelada em **R\$ 128.990**. Ela traz elementos de estilo aventureiro, como molduras plásticas pretas contornando a carroceria, rack de teto funcional e rodas de liga leve com acabamento escurecido, entregando o visual robusto que o mercado nacional tanto aprecia. Com esse posicionamento, o i20 mostra que o segmento de hatches ainda tem muito fôlego para evoluir no Brasil.

MARFLEX

AUTOMOTIVE

OS MELHORES INTERRUPTORES E SENSORES AUTOMOTIVOS

DESEMPENHO, CONFIANÇA E TECNOLOGIA
QUE VOCÊ PODE CONFIAR



ALTA QUALIDADE
Produtos testados e aprovados



TECNOLOGIA AVANÇADA
Soluções que garantem o melhor desempenho



CONFIANÇA QUE GERA RESULTADOS
Mais segurança para você e seu cliente



EXPERIÊNCIA DE QUEM ENTENDE
Há mais de 40 anos no mercado



@marflexoficial



Marflexoficial



SAC 0800 773 2005



Acesse o QR-Code
e confira nossos produtos
marflex.ind.br



SPEED BRAKE®

PASTILHAS PARA FREIOS

CERÂMICA



SEMIMETÁLICA

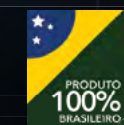
TECNOLOGIA A SERVIÇO DA SUA SEGURANÇA



f @speedbrakeoficial

SAC 0800 773 2005

www.speedbrake.com.br



Acesse o
nosso catálogo



A EVOLUÇÃO DO ESPAÇO URBANO

Chevrolet atualiza a Montana com cockpit tecnológico inédito, calibração mecânica eficiente e a receita exata para quem busca a versatilidade de uma caçamba com o rodar macio de um SUV.

A preferência dos motoristas brasileiros por veículos versáteis redesenhou completamente o segmento de utilitários nos últimos anos. Atenta a esse movimento, a Chevrolet refinou a estratégia para a Montana, focando em aprimorar os aspectos que mais geram valor no uso cotidiano: a conectividade de bordo e a suavidade ao rodar. Sem a necessidade de recorrer a proporções exageradas que dificultam as manobras em vagas urbanas apertadas, o modelo se consolida como uma opção inteligente para quem precisa de caçamba no dia a dia, mas não abre mão do refinamento de condução típico de um utilitário esportivo moderno.

Um dos pontos mais instigantes na concepção deste projeto está na escolha de sua base estrutural. Ao adotar a arquitetura global GEM — a mesma matriz que dá vida aos modelos Tracker e Onix —, a engenharia da marca conseguiu contornar o comportamento dinâmico excessivamente rígido e oscilante que caracteriza as picapes

construídas sobre chassi de longarina. O grande trunfo técnico reside na aplicação de um sistema de suspensão traseira com duplo batente de rigidez variável. Essa calibração minuciosa faz com que o comportamento da traseira seja previsível e confortável em qualquer cenário, impedindo que o carro perca a suavidade quando roda completamente vazio ou que ceda de forma exagerada ao trafegar com carga máxima de peso.



No plano estético, a dianteira mantém sua personalidade marcante com o conjunto óptico dividido em dois níveis, trazendo as luzes de condução diurna em LED na parte superior e os faróis principais logo abaixo. Os detalhes visuais variam conforme a versão escolhida, tendo como ápice a configuração RS. Essa variante com apelo esportivo se diferencia na multidão graças ao acabamento escurecido nas rodas de liga leve de 17 polegadas, grade frontal com trama em formato de colmeia em preto brilhante e um santantônio integrado ao teto que melhora o fluxo aerodinâmico da picape.

Ao entrar na cabine, o motorista se depara com a alteração mais significativa desta linha. A Chevrolet adotou um moderno cockpit digitalizado que concentra as atenções no painel de instrumentos configurável de 8 polegadas e na tela de 11 polegadas da central multimídia MyLink, ambos dispostos sob uma mesma moldura horizontal levemente voltada para o condutor. Essa solução não apenas limpa o visual do console central, eliminando botões físicos desnecessários, mas também melhora sensivelmente o acesso às funções do veículo. O sistema de conectividade continua sendo um dos pontos fortes do carro, oferecendo Wi-Fi nativo com excelente alcance, espelhamento de celulares sem necessidade de cabos e o serviço de assistência personalizada OnStar.

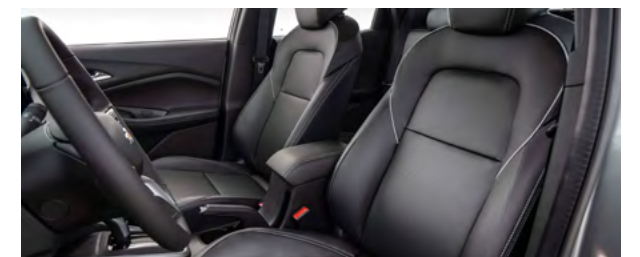
“Sob o capô, o eficiente motor de três cilindros 1.2 Turbo Flex passou por um processo de atualização de calibração eletrônica focado em reduzir os índices de emissões de poluentes e otimizar o consumo.”

O propulsor entrega 141 cv de potência máxima e 21,4 kgfm de torque com etanol, enquanto com gasolina os números ficam em 139 cv e 22,9 kgfm. Dependendo da versão escolhida, a transmissão pode ser manual de seis marchas ou automática, também de seis velocidades. Graças a esse retrabalho de engenharia eletrônica, o modelo apresenta uma eficiência energética até 4% superior em relação às versões anteriores, permitindo acelerações ágeis no trânsito urbano com excelente economia de combustível em velocidade de cruzeiro nas rodovias.

No quesito utilitário, a caçamba Multi-Flex de 874 litros de capacidade volumétrica continua se destacando como uma das soluções mais inteligentes do segmento. Graças a um avançado sistema de canaletas para escoamento de água e



vedação contra poeira na tampa traseira, o compartimento de carga funciona como um porta-malas fechado e protegido contra intempéries. Para facilitar o manuseio cotidiano, a tampa conta com um dispositivo de alívio de peso que permite sua abertura e fechamento com suavidade e sem esforço físico.



A lista de equipamentos de segurança ativa e passiva é robusta desde o modelo de entrada, que traz seis airbags de série, assistente de partida em subidas e controles eletrônicos de tração e estabilidade. Nas opções mais caras, como a Premier e a RS, o pacote de assistência ao motorista é complementado pelo sensor de ponto cego nos espelhos externos e faróis com tecnologia Full LED. Com uma faixa de preços que se inicia em R\$ 133.090 na versão manual de entrada e alcança R\$ 171.390 na variante esportiva RS, a Montana prova que a combinação entre praticidade de caçamba e conforto de passeio é uma fórmula de absoluto sucesso.

CRESCIMENTO DOS CARROS ELÉTRICOS EM PERNAMBUCO IMPULSIONA MUDANÇAS NO SETOR DE AUTOPEÇAS E DESAFIA OFICINAS MECÂNICAS



*José Carlos de Santana
Presidente do Sincopéas Pernambuco e
membro da Câmara Brasileira do Comércio
de Peças e Acessórios para Veículos*



A expansão da frota de veículos elétricos e híbridos em Pernambuco já começa a alterar a dinâmica do mercado de reposição automotiva. Segundo dados da Secretaria Nacional de Trânsito (Senatran), o estado contabilizava 22.876 veículos eletrificados em circulação em fevereiro de 2026, um crescimento de 189% em relação ao mesmo período de 2024. Apesar de ainda representarem apenas 0,58% da frota estadual, a tendência de crescimento tem levado fabricantes, distribuidores de autopeças e oficinas mecânicas a reverem estratégias de negócios, investirem em qualificação e ampliarem o portfólio de produtos e serviços. O movimento acompanha a evolução registrada

em todo o país. Dados da Associação Brasileira do Veículo Elétrico (ABVE) mostram que os emplacamentos de veículos eletrificados cresceram 125% no primeiro semestre de 2026, alcançando participação recorde no mercado nacional. A expansão tem sido impulsionada pelo aumento da oferta de modelos, entrada de novas montadoras, redução gradual dos custos de aquisição, linhas de financiamento específicas e crescimento da infraestrutura de recarga em diferentes regiões do Brasil. Embora a frota eletrificada ainda seja pequena quando comparada aos veículos movidos a combustão, especialistas avaliam que o impacto sobre a cadeia de reposição já começou. Diferentemente dos automóveis convencionais, os



O MERCADO AUTOMOTIVO

NÃO PARA!

A FROTA BRASILEIRA JÁ ULTRAPASSOU 124 MILHÕES DE VEÍCULOS EM CIRCULAÇÃO, AUMENTANDO A DEMANDA POR MANUTENÇÃO E REPOSIÇÃO EM TODO O PAÍS. PARA ACOMPANHAR ESSE CRESCIMENTO, A PYSKO REALIZOU MAIS DE 100 LANÇAMENTOS NOS ÚLTIMOS DOIS MESES, AMPLIANDO SEU PORTFÓLIO E A COBERTURA DE APLICAÇÕES. E SEGUIMOS ACELERANDO: NOVOS ITENS JÁ ESTÃO EM DESENVOLVIMENTO E OUTROS LANÇAMENTOS SERÃO APRESENTADOS AINDA ESTE MÊS, REFORÇANDO NOSSO COMPROMISSO COM A EVOLUÇÃO DO MERCADO AUTOMOTIVO.

ESCANEE O QR CODE
E ACESSE TODOS OS
ÚLTIMOS LANÇAMENTOS



WWW.PYSKO.COM.BR

[f](#) [@](#) [in](#) [v](#) /PYSKO.KITS

pysko@pysko.com.br

[RUA AMÉLIA LAGO, 118 | PONTE GRANDE-SP CEP: 07031-190](#)

veículos elétricos dispensam componentes como escapamentos, filtros de óleo, velas de ignição, bombas de combustível, correias e parte do sistema de lubrificação do motor. Em contrapartida, cresce a demanda por componentes eletrônicos, sistemas de gerenciamento de bateria, cabos de alta tensão, módulos de potência, sensores, softwares de diagnóstico e equipamentos específicos para manutenção.

Essa transformação também modifica o perfil do pós-venda. O foco deixa de ser exclusivamente a substituição de peças mecânicas de desgaste e passa a exigir conhecimento em eletrônica embarcada, atualização de softwares, calibração de sistemas inteligentes e procedimentos de segurança para intervenções em baterias de alta tensão. O resultado é uma mudança gradual na rotina de distribuidores, varejistas e oficinas especializadas.

Para o presidente do Sindicato do Comércio Varejista de Peças e Acessórios para Veículos de Pernambuco (Sincopeças-PE), José Carlos de Santana, a eletrificação representa uma mudança estrutural para toda a cadeia automotiva. "Os carros elétricos não representam o fim do mercado de autopeças, mas uma mudança profunda no perfil dos produtos e dos serviços. As empresas que investirem em capacitação, inovação e atualização tecnológica estarão mais preparadas para atender essa nova demanda e continuar competitivas", afirma.

Segundo ele, o desafio não está apenas na comercialização de novos componentes, mas principalmente na preparação técnica das empresas. "A cadeia de reposição sempre acompanhou a evolução da indústria automobilística. Agora, a velocidade dessa transformação é maior e exige planejamento. Não basta esperar que os veículos elétricos aumentem de quantidade; é preciso começar a se preparar desde já."

José Carlos destaca ainda que o processo envolve fabricantes, distribuidores, varejistas e oficinas. "A mudança não acontece apenas dentro da oficina. Ela passa pelo desenvolvimento de novos fornecedores, pela disponibilidade de peças, pela logística e pela formação de profissionais aptos a atender essa frota com segurança e qualidade." Na avaliação do presidente do Sincopeças-PE, o momento também representa uma oportunidade para o setor ampliar sua competitividade. "O mercado continuará existindo, mas será diferente. Precisamos preparar distribuidores, varejistas e oficinas para essa nova fase da mobilidade, garantindo segurança técnica e qualidade no atendimento ao consumidor."

Na ponta da cadeia, as oficinas mecânicas vivem

um período de transição. Proprietário de uma oficina há dez anos, Marcos Manoel afirma que o crescimento dos veículos elétricos desperta interesse, mas também exige mudanças importantes na rotina das empresas.

"Hoje ainda recebemos poucos carros elétricos, mas sabemos que essa realidade vai mudar. O maior receio é acompanhar a velocidade da tecnologia. Os equipamentos são caros, os treinamentos exigem investimento e trabalhar com sistemas de alta tensão requer certificações específicas. Quem não se preparar pode acabar perdendo espaço no mercado", observa.

Além dos investimentos em equipamentos de diagnóstico e ferramentas específicas, oficinas que pretendem atuar nesse segmento precisam adotar protocolos de segurança mais rigorosos, já que os sistemas elétricos operam com tensões significativamente superiores às encontradas nos veículos convencionais. Isso exige áreas de trabalho adequadas, equipamentos de proteção individual específicos e profissionais certificados para esse tipo de manutenção.

Outro reflexo da eletrificação é a mudança no perfil da mão de obra. A demanda por mecânicos especializados em motores a combustão tende a coexistir, por muitos anos, com a necessidade crescente de profissionais capacitados em eletrônica automotiva, programação de módulos, sistemas de gerenciamento de energia e interpretação de softwares embarcados. Instituições de ensino, fabricantes e entidades do setor já ampliam a oferta de cursos voltados à manutenção de veículos eletrificados.

Apesar do avanço da eletrificação, especialistas destacam que a substituição da frota brasileira será gradual. A idade média dos veículos em circulação no país permanece elevada, o que significa que automóveis movidos a gasolina, etanol e diesel continuarão predominando por muitos anos. Esse cenário indica que o mercado de reposição deverá conviver simultaneamente com diferentes tecnologias, exigindo das empresas capacidade para atender tanto veículos convencionais quanto eletrificados.

Em Pernambuco, a expectativa é de que o crescimento continue sendo impulsionado pela ampliação dos pontos públicos e privados de recarga, pela chegada de novos modelos ao mercado e pelo interesse crescente dos consumidores em alternativas de menor custo operacional. Para o Sincopeças-PE, acompanhar essa transformação será fundamental para preservar a competitividade da cadeia automotiva e preparar o setor para uma realidade que já começou a se consolidar.

ILLINOIS®

SOLUÇÕES EM VEDAÇÃO PARA MOTORES

AMPLA COBERTURA DE LINHA

A união perfeita
sempre precisa
da junta correta.



QUALIDADE SUPERIOR
Materiais de alta performance e durabilidade.



COMPATIBILIDADE GARANTIDA
Aplicação perfeita para diversas linhas de motores.



VEDAÇÃO CONFIÁVEL
Maior segurança e eficiência para o seu motor.



DESEMPENHO QUE DURA
Resistência à pressão, temperatura e desgaste extremo.



(11) 94186-8746



@illinoisbrasil

www.juntasillinois.com

ILLINOIS. UM PRODUTO PARA CADA NECESSIDADE DE VEDAÇÃO.



PROCOMPI LANÇA PROJETO PARA FORTALECER COMPETITIVIDADE E SUSTENTABILIDADE DO SETOR DE REPARAÇÃO AUTOMOTIVA EM PERNAMBUCO

O setor de reparação automotiva pernambucano ganhou uma nova iniciativa voltada ao fortalecimento das micro e pequenas empresas. Foi lançado o Projeto de Fortalecimento da Competitividade Sustentável do Setor de Reparação Automotiva em Pernambuco, realizado no âmbito do Programa de Apoio à Competitividade das Micro e Pequenas Indústrias (PROCOMPI), por meio de uma ação conjunta do Sindirepa-PE, FIEPE, CNI e Sebrae.

O projeto tem como objetivo apoiar as empresas do segmento na busca por mais eficiência, inovação, competitividade e sustentabilidade, preparando-as para as novas exigências do mercado. Entre as ações previstas estão a realização de diagnóstico ESG personalizado, oficinas, capacitações e consultorias especializadas, além da construção de uma Matriz de Materialidade e de um Plano de Ação ESG, que auxiliará cada empresa na definição de estratégias e práticas voltadas à melhoria da gestão e à sustentabilidade do negócio.

O lançamento aconteceu durante o 1º Seminário CONEXÃO ESG – Economia Circular para o setor

automotivo, realizado no auditório do Sebrae Pernambuco, no Recife. O encontro reuniu empresários do segmento automotivo e especialistas para discutir sustentabilidade, economia circular, logística reversa e novas oportunidades para o setor. A programação contou com a participação de Adalberto Souza, da D&A Consultoria; Arthur Rufino, da OCTA; Sergio Gandara, da GSA Logística Ambiental; e Thiago Neri, da Lwart, compartilhando experiências e soluções que demonstram como práticas sustentáveis podem também gerar eficiência, inovação e novas oportunidades de negócio. E o projeto vai percorrer Pernambuco! Além do encontro realizado no Recife, estão previstos mais dois seminários, em Petrolina e São José do Egito, ampliando o alcance da iniciativa e aproximando empresas do interior das oportunidades oferecidas pelo programa.

A proposta é interiorizar as ações, disseminar a cultura ESG e estimular a adoção de práticas mais sustentáveis e competitivas pelas empresas do setor automotivo em diferentes regiões do Estado. As inscrições para participação no projeto estão abertas e as vagas são limitadas.



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**.



Você faz parte da nossa história, **envie o seu depoimento.**



#SOMOSTODOS
MOBENSANI

MOBENSANI BORRACHAS
www.mobensani.com.br

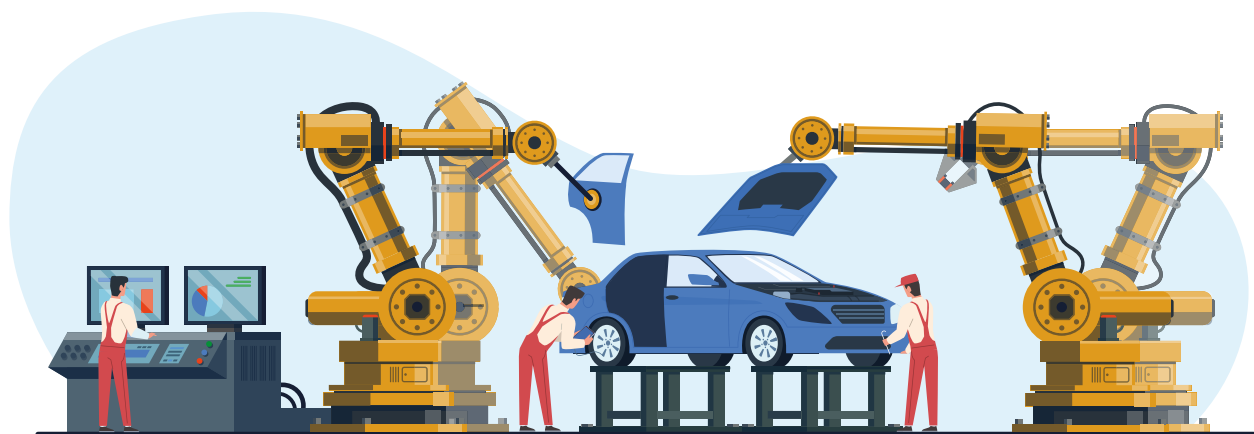
REPRESENTANTE COMERCIAL: CADA DIA MAIS FORTE



Você certamente conhece um representante comercial de longa caminhada ou alguém que iniciou nessa profissão há poucos meses. O representante comercial do setor automotivo deixou de ser apenas um tirador de pedidos para se tornar o elo estratégico entre a indústria, os distribuidores e o varejo, em um mercado cada vez mais complexo, digital e pulverizado. Hoje, o Brasil possui mais de 40 mil empresas ativas no CNAE de representantes e agentes do comércio de veículos. Isso demonstra que o setor necessita de um intermediário: uma ponte humana em um ecossistema que vende on-line, mas em que as decisões de compra ainda dependem de detalhes técnicos, confiança e suporte no pós-venda.

SUA IMPORTÂNCIA PODE SER DIVIDIDA EM SETE FRENTES.

A primeira é a conexão entre montadoras, importadores, grandes distribuidores de autopeças, mais de 200 mil oficinas, lojas e concessionárias. O representante é quem chega ao interior dos estados, ao varejo dos grandes centros e às oficinas de bairro. Enquanto os marketplaces oferecem alcance, muitas vezes reduzem a margem e enfraquecem a marca. O representante, por outro lado, ajuda a preservar a rentabilidade e fortalece o posicionamento das empresas. A segunda é o papel de consultor técnico, mui-



to além de um vendedor de catálogo. No after-market moderno, ninguém compra apenas pelo preço. É preciso conhecer compatibilidade de peças, aplicações, lançamentos, garantias, disponibilidade de estoque, normas do Contran, o novo modelo fiscal, logística de distribuição, entre outros aspectos. O cliente confia quando encontra um representante especializado, que domina os detalhes dos produtos e conhece as particularidades de cada região. Isso vale tanto para a intermediação de veículos novos, usados, de frotas e de vendas para PCD e CNPJ quanto para autopeças e acessórios, hoje entre as categorias mais vendidas no comércio eletrônico brasileiro.

A terceira frente é a inteligência de mercado em tempo real. O representante costuma ser o primeiro a identificar tendências e problemas do mercado. Ele sabe, por exemplo, quando determinada frota de um modelo apresenta falhas recorrentes em uma região, quando clientes começam a migrar para veículos híbridos chineses ou quando oficinas passam a perder espaço para grandes plataformas de vendas on-line. Essas informações retornam à indústria, permitindo ajustes em preços, kits promocionais e estratégias logísticas.

A quarta é a valorização do relacionamento em um mercado totalmente conectado. Hoje, o consumidor chega à loja muito bem informado por plataformas como Webmotors e iCarros, além de acompanhar especialistas do mercado automotivo, como Jorge Moraes e Alexandre Costa. A informação deixou de ser um diferencial exclusivo do vendedor. O que realmente diferencia a venda

é o relacionamento construído antes e depois da negociação. Assim como acontece no varejo de veículos, é essa proximidade que define descontos, condições de financiamento e fidelização. O representante exerce exatamente esse papel junto ao lojista e ao distribuidor.

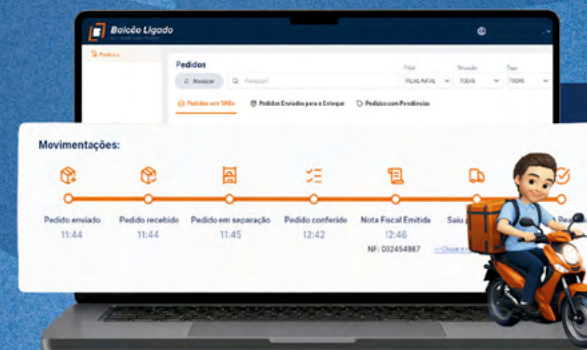
A quinta frente é a aceleração da transição tecnológica. Eletrificação, injeção direta, sistemas ADAS, peças para marcas como BYD, GWM e Geely, além da telemetria, fazem parte da nova realidade do setor. No dia a dia, muitos profissionais não têm tempo para acompanhar todas essas mudanças. O bom representante capacita equipes, apresenta argumentos de venda, orienta sobre tabelas de conversão e mostra como transformar essas novidades em oportunidades de negócio.

A sexta é o fortalecimento do pós-venda e da retenção de clientes. No setor automotivo, a segunda venda costuma valer mais do que a primeira. O representante acompanha entregas, auxilia na resolução de garantias, organiza a logística, monitora a reposição de estoque e mantém o cliente constantemente atualizado.

Por fim, o perfil do representante também evoluiu. Antes, visitava clientes com catálogos impressos, preços decorados e foco exclusivo no pedido. Hoje, domina dados, acompanha tendências, conhece lançamentos e utiliza CRM, WhatsApp Business e indicadores de giro de mercadorias. Tornou-se um profissional omnichannel: continua presente nas visitas, mas também negocia por videoconferência e utiliza plataformas B2B como aliadas estratégicas.

O que já era incrível, ficou ainda melhor!

Mais agilidade, mais vendas, mais controle



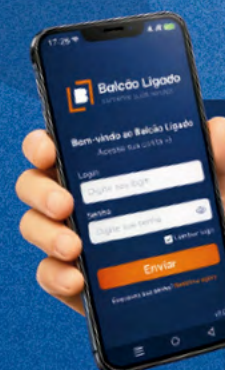
Acompanhamento em tempo real do
status dos pedidos.

Consulta por placa.

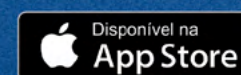


Margem de lucro editável e descontos
sob medida.

Orçamentos personalizados com sua
logomarca e inclusão de **mão de obra.**



Agora disponível na versão **Aplicativo!** Preços
na palma da sua mão, sempre que precisar.



Balcão Ligado
aumente suas vendas



Acesse: www.balcaoligado.com.br

O DESAFIO NÃO É APENAS CONTRATAR. É FAZER AS PESSOAS ESCOLHEREM PERMANECER.



Izabel Bandeira
Consultora de Gente e Gestão
izabelband@hotmail.com

Ao longo dos meus mais de 30 anos atuando na área de Recursos Humanos, uma pergunta sempre aparece nas empresas: por que está tão difícil encontrar bons profissionais? A resposta não é simples. Contratar continua sendo um dos maiores desafios das organizações, mas o mercado mudou e as pessoas também mudaram. Hoje, tão importante quanto contratar é criar motivos para que os profissionais escolham permanecer.

Quando uma empresa perde colaboradores com frequência, ela perde muito mais do que pessoas. Perde conhecimento, produtividade, tempo, dinheiro e, muitas vezes, a confiança da própria equipe. É aquela sensação de estar enxugando gelo: recruta, seleciona, integra, treina e, pouco tempo depois, precisa recomençar todo o processo.

Na minha experiência, a retenção começa antes da contratação. Um processo seletivo bem conduzido precisa nascer de um bom planejamento da vaga, com definição clara das atividades, das competências técnicas e comportamentais esperadas e do perfil que realmente combina com a cultura da empresa. Também considero essencial conhecer a remuneração praticada pelo mercado e apresentar, com transparência, os valores da organização, suas expectativas e as oportunidades de crescimento. Quando as expectativas são alinhadas desde o início, as chances de construir uma relação duradoura aumentam significativamente.

Costumo dizer que todo colaborador percorre um ciclo de sucesso dentro da empresa. Esse ciclo começa na contratação, passa por uma integração acolhedora, segue pelo treinamento, pelo acompanhamento da liderança, pelos feedbacks, pelo reconhecimento e pelas oportunidades de desenvolvimento. Nenhum profissional chega pronto. Outro ponto que merece atenção é que hoje convivemos com diferentes gerações dentro das organizações. Cada uma delas tem expectativas e

formas de enxergar o trabalho. Enquanto muitos profissionais ainda valorizam estabilidade e carreira de longo prazo, as gerações mais jovens buscam propósito, aprendizado, qualidade de vida, relações saudáveis, autonomia e líderes presentes. Além disso, o mercado de trabalho passou por uma grande transformação, especialmente após a pandemia. Cresceram as oportunidades de atuação como profissional autônomo, consultor, empreendedor e prestador de serviços.

Por isso, reter talentos exige muito mais do que oferecer um bom salário. Exige um ambiente de trabalho saudável, ferramentas adequadas, processos organizados, respeito nas relações, reconhecimento, desenvolvimento contínuo e uma cultura que seja vivida diariamente. Na minha opinião, existe um fator decisivo em toda essa jornada: a liderança. Tenho acompanhado excelentes empresas perderem bons profissionais não por causa do salário, mas pela forma como eram liderados. Líderes preparados inspiram confiança, desenvolvem pessoas, conduzem conversas difíceis com respeito e criam equipes mais fortes. Investir na formação de gestores é investir diretamente na retenção. A boa notícia é que essas práticas podem ser desenvolvidas por qualquer empresa, independentemente do seu porte ou do ramo de atuação. Não dependem apenas de grandes investimentos financeiros, mas de intenção, planejamento, constância e coerência entre aquilo que a empresa diz e aquilo que realmente pratica.

Tenho convicção de que as empresas mais sustentáveis do futuro não serão necessariamente as maiores, mas aquelas que conseguirem construir ambientes onde as pessoas desejem permanecer. Afinal, cuidar das pessoas não é apenas uma boa prática de gestão. É uma decisão estratégica que fortalece a cultura, impulsiona resultados e garante o crescimento sustentável do negócio.

YIMING PARTS

**GRANDE
LANÇAMENTO DE
SENSORES**



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

produtos certificados e testados, seguindo os padrões originais.



11 2019-7779

LAMBORGHINI TEMERARIO: O DESPERTAR HÍBRIDO DA FÚRIA EM DEZ MIL ROTAÇÕES

A quebra de paradigmas na engenharia de Sant'Agata Bolognese e o nascimento de um novo predador eletrificado para as pistas e ruas

O universo dos supercarros frequentemente enfrenta dilemas quando regras de emissões e novas tecnologias forçam a evolução de linhagens sagradas. Para a Lamborghini, a missão de substituir o aclamado Huracán — responsável por democratizar o acesso à marca e registrar recordes históricos de vendas — parecia uma tarefa quase impossível de ser executada sem sacrificar a visceralidade mecânica. Foi sob essa imensa pressão que nasceu o Lamborghini Temerario, um modelo que não apenas assume o posto de novo supercarro de entrada da marca, mas também redefine completamente os limites do que um conjunto propulsor moderno pode entregar. A origem de seu nome segue

a lendária tradição da fabricante italiana de homenagear o universo da tauromaquia, remetendo a um touro de lide histórico conhecido por sua bravura implacável. No entanto, a verdadeira ousadia deste lançamento reside na coragem de romper com o passado, aposentando o icônico motor V10 aspirado para abraçar uma revolucionária arquitetura híbrida plug-in de altíssimo desempenho, inaugurando o que a montadora batizou formalmente de categoria HPEV (High Performance Electrified Vehicle).

A evolução estética e estrutural do Temerario combina agressividade futurista com uma eficiência aerodinâmica meticulosa. Visualmente, o cupê mantém a silhueta em cunha clássica que



define a identidade da marca desde os tempos do Countach, mas introduz elementos geométricos inéditos, como as marcantes luzes diurnas em formato hexagonal no para-choque dianteiro, que funcionam também como túneis de vento para refrigerar os freios. O chassi foi totalmente reconstruído em alumínio de alta resistência, dispensando a construção mista com fibra de carbono do antecessor, o que resultou em um ganho significativo de rigidez torcional para suportar o peso adicional do sistema de baterias. Na traseira, o visual é dominado por saídas de escape centrais elevadas e um difusor massivo que trabalha em harmonia com a asa fixa integrada, gerando uma pressão aerodinâmica significativamente maior em altas velocidades quando comparado ao Huracán EVO, garantindo estabilidade exemplar em trechos sinuosos.

“O verdadeiro assombro técnico do Temerario está escondido sob a cobertura do motor.”

A Lamborghini desenvolveu um propulsor V8 biturbo de 4.0 litros completamente do zero, capaz de atingir a estonteante marca de 10.000 rotações por minuto, um regime de giros antes restrito a carros de corrida ou motores puramente aspirados de Fórmula 1. Esse motor a combustão trabalha em comissão com três motores elétricos de fluxo axial — dois posicionados no eixo dianteiro para garantir tração integral sob demanda e um terceiro sanduíchado entre o motor e a nova transmissão automatizada de dupla embreagem e oito marchas. Juntos, esses corações geram uma

potência combinada avassaladora de 920 cavalos. Os dados técnicos de desempenho são superlativos: o supercarro rasga o zero a 100 km/h em míseros 2,7 segundos e continua acelerando com vigor linear até romper a barreira dos 343 km/h de velocidade máxima.

Entre as maiores curiosidades do projeto está o esforço acústico para manter o DNA emocional da marca. Para compensar a presença dos turbo-compressores, que naturalmente abafam o som, os engenheiros desenharam um sistema de escapamento com conexões acústicas entre as bancadas de cilindros, garantindo que o ronco do V8 se transforme em um grito agudo e cortante conforme o ponteiro digital do painel se aproxima das dez mil rotações. O interior acompanha o salto tecnológico com o conceito “Feel Like a Pilot”, trazendo três telas digitais distintas no painel — incluindo um visor exclusivo para o passageiro acompanhar a velocidade e as forças G — e um seletor no volante que gerencia o novo modo “Drift”, permitindo diferentes níveis de escorregamento controlado da traseira. Como item indispensável na prateleira dos sonhos, a exclusividade cobra o seu preço: no mercado internacional, o Temerario tem seu valor inicial estimado na casa dos 350.000 a 400.000 dólares, cifra que, ao cruzar as fronteiras brasileiras via importação oficial ou independente, facilmente supera a barreira dos 4,5 milhões de reais antes mesmo da extensa lista de opcionais de customização. Assim, o Temerario prova que a eletrificação não veio para silenciar os touros de Sant'Agata, mas para torná-los ainda mais rápidos, precisos e desejáveis na garagem dos sonhos.



MARKETING NÃO É SÓ DIVULGAÇÃO. É ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO.

Durante muito tempo, o marketing foi associado à publicidade, à propaganda e às ações de divulgação ou simplesmente a ações de PDV. Para muitas empresas, especialmente as pequenas e médias, essa percepção ainda permanece. Quando surge a crise ou as vendas caem corta-se logo a verba de marketing.

MAS O MERCADO MUDOU.

Hoje, empresas de todos os segmentos competem não apenas por clientes, mas também por atenção, confiança e relevância. Nesse cenário, o marketing deixou de ser uma atividade complementar para se tornar uma ferramenta estratégica de crescimento. O problema é que muitas organizações ainda tratam o marketing como um conjunto de ações isoladas, quando na verdade ele deveria estar presente nas decisões mais importantes do negócio.

UMA EMPRESA NÃO É ESCOLHIDA APENAS PELO QUE VENDE. ELA É ESCOLHIDA PELA FORMA COMO É PERCEBIDA.

Essa percepção é construída em diversos pontos de contato: na fachada, no atendimento, na indicação de um cliente satisfeito, na participação em eventos, em uma matéria de revista, em uma rede social, em um site ou até mesmo em uma conversa informal. Todos esses elementos comunicam algo sobre a empresa. E comunicar, intencionalmente ou não, é fazer marketing. Por isso, o papel do marketing vai muito além da divulgação. Ele ajuda a definir como a empresa deseja ser percebida pelo mercado, quais diferenciais pretende destacar e quais valores deseja associar à sua marca. Empresas que compreendem essa lógica tendem a construir posicionamentos mais sólidos



*Por Jorge Carvalho,
Sócio da GO! Branding + Design. Especialista
em Branding e Marketing Estratégico para o
Setor Automotivo*

e relacionamentos mais duradouros com seus clientes. Enquanto algumas organizações concentram seus esforços apenas em vender, outras trabalham para construir confiança. E confiança continua sendo um dos fatores mais importantes na decisão de compra no setor de reparação. Essa realidade vale para empresas de todos os portes. Grandes marcas investem constantemente na gestão de sua imagem porque entendem que reputação influencia resultados. Pequenos negócios, por sua vez, precisam do marketing para ganhar visibilidade, gerar credibilidade e competir em mercados cada vez mais disputados. Em ambos os casos, o princípio é o mesmo: pessoas compram aquilo em que confiam. É justamente nesse ponto que o marketing assume seu papel estratégico. Ele não substitui um bom produto, um bom serviço ou uma boa gestão. Mas ajuda o mercado a reconhecer o valor que a empresa entrega. Em outras palavras, o marketing não cria qualidade. Ele torna a qualidade perceptível. Talvez por isso uma das perguntas mais importantes para qualquer empresário não seja "como divulgar mais?", mas sim: "Como quero que minha empresa seja percebida?"

A resposta para essa pergunta influencia decisões de comunicação, posicionamento, relacionamento e crescimento. E é exatamente por isso que o marketing não deve ser encarado como custo ou acessório. Ele é uma ferramenta de gestão. Uma ferramenta que ajuda empresas a construir valor, fortalecer reputações e criar as condições necessárias para crescer de forma consistente e sustentável.

Dayco KPV

Kit de correia Poly-V para uma manutenção completa do sistema de acessórios





OPALA DIPLOMATA

O Supremo Monarca do Luxo Automotivo Nacional

A história, a evolução técnica e o legado do maior símbolo de status do mercado brasileiro

Falar sobre a história da indústria automobilística brasileira sem mencionar o Chevrolet Opala é uma tarefa impossível. Lançado originalmente em 1968 como o primeiro veículo de passeio da General Motors no país, o modelo conquistou uma legião de fãs ao longo de quase 24 anos de produção ininterrupta. No entanto, nenhuma outra versão personificou tanto o topo do luxo, do status e do refinamento técnico quanto o lendário Opala Diplomata, apresentado ao mercado no final de 1979, já como linha 1980, para reinar absoluto nas garagens de empresá-

rios, políticos e entusiastas da alta sociedade. A árvore genealógica do Diplomata é fascinante e revela um casamento global da GM, já que sua carroceria foi inspirada no alemão Opel Rekord C, enquanto a motorização e a robustez mecânica vieram do clássico norte-americano Chevrolet Impala. Quando o Diplomata surgiu, ele herdou o nome de um sedã de grande porte alemão da própria Opel, o Opel Diplomat, com a missão clara de substituir as antigas versões topo de linha, como o Comodoro, que passaria a ocupar um degrau intermediário no portfólio da marca.



Em sua estreia, o Diplomata chocou o mercado positivamente pelo nível de requinte e trazia de série itens que eram considerados verdadeiras excentricidades na época, como ar-condicionado, direção assistida, interior revestido em veludo nobre e um painel completo. Ao longo dos anos, o carro acompanhou as tendências de design da matriz. Em 1985, passou por sua primeira grande reestilização estética profunda, ganhando para-choques com ponteiros plásticos integradas, maçanetas embutidas nas portas e faróis de neblina elevados. Mas foi em 1988 que o modelo atingiu sua maturidade visual máxima, quando os faróis ganharam um moderno formato trapezoidal, a tradicional gravata da Chevrolet migrou para o capô e as lanternas traseiras passaram a cruzar toda a extensão da traseira, conferindo uma imponência sem igual nas ruas brasileiras.



O grande cartão de visitas do Diplomata era o seu desempenho e, embora tenha existido com motor de quatro cilindros, a versão que se tornou mítica foi equipada com o lendário propulsor de 4.1 litros com seis cilindros em linha. Essa mecânica primava pela suavidade de funcionamento e por um torque avassalador em baixas rotações, emitindo um ronco grave que permanece inconfundível até hoje para os entusiastas do antigomobilismo. Nas especificações técnicas de suas últimas safras, no início dos anos 1990, o motor alimentado por carburador de corpo duplo entregava cerca de 121 cavalos de potência a 3.800 rpm e um torque robusto de 29 kgfm a meras 2.000 rpm. Esse conjunto era capaz de levar o

pesado sedã de 1.376 quilos de zero a 100 km/h em aproximadamente 11 segundos, atingindo a velocidade máxima de 166 km/h.

A tração era estritamente traseira, garantindo uma dinâmica de construção clássica, e, para os modelos finais, a Chevrolet adotou um moderno câmbio automático de quatro marchas fornecido pela alemã ZF, a mesma transmissão utilizada por marcas premium europeias como BMW e Jaguar na época. A suspensão era independente na dianteira e contava com eixo rígido na traseira, ajustada com foco total no isolamento acústico e no conforto supremo dos passageiros. Devido ao seu prestígio absoluto, o modelo acumulou histórias curiosas e tornou-se o carro oficial da Presidência da República e de ministros de Estado durante toda a década de 1980. Em 1992, quando a montadora decidiu encerrar a fabricação da linha Opala para dar lugar ao moderno

Omega, a marca preparou uma despedida digna da realeza com a série especial Diplomata SE Collectors. Foram produzidas pouquíssimas unidades que vinham acompanhadas de uma chave banhada a ouro, um certificado de exclusividade e uma fita VHS contando a trajetória do carro. O último veículo a sair da linha de montagem em São Caetano do Sul, no dia 16 de abril de 1992, foi justamente um Diplomata automático.

Curiosidades sobre o Diplomata ajudam a explicar sua aura de clássico. Apesar de ser um carro de maior porte, ganhou reputação de veículo fácil de manter: ampla disponibilidade de peças, mecânica simples e um mercado de oficinas habituadas ao modelo fizeram com que muitos exemplares circulassem por décadas. Outra particularidade é o apreço que despertou entre colecionadores: hoje é presença frequente em encontros e exposições de clássicos, com unidades bem conservadas alcançando bons valores por conservar características originais de fábrica. Detalhes como acabamentos exclusivos, plaquetas e equipamentos raros em determinadas safras tornam alguns exemplares ainda mais valorizados.





RETIRA COBRA

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

COMPRAS ONLINE E TELEVENDAS



LOJA ONLINE COBRA

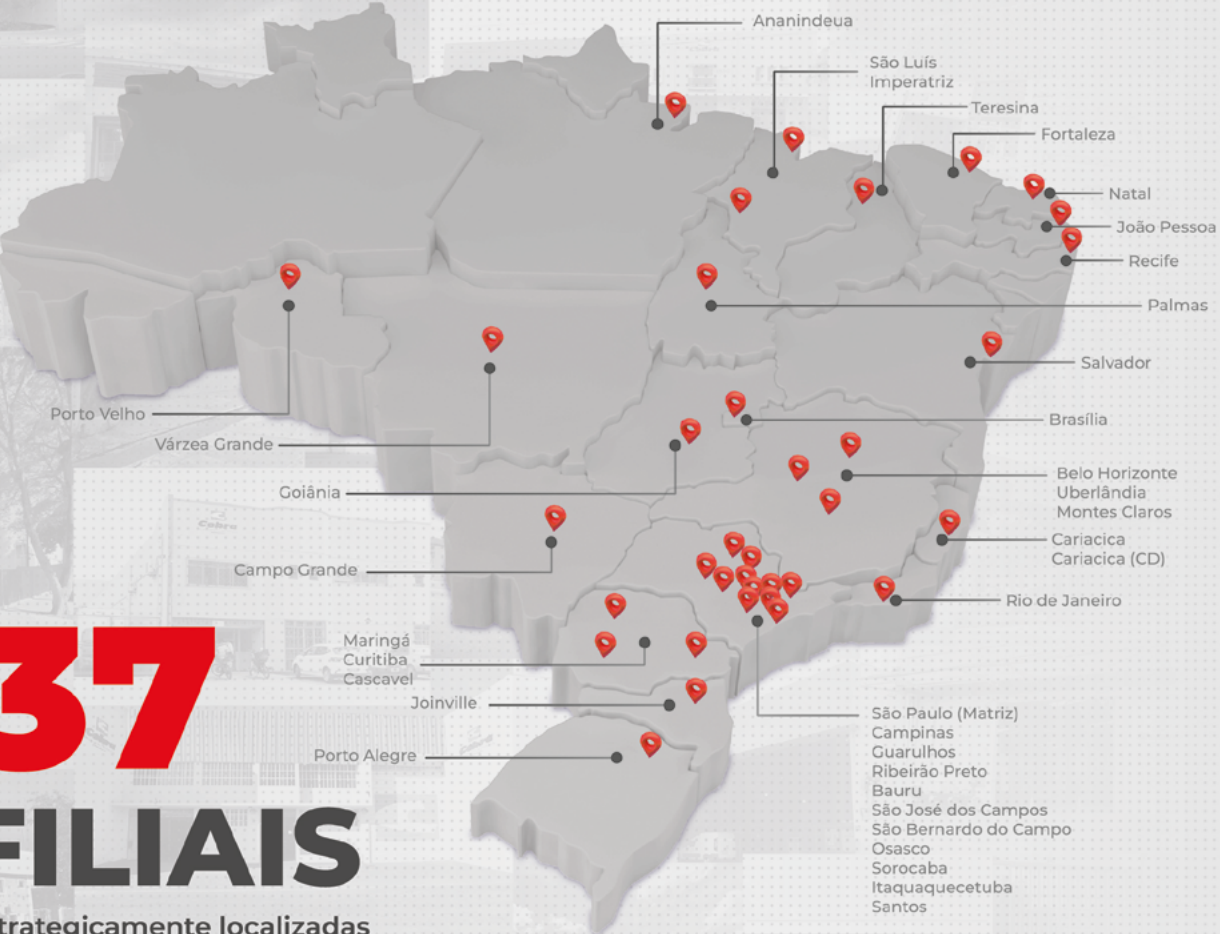
loja.cobrarolamentos.com.br



ACESSE E FAÇA O SEU CADASTRO

37 FILIAIS

Estrategicamente localizadas para atender o seu negócio.



www.cobrarolamentos.com.br [@cobrarolamentos](https://www.instagram.com/cobrarolamentos) [@cobrarolamentos](https://www.facebook.com/cobrarolamentos) sac@cobrarolamentos.com.br



Faça revisões em seu veículo regularmente.

TCR na América do Sul

UM MODELO QUE CONTINUA A CRESCER E VIVE UM DOS MELHORES MOMENTOS DE SUA HISTÓRIA

Quando Marcello Lotti introduziu o regulamento TCR em 2014, o objetivo era tão ambicioso quanto simples: criar uma categoria de carros de turismo com custos controlados, carros derivados de modelos de produção e um conjunto único de regras técnicas que permitisse a competição em qualquer lugar do mundo. Em poucos anos, o conceito TCR se expandiu pela Europa, Ásia, Oceania e Américas, tornando-se o padrão internacional para corridas de carros de turismo. Hoje, dezenas de campeonatos nacionais

e regionais operam sob o mesmo regulamento, além do FIA TCR World Tour, onde os melhores pilotos e equipes representam diferentes regiões. Utilizando os mesmos carros e regras que os usados mundialmente, e sob o regulamento da Federação Internacional de Automobilismo (FIA), o campeonato sul-americano se tornou uma referência global, ostentando um dos maiores números de carros na pista e contando com pilotos de alto nível, como o ex-piloto de Fórmula 1 Nelson Piquet Jr. e o multicampeão argentino Leonel Pernía.



Isso permite que um carro compita em praticamente qualquer campeonato do mundo e dá aos pilotos a oportunidade de ascender a competições internacionais sem precisar trocar de veículo. Nos últimos anos, vários pilotos sul-americanos participaram de eventos do FIA TCR World Tour, demonstrando que o nível do automobilismo na região está totalmente alinhado com o cenário global.

A AMÉRICA DO SUL ADERIU RAPIDAMENTE A ESSA REVOLUÇÃO



Após o anúncio oficial em 2020 e superando as dificuldades impostas pela pandemia, o Bradesco TCR South America realizou sua primeira temporada em 2021, tornando-se rapidamente a referência para o automobilismo de turismo no continente. A série reuniu as principais montadoras, desenvolveu equipes profissionais, recrutou pilotos experientes e estabeleceu um calendário que combina alguns dos circuitos mais importantes do Brasil, Argentina e Uruguai.

O próximo passo veio em 2023 com a criação do Bradesco TCR Brasil, um campeonato nacional que compartilha grande parte do seu calendário com o Bradesco TCR South America. Isso permitiu uma visão mais ampla com a chegada de novas equipes, pilotos e empresas, gerando uma base ainda mais sólida dentro e fora das pistas.

A temporada de 2026 confirmou a maturidade do TCR. O calendário se expandiu novamente com circuitos históricos e novas adições. A série também mantém circuitos icônicos como Interlagos, Cascavel e Cuiabá, além das corridas planejadas na Argentina e no Uruguai.

Mas o crescimento não se limita aos circuitos.

Honda e Hyundai agora participam da categoria como equipes de fábrica, e Cupra e Lynk & Co. também estão presentes com suporte técnico de fábrica. Audi e Peugeot completam a extensa lista de fabricantes, demonstrando a diversidade do regulamento do TCR, onde diferentes conceitos técnicos podem competir pela vitória graças ao Balance of Performance (BoP), um dos pilares fundamentais da categoria.

ESTRELAS INTERNACIONAIS, TALENTOS EMERGENTES E EQUIPES IMPORTANTES

Um dos maiores sucessos do TCR na América do Sul tem sido a combinação de pilotos consagrados com jovens talentos promissores. A série conta com campeões nacionais, ex-pilotos internacionais e ícones do automobilismo sul-americano, mas, ao mesmo tempo, serve como plataforma para novas gerações que encontram aqui uma vitrine para o mundo do automobilismo.

Nomes como Leonel Pernía, Pedro Cardoso, Raphael Reis, Nelson Piquet Jr., Tiago Pernía, Joaquín Cafaro e Gabriel Moura representam perfis esportivos diversos que enriquecem cada fim de semana. A chegada de Néstor Girolami ao projeto oficial da Hyundai trouxe enorme prestígio ao campeonato, enquanto vários jovens pilotos continuam a consolidar suas posições corrida após corrida.

As equipes também são um dos pilares fundamentais do Bradesco TCR South America. Com equipes do Brasil, Argentina e Uruguai, cada equipe combina experiência, desenvolvimento técnico e talento humano para levar às pistas veí



culos de última geração de marcas como Honda, Hyundai, Lynk & Co, Peugeot, Audi e CUPRA. Honda Racing, Hyundai MSA, Cobra Racing Team, W2 Pro GP, G Racing Motorsport, Paladini Racing e Uruguay Racing Team personificam o espírito internacional do campeonato, fomentando o desenvolvimento de pilotos e engenheiros, a troca de conhecimento e a constante evolução tecnológica que caracteriza o conceito TCR em todo o mundo.



UMA TEMPORADA QUE MANTÉM A DISPUTA ABERTA E O BRADESCO TCR BRASIL CAMPEÃO

No âmbito esportivo, a temporada de 2016 tem proporcionado um campeonato competitivo. Leonel Pernía começou o ano mostrando grande forma e conseguiu construir uma vantagem graças à sua consistência. Os brasileiros Rapha Reis e Cardoso são seus rivais mais próximos, tendo conquistado vitórias expressivas e bons resultados nas primeiras corridas realizadas no Brasil. A Hyundai obteve vitórias importantes com Néstor Girolami e Camilo Trappa, enquanto diversas equipes se revezaram na liderança do campeonato. Na última etapa em Velocittà, Tiago Pernía garantiu uma vitória notável na primeira corrida do fim de semana, enquanto o uruguaio Joaquín Cafaro comemorou sua primeira vitória no Bradesco TCR South America, confirmando o crescimento da equipe Uruguay Racing Team. Já o Bradesco TCR Brasil, consolidou sua posição como o principal campeonato nacional de carros

de turismo do país, sob o regulamento da FIA. Seu crescimento se reflete no aumento do nível de competição. Leonel Pernía sagrou-se campeão, tornando-se o primeiro piloto argentino a conquistar o título desde os campeonatos vencidos pelos brasileiros Galid Osman, Pedro Cardoso e Nelson Piquet Jr. O piloto natural de Tandil demonstrou mais uma vez sua vasta experiência ao volante do Honda Civic Type R FL5, administrando o campeonato de forma inteligente e adicionando mais uma conquista internacional a uma carreira que já o coloca entre os pilotos mais vitoriosos do automobilismo sul-americano.

UMA CATEGORIA COM IDENTIDADE PRÓPRIA

Outro aspecto que explica o sucesso atual do TCR na América do Sul é a sua identidade. Longe de simplesmente importar um conjunto global de regulamentos, a categoria conseguiu desenvolver uma personalidade própria, adaptada ao automobilismo sul-americano. O campeonato visita circuitos históricos da região, compartilha seu calendário com outras categorias de alto nível e mantém uma forte conexão com montadoras, patrocinadores e o público. Além disso, a presença constante de pilotos da Argentina, Brasil e Uruguai gera uma rivalidade esportiva que enriquece o espetáculo e fortalece o interesse pelo campeonato em cada país.

O FUTURO JÁ COMEÇOU

Cinco temporadas após sua estreia, o Bradesco TCR América do Sul provavelmente vive seu melhor momento desde a sua criação. Hoje, conta com montadoras oficiais, pilotos renomados, equipes profissionais, uma estrutura esportiva consolidada e um calendário com as melhores pistas do continente. A consolidação do Bradesco TCR Brasil, a chegada constante de novos talentos e a conexão direta com o ecossistema global de regulamentos do TCR sugerem um futuro ainda mais promissor. O desafio não é mais apenas aumentar o número de carros ou corridas, mas sim continuar a fortalecer uma plataforma que se tornou a referência para o automobilismo de turismo na América do Sul.

AUTOP

Feira Nacional de Autopeças, Motopeças, Acessórios, Equipamentos e Serviços.

2026

conexões que deixam grandes marcas!

A participação do **Grupo Autobras na AUTOP 2026** foi um momento único, marcado por encontros, novas oportunidades e muitas conexões com profissionais que movimentam o setor automotivo.

Agradecemos a todos que visitaram nosso estande e compartilharam essa experiência conosco. Cada conversa e parceria tornaram esses quatro dias ainda mais especiais.



OBRIGADO POR FAZER PARTE DESSE MOMENTO!

GRUPO
AUTOBRAS®

KITCIA®

FIRST®

Juntos, movimentando o futuro do setor automotivo.



Calendário 2026

BRADESCO TCR AMÉRICA DO SUL/ BRADESCO TCR BRASIL

1ª Etapa	8 de março	Curvelo (Brasil) – Circuito dos Cristais*
2ª Etapa	29 de março	Cascavel (Brasil) – Autódromo Internacional Zilmar Beux*
3ª Etapa	26 de abril	Interlagos (Brasil) – Autódromo José Carlos Pace*
4ª Etapa	20 de junho	Cuiabá (Brasil) – Autódromo Internacional de Mato Grosso*
5ª Etapa	26 de julho	Velocífta (Brasil) – Mogi Guaçu*
6ª Etapa	23 de agosto	Autódromo Oscar Cabalén (Argentina)
7ª Etapa	13 de setembro	Concórdia (Argentina)
8ª Etapa	4 de outubro	Posadas (Argentina)
9ª Etapa	8 de novembro	Rosário (Argentina)
10ª Etapa	6 de dezembro	El Pinar (Uruguai)

5 marcas, 1 padrão
de qualidade.

MULTIQUALITA



- ALTERNADOR
AUTOMÁTICO DE PARTIDA
BICO INJETOR
BICO INJETOR DIESEL
BOMBA DE ALTA PRESSÃO DE COMB.
BOMBA HIDRÁULICA
CARBURADOR
CINTA DE AIR BAG
CORPO DE BORBOLETA TBI
ELETROVENTILADOR
MEDIDOR DE FLUXO DE AR
MÓDULO IGNIÇÃO
MOTOR DE PARTIDA
RADIADOR
RELÉS
RESFRIADOR DE ÓLEO
RESISTÊNCIA DO ELETROVENTILADOR
ROTOR DISTRIBUIDOR
SENSOR
SENSOR DE PRESSÃO DOS PNEUS
TAMPA DO DISTRIBUIDOR
VÁLVULA
VENTILADOR INTERNO
- CABO TRANSFERÊNCIA
ELETROBOMBA
MOLA A GÁS
MOTOR DE VIDRO ELÉTRICO
MOTOR DO LIMPADOR
PALHETA DO LIMPADOR
TRAVA DE SEGURANÇA
- LÂMPADA
LANTERNA
- BOBINA DE IGNIÇÃO
CHICOTE DE REPARO
DISTRIBUIDOR
SOLENOÍDES
- CHAVE DE SETA
INTERRUPTOR

multiquality.com.br

multiquality_



Peças disponíveis nos principais distribuidores e pontos de venda do mercado.



Marcelo Magalhães
Assessor executivo do Sincopeças-PE, formado
em Gestão da TIC, pós-graduado em Gestão
de Projetos, estudante de Direito.

PÓS-VENDA QUE FIDELIZA: A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE COMO MOTOR DE INOVAÇÃO NO AFTERMARKET

Ao despertar do segundo semestre de 2026, o setor de reposição automotiva consolida um dado que reordena prioridades: o mercado brasileiro de autopeças fechou o ano passado com faturamento de R\$ 275,8 bilhões, segundo o Sindipeças, e as projeções indicam que a reposição deve dobrar de tamanho até 2040. Oportunidade não falta. A questão que define o futuro, porém, não é mais “como vender mais”, mas como transformar cada venda em relacionamento. No mercado digital, onde o cliente compra preços em segundos, a experiência no pós-venda deixou de ser etapa do processo para se tornar o próprio produto. O comportamento do cliente mudou de forma irreversível. Ele pesquisa no celular, consulta o WhatsApp, lê avaliações e decide com base em reputação online. Estudos do setor mostram que concessionárias e oficinas com experiência excepcional alcançam prêmios de preço de 15% a 20% e taxas de retenção duas vezes maiores que a concorrência. A fidelização, portanto, não é custo — é margem. O desafio para 2027 é equilibrar escala e huma-

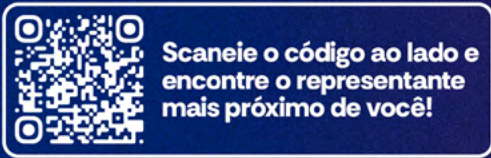
nidade. Os consumidores estão cansados de interações robotizadas e exigem personalização e transparência. A inteligência artificial no WhatsApp, nos catálogos e no agendamento amplia a capacidade de atendimento, mas a confiança continua sendo construída pela presença humana. O erro mais comum será automatizar por automatizar, transformando o balcão em um labirinto de menus sem rosto. No aftermarket, a experiência se decide em momentos concretos: o retorno ágil ao orçamento, a explicação clara do diagnóstico, a atualização proativa do status do serviço e o acompanhamento pós-entrega. A integração balcão, WhatsApp, e-commerce e redes sociais em uma jornada fluida, será o piso de entrada, não o diferencial. A empresa do futuro não será a mais tecnológica, mas a mais humanamente inteligente no uso da tecnologia. No pós-venda, isso significa usar dados e automação para liberar tempo — e usar esse tempo para escutar, explicar e gerar confiança. Muito em breve, o mercado digital premiará quem transformar atendimento em relacionamento.



FACILITANDO
O DIA-A-DIA



NOVOS
PRODUTOS



Scaneie o código ao lado e
encontre o representante
mais próximo de você!



O Motor da eficiência:

COMO A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL RESOLVE AS DORES DO AFTERMARKET AUTOMOTIVO

Esqueça aquela imagem de que o mercado de reposição automotiva é feito apenas de caderninho de anotações, intuição pura e telefone ocupado. A Inteligência Artificial chegou ao setor não como ficção científica, mas como um colega de trabalho rápido e eficiente -- que ajuda a vender mais e errar menos.

O mercado de reposição automotiva sempre foi, por natureza, um jogo de antecipação. Quem consegue prever a demanda, gerir o estoque e encontrar a peça certa, na hora certa, sai na frente. Durante décadas, esse planejamento dependeu quase inteiramente de experiência, planilhas e “feeling”, seja de quem está na fábrica ou de quem está na loja.

Isso está mudando, e não com termos técnicos complexos, mas com soluções práticas para problemas que todo mundo do setor já viveu. Do fabricante que decide quanto produzir, ao distribuidor que planeja quanto comprar, até o mecânico que precisa achar a peça certa com o carro parado no elevador: a IA deixou de ser um projeto de inovação isolado e passou a compor a rotina de

decisão de cada elo da cadeia de suprimentos. Esse movimento não é um caso isolado do aftermarket: dados do IBGE mostram que 41,9% das empresas de médio e grande porte no Brasil já usam inteligência artificial. No pós-venda automotivo, a corrida é ainda mais urgente por ser um setor que vive de margem apertada e estoque caro.



41,9%

das empresas brasileiras com 100+ funcionários já usam inteligência artificial — crescimento de 25% desde 2022.

Fonte: IBGE, Pesquisa de Inovação Semestral (Pites Semestral) 2024, via Agência Setor de Notícias, 24/09/2025.

DA INTUIÇÃO AO DADO: POR QUE A CADEIA INTEIRA ESTÁ MUDANDO DE POSTURA



A análise setor a setor mostra um movimento diferente em cada elo da cadeia, mas todos estão indo na mesma direção. Fabricantes, com o auxílio da inteligência artificial, conseguem de maneira muito mais assertiva antecipar demandas futuras e planejar sua produção. Um modelo que cruza dados de comportamento histórico de trocas de peças, frota circulante e vendas é capaz de prever para onde o mercado deve ir e, consequentemente, reduzir tanto o excesso quanto a falta de itens críticos na ponta.

Já os distribuidores vivem o desafio mais imediato: item parado em estoque é prejuízo silencioso. É aqui que ferramentas de cotação potencializadas por IA mudam o jogo. Em vez de o time comercial gastar horas ligando para conferir estoque, comparar preços e montar propostas item por item, o sistema já varre a disponibilidade em tempo real, seleciona a melhor opção baseada no perfil de peças que o cliente precisa e monta a cotação em segundos -- algo impensável há poucos anos em operações maiores.

No varejo, um excelente exemplo é o catálogo inteligente, que resolve um dos maiores pesadelos do balcão: a devolução por peça errada. Em vez de depender só do código técnico, a IA entende gírias, erros de digitação, áudios ou até mesmo aquela famosa foto com uma lista de peças. Um

mecânico pode mandar um áudio pedindo a “cebolinha do radiador do Gol bolinha 98”, e o sistema retorna na hora a foto e o código correto do componente, tudo isso em segundos, com uma assertividade inimaginável. O resultado? Menos devoluções e vendas mais certas. Essa combinação é relevante porque mostra que a tecnologia não resolve “o aftermarket” de forma genérica: ela soluciona dores pontuais em cada camada, e o ganho de eficiência se acumula ao longo de toda a cadeia.

DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA O AFTERMARKET NA ERA DA IA

A adoção de inteligência artificial no setor de autopeças ainda enfrenta obstáculos conhecidos: a qualidade dos dados -- frequentemente comprometida pela complexidade de milhares de produtos, cada um com diversas particularidades --, a integração desafiadora entre sistemas legados e a resistência cultural em operações mais tradicionais. Empresas com maior maturidade de dados avançam mais rápido; quem ainda opera com informação fragmentada em planilhas isoladas enfrenta uma barreira de entrada real antes mesmo de testar qualquer modelo preditivo. Ainda assim, a direção do mercado é clara: quem consegue estruturar dados de qualidade tende a sair na frente na disputa por margem e eficiência operacional, utilizando a tecnologia para alinhar o estoque à demanda real, reduzir o dinheiro parado na prateleira e diminuir os custos logísticos causados por erros de aplicação e devoluções no balcão.

Diante desse cenário, vale reforçar um ponto: a IA não veio para substituir ninguém. O planejamento do fabricante, o faro do comprador, a experiência do balconista e o conhecimento técnico do mecânico continuam sendo o que sustenta o negócio, e nenhum sistema substitui isso. O que a tecnologia faz é tirar do caminho a parte repetitiva e o tempo perdido, deixando mais espaço para a tomada de decisão e para o atendimento, que é onde as pessoas realmente fazem diferença.



NO FIM, É SOBRE TEMPO E CONFIANÇA

A adoção de inteligência artificial no setor de autopeças ainda enfrenta obstáculos conhecidos: a qualidade dos dados -- frequentemente comprometida pela complexidade de milhares de produtos, cada um com diversas particularidades --, a integração desafiadora entre sistemas legados e a resistência cultural em operações mais tradicionais. Empresas com maior maturidade de dados avançam mais rápido; quem ainda opera com informação fragmentada em planilhas isoladas enfrenta uma barreira de entrada real antes mesmo de testar qualquer modelo preditivo. Ainda assim, a direção do mercado é clara: quem consegue es-

truturar dados de qualidade tende a sair na frente na disputa por margem e eficiência operacional, utilizando a tecnologia para alinhar o estoque à demanda real, reduzir o dinheiro parado na prateleira e diminuir os custos logísticos causados por erros de aplicação e devoluções no balcão. Diante desse cenário, vale reforçar um ponto: a IA não veio para substituir ninguém. O planejamento do fabricante, o faro do comprador, a experiência do balconista e o conhecimento técnico do mecânico continuam sendo o que sustenta o negócio, e nenhum sistema substitui isso. O que a tecnologia faz é tirar do caminho a parte repetitiva e o tempo perdido, deixando mais espaço para a tomada de decisão e para o atendimento, que é onde as pessoas realmente fazem diferença.



EURO
TEAM

UM PORTFÓLIO. MÚLTIPLAS SOLUÇÕES.

TECNOLOGIA, SEGURANÇA E DESEMPENHO PARA O MERCADO AUTOMOTIVO.



POLO
COMÉRCIO INTERNACIONAL

HULK

H&L
LAMPADAS AUTOMOTIVAS

ISOFLEX

11 3934-4700 CLUBEURO.com.br @polocomercio

Avenida Inajar de Souza, 995 • Limão
CEP:02717-000 • São Paulo • SP • Brasil



ILUMINAÇÃO QUE VAI **ALÉM** **DO CAMINHO.**

Lâmpadas e faróis Marelli
você encontra na **Eletroparts.**



Acesse o nosso portal:

 portaleletroparts.com.br

MAGNETI MARELLI

PARTS & SERVICES



Tecnologia
que ilumina
bons negócios

Qualidade para reposição.
Diferentes **aplicações.**



Aponte a
câmera

AUTOP 2026 ENCERRA 19ª EDIÇÃO COM RECORDE DE MAIS DE R\$ 800 MILHÕES EM NEGÓCIOS E 40 MIL VISITANTES

A Autop 2026 encerrou, no último mês de agosto, sua 19ª edição com um balanço histórico. Realizada pelo Sistema Sincopercas Assopeças Assomotos (SSA), a feira reuniu mais de 40 mil visitantes, mais de 500 marcas expositoras, capacitou mais de 8 mil profissionais e gerou mais de R\$ 800 milhões em negócios. Ao longo dos quatro dias de programação, o evento reuniu fabricantes, distribuidores, varejistas, reparadores, empresários e profissionais de diferentes regiões do Brasil e até de fora do país. A programação incluiu rodadas de negócios, lançamentos, encontros e atividades voltadas à qualificação profissional e às transformações do setor automotivo. Além da movimentação comercial, a Autop também se destacou como espaço de conhecimento e capacitação. Ao todo, foram realizadas 181 palestras, que contribuíram para a qualificação de mais de 8 mil profissionais durante o evento.

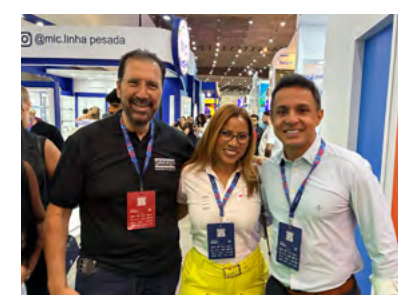
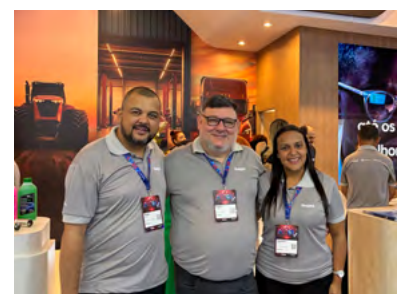
Para o presidente do Sistema SSA, Ranieri Leitão, os resultados demonstram não apenas o crescimento da Autop, mas também a força do setor automotivo e sua capacidade de gerar oportunidades e movimentar diferentes segmentos da economia. “Foi possível perceber, durante toda a feira, uma movimentação comercial muito intensa, reunindo fabricantes, distribuidores, varejistas, reparadores e empresários de várias regiões do país. E esse resultado não se encerra com o fim do evento. Muitos contatos e negociações iniciados na Autop continuam acontecendo e se transformam em negócios nos meses seguintes”, destaca Ranieri Leitão.

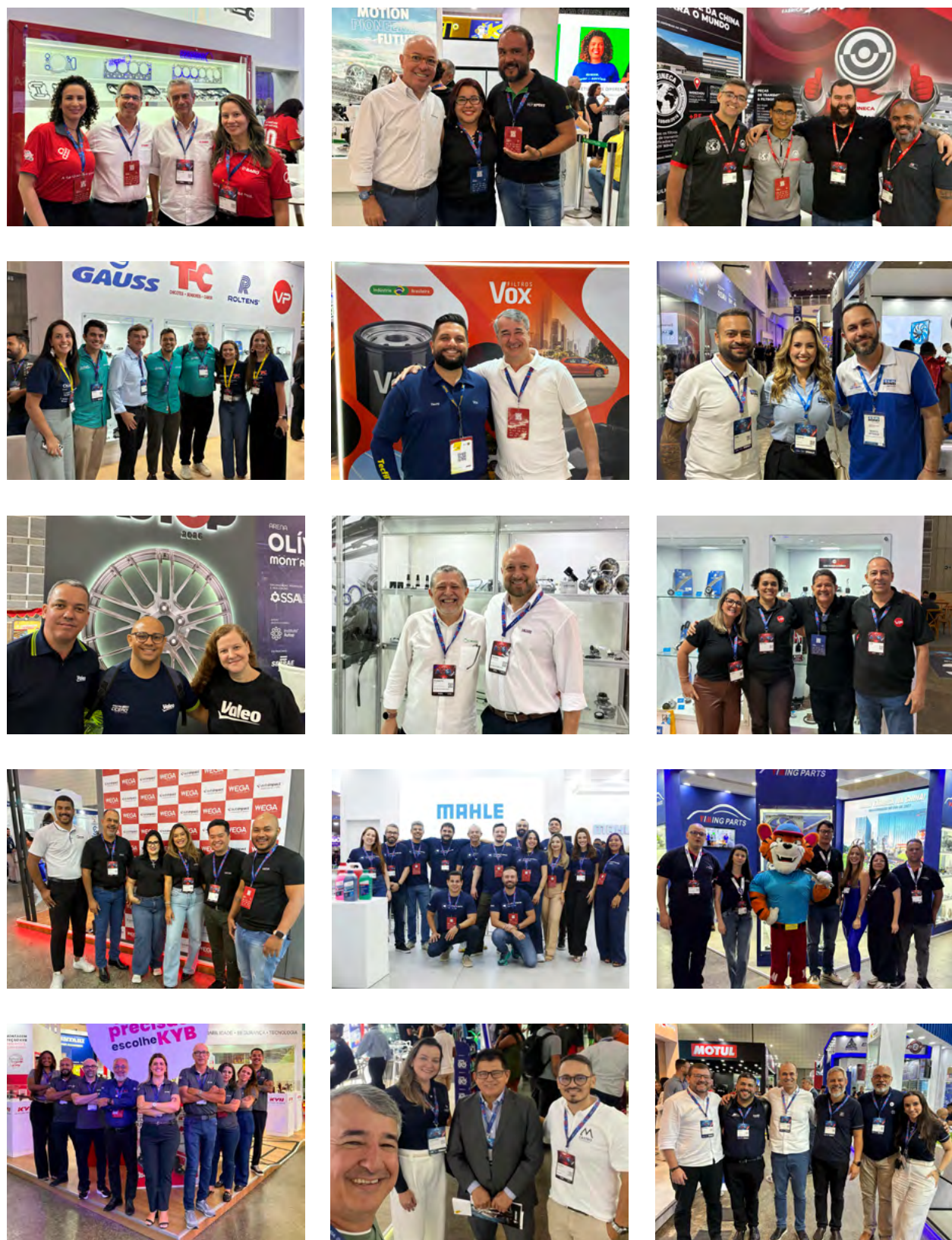


Perspectivas positivas para o setor

Para Ranieri Leitão, o balanço da feira também aponta para um cenário promissor para os próximos anos, especialmente nos segmentos de reposição e reparação automotiva. “Com uma frota circulante expressiva e cada vez mais diversificada, o setor continuará demandando peças, manutenção, serviços especializados e profissionais preparados para acompanhar a evolução tecnológica dos veículos. A Autop mostrou que o mercado está atento a essas transformações e disposto a se preparar para os novos desafios e oportunidades que estão surgindo”, conclui Ranieri Leitão.

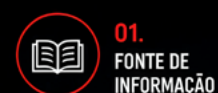






10 MOTIVOS PARA ANUNCIAR NA **AUTO** REVISTA PERNAMBUCO

Mais que uma revista,
uma plataforma de **conexão**
entre **marcas** e apaixonados
por automóveis.



01.
FONTE DE
INFORMAÇÃO

Revista é importante
fonte de informação e
análise.



02.
IMPACTO NOS
CLIENTES

Impactar os seus atuais
e potenciais clientes.



03.
DIVULGA SEUS
PRODUTOS E
SERVIÇOS

Divulgar seus produtos
e serviços.



04.
FORTALECE SUA
ATUAÇÃO

Fortalecer sua atuação
no mercado.



05.
PODER DE
COMPRA

Leitores de revista
têm poder de compra.



06.
HÁBITO DE
LEITURA

Revista é o primeiro
passo para criar o
hábito de leitura.



07.
VALORIZAÇÃO DA
PUBLICIDADE

Os leitores de revista
valorizam a publicidade.



08.
CREDIBILIDADE PARA
SUA MARCA

Revista gera credibilidade
para produtos e marcas.



09.
CANAIS DE
DISTRIBUIÇÃO

Desenvolver novos canais
de distribuição e
relacionamento.



10.
MAIS TEMPO,
MAIS RESULTADOS

Revistas duram mais.
Seus anúncios, também.

**COLOQUE SUA MARCA
EM MOVIMENTO.**

Anuncie na **Auto Revista Pernambuco**
e acelere seus resultados.

Auto
Revista
PERNAMBUCO

@ autorevistape

autorevistape@gmail.com

f Auto Revista Pernambuco

(81) 98637 2046

Canal WhatsApp: Auto Revista



PERNAMBUCO
É A NOSSA CASA E
NOSSO CAMINHO

solar

IPSEP

OLINDA

PRAZERES

CAMARAGIBE

AREIAS

CAXANGÁ

EM BREVE

**TEM NOME.
TEM ENDEREÇO.
E TEM CONFIANÇA.**

HÁ MAIS DE 40 ANOS A MARINGÁ ESTÁ PERTO
DE VOCÊ, PRONTA PARA ENTREGAR A PEÇA
QUE SEU CARRO PRECISA, COM A QUALIDADE
E O ATENDIMENTO QUE VOCÊ MERECE.

MARINGÁ

AUTO PEÇAS



PEÇAS NACIONAIS E IMPORTADAS • ATENDIMENTO PERSONALIZADO • ESTOQUE AMPLO E DIVERSIFICADO



TRADIÇÃO

Mais de 40 anos de
história e credibilidade.



VARIEDADE

O maior estoque
da região



PRESENÇA

Onde você precisa,
quando você precisa.



COMPROMISSO

Atendimento que
faz a diferença.



FAÇA AS SUAS
COMPRAS PELO
WHATSAPP

E O VENDEDOR QUE RECLAMA QUE SUA LOJA NÃO TEM O MENOR PREÇO?

Poucas frases são tão comuns no balcão de autopeças quanto essa. Ela costuma aparecer sempre que uma negociação não termina como o vendedor esperava. Mas será que o problema é realmente o preço?

Culpar o preço é confortável. Afinal, transfere a responsabilidade para algo que o vendedor não controla. O problema é que essa justificativa também impede qualquer evolução. Quem acredita que perde vendas apenas porque a concorrência vende mais barato deixa de enxergar aquilo que realmente faz um cliente voltar: confiança, agilidade, conhecimento técnico e capacidade de resolver problemas.

O mercado mudou, e as regras da concorrência também. Hoje, Marketplaces, indústrias vendendo diretamente ao consumidor (D2C), os atacarejos — que unem características de distribuidoras e varejo — expandem sua presença em todo o país. Além disso, informações, fornecedores e canais de compra que antes eram restritos ao porte da empresa ou ao conhecimento de poucos tornaram-se facilmente acessíveis. Como consequência, o preço passou a ser muito mais dinâmico, e o cliente dispõe de inúmeras alternativas para comparar e comprar.

Nesse ambiente, o vendedor que apenas consulta o sistema, informa o código da peça e apresenta um valor torna-se facilmente substituível. Em poucos minutos, o cliente consegue fazer o mesmo pela internet e por aplicativos de mensagens.

É justamente nesse ponto que nasce a verdadeira vantagem competitiva. Quando o vendedor se limita a informar o preço, será comparado apenas por ele. Mas, ao orientar o cliente, compartilhar conhecimento e oferecer soluções, passa a ser reconhecido pelo valor que entrega.

Esse valor está na capacidade de identificar a necessidade do cliente, indicar a peça correta, evitar erros e resolver problemas com agilidade. Assim, o vendedor deixa de ser apenas um vendedor para se tornar um consultor, construindo confiança e fortalecendo o relacionamento com o cliente.



Francisco Gomes
Instrutor do curso *Balconista de Alta Performance*
@balconistaAP

MITO Nº 1 — TER O MENOR PREÇO AUMENTA AS VENDAS

Essa talvez seja uma das maiores ilusões do mercado de autopeças.

Muitas empresas reduzem suas margens acreditando que venderão mais. No entanto, preço baixo, por si só, não gera novas vendas. Uma política comercial competitiva só produz resultados quando faz parte de uma estratégia para conquistar novos clientes, reativar contas perdidas ou ampliar a participação no mercado. Para isso, é indispensável uma equipe comercial ativa, que prospecte oportunidades, comunique as ofertas, fortaleça o relacionamento com os clientes e utilize o preço como porta de entrada para novos negócios. Sem essa postura, reduzir preços apenas diminui a rentabilidade.

Quando a equipe espera apenas pelas cotações que chegam via WhatsApp ou responde aos mesmos clientes de sempre, o resultado é previsível: vende praticamente o mesmo volume, para as mesmas pessoas, com uma margem menor.

No mercado de autopeças, a necessidade do reparo define a compra. O cliente não aumenta o consumo porque o preço caiu; ele adquire apenas as peças necessárias para concluir o serviço. Sem ampliar a carteira de clientes ou gerar novas oportunidades de negócio, como venda de produtos complementares, a redução de preços apenas reduz a margem de lucro.

Imagine uma peça vendida por R\$ 200 que passa a custar R\$ 170. Se ela continua sendo vendida ao

mesmo cliente, na mesma quantidade, a empresa não ganhou mercado. Apenas abriu mão de R\$ 30 de margem em cada venda. Reduzir preços sem conquistar novos clientes não aumenta as vendas; apenas reduz a rentabilidade.

MITO Nº 2 — O CLIENTE É FIEL AO MENOR PREÇO

Nenhum cliente é fiel ao menor preço. Ele é fiel ao próximo menor preço.

O preço competitivo pode ser uma estratégia para conquistar espaço no mercado, especialmente em produtos que despertam o interesse inicial do cliente e criam oportunidades para vendas complementares. Um bom preço em pneus pode gerar negócios em suspensão. Uma condição atrativa em amortecedores pode abrir espaço para componentes de direção. O preço, nesse contexto, funciona como a chave que abre a primeira porta.

O grande erro é acreditar que o menor preço gera fidelização. A lealdade construída exclusivamente com base em descontos é frágil e temporária. O cliente que compra hoje apenas porque encontrou a melhor oferta provavelmente mudará

de fornecedor amanhã ao encontrar um valor ligeiramente menor em outro lugar.

O que realmente fideliza é o valor percebido no atendimento: entrega rápida, disponibilidade de estoque, conhecimento técnico e capacidade de resolver o problema do cliente. No mercado de autopeças, o fornecedor que ajuda a oficina a ganhar tempo e manter o veículo fora do elevador o mais rápido possível cria um relacionamento muito mais forte do que aquele que apenas oferece o menor preço.

O preço é um fator importante na decisão de compra, mas, para quem depende de confiança e agilidade para manter um veículo em operação, ele não é o único. Ter a peça correta, disponível no momento certo e contar com um fornecedor capaz de resolver problemas com rapidez faz toda a diferença.

No fim, o profissional que reclama por não ter o menor preço continuará refém da concorrência. Já aquele que conhece os diferenciais da empresa, desenvolve suas próprias competências e transforma atendimento em valor deixa de competir apenas por preço e conquista a preferência do cliente. Afinal, preços mudam todos os dias. Confiança, credibilidade e valor percebido permanecem.



A FORÇA DA
REPOSIÇÃO
AUTOMOTIVA

TECNOLOGIA QUE MOVE A REPOSIÇÃO.

Módulos de combustível VP:

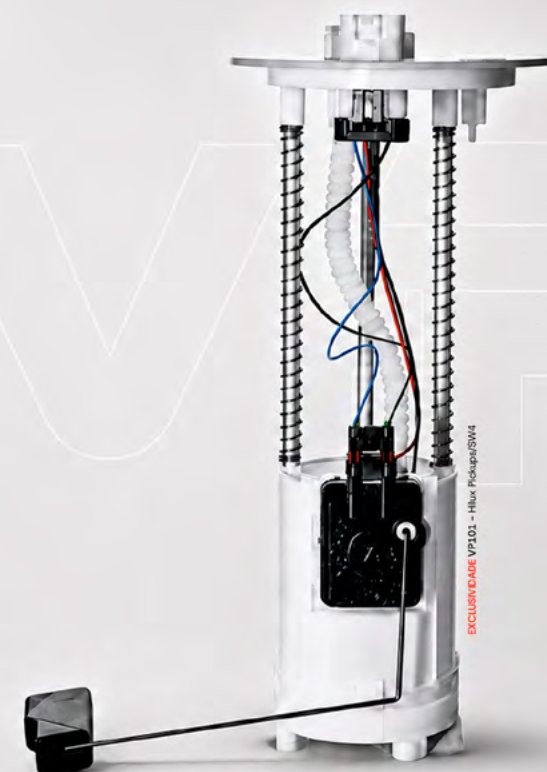
desempenho, qualidade e confiança para quem exige o melhor.

BAIXE NOSSOS CATÁLOGOS NO SITE E CONFIRA A LINHA COMPLETA DE PRODUTOS.

WWW.VP.IND.BR

Suporte Técnico: 11 97641-4906

INDÚSTRIA BRASILEIRA



Nossos módulos são produzidos com componentes de alta performance e refs **ORIGINAIS BOSCH**, referência mundial em tecnologia e confiabilidade.

TECNOLOGIA QUE TRANSFORMA E ESTILO QUE CONQUISTA: A NOVA HONDA CB650R E-CLUTCH



O universo das duas rodas vive uma revolução silenciosa em que a eletrônica não serve apenas para monitorar o motor, mas para redefinir completamente a experiência de pilotagem. No centro dessa transformação, uma novidade que estreou recentemente no mercado brasileiro já se tornou o assunto principal entre os entusiastas e de alto padrão. Estamos falando do sistema que torna o uso da alavanca da embreagem algo totalmente opcional. Essa inovação desembarca com força total na linha atualizada de uma das motocicletas mais desejadas do país, mostrando que a busca por suavidade e esportividade pode caminhar no mesmo ritmo. O objetivo principal dessa engenharia é garantir uma condução muito mais fluida em ritmos ace-

lerados, ao mesmo tempo em que transforma o trânsito urbano em um passeio descontraído e livre de estresse.

A grande estrela mecânica desse conjunto é o gerenciamento eletrônico da transmissão. Por meio de atuadores de alta precisão e sensores inteligentes, o motociclista pode trocar ou reduzir as marchas atuando única e exclusivamente no pedal, sem precisar tocar no manete esquerdo. É uma solução que une o melhor de dois mundos: a agilidade de um sistema automatizado com a pureza e a emoção do câmbio mecânico. Para os pilotos mais puristas, há um detalhe muito interessante: a tecnologia pode ser desligada a qualquer momento através do painel, permitindo que a motocicleta seja conduzida no modo convencio-

nal. Essa versatilidade confere ao modelo múltiplas personalidades, comportando-se como uma máquina mansa e confortável para as avenidas durante a semana e revelando um comportamento vigoroso e agressivo nas estradas sinuosas aos sábados e domingos.

Toda essa eletrônica trabalha em perfeita harmonia com o icônico motor de quatro cilindros em linha, um propulsor de arrefecimento líquido com duplo comando que esbanja elasticidade. Há uma forte conexão emocional aqui com o passado da marca. O desenho sinuoso do sistema de escapamento quatro em um não é mero capricho estético; ele evoca diretamente a herança visual da lendária superbike do final dos anos sessenta que popularizou os motores tetracilíndricos no mundo. No modelo atual, as curvas do escapamento convergem para uma ponteira compacta e elegante, que deixa à mostra a beleza da engenharia mecânica. Para garantir que toda essa força seja transmitida ao asfalto com total segurança, a engenharia incluiu um controle de torque selecionável, que evita perdas de aderência da roda traseira em acelerações em pisos escorregadios, além de uma embreagem assistida e deslizante, fundamental para evitar travamentos da roda em reduções severas.

“No aspecto visual e estrutural, a motocicleta adota o conceito de design minimalista que valoriza as formas brutas do motor e do tanque ergonômico.”

O conjunto ótico dianteiro é compacto e ladeado por tomadas de ar funcionais, criando uma postura agressiva na dianteira que contrasta com a rabeta curta e limpa. A ciclística de referência utiliza um chassi de aço de arquitetura consagrada, apoiado em uma suspensão dianteira invertida de alta performance e um amortecedor traseiro regulável fixado a uma balança de alumínio fundido. O apelo esportivo se consolida no sistema de frenagem, que conta com pinças de montagem radial com quatro pistões na dianteira, discos flutuantes generosos e sistema antitravamento de dois canais, garantindo frenagens firmes em qualquer situação. Na área de conectividade e tecnologia de bordo, o piloto conta com uma tela digital co-



lorida de cinco polegadas com diferentes modos de visualização, controlada facilmente por comandos iluminados no punho esquerdo.

Em termos de mercado, a novidade aparece em três acabamentos inéditos que valorizam a estética: Vermelho Victory Red, Azul Perolizado Pearl Caraiva Blue e Cinza Metálico Una Gray Metallic. O preço sugerido de lançamento, referência São Paulo, situase em R\$ 59.560, sem frete ou seguro — um posicionamento competitivo para uma motocicleta com motor quatro cilindros e pacote tecnológico que inclui o EClutch e o HSTC (controle de torque selecionável), sistema que ajuda a reduzir perda de aderência da roda traseira durante acelerações.

Algumas curiosidades que reforçam o apelo da CBR EClutch: a filosofia de tornar a alavanca de embreagem opcional segue tendência de modernização da pilotagem, aproximando motocicletas de alto desempenho de um público que valoriza praticidade sem abrir mão da dinâmica; o conceito Neo Sports Café, que prioriza o motor como elemento estético, remete às motos clássicas reinterpretadas para a era atual; e a adoção do EClutch permite que novos pilotos ganhem confiança mais rápido, enquanto pilotos experientes desfrutem de um recurso que pode ser desativado quando desejarem total controle manual.

Em resumo, a Honda CBR EClutch 2027 surge como uma opção convincente para quem quer a emoção de um quatro cilindros com soluções que tornam a vida a bordo mais fácil. Seja para curvas em finais de semana, seja para percursos diários pela cidade, ela entrega um pacote equilibrado: desempenho afinado, ciclística de referência, tecnologia útil e um visual que respeita a tradição sem deixar de ser contemporâneo.



Fernando Dutra
Diretor de Controladoria e Gestão da Maringá Auto Peças. Especialista em Sistema de Gestão, foi sócio da Falconi, onde atuou por quase 20 anos como consultor.

UM OBJETIVO SEM PLANO DE AÇÃO É APENAS UM DESEJO

Em agosto estive em Fortaleza para participar da AUTOP, junto com toda a liderança comercial da Maringá Auto Peças. Além das visitas aos stands dos expositores, para conhecer as novidades e fechar negócios, uma feira de autopeças é uma oportunidade ímpar para acelerar a curva de aprendizado, especialmente para quem, assim como eu, é novato no segmento. Acima de tudo, é uma enorme oportunidade para desenvolver ou fortalecer relacionamentos e compartilhar informações, experiências e boas práticas. Afinal, independente do mercado de atuação, todas as empresas de autopeças compartilham desafios comuns, tais como adequação à reforma tributária, implementação de novas tecnologias, contratação e desenvolvimento de pessoas ou desafios na gestão dos processos operacionais. Cada conversa com os participantes da feira provoca um turbilhão de ideias, saímos de lá com a expectativa de colocar em prática várias das oportunidades identificadas, levando o negócio para um outro patamar. Mas é justamente aqui que mora o principal desafio: execução. É necessário um esforço de organização das iniciativas, priorização e elaboração de um plano de ação estruturado, para que os objetivos sejam efetivamente alcançados. Para superar este desafio, existem método e fer-

ramentas de simples compreensão que, aplicados com disciplina, vão permitir a qualquer negócio avançar em busca das suas metas e objetivos. A ferramenta mais consolidada e difundida para a elaboração de um plano de ação é o 5W2H. A ferramenta surgiu no Japão, na década de 1950, no contexto do Sistema Toyota de Produção, quando os japoneses buscavam aprimorar seus processos industriais e eliminar desperdícios. É uma abreviação dos termos em inglês para **O QUE (What)**, **QUEM (Who)**, **QUANDO (When)**, **POR QUÊ (Why)**, **ONDE (Where)**, **COMO (How)** e **QUANTO CUSTA (How Much)**. Você pode implementar esta ferramenta imediatamente, com o apoio de uma simples planilha de Excel.

O QUE descreve a ação a ser realizada, que deve ser específica e iniciar com um verbo no infinitivo, para justamente reforçar o senso de execução (contratar, revisar, implementar, elaborar...).

QUEM é o responsável pela execução da ação, que deve ter nome e sobrenome. É quem será cobrado pelo resultado da ação.

QUANDO é o prazo final para conclusão da ação, uma data específica do calendário. Ações cujo prazo seja “semanalmente”

ou “sempre” indicam se tratar de uma rotina, não uma ação de melhoria.

POR QUÊ representa o motivo para executar a ação, seja para eliminar a causa de um problema ou aproveitar uma oportunidade. Recomenda-se iniciar com “Para...”, indicando assim a finalidade da ação.

ONDE informa o local onde será realizada a ação, que pode ser uma unidade específica da empresa, um setor ou um mercado de atuação, por exemplo.

COMO são os passos que devem ser realizados para se executar a ação. Lembre-se que a ação deve ser focada em um objetivo ou resultado! Neste campo, escrevemos o passo a passo para se chegar até lá.

QUANTO CUSTA, por fim, deve informar se há algum investimento financeiro necessário para implementar a ação, como a contratação de um serviço ou de uma nova ferramenta. Elaborar um plano de ação consistente, seguindo as melhores práticas de gestão, não é um exercício trivial. Deve haver um esforço deliberado, com clareza de qual meta ou objetivo deve ser alcançado, após a condução de uma boa análise do problema. Para simplificar e colocar em prática esta ferramenta, é válido trabalhar com o que chamo de 3W: Ação (What), Responsável (Who) e Prazo (When). Estes três campos, entretanto, são inegociáveis, para que tenhamos um plano de ação consistente. Vamos então sair da teoria para a prática. Faça uma reflexão: que ações devem ser estruturadas após sua participação na AUTOP? Imagine que visitou o stand de uma nova fábrica importadora de radiadores, que chega com produtos de qualidade e preço competitivo. Você pode registrar uma nota simples, como “Avaliar pedido para a nova marca”. Porém se estruturar a ação com o 3W, já consegue definir melhor:

• **AÇÃO (WHAT):** Introduzir nova marca no portfólio da empresa

• **RESPONSÁVEL (WHO):** José Ferreira (Gerente de Compras)

• **PRAZO (WHEN):** 30/09/2026 Se aprofundar a

utilização da ferramenta, pode ir além com os demais campos do 5W2H:

• **POR QUÊ (WHY):** Para aumentar a rentabilidade e reduzir a devolução na linha de radiadores

• **ONDE (WHERE):** Todas as lojas da rede

• **COMO (HOW):** Avaliando portfólio atual de radiadores; reduzindo marcas de baixo giro ou alto índice de defeitos; negociando condições comerciais de entrada com a nova marca; realizando pedido; promovendo ação de divulgação junto aos mecânicos.

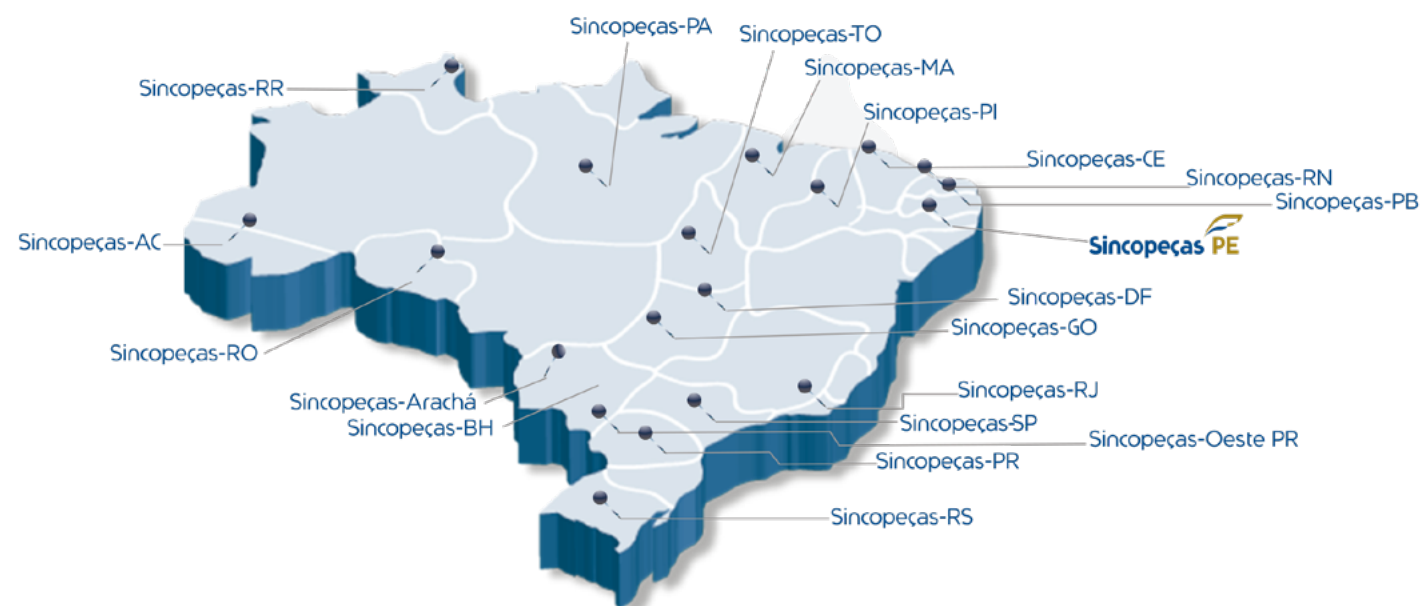
• **QUANTO CUSTA (HOW MUCH):** R\$ 1.000,00 (referente às iniciativas de marketing para introduzir a nova marca). Consegue perceber como o exercício de aplicação da ferramenta é muito mais específico do que o registro inicial de “realizar pedido da nova marca”? Agora, liste todas as ideias e oportunidades que surgiram após a sua visita à feira. Tenho certeza de que vai se deparar com um enorme número de possibilidades, talvez até com dificuldade de definir por onde começar. É aqui que vai entrar o princípio da priorização das ações, selecionando aquelas que vão resolver uma dor importante do negócio ou trazer um belo resultado. Acredite: você e sua equipe não vão conseguir executar tudo ao mesmo tempo. Portanto, priorize as iniciativas, execute, avalie o resultado da ação e então passe para a próxima da lista. Dois critérios para você considerar no momento de priorizar as ações: impacto no resultado e complexidade para implementação. Uma ação de baixa complexidade e alto impacto deve ser priorizada imediatamente, pois logo vai trazer resultados. Por outro lado, uma ação de alta complexidade e baixo impacto pode ser postergada ou mesmo descartada, pois vai exigir muito esforço para pouco resultado. Recomendo que inicie o esforço de transformar as suas ideias em planos de ação que permitam o controle da execução e dos resultados. Treine sua equipe de gestores, que por sua vez deverão treinar os próprios times. Quando toda a sua empresa estiver com a cultura de elaborar planos de ação implementada, a empresa passa a sair na frente para conquistar seus objetivos ao invés de correr atrás de desejos que parecem inalcançáveis.

Sincopeças PE

CNC
CBCPAVE

Fecomércio PE
CNC Sesc Senac
Sindicatos Empresariais | Instituto Fecomércio

SINCOPEÇAS
BRASIL



**Cartão do
Empresário
de Pernambuco**

connect | **Serasa Experian**
Parceiro Autorizado

Rua Arquiteto Luiz Nunes, 1471 - Imbiribeira - Recife/PE
TEL: 81 3422-0601 | contato@sincopecas-pe.com.br | www.sincopecas-pe.com.br



connect

Sincopeças PE

CERTIFICADO VENCENDO?

Hora de **fazer a revisão.**

Aproveite **condições exclusivas** para **renovar seu Certificado Digital** com praticidade, concedidas em parceria com a **SINCOPEÇAS-PE.**

e-CPF AI

e-CNPJ AI

Por: **R\$ 120,00** Por: **R\$ 140,00**

Emissão e renovação
por **Videoconferência**



connect | **Serasa Experian**
Parceiro Autorizado

Conte também com os serviços **Serasa Experian**
Consultas, negativas e mais!

Pague apenas pelo que usar



Renovou, ganhou:

**SAÚDE DO
SEU NEGÓCIO**
30 DIAS GRATUITOS

**Monitoramento
24h do seu CNPJ**

**Alertas automáticos por
e-mail e Whatsapp/SMS**

**Acompanhamento
completo do
Score CNPJ**

**Prevenção contra
fraudes e surpresas
financeiras**



Juntos
Somos
+ Fortes!

Sinco peças PE



REFORMA TRIBUTÁRIA



Janayna Fernandes Rodrigues
Consultoria Fiscal & Treinamento
Empresarial
www.socorrofiscal.com.br

IMPLEMENTAÇÃO DA REFORMA TRIBUTÁRIA:

Atualizou o sistema, classificou fornecedores por regime e alinhou com a contabilidade? Parabéns, você só começou a se preparar para a chegada do CBS!



Muitas empresas do setor de autopeças estão convencidas de que já estão se preparando para a Reforma Tributária. Quando pergunto o que estão fazendo, a resposta costuma ser parecida: atualizaram o sistema, começaram a separar fornecedores por regime tributário e conversaram com a contabilidade. Tudo isso é importante. Mas existe um problema, **Isso está muito longe de significar que a empresa está preparada.**

A Reforma Tributária não é uma simples troca de impostos dentro do ERP. Ela poderá alterar custos, créditos, preços, margens, compras, vendas,

estoque, fluxo de caixa e até a competitividade da empresa. E quem tratar o assunto apenas como uma obrigação fiscal poderá perceber tarde demais que o impacto aconteceu justamente onde mais dói: no lucro.

O sistema está pronto. Mas e as informações dentro dele?

Essa é uma das primeiras armadilhas. Não adianta possuir um sistema atualizado se os produtos continuam cadastrados incorretamente e se as operações fiscais não forem reconfiguradas. E atenção: existem configurações que precisam funcionar de uma forma até dia 31/12, e de outra

forma a partir de 01/01. Ou seja: a ressaca do fim de ano pode ser maior do que o esperado. Uma empresa de autopeças pode trabalhar com milhares de códigos. Quantos deles tiveram a NCM realmente revisada? Existem produtos semelhantes classificados de formas diferentes? A empresa já identificou quais mercadorias terão tratamentos tributários distintos no novo modelo? Um ERP atualizado não corrige cadastro errado. Ele apenas apresenta os novos campos obrigatórios. A parametrização é por sua conta.

Classificar fornecedores pelo regime tributário é só o começo.

Separar fornecedores entre Simples Nacional, Lucro Presumido e Lucro Real pode ajudar, mas essa informação isolada diz muito pouco. O que realmente interessa é entender o impacto de cada fornecedor no custo da operação. Quanto a empresa compra dele? Que créditos essas compras poderão gerar? Existem fornecedores alternativos? Um preço menor continuará sendo realmente mais barato quando os créditos forem

considerados? No novo cenário, o setor de compras precisará olhar além do valor da nota.

O fornecedor mais barato pode deixar de ser o fornecedor mais vantajoso.

E isso transforma tributação em decisão comercial.

E seus clientes? Você já analisou quem compra da sua empresa?

Aqui existe outro ponto praticamente ignorado. Autopeças vendem para consumidores finais, oficinas, transportadoras, frotistas, revendedores e empresas enquadradas em diferentes regimes tributários. Esses clientes poderão avaliar suas compras de maneiras diferentes.

Para clientes empresariais, por exemplo, o crédito tributário pode influenciar a comparação entre fornecedores. Isso significa que não basta perguntar quanto você compra e de quem compra. Também será necessário perguntar: Para quem você vende e como sua tributação poderá afetar a decisão de compra desse cliente? Quem só descobrir isso quando começar a perder vendas estará reagindo tarde.

quantas peças existem nas prateleiras. Será necessário conhecer a origem dessas mercadorias, documentos de aquisição, tratamentos tributários e informações cadastrais.

Em empresas com milhares de itens, tentar organizar tudo depois pode significar perder créditos.

O inventário de 2026 precisa ser planejado, não apenas contado. E os créditos que sua empresa pode estar deixando para trás?

Outro erro é olhar apenas para 2027. Antes da mudança definitiva do modelo, vale perguntar:

A empresa aproveitou corretamente todos os créditos permitidos até hoje? Existem documentos ou operações dos últimos anos que merecem revisão? Há valores que poderiam ter sido recuperados e nunca foram? Entrar em um novo sistema tributário deixando dinheiro esquecido no sistema anterior não parece uma boa estratégia. Principalmente quando o caixa poderá se tornar ainda mais importante.

Aliás, alguém já simulou o impacto no caixa?

Muito se fala sobre alíquotas. Pouco se fala sobre dinheiro disponível.

Com mecanismos como o split payment, a Reforma Tributária também poderá alterar a dinâmica financeira das operações. Empresas que vendem parcelado, antecipam recebíveis ou dependem fortemente do dinheiro das vendas para financiar suas despesas precisam estudar esse impacto.

Não basta calcular quanto haverá de imposto. É preciso saber quando o dinheiro ficará disponível para a empresa. Uma empresa pode apresentar lucro no papel e enfrentar dificuldades simplesmente porque seu fluxo financeiro mudou. Reforma Tributária não é assunto exclusivo da contabilidade. Esse talvez seja o maior erro de todos. Compras precisa entender créditos; Vendas precisa entender margem e formação de preço; financeiro precisa entender fluxo de caixa; Cadastro precisa entender classificação dos produtos. A diretoria precisa compreender fornecedores, clientes, estoque e rentabilidade; E a contabilidade precisa estar integrada a tudo isso.

A Reforma Tributária atravessa a empresa inteira, por isso, um verdadeiro diagnóstico de prepara-

ção precisa responder perguntas como: Os produtos estão corretamente classificados?

Todas as operações foram mapeadas? Os créditos possíveis foram identificados? Fornecedores e clientes foram analisados? O estoque está sendo preparado? As margens de 2027 já foram simuladas? O fluxo de caixa foi projetado? Compras e vendas sabem como suas decisões poderão afetar o resultado tributário? Existem indicadores para medir os impactos da mudança?

Quando fazemos essas perguntas, muitas empresas que diziam estar preparadas percebem uma realidade desconfortável: Elas não estavam preparadas. Estavam apenas tomando as primeiras providências. E perceber isso agora é ótimo.

Perceber em 2027 pode sair muito caro. Atualizar o sistema é necessário. Conversar com a contabilidade é indispensável. Classificar fornecedores é importante. Mas preparação de verdade começa quando a empresa consegue responder, com números. Quanto a CBS poderá mudar meu custo, meus créditos, meus preços, minha margem, meu estoque e meu caixa?

Se essa resposta ainda não existe, sua empresa não terminou de se preparar.

Na verdade, provavelmente acabou de começar.

QUER DESCOBRIR O QUE VOCÊ JÁ FEZ O QUE FALTA FAZER PARA PREPARAR SUA EMPRESA?
RESPONDA O QUESTIONÁRIO A PARTIR DO QR CODE E RECEBA EM 2 DIAS UMA LISTA DE SUGESTÕES PARA MELHORAR SUA PREPARAÇÃO.



SEU PREÇO CONTINUARÁ DANDO LÚCRO EM 2027?

Talvez essa seja uma das perguntas que mais mereçam atenção. Muitas empresas ainda estão formando seus preços com base na lógica tributária atual. Mas já começaram as simulações sobre 2027? Quais produtos continuarão rentáveis? Quais terão a margem reduzida? Quais grupos suportam reajustes? Onde o mercado não aceitará aumento de preço? Quais mercadorias representam muito faturamento, mas pouco lucro?

A Reforma Tributária não deveria aparecer primeiro na nota fiscal. Ela deveria aparecer primeiro na planilha de margem. Descobrir em 2027 que de-

terminado grupo de produtos deixou de ser rentável significa descobrir depois que o prejuízo já começou.

O estoque de dezembro de 2026 não pode ser tratado como mais um inventário

Para uma empresa de autopeças, esse talvez seja um dos pontos mais estratégicos da transição.

A legislação prevê situações de aproveitamento de créditos relacionados aos estoques existentes na virada para 2027. Isso significa que a empresa precisa saber muito mais do que simplesmente

ENGENHARIA INTELIGENTE E CUSTO OPERACIONAL COMPETITIVO DEFINEM O MODELO DA IVECO.

O segmento de transporte de passageiros exige, acima de tudo, um equilíbrio refinado entre a resistência mecânica e o retorno financeiro. Nas rotas urbanas e nas viagens de fretamento que interligam as cidades, a busca por veículos eficientes é uma constante para os operadores de frotas. Nesse cenário dinâmico, o chassi Iveco BUS 17-280 se consolida como uma alternativa estratégica para quem precisa de alto desempenho operacional sem abrir mão da previsibilidade de custos. O modelo foi projetado sob medida para lidar com severas jornadas de trabalho, entregando suavidade aos passageiros e excelente dirigibilidade para quem se senta ao volante.

O grande segredo dessa engenharia está posicionado sob o assoalho. O veículo utiliza o propulsor FPT N67, um motor de seis cilindros em linha e 6,7 litros que gera 280 cavalos de potência máxima. Mais do que a potência isolada, o grande destaque operacional é o torque de 950 Nm, que se mantém disponível em uma faixa ampla e plana de rotações. Na prática, essa característica técnica reduz consideravelmente a necessidade de trocas constantes na transmissão manual ZF de seis marchas. Com menos esforço do motorista, o sistema trabalha de forma mais linear, o que resulta diretamente em economia de combustível e menor desgaste de componentes internos da embreagem e dos freios. Com capacidade técnica para 17 toneladas de peso bruto total, o modelo demonstra enorme flexibilidade para receber diferentes configurações de carrocerias, acomodando confortavelmente dezenas de passageiros tanto em aplicações urbanas de alta rotatividade quanto no turismo de curta e média distância.

Além dos números brutos de desempenho, a concepção tecnológica do modelo traz soluções inteligentes para atender às normas atuais de controle de emissões. A fabricante optou por utilizar a tecnologia Hi-SCR, um sistema de redução catalítica seletiva que atua diretamente nos gases do escapamento por meio do uso de ARLA 32.



A grande vantagem dessa escolha é a completa eliminação da recirculação de gases de escape para o interior do motor. Como o propulsor aspira apenas ar limpo, a combustão ocorre de maneira muito mais eficiente e sem o acúmulo de fuligem que costuma exigir regenerações forçadas do filtro. Essa característica evita paradas imprevistas



na oficina e mantém o veículo disponível por mais tempo na linha. Complementando o pacote técnico voltado ao bem-estar, o chassi também oferece uma versão equipada com suspensão pneumática integral, que inclui um sistema eletrônico capaz de rebaixar a altura do degrau de entrada. Essa comodidade simplifica o embarque de idosos e pessoas com restrições de mobilidade, elevando o padrão de hospitalidade dos serviços de transporte privados e públicos.

No aspecto financeiro, o chassi atua em uma faixa de investimento competitivo para a categoria de pesados, com valores de mercado oscilando geralmente entre 850 mil e 880 mil reais, a depender dos componentes opcionais e dos sistemas de suspensão escolhidos pelo comprador. Contudo, o grande trunfo econômico se revela no custo total de propriedade ao longo do ciclo de uso do veículo. O chassi vem equipado com um assistente virtual de condução que monitora os parâmetros da viagem, fornecendo dados em tempo real sobre a pressão dos pneus e o consumo médio. Esse gerenciamento permite que os gestores de frota corrijam hábitos de condução agressivos, como acelerações desnecessárias. Ao suavizar o comportamento na pista, o consumo geral diminui e a vida útil dos componentes de desgaste natural é prolongada, garantindo que o investimento inicial se transforme em rentabilidade real no dia a dia da operação.

CURIOSIDADES:

- A nomenclatura "17-280" traz informação direta: o "17" refere-se à capacidade de peso bruto aproximada do conjunto e o "280" indica a potência do motor em cavalos, uma convenção útil para gestores identificarem rapidamente a vocação do chassi.
- O chassi é muito apreciado por carroceiros regionais pela facilidade de adaptação; não é raro ver versões customizadas com bagageiros reforçados, isolamento térmico extra ou interiores executivos surpreendentes para trechos de turismo.
- Em algumas frotas, o 17-280 acabou se tornando "co-ringa", usado tanto em linhas intermunicipais quanto em fretamentos especiais, graças à possibilidade de troca rápida de equipamentos e baixos custos de reforma.



A RELAÇÃO DIRETA ENTRE A SUSPENSÃO E A DURABILIDADE DOS PNEUS



O cenário rodoviário brasileiro impõe um ritmo severo aos veículos comerciais de carga e passageiros. Buracos, trechos não pavimentados e deformações constantes no asfalto exigem que o sistema de suspensão trabalhe no limite de sua capacidade operacional para estabilizar o veículo e isolar a estrutura de impactos destrutivos. Quando essa barreira de proteção começa a falhar devido ao desgaste natural de seus componentes, os efeitos colaterais surgem rapidamente em áreas críticas da operação, afetando de forma direta o desempenho do motor, a dirigibilidade e, de modo especialmente severo, a vida útil dos pneus.

Nos sistemas que utilizam suspensão pneumática, bastante comuns em caminhões rodoviários modernos e ônibus de longa distância, a atenção deve se concentrar na integridade das bolsas de

ar. Com o tempo, o contato frequente com sujeira, detritos e a própria variação térmica causa o ressecamento do material elástico, gerando micro vazamentos invisíveis a olho nu. Essa perda de pressão constante força o compressor pneumático a trabalhar em regimes mais elevados para manter a altura correta do veículo. Como consequência, há um aumento imperceptível no consumo de combustível e um estresse adicional sobre o sistema de ar comprimido, prejudicando o equilíbrio dinâmico do conjunto.

Os amortecedores de alta capacidade desempenham um papel fundamental nesse cenário, sendo responsáveis por controlar o retorno elástico das molas ou bolsas pneumáticas e manter o contato contínuo do pneu com o solo. Quando um amortecedor perde sua capacidade de retenção hidráulica, a roda começa a oscilar e pular sobre

Resistência para quem não pode parar

As **Cruzetas Albarus** foram desenvolvidas para suportar as aplicações mais severas, entregando resistência, durabilidade e a confiabilidade que fazem da marca uma referência no sistema de transmissão.

Com **ampla cobertura de aplicações e o padrão de qualidade Dana**, a linha Albarus oferece o desempenho que o mercado exige para manter veículos leves, pesados e comerciais sempre em movimento.

Conheça a linha completa em **albarus.com.br**
Treinamentos, vídeos, dicas e mais – visite: **universodana.com.br**

o pavimento de maneira irregular. Esse movimento desordenado causa uma abrasão localizada na banda de rodagem, gerando o chamado desgaste ondulado. Esse tipo de avaria degrada a estrutura da borracha de forma irreversível, inviabilizando a pneu antes do tempo previsto e impedindo até mesmo o processo de recapagem.

“A geometria de direção fecha o triângulo de atenção na parte inferior do chassi.”

Componentes como terminais de direção, barras de ligação e pivôs suportam cargas elevadas em cada manobra e necessitam de tolerâncias mínimas de folga. Qualquer folga acumulada nesses pontos altera o ângulo de convergência ou divergência das rodas. Com o alinhamento comprometido, os pneus dianteiros passam a sofrer um atrito transversal constante contra o asfalto, resultando em desgaste acentuado nas extremidades da banda de rodagem.

A implementação de rotinas rigorosas de inspeção preventiva, acompanhadas pelo alinhamento e balanceamento periódicos a cada manutenção programada, evita que pequenas falhas mecânicas se transformem em grandes prejuízos econômicos. A substituição preventiva de componentes desgastados por peças repositoras de padrão original preserva a dirigibilidade do veículo e protege um dos maiores investimentos do frotista, assegurando que o caminhão permaneça rodando com máxima eficiência e total segurança.



MERITOR

Força que transmite movimento para o Transporte Pesado

Componentes de cardan desenvolvidos para transmitir torque com resistência, precisão e confiabilidade nas aplicações mais exigentes.

Robustez e confiabilidade para quem não pode parar.

MERCADO DE VEÍCULOS ELETRIFICADOS SEMINOVOS E USADOS: UM SEGMENTO AINDA PEQUENO, MAS COM GRANDE INFLUÊNCIA SOBRE OS PREÇOS.



José Éverton Fernandes
Presidente FENAUTO.



O mercado brasileiro de veículos usados vive um dos momentos mais dinâmicos de sua história. Em 2025, foram comercializados mais de 18,5 milhões de veículos usados e seminovos, consolidando esse segmento como o principal responsável pela renovação da frota nacional e pelo acesso da população ao automóvel. Dentro desse universo, os veículos eletrificados — híbridos e elétricos — ainda representam uma parcela muito pequena das negociações. Apesar do crescimento acelerado nos últimos anos, sua

participação continua modesta quando comparada ao volume total do mercado brasileiro. Entretanto, seu impacto sobre a formação de preços tem sido muito maior do que sua representatividade numérica poderia sugerir. Isso ocorre porque o mercado automotivo funciona como um sistema de referências. Quando um veículo novo sofre redução de preço, recebe incentivos comerciais ou passa a oferecer mais tecnologia pelo mesmo valor, todo o mercado de seminovos e usados precisa se reposicionar.

Nos últimos meses, esse fenômeno ganhou intensidade com a chegada de novas montadoras ao Brasil, especialmente fabricantes chinesas, que ampliaram significativamente a oferta de veículos eletrificados. O aumento da concorrência trouxe uma política comercial bastante agressiva, com reduções de preços, campanhas promocionais e constantes atualizações tecnológicas. A cada novo lançamento surgem baterias mais eficientes, maior autonomia, novos sistemas de assistência ao motorista e avanços em conectividade. Esse ritmo acelerado faz com que modelos relativamente recentes percam valor de mercado mais rapidamente do que ocorria tradicionalmente. Sob a ótica do consumidor, esse cenário cria uma oportunidade bastante interessante. Hoje é possível adquirir veículos eletrificados seminovos por valores significativamente inferiores aos praticados há poucos anos, reduzindo uma importante barreira de entrada para quem deseja migrar para essa tecnologia. Naturalmente, alguns compradores ainda manifestam dúvidas quanto à vida útil das baterias, aos custos de manutenção e à infraestrutura de recarga. São preocupações legítimas, mas que tendem a diminuir gradualmente à medida que aumenta a oferta de assistência técnica especializada, cresce a disponibilidade de peças e se consolida o mercado de reposição.

“Do ponto de vista dos revendedores, o momento exige maior preparo técnico.”

Avaliar corretamente um veículo eletrificado vai além dos critérios tradicionais utilizados em veículos a combustão. Estado da bateria, histórico de manutenção, software, garantias do fabricante e disponibilidade de assistência passam a fazer parte da análise de valor do automóvel. Quanto ao comportamento dos preços, é possível traçar uma expectativa em três horizontes. No curto prazo, existe uma demanda maior que a oferta de eletrificados seminovos. A maior parte dos eletrificados 0KM vendidos nos últimos anos ou meses, ainda estão com seus primeiros proprietários. Esse desequilíbrio na relação oferta x demanda por eletrificados usados acaba impactando no preço. Dessa forma, no curto prazo o preço do eletrificado seminovo tende a permanecer valorizado. No médio prazo, a tendência é de

acomodação. À medida que o mercado absorver o novo patamar de preços, compradores e vendedores encontrarão um equilíbrio mais consistente entre oferta e demanda. O aumento gradual da confiança do consumidor também deverá contribuir para maior estabilidade. No longo prazo, os eletrificados usados tendem a ganhar participação crescente no mercado de usados, elevando a oferta desses veículos no mercado, somado à chegada de baterias com maior autonomia e outras inovações que certamente surgirão, os atuais modelos poderão ter uma desvalorização acima da normalidade.

O Brasil ainda está no início dessa convivência tecnológica, convivência e não transição, porque o mercado irá conviver com a realidade de diversas matrizes energéticas por um longo tempo. A eletrificação da frota é um processo irreversível, mas sua consolidação ocorrerá de forma gradual. Nesse contexto, o mercado de seminovos e usados continuará desempenhando papel fundamental ao democratizar o acesso às novas tecnologias e ampliar as opções para o consumidor. Mais do que um momento de preocupação, o atual cenário representa uma fase de adaptação. Para quem pretende comprar, surgem excelentes oportunidades. Para os revendedores, abre-se um novo campo de especialização. E para o mercado como um todo, inicia-se um ciclo de amadurecimento que tende a tornar os veículos eletrificados cada vez mais presentes na realidade do consumidor brasileiro.



ALÉM DAS MÁQUINAS: COMO DIREITO E PSICOLOGIA PODEM TRANSFORMAR O FUTURO DO SETOR AUTOMOTIVO



Lina Mara Alves Pinho
Advogada | Psicóloga Clínica e Jurídica | Pesquisadora das interfaces entre Direito, Psicologia e Saúde Mental no Trabalho | Perita Judicial do TJCE | Mediadora e Conciliadora Judicial (CNJ)

Quando pensamos no futuro do setor automotivo, a imagem que surge é a de veículos inteligentes, inteligência artificial, automação e conectividade. Entretanto, a transformação mais relevante talvez não esteja nas máquinas, mas na forma como as empresas gerenciam as pessoas que tornam essa inovação possível.

A evolução tecnológica modificou processos, acelerou decisões e ampliou a competitividade. Ao mesmo tempo, aumentou a complexidade do trabalho, exigindo adaptação contínua, novas competências e lideranças preparadas para conduzir equipes em um cenário de mudanças permanentes. Nesse contexto, saúde mental deixa de ser apenas uma pauta de bem-estar e passa a integrar a estratégia organizacional.

Essa mudança acompanha um movimento internacional. As diretrizes da Organização Mundial da Saúde (OMS) e da Organização Internacional do Trabalho (OIT), bem como a ISO 45003, demonstram que a prevenção dos riscos psicossociais depende da organização do trabalho, da qualidade da liderança, da comunicação e da cultura organizacional. No Brasil, a atualização da Norma Regulamentadora nº 1 (NR-1) reforça essa perspectiva ao incorporar expressamente os fatores de risco psicossociais ao Gerenciamento de Riscos Ocupacionais.

Para um setor caracterizado por elevada exigência técnica, inovação constante e intensa pressão por desempenho, esse tema torna-se estratégico. Montadoras, concessionárias, oficinas, transportadoras e empresas de autopeças convivem dia-

riamente com desafios que influenciam produtividade, segurança e sustentabilidade dos negócios. Os riscos psicossociais, portanto, não representam apenas uma questão individual; constituem um desafio organizacional.

É nesse ponto que Direito e Psicologia deixam de atuar apenas após o conflito para assumirem um papel preventivo. O Direito estabelece deveres de proteção ao meio ambiente do trabalho e orienta a gestão dos riscos ocupacionais. A Psicologia oferece evidências sobre liderança, comportamento, cultura organizacional e fatores que favorecem ou comprometem a saúde mental. Integradas, essas áreas fortalecem decisões mais responsáveis e ambientes de trabalho mais seguros.

A partir dessa convergência, proponho compreender a Governança Psicossocial como um modelo integrado de gestão em que lideranças, Recursos Humanos, Saúde e Segurança do Trabalho, Compliance, Psicologia e Direito compartilham a responsabilidade pela identificação, prevenção e monitoramento dos fatores psicossociais relacionados ao trabalho. Mais do que cumprir uma exigência normativa, trata-se de incorporar a saúde mental à estratégia empresarial e à gestão de riscos.

A indústria automotiva sempre liderou grandes transformações tecnológicas. O próximo diferencial competitivo poderá estar na capacidade de integrar inovação, conformidade jurídica e valorização das pessoas. Afinal, as máquinas continuarão impulsionando o futuro do setor. Mas serão as pessoas que definirão a direção desse futuro.

SPEED BRAKE
PASTILHAS PARA FREIOS

AGORA TEM
SPEED BRAKE
NA **PADRE CÍCERO!**



QUALIDADE
QUE VOCÊ
CONFIA



SEGURANÇA
QUE VOCÊ
MERECE



PARCERIA
QUE GERA
RESULTADOS



SPEED BRAKE
TECNOLOGIA A SERVIÇO
DA SUA SEGURANÇA

Você encontra na:

PADRE CÍCERO
AUTO PEÇAS



speedbrakeoficial



SAC 0800 773 2005



www.speedbrake.com.br

MAHLE

SEJA UM MECÂNICO LUVA AZUL

Aprenda com a MAHLE

CURSO GRATUITO COM CERTIFICADO EAD MAHLE

Novo curso disponível: Motor Diesel Multijet 2ª Geração
Toro | Jeep Renegade | Jeep Compass



Inscreva-se pelo QR-code ou acesse:
training.mahle.com



   mahlepravalier
 mahle-aftermarket.com