MERCADO AUTOMOTIVO

REVISTA OFICIAL DOS DISTRIBUIDORES

Apoio ANDAP Associação Nacional dos Distribuidores de Autopeças

grupo photon

ANO 28 - #279

Altas expectativas

14ª edição da Automec traz experiências e conteúdos especiais para os visitantes

Marcus Vinicius Pereira,

diretor de Aftermarket da Sabó América do Sul, analisa os desafios da reposição brasileira

ISSN 1674-8700 00279

9 771674 870367

OFERECER O MELHOR ATENDIMENTO:
UM COMPROMISSO QUE PERMANECE IGUAL DESDE 1969.

Os 50 anos da Roles são motivo de muito orgulho pois representam uma história de ética, dedicação e da constante busca por oferecer os melhores produtos e serviços aos nossos clientes. Agradecemos à todos os nossos parceiros pois, juntos, construímos esta grande história.

Juntos fazemos melhor.

ROLES.COM.BR

FACEBOOK.COM/ROLESCONECTAR

ROLES AUTOPEÇAS 50 ANOS

AUTOMEC

Visite-nos na Automec - Stand E41
São Paulo Expo SP - 23 a 27 de Abril

MAHLE NAKATA PHILIPS SACHS SCHAEFFLER SKF SPICER TIMKEN TRW URBA Valeo VDO WIX

O MAIOR EVENTO DO AFTERMARKET VAI COMEÇAR

Rodrigo Carneiro, presidente da Andap – Associação Nacional dos Distribuidores de Autopeças

Falta pouco para começar o maior e mais importante evento do mercado de reposição da América Latina, a Automec, que tem números surpreendentes, como a presença de mais de 1.500 marcas, e as empresas já se preparam para apresentar as novidades de 22 a 27 de abril, no São Paulo Expo, na capital paulista. A expectativa do público em conhecer as tendências num momento de tantas mudanças tecnológicas torna a feira ainda mais esperada e especial.

A matéria de capa trata justamente desse cenário e destaca as opiniões de representantes do setor, além das atrações desta edição. A Andap e o Sicap, estarão presentes como de costume, promovendo evento dedicado ao aftermarket durante a Automec com temas sobre inteligência de mercado e cases de sucesso na distribuição.

Esta edição também traz matéria econômica com a participação do novo presidente do Banco Central, Roberto Campos Neto, que tem como desafio manter baixa a taxa de juros. Ele fala, ainda, da importância da aprovação da Reforma da Previdência, na visão do Ministério da Economia.

Esta abordagem econômica oferece um panorama sobre os rumos da economia brasileira neste governo que acaba de começar, que também refletem no mercado de reposição.

Outro ponto importante é que as vendas de veículos vêm em um ritmo bem melhor desde 2018 e que se repete nos primeiros meses deste ano. Sinal de que a frota circulante, apesar de envelhecer, também aumenta e gera demanda para a reposição.

Até breve!
Uma excelente Automec!

NAKATA®

flag

SUA MARCA
SEU JEITO

Sua digital é única. Seu negócio também. E mais ainda, o seu jeito de ser, fazer, resolver e cuidar bem de seus clientes. Por isso, a Nakata trabalha e investe para atender você cada vez melhor, como só ela sabe. Esse é o nosso jeito de valorizar você.

nakata.com.br | 0800 707 80 22

TUDO AZUL. TUDO NAKATA.

nakata digital_

Blog Catálogo Eletrônico EAD

NAKATA®

Índice

10 ENTREVISTA
Diretor de Aftermarket da Sabó América do Sul, Marcus Vinicius Pereira fala sobre os desafios enfrentados pela empresa em sua atuação nacional

14 ECONOMIA
Presidente do BC assume desafio de manter inflação baixa em 2019

18 MATÉRIA DE CAPA
Em sua 14ª edição, Automec aposta em experiências e conteúdos diversificados

24 PRÊMIO ALIANÇA
DPK realiza Prêmio Aliança e é marcado pela importância do primeiro emprego

28 CARLOS JÚLIO
Compartilhar lucros realmente ajuda?

30 ERICK PENNA
"Wi-fi Ralph": uma bela lição de empreendedorismo

32 AUTOPROMOTEC 2019 BOLONHA - ITÁLIA

35 EMPRESAS
Shopping de Autopeças Mercadocar é líder da América Latina e referência nacional do setor varejista

36 PESQUISA PCCV
Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista do Estado de São Paulo

38 IQA-INSTITUTO DA QUALIDADE AUTOMOTIVA
Novo consumidor tem outras expectativas

40 CULTURA
Livro atualiza conceitos e estratégias para empresas que procuram mercados mais promissores

42 JERÔNIMO MENDES
Você é o verdadeiro artista

46 NÚMEROS DO SETOR
Confira os últimos dados do setor automotivo divulgados pela Anfavea

48 FLASH

PODE CONFIAR. ONDE TEM ESSE SELO, TEM QUALIDADE DANA.

Quando você vir esse selo, pode ter certeza de que tem em mãos um produto com padrão de qualidade Dana, líder mundial em componentes de transmissão e reconhecida pela inovação e pelo compromisso com as necessidades de seus clientes, seja na reposição, seja nas montadoras, aqui e em todo o mundo. Por isso, não tem erro, quando encontrar esse selo pode ficar seguro. É Dana.

@canaldana dana.com.br /seucanaldana

DANA

MERCADO AUTOMOTIVO

REVISTA OFICIAL DOS DISTRIBUIDORES

grupo photon

DIRETORIA
Marilda Costa Salles Ávila
marilda@photon.com.br
Jarbas Salles Ávila Filho
avila@photon.com.br

JORNALISTA RESPONSÁVEL
Jarbas Salles Ávila Filho (MTB 35.378)

CONSELHO EDITORIAL
Renato Giannini, Rodrigo Carneiro, Antonio Carlos de Paula, Ana Paula Cassorla, Majô Gonçalves e Fernando Vasconi

REDAÇÃO
redacao@photon.com.br
Jarbas Salles Ávila Filho, diretor;
Majô Gonçalves e Thassio Borges, colaboradores;
Mariangela Paganini, revisora

DEPARTAMENTO DE NEGÓCIOS
Marilda Costa Salles Ávila
marilda@photon.com.br

COMERCIAL
Fernanda Soares
fernanda@photon.com.br

FOTOGRAFIA
Arquivo Photon, Divulgação

FINANCEIRO
financeiro@photon.com.br

FALE COM A MERCADO AUTOMOTIVO

PELA INTERNET
www.revistamercadoautomotivo.com.br
www.photon.com.br

POR E-MAIL
comercial@photon.com.br

POR TELEFONE
55 (11) 2305-8385

NO WHATSAPP
55 (11) 9 4176-5011

NO FACEBOOK
www.facebook.com/revistamercadoautomotivo

Apoio ANDAP
Associação Nacional dos Distribuidores de Autopeças

PRESIDENTE
Rodrigo Francisco Araujo Carneiro

VICE-PRESIDENTES
Alcides José Acerbi Neto, Ana Paula Cassorla, Anselmo Dias
Antonio Carlos de Paula

SECRETÁRIOS
Joaquim Alberto da Silva Leal, Mateus Garros de Barros

TESOUREIROS
Claudio Gilberto Marques, Guido Maria Luporini

DIRETORES
Armando Diniz Filho, Carlos Alberto Pires, Gerson Silva Prado, Jayme Scherer, Rogério Ferreira Gomide, Sandra Cristine Cassorla de Camargo

CONSELHO FISCAL EFETIVO
Diogo Sturaro, José Álvaro Sardinha, Rafael Palobino Acerbi

CONSELHO FISCAL SUPLENTES
Arnaldo Alberto Pires, Ivaneide Pereira Schutz, Marcos Antonio Nunes Bezerra

CONSELHO CONSULTIVO
José Angelo Bonarette Sturaro, Luiz Cassorla, Luiz Norberto Pascoal, Renato Agostinho Giannini, Sergio Comolatti

DIRETORIA REGIONAL 2018-2022

SUDESTE
Guido Luporini

NORDESTE
Carlos Eduardo M. de Almeida

GOIÁS/DISTRITO FEDERAL
Neomar Guimarães

NORTE
Felipe Caldeira Carneiro Martins

MINAS GERAIS
Rogério Ferreira Gomide

SANTA CATARINA
Jacqueline Scherer Caporrino

FALE COM A ANDAP

PELA INTERNET
www.andap.org.br

POR E-MAIL
sicap@andap.org.br

POR TELEFONE
55 (11) 3266-7700

GRUPO PHOTON
As matérias assinadas são de responsabilidade dos autores. Reproduções de artigos e matérias estão autorizadas, desde que citada a fonte.

Revista MERCADO AUTOMOTIVO é uma publicação mensal do Grupo Photon.
Circulação abril de 2019.
Rua Enéas Bastos e Souza, 88 - CEP 02436-020 - São Paulo - SP - Brasil

SEMINÁRIO DA REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA & MERCADO AUTOMOTIVO EXPO DAY
CARRO 100% CAMINHÃO 100% MOTO 100%

TAKAO
SEGURANÇA EM MOTOR

Somos a Marca que possui o maior portfólio de peças para motores linha leve do Brasil.

Mais de 17 mil itens a pronta entrega

Para mais de 1.200 motores

Nacionais e Importados

Anéis

Arruelas de Encosto

Bielas

Bombas D'água

Bombas de Óleo

Bronzinas

Camisas de Cilindro

Comandos de Válvulas

Correias

Guias de Válvulas

Juntas

Kits Corrente

Parafusos de cabeçote

Pistões

Retentores

Tensores

Tuchos de Válvulas

Válvulas

AUTOMEC
14ª FEIRA INTERNACIONAL DE AUTOPEÇAS, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS

VENHA NOS VISITAR NO STAND E171

@takaodobrasil takao.com.br blog.takao.com.br academia.takao.com.br

TAKAO
SEGURANÇA EM MOTOR

Desafios constantes

Em entrevista exclusiva à revista Mercado Automotivo*, Marcus Vinicius Pereira, diretor de Aftermarket da Sabó América do Sul, fala sobre os desafios da reposição no Brasil. Pereira discorre também sobre os valores que levam a Sabó a aproximar-se dos 80 anos de história em um mercado tão competitivo*

Mercado Automotivo – Gostaria que falasse sobre o cenário atual do aftermarket no Brasil. O que mais tem impactado a receita das empresas: os desafios da logística, a carga tributária ou a flutuação da demanda nos últimos anos?

Marcus Vinicius Pereira – O cenário atual do aftermarket é positivo. Estamos com a maior frota demandante da história, ou seja, veículos que já saíram da garantia. Apesar da queda na produção de veículos zero km, a frota circulante cresce e, por consequência, a frota que demanda peças da reposição também. No meu ponto de vista, o que mais impacta o aftermarket é a capacitação dos aplicadores, tanto técnica como de gestão e atendimento. Veja, o dono do veículo ainda desconfia dos diagnósticos apresentados, sempre acha que o aplicador quer consertar o que na visão dele não é necessário. É preciso saber explicar e convencer o cliente dentro de argumentos técnicos e transparentes. Outro ponto: a capacitação técnica e equipamentos para atender as tecnologias atuais. O dono do veículo sempre vem com a pergunta básica: 'A luz no painel vai apagar?' Veja, esse é o menor dos problemas se o aplicador estiver atualizado e equipado. Outros fatores mencionados (logística e carga tributária) têm que ser trabalhados, mas atualmente não estão influenciando na performance do aftermarket.

MA – Desde 2015, a Sabó tem concentrado sua atuação no negócio de vedação para o mercado automotivo. O senhor considera ser essa uma tendência para o setor nos próximos anos? A especialização em determinado ramo? Ou o perfil "generalista" ainda tem espaço para sobreviver?

MVP – Nosso negócio é vedação. Atuamos nas linhas leve, pesada e agrícola. Temos índices expressivos de lembrança de marca e intenção de compras dentro desse contexto. Continuamos desenvolvendo produtos para atualizar nosso portfólio e nesse momento estamos trabalhando na reestruturação da nossa Engenharia (exclusiva para o aftermarket) para ganharmos rapidez e qualidade nos novos desenvolvimentos. Temos ainda o que chamamos de Projeto Sabó Total, por meio do qual embalamos produtos que não fabricamos, mas que o mercado reconhece quando colocamos a nossa marca. A nossa visão é atender a frota circulante. Não pensamos numa especialização em um determinado ramo ou segmento.

MA – Qual sua análise sobre a infraestrutura logística no Brasil atualmente? Ainda é necessário promover a abertura de filiais em outras regiões, ou é possível chegar a essas localidades a partir de parceiros locais?

MVP – Esse é um tema que gera muita discussão (abertura de filiais). O Brasil tem dimensão continental, temos mais de 5.000 municípios, frota demandante muito diversificada e baixo estoque em toda a cadeia desde o distribuidor até o aplicador. Atualmente, quando o veículo encosta para manutenção, é feito o diagnóstico, o aplicador faz a cotação e se o serviço é aprovado já solicita as peças. Tudo isso de forma muito rápida e praticamente on-line. Quem não estiver próximo do dia a dia dos aplicadores, principalmente nos grandes centros, vai perder negócios. Os regionais são fortes, conhecem a região, têm relacionamento e sabem atender muito bem. Os nacionais reconhecem esse trabalho e estão abrindo filiais em cidades do interior. Por outro lado, os regionais também veem as capitais como grandes oportunidades de crescimento e já se movimentam nesse sentido. Atualmente, a nossa rede de distribuidores nacionais e regionais conta quase 600 filiais. Ainda existe espaço, esse movimento não vai parar.

MA – Gostaria que falasse sobre o impacto da tributação no aftermarket brasileiro, especialmente no que diz respeito à Substituição Tributária. O senhor considera que uma mudança nesse cenário por parte do governo/legisladores deve ser tratada com urgência?

MVP – Esse é um tema extremamente importante, pois a nossa carga tributária, além de elevada, é muito complexa, destrói valor e gera altos custos para as empresas. Todas as entidades têm trabalhado fortemente visando reduzir e simplificar o que diz respeito à tributação, mas a fome dos Estados e da Federação é muito grande e o trabalho para mudanças parece insano. Temos que continuar trabalhando nesse sentido. O Brasil está iniciando um novo governo com possibilidades de mudanças.

MA – Muitas lojas do varejo automotivo têm diminuído a quantidade de produtos adquiridos de uma vez só, dividindo-os em diversas pequenas compras. O senhor considera que essa situação deve ser revertida com a recuperação da economia? Ou é um "formato" que tem ampliado sua força?

MVP – Os estoques vêm sendo ajustados desde a entrada da substituição tributária em 2008. Aliado a isso, temos a diversificação da frota com diferentes modelos, motorizações e outros sistemas como, por exemplo, freios, injeção, etc. Estoque requer espaço, sistema para controles e principalmente capital. Existe uma curva básica, mas dificilmente um varejo consegue ter tudo e em quantidade, por isso essa situação vai continuar em toda a cadeia. Ou seja, temos um grande trabalho logístico pela frente para que a peça chegue ao aplicador no momento certo. Esse movimento independe da recuperação da economia, é um trabalho constante.

MA – É possível dizer que o pior da crise econômica brasileira já passou? Ao menos em relação ao setor automotivo?

MVP – O Brasil vem se recuperando, as montadoras vêm subindo a produção gradativamente, estão se reinventando, novos concorrentes chegaram. O aftermarket não parou de crescer, as vendas nunca caíram, mesmo no auge da crise em 2014/2015. Temos muitos pontos a trabalhar como já mencionamos (questões tributárias, logísticas); em alguns casos, as margens é que vêm caindo ano após ano.

MA – O Grupo Sabó caminha rumo aos 80 anos de história. Em um país com transformações tão intensas em seu cotidiano, qual é a importância de atingir uma marca como essa?

MVP – A Sabó vive o mercado, está sempre presente em todos os segmentos e em todos os elos da cadeia. Nos relacionamos com aplicadores, varejistas e distribuidores para aprendermos e melhorar cada vez mais os nossos serviços e o nosso posicionamento nesse mercado tão competitivo. Nas últimas pesquisas atingimos níveis expressivos, o que só aumenta a nossa responsabilidade em prestar ótimos serviços ao mercado. Nesses 80 anos, a Sabó acompanhou o crescimento do Brasil, o crescimento da indústria automobilística e o crescimento do aftermarket. Isso nos levou a ser uma grande marca, porém nunca paramos de aprender.

MA – Ainda que não possamos falar de uma fórmula pronta, que valores ajudam a explicar a longevidade do Grupo Sabó no mercado brasileiro?

MVP – Somos uma organização constituída por um conjunto de comportamentos que asseguram o nosso crescimento e o nosso sucesso. Utilizamos a transparência para conquistar a confiança de nossos colaboradores, fornecedores e clientes. Temos disposição para aprender, reconhecemos os nossos limites. Isso nos leva a ser uma empresa de classe mundial com forte presença em todos os mercados em que atua.

MA – Em relação às exportações, o Grupo Sabó observa alguma região/país com maior interesse neste momento? E há alguma preocupação em relação a determinada região ou nação?

MVP – A Sabó exporta para os mercados O&M e Aftermarket. Atendemos as principais montadoras em nível mundial e quanto ao mercado de reposição, temos grande participação na América Latina e em outros continentes através de parcerias. Não temos restrições em relação a regiões ou nações.

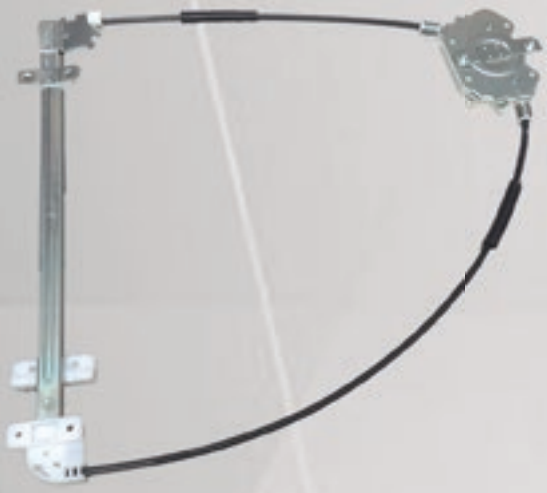
MA – Por fim, gostaria que falasse sobre as expectativas da Sabó para o mercado brasileiro nos próximos 5 anos. O grupo é otimista com a situação do aftermarket?

MVP – Eu sempre brinco, ninguém projeta estabilizar ou recuar. Acompanhamos a evolução da economia, evolução dos O&Ms, o crescimento e a diversificação da frota, novas tendências e novas tecnologias. Nos nossos próximos 5 anos continuaremos dando foco ao aftermarket. A frota está aí, cresce ano a ano, o Brasil vai continuar crescendo. Somos otimistas e continuaremos trabalhando para melhorar esse importante segmento.

Zinni & Güell Ltda

Indústria de Auto Peças

A marca de Qualidade



R-4176 E/D
Máquina Reguladora
Kombi Clipper - Todas

Passe seu leitor de Qr code do smartphone ou se for Iphone ligue a câmera.

Faça como os maiores e melhores distribuidores, use essa ferramenta para treinar sua equipe de vendas ou auxiliar seus clientes.
Pioneira em ferragens no canal do YouTube.
Toda semana um vídeo novo de instalação de máquina de vidro.

Qualidade | Garantia | Entrega Rápida | Linha Completa máquinas de vidro

Compartilhe essa Marca!

/ind.zinniguell/ | /zinnieguell/ | YouTube zinni e guell | zinnieguell.com.br

Fabio Rodrigues Pozzebom/Agência Brasil

Promessa de Autonomia

Novo presidente do Banco Central quer aprimorar transparência da entidade, bem como manter a inflação em níveis baixos

Em um momento de mudanças em diversos campos no Brasil, a chegada de Roberto Campos Neto ao Banco Central levantou dúvidas quanto às políticas que deverão ser adotadas e defendidas pelo novo presidente da entidade. Em seu primeiro discurso à frente do BC, no entanto, Neto fez questão de tranquilizar os presentes ao afirmar que defenderá a autonomia formal da instituição, com o objetivo de também aprimorar a transparência na comunicação do BC com a sociedade.

"Além de trabalhar para manter as conquistas, é necessário avançar. E nesse sentido, acreditamos que um Banco Central autônomo estaria melhor preparado para consolidar os ganhos recentes e abrir espaço para os novos avanços de que o país tanto precisa", declarou o novo presidente do Banco Central.

Um dos desafios será manter a inflação em níveis baixos, algo que fora comemorado pela população brasileira nos últimos semestres, diante de uma difícil recuperação econômica do país.

De acordo com Neto, em sua gestão o Banco Central irá se empenhar para cumprir suas duas principais missões: manter o poder de compra da moeda por meio de inflação baixa e a solidez do sistema financeiro. Ainda de acordo com ele, o governo brasileiro deverá trabalhar para ampliar o mercado de

capitais privado (correspondente à captação de recursos para grandes projetos do setor privado), democratizar o sistema financeiro e melhorar a educação financeira da população como um todo, de modo a estimular a participação de todos no mercado e ampliar a formação de poupança.

"Queremos tornar o mercado mais aberto para os estrangeiros, com uma eventual moeda conversível que sirva de referência para a região", completou. O novo presidente do BC é neto do economista Roberto Campos, que atuou como ministro do Planejamento nos anos 1960. Campos Neto já havia sido indicado ao cargo pelo ministro da Economia, Paulo Guedes, em novembro. No entanto, apenas tomou posse ao final de fevereiro, devido à necessidade de ser sabatinado pelo Senado Federal.

Balanço de Goldfajn

À Agência Brasil, o ex-presidente do Banco Central Ilan Goldfajn fez um balanço de sua gestão e analisou que a maior transparência da entidade junto à sociedade, bem como o ganho de credibilidade da instituição, contribuiu para reduzir as expectativas de inflação.

Goldfajn também destacou que, enquanto esteve no cargo, conseguiu reduzir a inflação oficial pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) de 11% (em 2015) para cerca de 4%, ao mesmo tempo em que conseguiu reduzir a taxa Selic para 6,5% ao ano, no menor nível da história.

"A queda na inflação permitiu redimensionar expectativas e liberar forças de demanda após dois anos de combinação perversa de inflação e recessão [2015 e 2016]. A redução da Selic ocorreu de forma sustentável. Os juros de mercado indicam confiança de que podemos ter juros mais baixos de forma estrutural no futuro, dependendo da aprovação reformas e da administração da economia", avaliou.

O ex-presidente do BC avaliou ainda que sua gestão foi estimulativa, ou seja, procurou manter juros baixos para justamente estimular a economia. O resultado, de acordo com ele, foi visível especialmente em 2018. "Num ano em que a maioria dos emergentes elevou as taxas básicas, evitamos retirar estímulo monetário tão necessário para a recuperação da economia brasileira", disse.

Por fim, Goldfajn destacou a chamada Agenda BC+, um conjunto de medidas para reduzir o custo do crédito, modernizar a legislação, ampliar a inclusão financeira e tornar o sistema financeiro mais eficiente.

Como principais medidas adotadas no âmbito da Agenda BC+, Goldfajn citou a regulamentação da Fintechs (instituições financeiras tecnológicas de crédito colaborativo), a portabilidade da conta-salário, a Taxa de Juros de Longo Prazo (TLP) e o limite de 30 dias para o rotativo do cartão de crédito. "Tudo isso contribuiu para levar a um menor custo de crédito para a sociedade", disse.

Déficit de contas públicas

Também nos primeiros meses de 2019, o Ministério da Economia consultou instituições financeiras para obter uma previsão atualizada para o resultado do déficit de contas públicas ao final deste ano. A estimativa de déficit primário foi reduzida, passando de R$ 99,5 bilhões para R$ 98,1 bilhões. Para 2020 a previsão de déficit é de R$ 68,4 bilhões, de acordo com as mesmas instituições consultadas.

A pesquisa encomendada pelo Ministério da Economia apresentou também a projeção para a dívida bruta do Governo Central. Para este ano, a projeção é de que o índice represente 78% do Produto Interno Bruto brasileiro. Para 2020, a estimativa sobe para 79,2% do PIB.

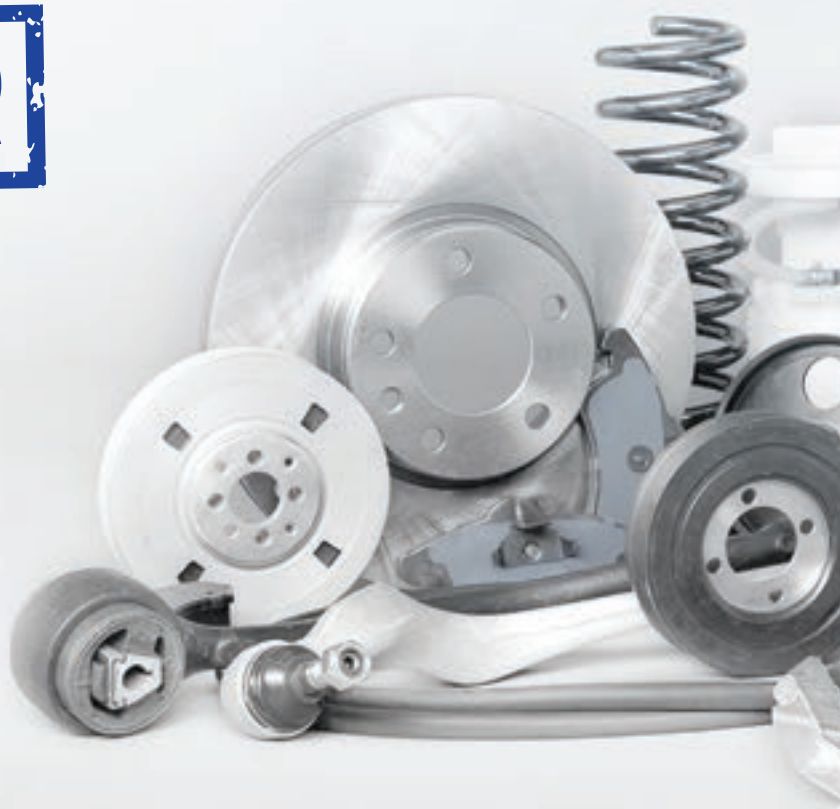
Outra informação importante divulgada pelo Ministério da Economia, através da Secretaria de Política Econômica, diz respeito à importância que o Governo Federal atribui à aprovação da reforma da Previdência.

De acordo com relatório da pasta, a União terá dificuldades em pagar os salários do funcionalismo a partir de 2020, caso a reforma da Previdência não seja aprovada. Na ausência de mudanças na Previdência, a expectativa é que a dívida pública atinja 83,9% do PIB em 2020 e 102,3% em 2023.

A Agência Brasil ressalta que, de acordo com o relatório, embora a arrecadação tenha ficado estável pela falta de mudança de regras, as despesas têm aumentado ano a ano por causa do envelhecimento da população e do aumento da expectativa de vida, que demandam cada vez mais o pagamento de aposentadorias e de pensões.

*Com informações da Agência Brasil.

EXPERIÊNCIA E TRADIÇÃO PARA ATENDER O SEU NEGÓCIO.



- *Compromisso com a sua empresa.*
- *Variedade e qualidade do nosso portfólio.*
- *Rapidez na entrega em todo o Brasil.*

AUTOMEC
14ª FEIRA INTERNACIONAL DE AUTOPEÇAS, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS

Esperamos a sua visita

Stand E41
São Paulo Expo - SP
23 a 27 de Abril

Conte com a expertise de quem é especialista. A SAMA e a LAGUNA oferecem o **maior portfólio de autopeças** para os segmentos de **leves e pesados**, além das **melhores soluções para motores diesel** do país. São **22 centros de distribuição, com equipe técnica treinada e especializada**, entregando **qualidade** com **agilidade** e **eficiência**, onde quer que você esteja.

Você é a nossa peça-chave.

DASA / Distribuidora Automotiva

Acessórios
Alimentação
Arrefecimento
Borracha
Câmbio

Direção
Diversos
Elétrica
Embreagem
Filtro

Freio
Motor
Rolamentos
Suspensão
Transmissão

Conheça a filial mais perto de você.

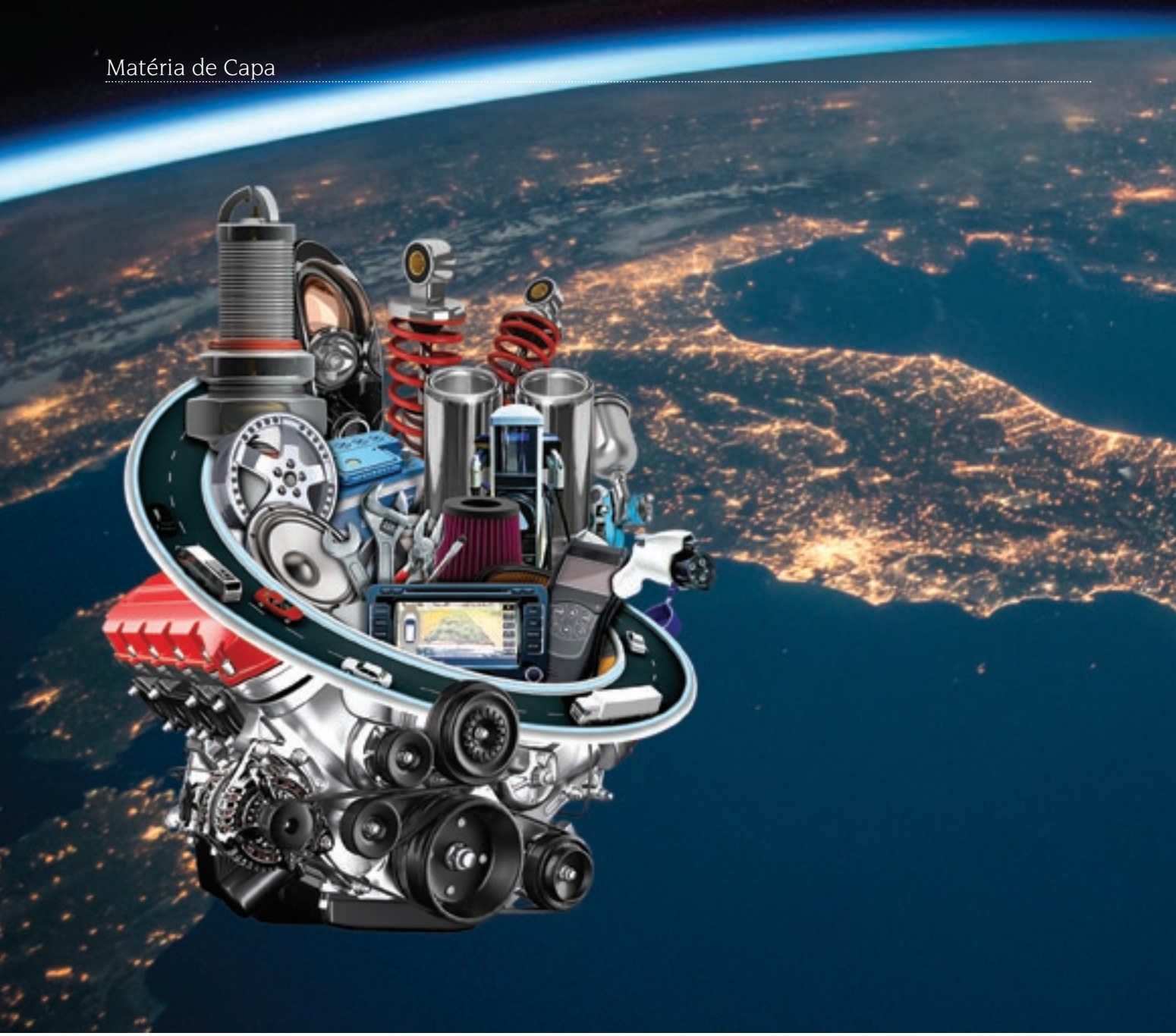
Sama

Laguna

Sama Autopeças

Laguna Autopeças

www.distribuidora.com.br

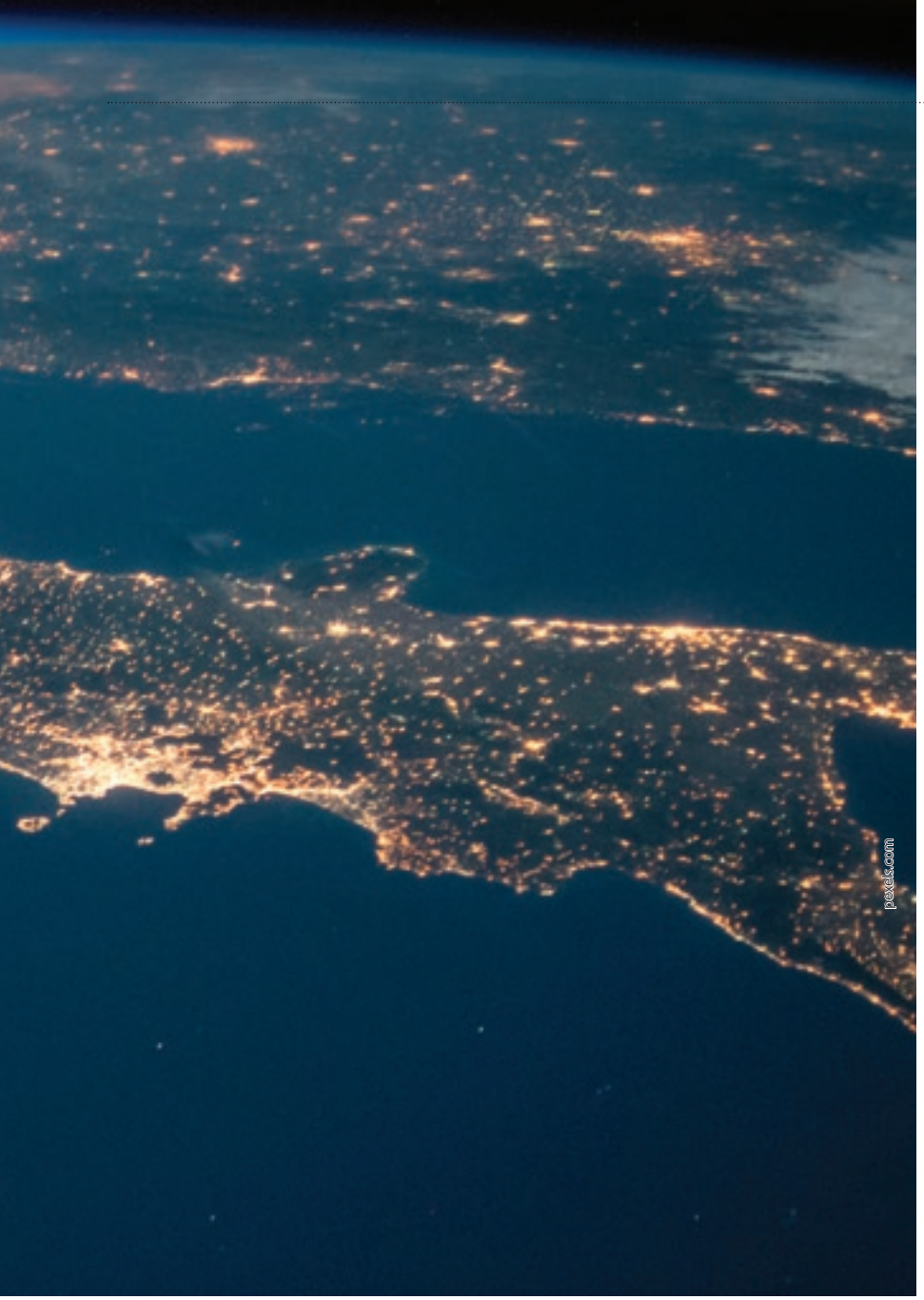


Grandes expectativas

Em sua 14ª edição, Automec investe em experiências e conteúdos para proporcionar evento histórico

A cidade de São Paulo recebe, de 23 a 27 de abril, mais uma edição da Automec. O evento acontecerá no São Paulo Expo e promete surpreender os visitantes com experiências e conteúdos voltados especificamente para seu público-alvo.

Em sua 14ª edição, a maior feira de reposição e reparação de veículos leves, pesados e comerciais da América Latina pretende ampliar



as experiências dos visitantes, fortalecendo também a capacitação de mecânicos e proporcionando um fórum com conteúdo exclusivo e inédito para a indústria e engenheiros automotivos.

São esperadas mais de 1.500 marcas nacionais e internacionais no evento, o que representará um contato direto do visitante com lançamentos e produtos de importantes empresas do setor. Leandro Lara, diretor da feira, destaca o ambiente que será proporcionado pela Automec, com a expectativa de grandes negócios durante os cinco dias do evento. "É um ambiente extremamente propício para networking e prospecção devido à qualificação do evento, o que potencializa oportunidades de negócio", explica.

Um dos principais destaques deste ano é o espaço Automec Experience, ampliado para uma área de 1.000 m². Diversas empresas apoiaram o local, desenvolvido para capacitar o usuário final com atividades práticas, interativas e de demonstração com curadoria do Sindicato da Indústria de Reparação de Veículos e Acessórios do Estado de São Paulo (Sindirepa). O Automec Experience oferecerá atividades baseadas em sete pilares estratégicos:

– **Oficina de Leves:** tecnologia e produtos de ponta para manutenção e reparação de veículos leves.

– **Oficina do Futuro:** inovações, tendências e tecnologias do mercado, como a reparação de veículos elétricos e híbridos.

– **Oficina de Personalização:** comandada pelo famoso customizador de carros, Batistinha trará à feira uma oficina referência em personalização, com os mais modernos equipamentos e técnicas exclusivas.

– **Oficina de Colisão:** tudo em relação a funilaria, pintura e acabamentos, revelando novas técnicas e equipamentos. Entre as atividades, será realizada o Especial Batidas, com a reparação rápida de veículos com lataria danificada.

– **Oficina de Pesados:** mostrará uma oficina referência, com os equipamentos mais modernos do mercado e uma linha de produtos exclusivos.

– **Oficina de Motos:** terá foco em customização, montagem e des-

montagem de motocicletas, além de demonstração de uma linha de produtos exclusivos.

– **Arena de Conteúdo e Capacitação:** nessa área, os visitantes terão orientações sobre aplicação de novos métodos, poderão participar de palestras e treinamentos, além de realizar capacitações com especialistas de renomadas empresas e instituições do setor. Serão conferidos certificados aos participantes.

"A Automec Experience é um conceito totalmente novo. Já tivemos atividades práticas nas edições anteriores, mas esta é uma evolução, um outro nível. São atividades pensadas e cuidadosamente preparadas para envolver o visitante em um mix de sensações. Entretenimento, conhecimento, troca, interação e, claro, o aprendizado sobre como trazer o que ele vê e testa na feira para o dia a dia de trabalho", comenta Júlio Romanelli, gerente de Produto da Automec.

"Separamos os temas de maneira a atender toda a cadeia para mostrar o funcionamento e o impacto de novas ferramentas e novos conceitos no dia a dia, sempre com o foco na melhoria da produtividade, e de trazer respostas para problemas de mercado", informa Lara.

A Automec promoverá também o Encontro da Indústria de Autopeças, que deverá reunir líderes do setor e executivos nacionais e estrangeiros. Um dos objetivos da atividade é debater os desafios do setor e as oportunidades vislumbradas para os próximos anos. Promovido pelo Sindipeças (Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores), o encontro será realizado no dia 22, marcando o início da edição deste ano da Automec.

"O setor automotivo enfrenta mundialmente profundas transformações, tanto na arquitetura dos veículos quanto na sua forma de consumo, incluindo aspectos como eletrificação, autonomia e não propriedade. O Brasil, seguramente, não ficará à parte desse processo", avalia Dan Ioschpe, presidente do Sindipeças.

Dando sequência à programação da Automec 2019, no dia 23 terá início o Fórum Automec com a palestra "Mercados Ilícitos e Tributação", promovida pelo Sincopeças (Sindicato do Comércio Varejista de Peças e Acessórios).

No dia seguinte, o Sindirepa Nacional (Sindicato da Indústria de Reparação de Veículos e Acessórios) apresenta a palestra "Veículos Elétricos e Híbridos – O que muda na Reparação Automotiva?"

Já no dia 25, Andap (Associação Nacional dos Distribuidores de Autopeças) e Sicap (Sindicato do Comércio Atacadista, Importador, Exportador e Distribuidor de Peças, Rolamentos, Acessórios e Componentes para Indústria e para Veículos no Estado de São Paulo) promovem palestra sobre "Inteligência de Mercado – Cases na Distribuição". Por fim, a SAE Brasil realiza a manhã de tecnologia automotiva com discussões de engenharia do setor automobilístico.

Para facilitar e favorecer o fechamento de negócios no evento, a Automec terá à disposição de visitantes e expositores uma série de ferramentas tecnológicas. Por meio do Showroom Digital, antes mesmo do início do evento, os expositores poderão participar de uma vitrine on-line e compartilhar informações sobre a empresa, seus produtos e projetos em um perfil exclusivo disponível em www.automecfeira.com.br. No aplicativo oficial do evento, a tecnologia match making cruza as informações dos visitantes e dos expositores com o objetivo de gerar sugestões que podem otimizar e potencializar a participação.

Durante a feira, os destaques serão as ações como as rodadas de negócios. Na última edição, esse tipo de atividade registrou 130 reuniões com 60 expositores e 80 compradores.

"São 5 dias muito produtivos tanto para quem expõe quanto para quem visita. Um encontro de grandes marcas com as principais necessidades de mercado, repleto de inovação e qualificação que resulta em um volume expressivo de vendas diretas e projetos desenhados a partir da feira. Nosso papel como organização é conectar todas estas pontas", diz Romanelli, que destaca também a participação dos distribuidores no evento.

"A participação dos distribuidores é fundamental para o evento, é o principal cliente de toda a indústria que expõe e nesta edição os fabricantes estão com muitos lançamentos para apresentar e conversar com cada um deles. Além disso, para o distribuidor que não quer perder tempo visitando o evento, teremos uma incrível rodada de negócios onde ele poderá escolher com quem, quando e onde quer falar", completa.

O que dizem os líderes do setor automotivo sobre a Automec 2019

Rodrigo Carneiro – presidente da Andap

"A Automec é o evento mais importante do aftermarket brasileiro e tem ganhado expressividade internacional pelo seu tamanho, principalmente depois que voltou a ter leve e pesado novamente. Esta edição tem tudo para repetir o sucesso das outras passadas. A Andap, juntamente com o Sicap, terá programação de atividades voltadas aos distribuidores, bem como terá espaço para receber seus associados. Esta edição promete trazer novidades em tecnologias que estão despontando no mundo, apresentando ao mercado brasileiro o que está por vir e influenciará a reposição."

Elias Mufarej – coordenador do GMA (Grupo de Manutenção Automotiva) e conselheiro do Sindipeças para o mercado de reposição

"A edição de 2019 da Automec, assim como em todas as edições anteriores, é o evento mais importante para o segmento da reposição automotiva, que representa cerca de 17% do faturamento total dos fabricantes de autopeças. Este ano, especificamente, ocorrerá o Encontro da Indústria de Autopeças, no dia 22 de abril. Esse evento, promovido pelo Sindipeças, enfatizará as oportunidades de crescimento e internacionalização, mas também as dificuldades e a premente necessidade de inovação para acompanhar as mudanças de métodos de produção, características dos veículos e hábitos de consumo enfrentados pela indústria automotiva no mundo todo."

Francisco Wagner de La Tôrre – presidente do Sincopeças-SP e vice-presidente da Fecomercio-SP

"O Sincopeças-SP traz como meta para esta edição da Automec um número recorde de 18 mil varejistas visitantes e atrações como a Loja Modelo, espaço com foco para aumentar a eficiência do varejo e apresentação das melhores práticas em exposição de produtos, gestão e controle de estoque, sistemas de pagamento etc., e o Fórum Sincopeças. Apresentaremos como bandeira a Inspeção Técnica Veicular (ITV), disseminando a sua importância e urgência de implantação para todo o trade automotivo e a sociedade em geral."

Antonio Fiola – presidente do Sindirepa-SP e Sindirepa Nacional

"A Automec é o evento mais esperado do setor e este ano novamente as expectativas são as melhores possíveis. Depois que a feira mudou de local para este mais confortável e com melhor infraestrutura, o evento voltou ao formato original com as linhas leve e pesada juntas e ficou ainda mais interessante para o público. O Sindirepa Nacional realizará atividades, reunirá os Sindirepas de vários Estados e também terá programação que ainda estamos definindo. Sobre as caravanas, estamos preparando e esperamos superar a edição passada, pois o evento é o principal do calendário do setor e pretendemos reunir um grande número de reparadores."

José Arnaldo Laguna – presidente do Conarem (Conselho Nacional de Retífica de Motores)

"A Automec sempre é o evento mais esperado do setor no Brasil e este ano não poderia ser diferente até porque agora a feira ficou ainda maior com leve e pesado de volta desde a edição de 2017. Por isso, as expectativas são altas. Em um mercado que está mudando, a feira deve apresentar tendências interessantes que vão impactar o mercado nos próximos anos. Temos um evento especial do Conarem para o dia 26 de abril, onde reuniremos representantes de entidades de vários países para discutir tendências, mercado e ações que promovam o desenvolvimento do setor de retíficas".

EMPRESA
CERTIFICADA
SYSTEM CERTIFICATION
ISO 9001
SGS

RAINHA DAS SETE®

Indústria Brasileira

30 Anos

1989 – 2019

Afinal, é preciso comemorar!

Em 2019, a Rainha das Sete completa 30 anos.

Uma trajetória marcada pela confiança nos objetivos traçados, com muito trabalho, investimento, inovação, qualidade nos produtos, serviços e no atendimento.

Superando desafios e acreditando no potencial humano, a cada dia, alcançamos melhores condições que permitiram realizar cada vez mais.

A confiança dos clientes, dos colaboradores, dos fornecedores e dos parceiros sustenta uma estrutura que trabalha para o crescimento do país e daqueles que caminham conosco.

Continuamos sim, nesta grande jornada com a certeza de que conseguiremos realizar muito mais e colaborar para o progresso da nação e de todos.

www.rainhadassete.com.br

Prêmio Aliança e programa Meu Primeiro Ofício marcam evento da DPK

A DPK, distribuidora de autopeças, realizou no dia 26 de março a 16ª edição do Prêmio Aliança. O evento, que reuniu cerca de 200 pessoas no teatro do Shopping Iguatemi, em Campinas, teve como objetivo reconhecer empresas e instituições parceiras que contribuíram com o negócio em 2018.

A cerimônia foi marcada pelo importante depoimento de Luis Norberto Pascoal, presidente da DPK, sobre o novo programa da Fundação Educar, que existe há 30 anos e investe na educação para a cidadania como forma de transformação social.

No ano passado, a Fundação promoveu o programa "Meu Primeiro Ofício", que trouxe a oportunidade a jovens com alto risco de evasão do sistema público escolar a se capacitarem em mecânica. Esses treinamentos ocorreram dentro das lojas DPaschoal e puderam levar uma nova visão de futuro para os adolescentes.

"A Educar acredita que a educação para a cidadania é a melhor estratégia de transformação social. Imagine se todas as grandes empresas capacitassem jovens para um primeiro emprego. Quantos adolescentes sairiam com uma nova perspectiva de futuro?", citou Luis Norberto Pascoal. Ao final, os fabricantes que apoiaram o programa "Meu Primeiro Ofício" foram reconhecidos. São eles: Cobreq, Dyna, Elring, Mahle Metal Leve, Monroe Axios, Grupo Schaeffler e SKF.

Além deste reconhecimento, também foram entregues o Prêmio Aliança, o Excelência e Qualidade em Capacitação Automotiva, o Qualidade & Inovação e o Destaque do Ano. Veja quem foram os ganhadores:

Prêmio Excelência e Qualidade em Capacitação Automotiva
Fabricantes
Bosch
Mahle Metal Leve
Magneti Marelli Cofap
Monroe Axios
Nakata
Professores
Vagner Sandoval Marcellino - IBE FGV
Alexandre Luis Santana - SKF
Humberto Rogério Pegolo - Bosch
Instituição
SENAI São Paulo
Empresa
Grupo Ouro Verde
Alunos
Ismar Rodrigues Saturnino Tsukide
Walmir Finatti

Prêmio Qualidade & Inovação
Transportadoras
O2 Speed Cargas Expressas
Transcelo Transportes Rodoviários
Expresso Torre
Operações em Tecnologia
Dell
Net Place
Segurança Patrimonial
Grupo Auge Segurança

Programa Destaque do Ano
Apoio nos Pontos de Vendas
Magneti Marelli Cofap
Nível de Serviço
Semperit
Garantia
Nakata
Marketing
Nakata
Transformação Digital
SKF
Novas Parcerias
Elring
Gonel
Sampel

Prêmio Aliança
Categoria Diamante
Bosch
Magneti Marelli Cofap
Mahle Metal Leve
Categoria Platina
Valeo
Continental Contitech
Sabó
Categoria Ouro
Tectil
Nakata
Levorin
Categoria Prata
Hipper Freios
Viemar
Fremax
Categoria Bronze
Cabovel
SYL
Wahler
Categoria Crescimento
Nakata

AUTOMEC

14ª FEIRA INTERNACIONAL DE AUTOPEÇAS, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS

LEVES - PESADOS - COMERCIAIS

23 A 27
ABRIL | 2019
SÃO PAULO EXPO

VENHA CONHECER A INÉDITA **AUTOMEC EXPERIENCE**

Oficinas em funcionamento com produtos referência de mercado, conteúdo profissionalizante com certificado e oportunidade única de tirar suas dúvidas com grandes especialistas.

AUTOMEC EXPERIENCE

CONTEÚDO E INOVAÇÃO NA PRÁTICA!

OFICINA DE LEVES

OFICINA DO FUTURO

OFICINA DE PERSONALIZAÇÃO

OFICINA DE COLISÃO

OFICINA DE PESADOS

OFICINA DE MOTOS

CONTEÚDO & CAPACITAÇÃO

CREDENCIE-SE PARA A AUTOMEC 2019

automecfeira.com.br/credenciamento

/FEIRAAUTOMEC

Apoio: SINDIPEÇAS

Co-Apoio: ANDAP, SICAP, sincopeças, Sindirepa

Apoio Automec Experience: Revista O MECÂNICO

Organização e Promoção: Reed Exhibitions Alcantara Machado

Um dos maiores e mais inovadores parceiros dos profissionais da reparação automotiva

WWW.MAHLE-AFTERMARKET.COM

MAHLE

O FILTRO BLINDAGUA AGORA É CLEANLINE

PRESENÇA GLOBAL, NOVO NOME E VISUAL

O Filtro BLINDAGUA é o único no mercado com duplo estágio na filtração de água no diesel. Os resultados são surpreendentes em comparação com os sistemas convencionais. Tão surpreendentes que o produto está sendo comercializado globalmente e, nesse processo de internacionalização, o filtro passa a se chamar CleanLine e ganha também um novo visual. Os códigos e vantagens continuam os mesmos. Uma tecnologia 100% brasileira desenvolvida pela MAHLE e que está conquistando novos mercados.

METAL LEVE®

MAHLE®

Compartilhar lucros realmente ajuda?

A resposta é: sim, mas depende… Pelo menos na opinião de dois prestigiados especialistas, que escreveram sobre o tema na Harvard Business Review. Um deles é Alex Bryson, professor da University College London. O outro é Richard Freeman, da Harvard University.

Baseados em diversos estudos, eles enxergaram uma relação positiva entre os planos de participação nos lucros, a produtividade e a satisfação dos colaboradores.

Os resultados, no entanto, variam de empresa para empresa. Não basta compartilhar ganhos financeiros. É preciso associar projetos dessa natureza com políticas de gestão que desenvolvam talentos, difundam conhecimento, facilitem a colaboração interna, qualifiquem processos, incentivem a inovação e constituam uma cultura corporativa calcada na percepção de relevância.

Neste último caso, trata-se de fazer com que as pessoas se sintam satisfeitas e orgulhosas por produzir algo que a sociedade (mais do que o mercado) valoriza.

Muitas dessas conclusões derivam do detalhado estudo Shared Capitalism at Work: Employee Ownership, Profit and Gain Sharing, and Broad-based Stock Options, realizado pelo National Bureau of Economic Research (NBER), dos Estados Unidos. A pesquisa incluiu 14 empresas, 323 unidades de trabalho e mais de 40 mil trabalhadores.

Os autores do trabalho atestaram a relação positiva entre o compartilhamento de lucros e performance. Os funcionários tendem a se sentir mais interessados nos objetivos da companhia, mais satisfeitos e menos dispostos a mudar de emprego.

A pesquisa mostra, no entanto, que esta não é a fórmula mágica para solucionar os problemas da produção na economia de mercado. Os números e dados coletados revelam uma considerável variação no desempenho das empresas que adotaram esses sistemas.

Em algumas, o resultado não aparece porque os funcionários simplesmente não sabem como ajudar. Em outras, até sabem, mas não encontram contextos propícios à colaboração. Em sistemas verticalizados, estanques, o roteiro de trabalho pode ser tão restrito que qualquer estímulo será desperdiçado.

Outro desafio é educar os funcionários para a importância de cada tarefa. Um alto executivo percebe facilmente o impacto de sua colaboração ao fechar um acordo de exportação.

O mesmo senso de importância precisa guiar o pensamento, por exemplo, de um funcionário do serviço de atendimento ao cliente. No cotidiano, suas mais singelas atitudes definem a reputação da empresa.

Há ainda a exigência de se pactuar de maneira clara e transparente esses ganhos adicionais. Qual é o desafio? Qual métrica o define? Quais regras definirão a partilha futura?

Dentro do possível, convém ampliar a abrangência do plano de profit sharing. Muitas vezes, ele se limita ao topo da pirâmide hierárquica. Universalizá-lo alinha todo o grupo na busca pela superação.

Um plano de participação nos lucros pode ser constituído até mesmo por microempresas. O importante é que os ganhos eventuais não sejam atribuídos à generosidade do dono da empresa.

Para obter-se uma parceria de real comprometimento, é preciso que os possíveis beneficiários se sintam também responsáveis pela qualificação da produção, pelo incremento de vendas e pela construção da imagem corporativa.

Defina metas e critérios. Agregue, delegue, eduque, incentive, mobilize, compartilhe e ganhe. Quando é feito assim, o resultado vem.

Afinal, a teoria, na prática, funciona!

Carlos Júlio é professor, palestrante, empresário e escritor.
Leia mais artigos do Magia da Gestão. Siga @profcarlosjulio no twitter e seja fã no Facebook.

ORI
NOVOS CATÁLOGOS DE 2019
SEPARADOS POR LINHA LEVE,
VANS E PESADA
ORI
LINHA LEVE 2019
LINHA VANS 2019
LINHA PESADA 2019
www.ori.com.br

Erik Penna

“Wi-fi Ralph”: uma bela lição de empreendedorismo

Há alguns dias, fui ao cinema com minha filha Mariana e assistimos ao filme “Wi-fi Ralph: quebrando a internet” e ficamos encantados. Além de Ralph, o mais famoso vilão dos videogames, e Vanellope, sua companheira atrapalhada, o filme exibe vários parceiros da Disney nessa aventura.

A história mostra que os dois personagens principais (Ralph e Vanellope) precisam comprar uma peça física, um controle para que o jogo denominado “corrida doce” continue a ser jogado. Eles saem então em busca dessa peça imprescindível.

Mas, onde comprar? É aí que a parceria comercial pode ser percebida no filme, afinal, eles aparecem pesquisando no Google. O resultado sugere que eles comprem no site e-Bay. Os personagens participam e ganham o leilão de compra, mas, não possuem o dinheiro. Decidem então gravar vídeos para

arrecadar fundos e resolvem postá-los no Instagram, Facebook e no Buzz Tube, que remunera de acordo com o número de visualizações e curtidas.

Ainda aparecem em destaque a Amazon, a Pinterest e várias outras marcas fazem parte dessa trama tão especial! É um bom exemplo de que uma parceria bem construída pode agregar para ambos, sendo vantajosa para os dois lados, afinal, não é nada mal ter acesso à gama de clientes de uma outra marca. Eis aí mais uma bela opção para viabilizar projetos, tanto para um pequeno negócio como também para empresas gigantescas como no filme.

A persistência é um ponto destacado, pois os protagonistas não conseguem facilmente a quantia que precisam para quitar a compra do controle e a resiliência se mostra como mais um fator de sucesso pessoal e profissional.

A necessidade de correr riscos calculados também pode ser observada, principalmente no momento em que os personagens principais entram num outro jogo para tentar ganhar um prêmio e, assim, vendê-lo para conseguir o montante desejado.

Outra característica empreendedora ilustrada na trama é a rede de contatos. E, nisso, a Disney caprichou. A Vanellope consegue o apoio das principais princesas (Cinderela, Bela, Ariel, Branca de Neve, Aurora, Elsa, Anna, Moana, Tiana, entre outras). Cada uma delas com sua principal competência aparece para ajudá-lo a conquistar seu objetivo.

Enfim, o filme é uma graça, envolvente, prende a atenção e deixa um gostinho de quero mais. Realmente um show de entretenimento e empreendedorismo da Disney e ainda pode gerar boas ideias para nossas organizações.

Se tiver alguns minutos sobrando na agenda, vale a pena investir para assistir o filme, principalmente se você puder estar acompanhado de uma criança que ama a Disney e adora o assunto empreendedorismo.

Erik Penna é palestrante motivacional, especialista em vendas com qualificação internacional, consultor e autor dos livros "A Divertida Arte de Vender", "Motivação Nota 10", "21 Soluções para Potencializar seu Negócio" e "Atendimento Mágico – Como Encantar e Surpreender Clientes".
Saiba mais sobre motivação e vendas em: www.erikpenna.com.br

AUTOPROMOTEC - 2019

Bolonha - Itália renova com novos pavilhões e muitas novidades

A 28ª Edição da Autopromotec, Feira Internacional Bienal de Equipamentos Automotivos e produtos para o Aftermarketing – (28th INTERNATIONAL BIENNIAL EXHIBITION OF AUTOMOTIVE EQUIPMENT AND AFTERMARKET PRODUCTS) que acontecerá em Bolonha – Itália de 22 a 26 de maio de 2019 no Centro de Feiras de Comércio de Bolonha, virá com novos pavilhões e a promessa de muitas novidades.

Com mais de cinquenta anos de história, a AUTOPROMOTEC, tem apresentado um crescimento espantoso e, graças à presença e o reconhecimento de expositores de renome, está sendo reconhecida atualmente como a principal feira de negócios, onde são reunidos todos os grupos de produtos automotivos de reposição: de pneus ao serviço de carros; da oficina a equipamentos para peças de reposição; inovações de produtos e excelência industrial; tecnologia de ponta e oportunidades de mercado. Além disso, convenções de alto nível e reuniões B2B atraem fabricantes e profissionais operadores do mundo todo, que acorrem à feira, desenhada para abrigar os interessados em criar redes globalmente orientadas, impulsionar o crescimento de negócios e coletar insumos e informações importantes para a orientação das estratégias comerciais de cada "player".

Assim sendo a AUTOPROMOTEC, tornou-se uma empresa internacional especializada em exposição de equipamentos automotivos e produtos pós-venda.

autopromotec

Homo faber fortunae suae

Bolonha, Itália
22-26 de Maio de 2019

28ª FEIRA BIENAL INTERNACIONAL DE EQUIPAMENTOS E AFTER-MARKET AUTOMOBILISTICO

Promotec S.r.l.
Tel. +39 051.6424000
Fax +39 051.733008
info@autopromotec.it

Bologna Fiere

www.autopromotec.com

SETOR DE ESPECIALIZAÇÃO

Este setor hospeda nada menos do que 575 grupos de produtos, cobrindo todo o setor de reparação e subsetores de serviços pós-venda, incluindo além de peças e serviços, os mais avançados softwares e soluções ICT, independentemente de terem sido desenvolvidos ou produzidos por grandes multinacionais ou por pequenas startups inovadoras. A variedade e riqueza dos produtos ofertados fazem deste setor um "Show dentro do Show"

Resultados da COOPERAÇÃO INTERNACIONAL

Graças à parceria com a (ICE) – a Agência para a Promoção Internacional e Internacionalização das empresas Italianas (ITA) e a Unioncamere Emilia-Romagna, a Autopromotec 2017 atraiu mais de 120 compradores institucionais de mais de 30 países, produzindo a organização de um total de 720 reuniões B@B.

O principal acordo de ação promocional com o ICE, permitiu que fossem trazidas delegações de comércio exterior de diversos países, como: Austrália, Azerbaijão, Coreia, Egito, Emirados Árabes Unidos, Etiópia, Japão, Indonésia, Irã, Cazaquistão, Quênia, Líbano, Marrocos, México, Catar, Estados Unidos e Tanzânia.

Além desses, participaram também delegações institucionais vindas da Argentina, Chile, Colômbia, Equador, Peru, Rússia, Tailândia, Turquia e Vietnã, coordenados diretamente pelos organizadores.

Em colaboração com a Unioncamere Emilia-Romagna e a Enterprise Rede Europa (a rede das câmaras de comércio europeias), delegados adicionais da Bulgária, Lituânia, Roménia, Eslováquia e A Ucrânia também participaram da Autopromotec 2017.

E para a edição de 2019, a cooperação com estas entidades continuará a trazer novidades.

E muitas mais novidades estarão presentes àqueles que se dispuserem a conhecer a pujança de uma feira moderna e atualizada.

Nós, da Revista Mercado Automotivo estaremos lá, e esperamos por você!

Shopping de Autopeças Mercadocar é líder da América Latina e referência nacional do setor varejista

Ampla infraestrutura da rede surpreende os clientes no momento da compra

Com 47 anos de tradição marcada por ousadia, constante crescimento e inovação, o Mercadocar é a maior rede de autopeças do Brasil e conta com cerca de 3 mil colaboradores que trabalham com ética, respeito e imenso carinho o cliente. Segundo o fundador e presidente do Mercadocar, Roberto Gandra, atendimento, variedade e preço são os grandes diferenciais da empresa. "Nosso objetivo é surpreender os clientes. Procuramos atender a todas as expectativas deles com grande variedade de produtos, dedicação no atendimento e horário estendido de funcionamento. Esses diferenciais têm nos tornado referência no segmento e contribuído com o crescimento", comenta.

São sete megalojas localizadas nas principais regiões de São Paulo e em Guarulhos e Grande ABC, suportadas por uma central de distribuição. Sua história de sucesso teve início em 1971 no Tucuruvi e em 1995 foi aberto o primeiro ponto de venda com conceito shopping de autopeças. Nos anos seguintes vieram as lojas Barra Funda, Guarulhos, Santo Amaro e Aricanduva. Em 2013 foi inaugurada a linha pesada, com foco em caminhões, utilitários e vans. A mais recente inauguração aconteceu em Santo André, a maior de toda a sua trajetória, com mais de 15.000 m².

Para quem busca diversidade, variedade em produtos com alta qualidade e melhor custo-benefício, o Mercadocar dispõe de mais de 130 mil itens entre peças mecânicas e acessórios para veículos nacionais e importados. Além disso, os clientes dispõem de amplo estacionamento gratuito, lanchonete e áreas dedicadas a serviços para troca de óleo, bateria, palhetas, lâmpadas, retrovisores, pneus, alarmes, som, vídeo e conectividade automotiva.

Para atender uma cidade que nunca para, a megaloja Barra Funda funciona 24 horas, com atendimento personalizado dia e noite.

Serviço:

Shopping de Autopeças Mercadocar

Lojas: Aricanduva, Caminhões, Guarulhos, Santo Amaro, Santo André e Tucuruvi

De 2ª a 6ª das 8 h às 22 h; aos sábados, das 8 h às 20 h, e aos domingos e feriados, das 9 h às 16 h.

Tucuruvi

De 2ª a 6ª das 8 h às 20 h; aos sábados, das 8 h às 20 h, e aos domingos e feriados, das 9 h às 16 h.

Barra Funda

24 horas

www.mercadocar.com.br

Pesquisa Conjuntural do Comércio

A Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista do Estado de São Paulo tem como objetivo produzir indicadores mensais do desempenho do comércio varejista e dos seus vários ramos de atividade em todas as 16 regiões do Estado. A partir de dados do faturamento bruto real, as informações produzidas pela pesquisa permitem mensurar, tanto em número índice quanto em R$ bilhões, e projetar a atividade econômica geral de curto prazo, dado que o consumo é o indicador mais sensível e o que mais rapidamente responde às mudanças conjunturais e/ou às medidas de política econômica.

	Atividade	Faturamento real*	Dez18/Dez-17 (%)	acumulado no ano (%)	acumulado 12 meses (%)
Estado de São Paulo	Autopeças e acessórios	1.308.236	6,8	5,7	5,7
	Concessionárias de veículos	6.996.187	1,4	5,7	5,7
Capital	Autopeças e acessórios	445.067	4,2	5,9	5,9
	Concessionárias de veículos	2.934.814	3,1	5,0	5,0
ABCD	Autopeças e acessórios	90.386	8,9	3,2	3,2
	Concessionárias de veículos	441.429	1,1	6,3	6,3
Araçatuba	Autopeças e acessórios	36.957	27,2	5,7	5,7
	Concessionárias de veículos	75.383	12,7	4,3	4,3
Araraquara	Autopeças e acessórios	46.682	13,3	5,5	5,5
	Concessionárias de veículos	204.010	0,1	4,7	4,7
Bauru	Autopeças e acessórios	48.455	-0,1	4,9	4,9
	Concessionárias de veículos	201.676	-4,3	3,4	3,4
Campinas	Autopeças e acessórios	152.025	13,5	6,9	6,9
	Concessionárias de veículos	772.728	2,4	9,3	9,3
Guarulhos	Autopeças e acessórios	60.469	5,6	10,4	10,4
	Concessionárias de veículos	132.538	0,1	8,0	8,0
Jundiaí	Autopeças e acessórios	53.685	11,4	8,5	8,5
	Concessionárias de veículos	265.950	1,6	2,5	2,5
Litoral	Autopeças e acessórios	47.605	-1,9	4,5	4,5
	Concessionárias de veículos	261.330	-2,4	5,6	5,6
Marília	Autopeças e acessórios	57.733	3,5	2,7	2,7
	Concessionárias de veículos	119.808	3,5	13,2	13,2
Osasco	Autopeças e acessórios	34.881	19,6	15,1	15,1
	Concessionárias de veículos	198.649	2,2	11,3	11,3
Presidente Prudente	Autopeças e acessórios	13.936	-2,2	-2,6	-2,6
	Concessionárias de veículos	82.715	-0,3	7,2	7,2
Ribeirão Preto	Autopeças e acessórios	89.083	-0,9	1,9	1,9
	Concessionárias de veículos	460.964	4,5	4,7	4,7
São José do Rio Preto	Autopeças e acessórios	37.418	5,0	4,2	4,2
	Concessionárias de veículos	199.879	0,7	6,3	6,3
Sorocaba	Autopeças e acessórios	53.096	16,6	9,4	9,4
	Concessionárias de veículos	320.597	6,5	6,2	6,2
Taubaté	Autopeças e acessórios	40.757	6,7	5,8	5,8
	Concessionárias de veículos	323.720	-6,0	2,2	2,2

* A preços de dezembro/2018 – valores em R$ mil

Varejista do Estado de São Paulo

	Variação sobre mesmo mês do ano anterior			Variação acumulada no ano			
	out-18 (%)	nov-18 (%)	dez-18 (%)	out-18 (%)	nov-18 (%)	dez-18 (%)	
	12,6	9,3	6,8	5,2	5,6	5,7	**Estado de São Paulo**
	8,8	6,4	1,4	6,1	6,1	5,7	
	17,0	9,7	4,2	5,7	6,0	5,9	**Capital**
	10,0	6,7	3,1	5,0	5,2	5,0	
	5,8	10,9	8,9	1,7	2,5	3,2	**ABCD**
	4,0	3,2	1,1	7,2	6,8	6,3	
	23,6	15,6	27,2	2,8	3,9	5,7	**Araçatuba**
	17,6	1,8	12,7	3,7	3,5	4,3	
	0,1	20,0	13,3	3,3	4,8	5,5	**Araraquara**
	9,5	7,8	0,1	5,0	5,2	4,7	
	5,8	11,4	-0,1	4,7	5,3	4,9	**Bauru**
	8,4	1,3	-4,3	4,5	4,2	3,4	
	15,6	6,1	13,5	6,3	6,3	6,9	**Campinas**
	10,8	5,1	2,4	10,5	9,9	9,3	
	5,1	19,9	5,6	10,1	10,9	10,4	**Guarulhos**
	6,4	7,8	0,1	8,8	8,7	8,0	
	20,5	15,8	11,4	7,5	8,3	8,5	**Jundiaí**
	6,2	0,0	1,6	2,9	2,6	2,5	
	12,7	-2,3	-1,9	5,9	5,2	4,5	**Litoral**
	-0,6	9,7	-2,4	6,1	6,5	-5,6	
	12,9	3,0	3,5	2,6	2,7	2,7	**Marília**
	32,3	19,0	3,5	14,0	14,5	13,2	
	1,8	7,5	19,6	15,5	14,6	15,1	**Osasco**
	10,8	7,8	2,2	12,7	12,2	11,3	
	-1,4	4,4	-2,2	-3,2	-2,6	-2,6	**Presidente Prudente**
	5,4	-0,9	-0,3	9,0	8,0	7,2	
	7,3	0,8	-0,9	2,2	2,1	1,9	**Ribeirão Preto**
	11,3	9,9	4,5	4,2	4,7	4,7	
	5,8	4,8	5,0	4,1	4,2	4,2	**São José do Rio Preto**
	8,3	10,5	0,7	6,4	6,8	6,3	
	14,7	21,9	16,6	7,4	8,7	9,4	**Sorocaba**
	9,7	5,6	-6,5	7,7	7,5	6,2	
	18,1	13,8	6,7	5,0	5,7	2,8	**Taubaté**
	0,5	8,1	-6,0	2,4	2,9	2,2	

Novo consumidor tem outras expectativas

Por Ingo Pelikan

A internet tem revolucionado o atendimento ao cliente ao disponibilizar uma avalanche de informações sobre qualquer produto ou serviço desejado, em portais de busca, sites ou redes sociais, a partir de um toque na tela do celular. Diante deste contexto, concessionárias, lojas de autopeças e oficinas precisam inovar nas práticas de relacionamento.

Cada vez mais os consumidores estão distantes do atendimento presencial. Se antigamente chegavam a visitar 10 concessionárias antes de comprar um veículo, agora se deslocam para uma ou duas lojas, teoricamente já cientes do que procuram. O principal objetivo já não é discutir tecnicamente o produto, mas olhar alguns detalhes que faltaram na avaliação on-line.

É assim porque os clientes costumam fazer uma série de buscas on-line antes de sair de casa, como consultar revistas especializadas e checar avaliações de pessoas que compraram aquele produto. Muitas vezes chegam à loja com grande bagagem de informações sobre o veículo, inclusive superior em relação ao repertório de quem os atende.

É assim que o novo consumidor também se prepara para ir a oficinas mecânicas ou lojas de autopeças. Antes de levar o veículo para fazer um reparo, por exemplo, o cliente se informa na internet sobre as possíveis causas do problema. Se antigamente não tinha noção de preço e gastava até com o que não precisava, hoje compra só o estritamente necessário.

É aí que entra a qualidade no atendimento. No caso de concessionárias, embora haja rotatividade de mão de obra no segmento, é urgente investir em treinamentos intensivos, que abordem a marca e a concorrência. Assim, o atendente pode expandir o repertório de venda por conseguir destacar melhor o produto em relação aos similares do mercado. Neste aspecto, vale lembrar que hoje a qualidade é um compromisso e não mais apenas um diferencial competitivo.

Tão importante quanto esse tipo de treinamento sobre o produto é a capacitação focada no relacionamento com o cliente, que possibilite ao vendedor desenvolver competências para refinar a percepção sobre o desejo do cliente. Dessa maneira, o atendente consegue ser mais assertivo e evitar derrapadas, como querer agradar demais ou tratar com desdém.

Quando escuta que um cliente só quer conhecer o produto, o vendedor muitas vezes mal o atende porque está preocupado com quem será o próximo. Isso é um erro porque essa visita também pode ser convertida em venda a depender da abordagem feita, como dizer: você só veio olhar, mas preste atenção nisso. São várias práticas que precisam ser revistas.

Esses e outros assuntos serão discutidos durante o 7º Fórum IQA da Qualidade Automotiva, que reunirá lideranças de diferentes segmentos da indústria – como montadoras, autopeças, concessionárias, distribuidores, oficinas, entidades setoriais, consultorias e governo – dia 16 de setembro, no Centro de Convenções Milenium, em São Paulo. Participe!

Ingo Pelikan é presidente do Instituto da Qualidade Automotiva (IQA)

11 A 14
SETEMBRO | 2019
CENTRO DE CONVENÇÕES
DE PERNAMBUCO

20 ANOS

AutoNor 2019

FEIRA DE TECNOLOGIA
AUTOMOTIVA DO NORDESTE

ACELERE SUAS VENDAS

40
Mil visitantes

700
Marcas expositoras

GARANTA SEU ESPAÇO

(81) **3467.6572**
autonor@autonor.com.br
www.autonor.com.br

feiraautonor

AutoNor
EMPREENDIMENTOS

Estratégia atualizada

Em sua nova edição, livro amplia conceitos e estratégias para empresas que procuram mercados mais promissores

Publicado originalmente em 2005, o livro A Estratégia do Oceano Azul (Editora Sextante, 288 páginas, R$ 60) retorna agora às livrarias em uma nova edição, com a atualização de casos de estudo, bem como a adição de dois capítulos ao conteúdo inicial da obra. Escrito pelos professores W. Chan Kim e Renée Mauborgne, o livro traz uma reflexão sobre um novo modelo de negócio passível de ser adotado por companhias de diferentes setores e tamanhos.

Kim e Mauborgne realizaram um estudo que compreendia 150 movimentos estratégicos, com abrangência de mais de 100 anos e 30 setores. Dessa forma, chegaram à conclusão de que o êxito duradouro não decorre da tradicional disputa feroz entre concorrentes, e sim da criação dos chamados "oceanos azuis", caracterizados como novos e intocados espaços de mercado, prontos para o crescimento.

O termo "oceano azul" nasceu em contraponto ao que os autores viam como um "oceano vermelho" no mercado. Ou seja, espaços de concorrência tão ampla e agressiva que resultavam apenas em lucros com margens reduzidas para poucos players.

"Quando escrevemos o livro, usamos a metáfora dos oceanos vermelhos e azuis porque os oceanos vermelhos pareciam captar a realidade cada vez mais evidente nas organizações, enquanto os oceanos azuis captavam infinitas possibilidades que as empresas

poderiam criar, como confirmou a história da indústria desde os primórdios", escrevem os autores no prefácio do livro, que foi atualizado para a nova edição.

À época de seu lançamento inicial, o livro foi um sucesso de vendas, especialmente porque contrariava uma lógica predominante em diversos setores. De lá para cá, mais de 3,5 milhões de exemplares foram vendidos, tendo sido a obra traduzida para 43 idiomas. O termo "oceano azul" também passou a ser utilizado e analisado em diversos artigos e estudos.

Uma das principais virtudes dessa nova edição é justamente a possibilidade de os autores revisitarem e analisarem exemplos de companhias e/ou executivos que decidiram abordar as técnicas defendidas no livro.

"À medida que entramos em contato com organizações que aplicaram as ideias – e trabalhamos diretamente com muitas delas desde a publicação da primeira edição de A Estratégia do Oceano Azul –, aprendemos muito observando a trajetória das pessoas durante a aplicação dos conceitos do livro. As questões mais prementes ao executar a estratégia do oceano azul são: como alinhar todas as nossas atividades à nossa estratégia do oceano azul? O que fazer quando nosso oceano azul se torna vermelho? Como evitar a forte influência gravitacional do 'pensamento do oceano vermelho' – como costumamos dizer, 'armadilhas do oceano vermelho' – mesmo quando buscamos fortemente uma estratégia do oceano azul? Essas são as principais perguntas que nos motivaram a escrever esta edição ampliada", escrevem.

Um dos novos pontos abordados na edição ampliada, por exemplo, diz respeito justamente às armadilhas em que muitas empresas costumam cair na medida em que passam a aplicar os conceitos do "oceano azul" em seu dia a dia. Como toda mudança, a alteração de estratégias requer determinação por parte dos colaboradores e das próprias companhias para não "fraquejar" diante das primeiras dificuldades.

"A análise dessas armadilhas é fundamental para que se projetem os modelos corretos para a criação de oceanos azuis. Com a compreensão adequada do conceito, pode-se evitar as armadilhas e aplicar com acuidade as ferramentas associadas e a metodologia para que as ações estratégicas corretas possam ser produzidas ao zarpar em águas azuis e cristalinas", complementam.

Outros dois capítulos do livro são novos e destacam dois elementos em especial, no âmbito da estratégia do "oceano azul": alinhamento e renovação. O primeiro está ligado a um desafio que, de acordo com os autores, foi observado em muitas companhias que adotaram o método. Afinal, como alinhar o programa de atividades da empresa (que normalmente incluirá uma rede potencial de parceiros externos) para criar um oceano azul na prática. Para tanto, os professores defendem um método simples, porém abrangente, que é exposto no livro de modo a garantir que os componentes-chave de uma organização estejam alinhados para suportar as mudanças estratégicas exigidas pela mudança de rota.

Além disso, o conteúdo inédito da obra traz reflexões acerca da renovação do oceano azul no qual a empresa passou a atuar. Afinal, conforme destacam os autores, todo oceano azul será, em algum momento, imitado e se tornará vermelho.

"Entender o processo de renovação é vital para assegurar que a criação dos oceanos azuis não seja um caso isolado e possa ser institucionalizado como um processo a ser repetido na empresa. Nesta edição, instruímos os líderes a transformar a conquista estática da criação dos oceanos azuis em um processo dinâmico de renovação, tanto no nível do negócio quanto no corporativo, para empresas multinegócios", completam no livro.

Vale a leitura! Nem que seja como uma provocação à reflexão sobre um método de trabalho já enraizado em sua empresa. Os próprios autores deixam claro que a mudança não é sutil, e muito menos simples. Os resultados, no entanto, podem ser recompensadores.

Você é o verdadeiro artista

Se você tivesse a oportunidade de refazer sua vida com um pedido, o que seria? Mudaria de cidade, deixaria para trás a família, os amigos, a aparência, o mundo onde você é mais reconhecido? Faria um novo curso? Tentaria uma nova profissão? Casaria de novo? Sumiria do mapa por alguns anos?

Em alguns aspectos, você adoraria fazer tudo outra vez, mas não pode. Por vezes, a impressão é a de que já fomos mais felizes no passado. Para alguns, os anos 70 eram melhores; para outros, os anos 80 são inesquecíveis. Viver do passado dá menos trabalho, por isso a nostalgia faz tanto sucesso.

Por outro lado, ainda que você não quisesse retornar ao passado, pense nas escolhas que você fez há algum tempo. Elas estão de acordo com o que você sonhou na infância ou na adolescência, na escola ou na faculdade? O que você faz tem tudo a ver com o que você pensa e gosta?

A parte mais difícil da vida é ter que viver de esperança sem fazer nada para mudar o estado futuro. A maioria das pessoas alimenta a esperança de que o tempo mude, a vida mude, o governo mude, o clima mude, a esposa mude, o vizinho se mude, mas poucos têm coragem de mudar a si mesmo.

Durante o ano todo eu tenho insistido sobre a ideia convencional de que você deve encontrar um emprego que corresponda à sua paixão, mas confesso que não é tão simples assim. Na prática, transferir a paixão para o trabalho seria muito mais fácil do que a hipótese anterior, mas também dá trabalho, então, alimentar a esperança é o que elas sabem fazer de melhor.

O que a maioria das pessoas faz nos dias de hoje é se submeter à rotina, ao estresse do vaivém no trânsito, ao repetitivo tilintar do cartão-ponto, aos caprichos de um chefe egocêntrico e obcecado por metas inatingíveis. O bom de tudo isso é que, com inteligência e um pouco de esforço, você pode ser diferente.

O trabalho de inventar, propor novas ideias e superar os próprios limites é, para muitos, difícil de suportar. O que torna uma pessoa indispensável não é o básico, mas o que vai além dele. Por isso algumas pessoas são valiosas e outras nem tanto.

O que torna alguém valioso não é o atalho, mas a capacidade de seguir em frente enquanto outros estão matando o tempo na mesa do barzinho na frente da faculdade. Quando você decide que o trabalho – a vocação – é mais importante, consegue superar a resistência e executá-lo da melhor maneira possível.

Na vida, dignidade é muito mais importante do que dinheiro, bens materiais e posição social, entretanto, quando temos tudo isso, o que desejamos de fato é dignidade. Entre a dignidade e a riqueza, o que você escolheria? Juro que posso adivinhar a resposta.

Não estou dizendo que você deve abandonar seus sonhos nem precisa ficar se culpando ao olhar para trás e notar que nada aconteceu como gostaria. Não seja duro consigo mesmo. Tudo pode ser mudado a qualquer tempo, mas o fato é que se você não souber disseminar suas ideias, elas não irão a lugar algum.

Você já percebeu que todo mundo quer a sua fidelidade? As empresas, os chefes, o governo, os políticos, as religiões e até mesmo as grandes marcas querem fidelidade, obediência, devoção e patriotismo. Você não merece o mesmo?

O mundo de hoje não compra simples mercadorias embaladas em papel de presente. As pessoas compram relacionamentos, histórias, sentimentos, magia e sedução. Você mesmo faz negócios com quem pode confiar e trabalhar, não com alguém que deve ser mantido a distância.

Todos os dias a vida lhe dá uma nova oportunidade de mudança. A escolha muda a perspectiva, portanto, se quiser presentear alguém com um presente valioso no próximo ano, aqui estão as duas entidades mais importantes para recebê-los:

1.Você é a sua arte, portanto, não deixe que as circunstâncias, os vícios e os maus hábitos definam suas escolhas; trabalhe para atingir o nível da maestria e utilize sua força de vontade para escolher.

2.O público, a quem você deve presentear com a sua arte, o seu amor, a sua dignidade, o seu respeito e a sua dedicação; ao optar pela sua arte com todas as suas forças, os seguidores surgirão naturalmente.

Assim, pare de se preocupar com a insegurança e a dúvida. Seja um otimista responsável, faça o melhor que puder e livre-se das distrações. Deixe-as para os inimigos, afinal, quanto mais distraídos, mais você se distancia deles.

A única coisa que o impede de ser um artista naquilo que faz é a sua resistência. No mundo não há lugar para medianos, portanto, dê-se o melhor presente que a sua consciência, o seu coração e o seu futuro mais deseja: trabalhe com arte, viva com arte, abrace uma causa com arte e o mundo se renderá a seus pés.

Na dúvida, vale um ensinamento budista: “Se você quer saber sobre seu passado, olhe para sua condição no presente; se você quiser saber o que vai acontecer no futuro, olhe para suas ações no presente”.

Pense nisso e seja bem mais feliz!

Divulgação

Jerônimo Mendes é administrador, coach, escritor, professor e palestrante com mais de 35 anos de experiência profissional em empresas de médio e grande portes, especialista em Empreendedorismo, Coaching, Gestão de Carreira e Negócios.

SEMINÁRIO DA
REPOSIÇÃO AUTOMOTIVA
&
MERCADO AUTOMOTIVO
EXPO DAY

PATROCÍNIO PRATA 2018

ARTEB
Delphi Technologies
DPK
I.Q.A.
KOLBENSCHMIDT
MAGNETI MARELLI
cofap
NGK SPARK PLUGS
NTK OXYGEN SENSORS
Pellegrino
Conte com nossa gente.
PERFECT AUTOMOTIVE
Rede PitStop
ROLES
Sama Autopeças
Laguna Autopeças
LuK
INA
FAG
RUVILLE
TAKAO
SEGURANÇA EM MOTOR

PATROCÍNIO BRONZE 2018

AUTOMEC
BOSCH
DANA
FRASLE
MAHLE
SABÓ
ZF

ESTANDES EXPO DAY 2018

BFX
Canal da Peça
DEBX
DPK
FREMAX
IGUAÇU
I.Q.A.
npd
SKF

SAVE THE DATE

15 DE OUTUBRO DE 2019
FECOMERCIO-SP
(R. DR. PLÍNIO BARRETO, 285 - BELA VISTA)

QUER PARTICIPAR DO SEMINÁRIO & EXPO DAY 2019?

COMERCIAL
11 2305 - 8385 - 11 9 4176-5011 - comercial@photon.com.br

www.**seminarioautomotivo**.com.br

REALIZAÇÃO:

SINDIPEÇAS SICAP ANDAP sincopeças Sindirepa NACIONAL

ORGANIZAÇÃO:

grupo photon

Números do setor automotivo

LICENCIAMENTO DE AUTOVEÍCULOS NOVOS NACIONAIS

Em março de 2019, o índice de licenciamento de autoveículos novos nacionais ampliou a discreta variação positiva registrada no mês anterior. Dessa forma, houve alta de 5% na comparação com fevereiro do ano corrente. Na comparação com março do ano anterior, no entanto, o aumento foi menor: 1,8%. No acumulado do ano, o primeiro trimestre também mostrou evolução frente ao mesmo período do ano anterior: 12%. O avanço verificado entre fevereiro e março de 2019 foi fortemente influenciado pelos resultados positivos dos segmentos de veículos leves e ônibus. Os mesmos setores foram os principais responsáveis também pela evolução positiva do acumulado do ano.

Unidades	2019			2018		VARIAÇÕES PERCENTUAIS		
	MAR A	FEV B	JAN-MAR C	MAR D	JAN-MAR E	A/B	A/D	C/E
Total	186.204	176.695	538.755	182.935	481.722	5,4	1,8	11,8
Veículos leves	177.248	168.577	513.343	176.067	464.736	5,1	0,7	10,5
Automóveis	155.923	148.609	452.783	156.189	408.572	4,9	-0,2	10,8
Comerciais leves	21.325	19.968	60.560	19.878	56.164	6,8	7,3	7,8
Caminhões	7.366	6.626	20.732	5.829	14.228	11,2	26,4	45,7
Semileves	225	284	659	126	540	-20,8	78,6	22,0
Leves	866	918	2.575	1.112	2.794	-5,7	-22,1	-7,8
Médios	712	660	2.190	552	1.303	7,9	29,0	68,1
Semipesados	1.479	1.581	4.626	1.162	3.194	-6,5	27,3	44,8
Pesados	4.084	3.183	10.682	2.877	6.397	28,3	42,0	67,0
Ônibus	1.590	1.492	4.680	1.039	2.758	6,6	53,0	69,7

Mil unid.	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	ANO
2016	130,2	125,1	153,2	141,6	145,6	149,4	157,4	160,2	139,0	141,0	158,3	179,2	1.780,2
2017	131,1	121,9	169,3	140,3	175,4	175,2	164,0	193,1	178,9	181,9	182,6	186,9	1.995,6
2018	160,3	138,5	182,9	190,5	175,6	175,8	190,2	218,2	187,0	225,7	205,1	206,1	2.255,9
2019	175,9	176,7	186,2										538,8

Fonte: Renavam/Denatran.

PRODUÇÃO DE AUTOVEÍCULOS MONTADOS

Quanto à produção de autoveículos montados, a comparação entre fevereiro e março mostra queda de 6% no índice. Houve decréscimo em quase todos os setores monitorados, mas é preciso salientar que o resultado de fevereiro ampliou sensivelmente a base de comparação. A variação positiva entre os dois primeiros meses de 2019 foi de cerca de 30%, resultado que não fora mantido no mês seguinte. O acumulado do ano, na comparação com o primeiro trimestre de 2018, também registrou queda, porém em proporções menores: menos de 1%. Quando se isola o mês de fevereiro, verifica-se que o resultado de 2019 é o segundo melhor dos últimos quatro anos, atrás apenas de 2018 quando quase 268 mil veículos foram produzidos.

Unidades	2019			2018		VARIAÇÕES PERCENTUAIS		
	MAR A	FEV B	JAN/MAR C	MAR D	JAN-MAR E	A/B	A/D	C/E
Total	240.546	257.039	695.730	267.539	699.754	-6,4	-10,1	-0,6
Veículos leves	230.556	244.882	664.853	254.759	668.434	-5,9	-9,5	-0,5
Automóveis	202.868	216.912	584.951	218.015	576.347	-6,5	-6,9	1,5
Comerciais leves	27.688	27.970	79.902	36.744	92.087	-1,0	-24,6	-13,2
Caminhões	8.319	9.631	24.761	9.947	24.434	-13,6	-16,4	1,3
Semileves	57	118	247	180	438	-51,7	-68,3	-43,6
Leves	1.329	1.840	4.637	1.947	4.779	-27,8	-31,7	-3,0
Médios	388	405	1.117	539	1.407	-4,2	-29,3	-20,6
Semipesados	1.596	2.291	5.693	2.660	6.930	-30,3	-40,0	-17,8
Pesados	4.949	4.977	13.067	4.626	10.880	-0,6	7,0	20,1
Ônibus (Chassis)	1.671	2.526	6.116	2.833	6.886	-33,8	-41,0	-11,2
Rodoviário	298	655	1.278	642	1.587	-54,5	-53,6	-19,5
Urbano	1.373	1.871	4.838	2.191	5.299	-26,6	-37,3	-8,7

Mil unid.	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	ANO
2016	148,7	144,2	198,8	171,5	177,2	184,5	190,6	178,7	170,3	175,7	216,3	200,9	2.157,4
2017	174,1	200,4	235,4	189,5	237,1	212,3	224,8	260,3	237,2	249,9	249,1	213,7	2.699,7
2018	218,1	213,5	267,5	266,1	212,3	256,3	245,8	291,5	223,1	263,3	244,8	177,5	2.458,3
2019	198,1	257,2	240,5										695,7

Fonte: Renavam/Denatran.

DANA LANÇA ASSISTENTE VIRTUAL SPICER

A Dana anunciou o lançamento de seu assistente virtual Spicer, cujo objetivo principal é aproximar ainda mais a marca dos mecânicos que aplicam seus produtos. O serviço está disponível por meio do Facebook Messenger e pretende, além de agilizar o atendimento, fornecer respostas para dúvidas técnicas ou indicar locais para que os consumidores possam adquirir os produtos Spicer no varejo. O assistente virtual traz uma série de conteúdos técnicos e irá direcionar o consumidor para respostas relacionadas às perguntas mais comuns feitas ao atendimento da empresa.

"O assistente virtual Spicer é mais uma iniciativa para melhorar o nosso atendimento e tempo de resposta às necessidades e questões recorrentes dos mecânicos, independentemente do dia ou horário. Utilizamos a tecnologia para atender mais este desafio dos tempos atuais, com a expectativa de respostas instantâneas nos canais digitais, oferecendo soluções para estas questões muitas vezes críticas, indo além do horário comercial", explica Luís Pedro Ferreira, diretor de Marketing e Comunicação da Dana para a América do Sul.

DAYCO DISPONIBILIZA SEU CATÁLOGO NA PLATAFORMA IDEIA 2001

A Dayco anunciou a disponibilização de seu catálogo de aplicações na plataforma Ideia 2001. A partir de agora, os clientes da marca podem utilizar a plataforma para consultar as informações nas versões de catálogo impresso e app Dayco, disponível para os sistemas Android e IOS.

"O lançamento já era muito esperado e a empresa optou por trabalhar as informações com cuidado para oferecer dados completos. É possível encontrar na plataforma Ideia 2001 fotos dos produtos Dayco, embalagens e todas as informações técnicas de aplicação. Para consultar o catálogo Dayco basta acessar o link: www.ideia2001.com.br/CatExp/AMAAS/InstalarCatalogoDayco.exe", explicou a empresa em comunicado divulgado à imprensa.

A Dayco fornece produtos para motores e sistemas de transmissão para as montadoras de automóveis, tanto no âmbito industrial quanto no pós-venda. "Esta é mais uma das muitas ações da Dayco para estar cada vez mais próxima de todos os seus clientes, levando soluções sempre mais completas", informou a companhia.

NOVAS BANDEJAS DE SUSPENSÃO PARA COMPASS, RENEGADE, TORO, HB20 E RANGER DA NAKATA

Ampliando seu portfólio, a Motorservice, divisão da RA Nakata informou o lançamento de bandejas de suspensão para diversos veículos. Dessa forma, a fabricante de componentes para suspensão, freio, direção, transmissão e motor amplia seu portfolio destinado ao mercado de reposição. As bandejas para o modelo Ford Ranger, de 2012 a 2019, têm os códigos NBJ2023DP e NBJ2023EP, sendo superiores e com pivô.

Já os códigos NBJ4015D e NBJ4015E são indicados para Fiat Toro, Jeep Compass e Renegade 4×4, enquanto NBJ4016D e NBJ4016E aplicam-se no Jeep Compass e Renegade 4×2, fabricados de 2015 a 2019. Também foram lançadas bandejas de suspensão para os modelos Honda Civic de 2012 a 2016 com as especificações NBJ7010D e NBJ7010E; Toyota Etios, de 2012 a 2019, referências NBJ7011DP e NBJ7011EP; Hyundai HB20, de 2013 a 2019, com códigos NBJ9004DP e NBJ9004EP.

SEJA UM EXPOSITOR E ACELERE OS SEUS RESULTADOS.

Participe da 2ª edição da Reparasul.
O evento vai gerar ótimas oportunidades para fabricantes, distribuidores, varejistas, fornecedores de equipamentos e serviços para oficinas mecânicas de veículos leves, pesados e comerciais.

SEJA EXPOSITOR E COLOQUE MAIS POTÊNCIA NA SUA EMPRESA.

REPARASUL
Feira de Autopeças e Reparação Automotiva

20 A 23 DE NOVEMBRO

20 a 22/11: 15h às 22h • 23/11: 09 às 18h
FENAC - NOVO HAMBURGO / RS

reparasul.com.br feirareparasul www.reparasul.com.br

AUTOPEÇAS E SISTEMAS
REPARAÇÃO E MANUTENÇÃO
TI & GESTÃO
ACESSÓRIOS
EQUIPAMENTOS E FERRAMENTAS
E MUITO MAIS

SPR

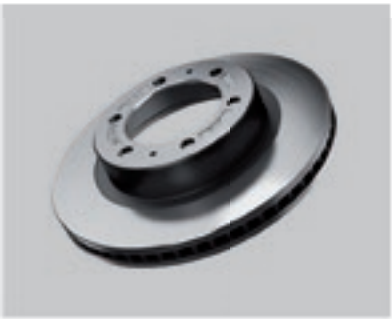
FEIRA PROFISSIONAL. Proibida a entrada de menores de 16 anos.

Seja expositor, garanta seu espaço:
51 3584.7200 - comercial@fenac.com.br
51 3067.5750 - comercial@rufatto.com.br

Apoio:

Realização:

Pellegrino.
É muito mais
autopeças.



NORDESTE
Fortaleza - CE (85) 4009-9800
Natal - RN (84) 3647-9300
Recife - PE (81) 2123-3400
Salvador - BA (71) 2102-3200

NORTE
Araguaína - TO (63) 3411-4450
Belém - PA (91) 4005-0955
Porto Velho - RO (69) 2181-6700

SUDESTE
Belo Horizonte - MG (31) 2121-6111
Campinas - SP (19) 4009-6900
Marília - SP (14) 3402-4300
Rio de Janeiro - RJ (21) 2131-5999
São J. do Rio Preto - SP (17) 3016-6800
São Paulo - Sul/ABC - SP (11) 3585-7200
São Paulo - Oeste - SP (11) 2171-7900
Uberlândia - MG (34) 2101-2308

CENTRO-OESTE
Campo Grande - MS (67) 3041-2600
Cuiabá - MT (65) 3051-6000
Goiânia - GO (62) 3091-8888

SUL
Blumenau - SC (47) 3036-5400
Curitiba - PR (41) 2141-3900
Londrina - PR (43) 3372-2900
Porto Alegre - RS (51) 2121-4800

AUTOMEC

Venha nos visitar no estande E41
São Paulo Expo-SP.
De 23 a 27 de abril de 2019
Terça a sexta-feira: 13h às 21h
Sábado: 9h às 17h

Com mais de 75 anos no mercado, a Pellegrino é referência na distribuição de autopeças, oferecendo soluções completas das melhores marcas para as linhas leve e pesada. Pensou autopeças, pensou Pellegrino. É muito mais negócio.

CARRO 100%

pellegrino.com.br

Pellegrino
Conte com nossa gente.

Trânsito seguro: eu faço a diferença.

MUITOS ANOS DE ESTRADA, NO BRASIL E NO MUNDO.

ASFALTO, TERRA, RETAS, CURVAS, ACLIVES, LOMBADAS.
NÃO EXISTE OBSTÁCULO NO MUNDO PARA
OS AMORTECEDORES COFAP.

AMORTECEDORES
cofap

NASCIDOS NO BRASIL, CRIADOS PARA O MUNDO

Faça revisões em seu veículo regularmente.